UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
DOUTORADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

UNICAMP
BIBLIOTECA CENTRAL
SEÇÃO CIRCULANTE

ÓCIO E NEGÓCIO: FESTAS POPULARES E ENTRETENIMENTO-TURISMO NO BRASIL

Dezembro de 2000

UNICAMP

UNIDADE BC
N.º CHAMADA:
T/UNICAMP
F225e
V. Ex.
TOMBO BC/ 44676
PROC. 16-392/01
C [ ] D [X]
PREÇO R$ 11,00
DATA 13/06/01
N.º CPD

CM00157811-1

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DO IFCH - UNICAMP

* Ócio e negócio!

F 225f

Farias, Edson Silva de
Festas populares e entretenimento-turismo no Brasil / Edson Silva de Farias. - - Campinas, SP : [s. n.], 2001.

Orientador: Renato José Pinto Ortiz.
Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas.

1. Festas populares. 2. Cultura popular. 3. Entretenimento. 4. Turismo - Brasil. 5. Modernidade. 6. Cultura de massa. I. Ortiz, Renato José Pinto . II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. III.Título.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
CURSO DE DOUTORADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

ÉDSON SILVA FARIAS

"ÓCIO E NEGÓCIO: FESTAS POPULARES E ENTRETENIMENTO-TURISMO NO BRASIL"

Tese de Doutorado apresentada ao Departamento de Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas sob orientação da Prof. Dr. Renato José Pinto Ortiz.

Este exemplar corresponde à redação final da tese defendida e aprovada pela Comissão Julgadora em **09 / 01 / 2001**

Prof. Dr. Renato José Pinto Ortiz

Prof. Dr. Octávio Ianni

Prof. Dr. José Mário Ortiz Ramos

Prof. Dr. Antonio Albino Rubim

Prof. Dr. Ruben George Oliven

JANEIRO - 2001

RESUMO:

A longa duração do processo de modernização turística de aspectos lúdico-artísticos da cultura popular no Brasil, constitui o tema central desta tese. Tese desenvolvida em cinco capítulos e estes estão distribuídos em duas partes. A primeira, de caráter mais teórico, procura fixar as principais categorias mobilizadas na análise à luz do seguinte problema: como definir os mecanismos que delimitam o lugar institucional do entretenimento e turismo, onde um circuito de festas espetáculos dinamiza uma cultura e economia da diversão. Já a segunda parte coteja como em três eventos regionais se realiza a conexão dos mesmos mecanismos com experiências étnico-históricas distintas, galvanizando-as no interior das trocas de bens de entretenimento e lazer.

ABSTRACT:

The long duration of the tourist modernization process of the joyous-artistic-aspects of popular culture in Brazil is the central topic of this thesis. It was developed in five chapters, end these are divided in two parts. The first part, a more theoretical one, tries fit the main analyzed categories used in this study in order to answer the following problem: how can the mechanisms wich fix the bounders of the institucional place of entertainment and tourism be defined – in circumstances that spectacle celebrations dynamize the amusement culture and economy? The second part compares how those mentioned mechanisms happen in tree diferent regional events end how they are related with ethnic-historical distinct experiences, articulating them inside entertainment and leisure service exchanges.

A Renato Ortiz,

Mestre, amigo.

Agradecimentos:

Em relação à Unicamp, cabe reconhecer a dívida contraída e na ausência de outra moeda, agradeço aos seus funcionários e professores pelo período de convivência e aos préstimos tão decisivos. Sem dúvida alguma, os colegas de jornada somam à calorosa lembrança que guardarei desta Universidade e tudo que significa para os desdobramentos da minha vida.

Creio imperioso chamar atenção à bolsa de estudos que obtive junto à Capes, sem a qual a realização deste trabalho seria muito dificultada. A necessidade de tal ressalva consiste na importância destes instrumentos de auxílio à formação de quadros de pesquisadores, inclusive entre aqueles cuja origem não os permitiria, a princípio, pleitear a vida acadêmica.

A família é sempre uma referência, ainda mais quando ela acompanha nossos passos e se mantém atenta, ciosa para oferecer conforto e precaver no sentido de que nossa auto-estima não esvaeça, no cansaço de fazer uma tese.

Regina e Poliana, duas vítimas deste trabalho, obrigado pela paciência e, ainda, reconheço como o carinho, respectivo, potencializou meu ânimo.

Parceiros de doutorado e viajantes de tantos sonhos pelas linhas telefônicas, Juliana chegamos até aqui e temos, a partir de agora, muito que fazer, juntos.

Mariana, sem dúvida, o período do doutorado trouxe você para perto do meu afeto: que bom!

Ana Lúcia, Celeste e Marquinhos: certamente nossos destinos estão cruzados; o prosaico e prazeroso (para os outros) nos sensibiliza intelectualmente.

Mas decididamente, tenho uma dívida para com a acolhida dos estudantes que estiveram ao meu lado, de um modo ou de outro; alguns mais distantes e outros à minha cabeceira. Lagrota, Henrique, Gaetan, um abraço. Manoela e Bernardo, muito carinho. Carol, é ocioso falar do seu arguto e refrescante bom humor. Nanda, pela constância e proximidade mas igualmente pela ternura inquieta e curiosa. Fernando; ali como um sinalizador, estando no outro lado da interlocução, discutindo minhas idéias, um verdadeiro "parceiro" e sem dúvida meu amigo, ainda que o tempo passe. Todos vocês estão nestas páginas.

SUMÁRIO:

INTRODUÇÃO.....1

PARTE I: O LUGAR DAS FESTAS

CAPÍTULO 1:
MATRIZES CULTURAIS POPULARES DIANTE DO ENTRETENIMENTO E DA ECONOMIA DO LÚDICO.....37
CAPÍTULO 2:
A RECRIAÇÃO DOS SENTIDOS DA FESTA NA MODERNIZAÇÃO TURÍSTICA.....89

PARTE II: AS FESTAS DOS LUGARES

CAPÍTULO 3:
A CIDADE, UMA ESTAÇÃO E SUA FESTA DE MULTIDÕES: PAISAGEM E PODER NA FOLIA BAIANA.....230
CAPÍTULO 4:
NA "CAPITAL DO FORRÓ", "INVENÇÕES" E REINVENÇÕES DE TRADIÇÕES SERTANEJAS. 316
CAPÍTULO 5:
O "RITUAL AMAZÔNICO" OU POR UM MERCADO DA DIFERENÇA.....390

CONCLUSÃO.....479
BIBLIOGRAFIA E FONTES.....484

Uma forma contorna o caos,
uma forma dá construção à substância amorfa (...)
então ela não será mais a perdição e a loucura:
será de novo vida humanizada.
A Paixão segundo G.H. (Clarice Lispector)

INTRODUÇÃO

A presente tese dá continuidade à mesma preocupação do autor em torno das possibilidades teóricas de retomar o tema da cultura brasileira, principalmente no que tange às expressões identificadas à cultura popular, a partir de fenômenos que sejam heurísticos da intervenção de mecanismos institucionais e modos de orientação das condutas pertinentes à dinâmica civilizatória da modernidade. O recorte analítico consiste na problematização do peso adquirido na condição moderna pela conjunção entre as esferas da cultura laica e do consumo autonomizado, com repercussões sobre as formações dos sujeitos e também na definição dos limites estruturais de algumas das práticas humanas. Preocupação instaurada com a dissertação de mestrado sobre o gênero Desfile de Carnaval no Rio de Janeiro e, ainda, abordada em artigos exploratórios, publicados no ínterim dos últimos quatro anos. Por isso este trabalho não tem o propósito de discutir a festa enquanto categoria histórica e analítica, à maneira dos trabalhos de Roger Callois (1988) e Mircea Eliade (1988), que evocam do interior dos estudos da religião uma teoria antropológica da festa. Mas tampouco relacionar propriedades permanentes cujas presenças em distintas experiências históricas e etnográficas forneceriam insumos a uma concepção geral de festas. Por exemplo. Crítico das tentativas até agora empreendida pelos cientistas sociais, desde de Durkheim, as quais estariam visando reduzir a complexidade do sentido inerente ao campo semântico da noção de festa no senso comum, o historiador Norberto Guarinello acena com o modelo fundado sobre uma espécie de característica ontológica do fenômeno. Libertando-o assim das apreensões parciais. Estas, ao seu ver, estão demasiadamente presas às manifestações particulares do mesmo tipo de acontecimento (Guarinello/ 1999, pp: 02-3).

Descer em minúcias aos anátemas contidos na perspectiva do historiador, notadamente as implicações de uma concepção naturalista de cotidiano, escapa aos interesses imediatos deste trabalho. Tão-somente é importante realçar que, do ponto de vista sociológico aqui priorizado, as festas são reconhecidas como figurações de relações humanas; jogos entre valências estes dispostos como processos de trocas múltiplas. Ou seja, funções que intricam e delineiam nesse movimento a si mesmas e, conseqüentemente, seus agentes e seus produtos. Deste modo, o sentido e o formato das festas, e a idéia mesma de festa como cerimônia de celebração, não podem ser cindidos dos específicos cruzamentos de interdependências múltiplas que os proporcionam. O exercício analítico a ser empreendido vai tomar a temática das festas populares, envolvendo a relação entre cotidiano, festas e modernidade, dentro de um estudo de mudança sociocultural. Para isto não nos importa apenas definir a posição do folguedo e seus participantes na estrutura social e na divisão do trabalho e assim atingir o núcleo das transformações ocorridas na festa. É tão decisivo quanto considerar as questões das sensibilidades e dos sentidos aí envolvidas. Além disso, igualmente é importante ater-se ao gabarito de contingenciamentos com incidência sobre a auto-imagem e os afetos daqueles implicados nas teias de relações a partir das quais ganham concretude tais eventos. Algo assim nos leva a debruçar frente ao significado sociocultural da festa na sua singularidade sócio-histórica e cultural, mas sempre tendo em conta a articulação contextual abrangente intrínseca aos complexos interativos dos agentes envolvidos, aos nexos simbólicos mais circunstanciais e às infra-estruturas sistêmicas lhe envolvente[i].

Ao falarmos de mudança sociocultural, o problema tem os seguintes contornos. Referidas às cerimônias da cristandade ou das práticas lúdicas ibéricas, transportadas à América pelo colonizador português, as quais aqui conheceram os teores dos acervos simbólicos afro-ameríndios (Tinhorão/2000), muitas das celebrações festivas foram mais tarde incorporadas ao patrimônio folclórico da nação brasileira. Se, a princípio, identificados como manifestações lúdicas e recreativas das classes subalternas, tais acontecimentos compõem hoje um circuito de eventos-espetáculos cosmopolitas, de forte apelo mercantil de diversão e turismo, na contraface dos fluxos translocalizados dos símbolos pelas redes midiáticas. Nas festas populares estão amalgamadas expressão e produção culturais ou profissionalismo e brincadeira. Nosso ponto de partida é justamente o ajuste entre ócio e negócio incluso no lugar institucional ocupado por essas situações de sociabilidade lúdico-artística. Curiosamente, o mesmo lugar onde também está

embutido um mesmo significado que as perpassa e vai à contramão, no instante em que apreende a festa inserido-a numa dimensão deletéria dos imperativos da economia dos afetos e disposta aos excessos. Creio que o paradoxo assinalado diz respeito ao encaminhamento do movimento de mudança cultural estudado neste trabalho. Em virtude desta suspeita, duas metas umbilicalmente referendadas são perseguidas no decurso do nosso estudo. Porque se devo esclarecer os critérios com incidência sobre a hipotética incompatibilidade entre ócio e negócio, em termos das festas populares, de maneira imediata sou forçado a apresentar os mecanismos pertinentes à compatibilização entre ambos. O último aspecto corresponde ao conjunto das instâncias analíticas a seguir. Ao longo desta introdução procuro cumprir a meta inicial e farei de acordo com a dilemática estabelecida entre a modernização da sociedade e a questão da cultura popular no Brasil. Antes de avançar sobre a referida dilemática, delimito melhor a incompatibilidade entre ócio e negócio, em razão de que faculta compreender sobre qual terreno as festas populares são convocadas a advogar a favor da plenitude do ócio.

Na leitura original das condições socioculturais do amplo conjunto da humanidade contida no livro *A Parte Maldita*, a certa altura George Baitalle distingue entre "sociedades de consumo" e "sociedades de empreendimento". A classificação obedece ao parâmetro central oferecido pela obra, a saber, a questão do dispêndio. O autor persegue o entendimento de como as diferentes conformações societais lidaram com a questão posta na oposição entre a aventura e a estabilidade, envolvendo a última a preocupação com os excedentes. Enfim, na descrição do autor, a humanidade teria se confrontado com o dilema de estar ou na inconstância criativa do ócio ou na segurança disciplinadora do negócio, na busca tenaz em satisfazer determinações, necessidades. Mesmo implícita, a referência de Bataille é ao seu mundo de origem, o Ocidente e sua obcecação por produzir, crescer, ou simplesmente, progredir:

> Nada é mais diferente do homem subjugado às obras de crescimento do que o homem livre das sociedades estáveis. O aspecto da vida humana muda a partir do momento em que ele deixa de seguir ao sabor da fantasia para responder às necessidades de empreendimentos que assegurem a proliferação de determinadas obras. Do mesmo modo, a face de um homem muda se ele passa da turbulência da noite para os negócios sérios da manhã. A humanidade séria do crescimento se civiliza, se abranda, mas tende a confundir o abrandamento com o preço da vida, e sua duração tranqüila com seu dinamismo poético. Nessas condições, o conhecimento claro que geralmente ela tem das coisas não pode tornar-se um pleno conhecimento de si. E enganada pelo que toma como sendo a plena humanidade: a humanidade no trabalho, que vive para trabalhar sem usufruir livremente dos frutos do trabalho. Certo é que o homem relativamente desocupado – pelo menos pouco preocupado com suas obras – de que falam a etnografia e a história também não é um homem acabado. Contudo, ele nos ajuda a medir o que nos falta. (Bataille/1975, pp: 82-3).

Mais tarde, um outro antropólogo francês percorrerá as mesmas trilhas históricas e etnológicas no célebre texto de *Festas e Civilizações*, para concluir algo de semelhante ao dito por Baitalle, mas atento às diferentes aparições da experiência festiva nas sociedades humanas. No livro, Jean Duvignaud advoga que a festa "(...) quebra o encadeamento de acontecimentos que a ideologia européia nos apresenta como lógico e insuperável". Nesse sentido, os acontecimentos dessa natureza se inscrevem em uma outra epistemologia, sensível à "nossa vida psíquica em sua totalidade que nenhuma ideologia pode ocultar" e, logo, na comprovação de que "a vida coletiva é realizada com o imprevisível e o inelutável e que a experiência comum faz romper em fragmentos, no tempo e no espaço, as belas construções unitárias, estruturais ou funcionais" (*Op.cit*, p: 25). Ao seu ver, sobretudo em se tratando do Brasil e do conjunto da América Latina, a festa potencializaria dispositivo capaz de destronar a "epistemologia dominante", adepta de uma concepção de mundo calcada na instrumentalização, no cálculo e no lucro: "A festa não é, em verdade, o exercício irracional com que a queriam rotular apenas porque não correspondia às categorias mentais de um mundo paralisado pela idéia de funcionalidade ou de rentabilidade. Afinal de contas, conforme dizia Hegel, se a realidade é irracional, muito bem, devemos nesse caso inventar uma conceituação irracional." (*Op. cit, idem*). No todo da sua excursão histórica e etnográfica, Duvignaud encontra nas muitas situações festivas vinculadas a tão diversas civilizações algo de subversivamente ancestral e incongruente com a almejada estabilidade, prevista no moderno projeto de domínio racional da natureza em acordo com a epistemologia lhe correlata; qual seja, aquela de uma propensão intelectual ávida por homogeneizar a multiplicidade agonística da vida humana. Tratando-se de uma "coordenação da destruição" (*Op. cit.*, p: 67), então na contramão deste ímpeto de unidade, as festas inclinariam a humanidade para um soçobrar lancinante mas restaurador. Cito, ainda, o autor:

> As sociedades não históricas desafiam diretamente a natureza através da extensão. Culturas de outras civilizações representam esforços para superar a destruição pela adequação da extensão existencial. A nossa, enfrenta a natureza em uma segunda instância, através do espelho que lhe reflete o meio por ela mesma construído. Walter Benjamin concluiu que as sociedades contemporâneas ocupavam-se, sem se aperceberem, em despertar os procedimentos relacionados com a morte, a sexualidade, para a satisfação das necessidades simples e a descoberta de novas técnicas de comunicação. Seus vaticínios, feitos antes da guerra, ganham uma surpreendente vitalidade nos dia de hoje, quando a violência que grassa em todas as sociedades industriais faz recordar aos homens que a natureza lhes está mais próxima do que imaginavam; que ela talvez se oculte, mas que agride do mesmo modo que à época que habilitavam ainda uma choça ou uma cabana.(*Op. cit*, p: 54).

Nas entrelinhas, enfim, há a sugestão de que a opção da civilização moderna pela produção e o acúmulo de excedentes seria incompatível com a provocação para a decomposição, deflagrada nos instantes festivos. E apenas nas franjas periféricas do mundo racionalizado, tal vitalidade guardaria oxigênio. Em síntese, como um dado ontológico das realidades humanas, a festa redundaria em uma espécie de alteridade selvagem não redutível à "especialização e tecnicidade individual". Uma questão inicial ocorre diante desta proposição. Estaria explicado o por que de multidões de turistas europeus e norte-americanos deslocarem-se a esses "outros territórios" onde vibra o "impulso de morte"? E caso seja assim, o que dizer, então, quando são erguidas pontes entre a jangada da volatibilidade festiva e a nau dessa civilização devotada ao "domínio do mundo"? O enigma que move esta pesquisa envereda aí onde silencia a perspectiva que prossegue em escritos como o de Duvignaud, à medida que interessa compreender específicas festas identificadas como expressões da cultura popular – inclusas em determinados enredamentos sócio-históricos – na interface com a mesma civilização da técnica, da funcionalidade, da programação racional das vontades e da produção intensificada de excedentes, mediante o predomínio do valor de troca. Sem, contudo, predizer o fenecimento das situações festivas populares[ii], mas interrogá-las nas refigurações que assumem contemporaneamente, quando ganham aspecto de eventos de entretenimento-turismo, ou do intercruzamento de ócio e negócio. E a dimensão dos excessos e dos dispêndios acomoda o cálculo da racionalidade formal e econômica. Ainda assim, chama atenção o lugar que o mundo latino-americano ocupa no imaginário do autor.

Mundo latino-americano um tanto maculado no instante em que, na publicação do trabalho de Néstor García Canclini sobre *As Culturas Populares no Capitalismo*, no México, em 1982, ocorre importante deslocamento teórico, que redefiniu a noção de popular e de cultura popular. Detendo-se na sinuosamente longa da trajetória tanto das festas populares quanto da artesanalidade mexicanas, desde as aldeias habitadas por nativos e descendentes ameríndios, socialmente subalternos, até as diversas instâncias dos circuitos de exibição, comercialização e consumo cultural naquele país, além da interferência dos agenciamentos ideológicos embutidos nas ações intermediadoras do Estado, Canclini pode advogar a inconsistência de fórmulas orgânicas e monoidentitárias para conceber o popular. Afinal o autor as contextualiza numa sociedade onde o mercado capitalista centraliza os intercâmbios coletivos e as desigualdades

sociais e regionais intercedem tanto no teor dos formatos culturais quanto no perfil dos seus agentes e das suas condições de vida. A alocação desigual do "capital social" das culturas das classes populares decide as suas respectivas posições no interior de um conjunto social galvanizado por forças hegemônicas (Canclini/1983, p: 12). Nesta obra, Canclini observa como o turismo consiste em um dispositivo de ordem transnacional, com decisiva participação no amálgama das culturas tradicionais ao mercado capitalista voltado para os bens de lazer e diversão. Porém seu ponto de vista deslinda a problemática da cultura popular centrando-se na construção da hegemonia e na relação desigual das classes e das etnias numa formação social. Deste modo, a "indústria do turismo" e a produção local da cultura aparecem como pontos eqüidistantes, ainda que a primeira se mantenha em posição de dominação. O desnível se manifesta na imposição das agências do capital sobre os móveis étnico-históricos, embalando alguns de seus traços em invólucros tecnológicos, dotando-os de *glamour*, ou como diz o próprio autor, "a cultura popular transformada em espetáculo". O autor encaixa a própria alteridade exótica da festa popular nesta embalagem:

> A fascinação nostálgica pelo rústico e pelo natural é uma das motivações mais invocadas pelo turismo. Ainda que o sistema capitalista proponha a homogeneidade urbana e o conforto tecnológico como modelo de vida, mesmo que o seu projeto básico seja apropriar-se da natureza e subordinar todas as formas de produção à economia mercantil, esta indústria multinacional que é o turismo necessita preservar as comunidades arcaicas como museus vivos. Também aqui existe uma oscilação entre a uniformidade e o incentivo seletivo das diferenças. De uma certa maneira, os países turísticos são um só país, em todos se fala inglês, existe um cardápio internacional, pode-se alugar carros idênticos, ouvir a música da moda e pagar com cartão *American Express*. Mas para se convencer as pessoas a fim de que se desloquem até os hotéis remotos não basta oferecer-lhes a reiteração dos seus hábitos, um ambiente padronizado com o qual podem sintonizar-se rapidamente; é útil que se mantenham cerimônias "primitivas", objetos exóticos e povos que os ofereçam barato. (*Op. Cit.*, pp: 66-7).

É inegável o mérito pioneiro do trabalho de Canclini quando extrai as propriedades que dão nitidez ao que seria um "projeto capitalista" de exploração da cultura popular. Porém a ênfase unilateral nas determinações estruturais e nos componentes e antagonismos de classe e étnicos, certamente o levam manter certa substancialização do popular, reificando-o como uma alteridade à modernidade, estando esta representada pelo turismo e o mercado cultural. O empobrecimento teórico que daí decorre está na separação incisiva entre o "próprio" e o "alheio" (sendo este a irresponsável entrega ao hedonismo do espetáculo). O que se perde de vista são as múltiplas interações encadeadas que, no intercruzamento processual das ações, elaboram situações nas

quais o regional e o popular são imediatamente heurísticos das cadeias societárias translocalizadas e mesmo transnacionais, expressas no comércio de bens turísticos e de diversão. Mais ainda. É desconsiderado o processo de aprendizado e formação das agências humanas que dinamizam o trânsito dos símbolos rotulados de popular nas instâncias da cultura de mercado, exatamente porque permanecem anódinas as especificidades que dotam o entretenimento-turismo como sistema estruturante das condições de produção e consumo de lazer, negligenciando sua natureza de esfera constitutiva da experiência cultural da condição moderna.

Na medida que pretendo integrar justamente esses elementos na construção do objeto desta tese, estarei na contramão da tendência habitual de conceber a cultura popular numa visão dualista, encravada no pólo tradicional ou carismático e oposta ao correspondente ao "moderno". No caso específico do Brasil, a mesma tendência se repete e dá prioridade à delimitação do popular como o fundo "autêntico" da cultural nacional, espécie de parâmetro do que nesta há de genuíno. Deste ponto de vista, as práticas e símbolos da cultura popular estariam na outra margem de uma modernidade ocidental emasculada pelo ímpeto homogeneizante, racionalista e produtivista. Ao vê-la como fonte de equívocos teóricos sociológicos, porque prioriza as identidades em lugar de esclarecer quais dispositivos incidem sobre a manutenção ou dissolução ou ainda a transformação daquelas, na medida em que o plano particular é fechado numa suposta singularidade auto-referente, reconheço aí um obstáculo à avaliação dos processos sócio-culturais. Além do que, quando este imaginário sobre a cultura popular sintetiza valores em idéias, este modo de interpretação participa da direção assumida por determinada institucionalização das práticas e da categorização e hierarquização destas últimas, enfim, atua à instauração de realidades.

Por isso tomarei o tema da identidade cultural popular brasileira como uma referência opositiva na apresentação do problema central deste trabalho. Para compô-lo, inicialmente voltarei à aguda indagação com a qual Max Weber principia o célebre ensaio sobre *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. A evocação se deve ao fato de entender a concepção ali contida como uma das matrizes de algumas das interpretações mais conspícuas sobre a cultura brasileira, com posteriores conseqüências sobre a compreensão da vertente popular. Logo no parágrafo inicial do livro, Weber deixa a sugestão de uma vocação universalista da modernidade e esta vocação privilegiaria uma atitude negativa diante do acomodamento e do deleite proporcionados pelo mundo, propondo a transformação pela força do labor. Resumo a assertiva

do autor. No rastro da preocupação com a teodicéia e com o tipo de racionalismo cultivados, o esforço weberiano vai à direção de compreender determinada conexão de sentido enquanto singularidade cultural do Ocidente. A saber, nexo que se estabelecera entre a modalidade de rejeição intramundana presente à versão protestante (sobretudo calvinista) da religiosidade universal cristã e aqueles agentes sociais cujas condutas compartilharam de uma mesma orientação, primando por comportamentos laboriosos. Em última instância, o objetivo parte e se volta aos tipos de ação e relação sociais caracteristicamente instrumentais estendidas pela Europa e a outras vastidões continentais, delineando em seu percurso o espaço das sociedades urbano-industriais e da economia-mundo capitalista. Ações calcadas em valores de um ascetismo secularizado, de teor calculista e impessoal que perpassa hábitos de vida de homens cujas práticas estão orientadas pela emulação, tendo em vista o parâmetro da acumulação para fins de expansão crescente dos meios de desenvolvimento socioeconômico (Weber/1992, p: 125). Logo, sobremaneira, devotadas aos negócios em detrimento do ócio: "Mas, o que era ainda mais importante: a avaliação religiosa do infatigável, constante e sistemático labor vocacional secular, como o mais alto instrumento de ascese e, ao mesmo tempo, como o mais seguro meio de preservação da redenção da fé e do homem, deve ter sido presumivelmente a mais poderosa alavanca da expressão dessa concepção de vida, que aqui apontamos como 'espírito do capitalismo". (*Op. cit*, p:123).

Claramente inspirado na questão weberiana da modernidade, mas problematizando a cultura brasileira, fomentada nos quatro três de colonização ibérica, Sérgio Buarque de Holanda pressente o que para ele é a falta justamente deste "*espírito capitalista*", tributário do ascetismo intramundano. Ao seu ver, o país conhecera espíritos aventureiros, mas jamais homens absorvidos pelo labor como missão soteriológica e segundo cânones de uma racionalização dos meios para a dominação do mundo. Ao contrário, concluiu o historiador, tínhamos a atmosfera telúrica de um gosto pelo comensalismo, pelas tradições e rituais, além da devoção à informalidade que confunde público e privado, todas herdadas do colonizador lusitano: "Em realidade não é pela maior temperança no gosto das riquezas que se separam espanhóis ou portugueses de outros povos, entre os quais viria a florescer essa criação tipicamente burguesa que é a chamada mentalidade capitalista. Não o é sequer por sua menor parvificência, pecado que os moralistas medievais apresentavam como uma das modalidades mais funestas da avareza. O que principalmente os distingue é, isto sim, certa incapacidade, que se diria congênita, de fazer prevalecer qualquer forma de ordenação impessoal e mecânica sobre as relações de caráter orgânico e comunal, como o são as que se fundam no parentesco, na vizinhança e na amizade." (Holanda/1995, p: 137). Na caracterização de claros

contornos negativistas, tendo como parâmetro o agente empreendedor anglo-saxão (ver Souza/1999, p: 33), o autor identifica entre os descendentes dos povos latinos na América a subserviência do negócio ao ócio:"[...] no capítulo inicial [...] tratara eu do que julgara típico de certa 'mentalidade ibérica', cuja herança preservaríamos, e que nunca deixara naturalizar-se entre povos hispânicos o aprêço moderno à atividade utilitária: entre êsses povos, como entre os da antiguidade clássica, importaria antes o ócio do que o negócio. Mais tarde procurei, de passagem, atenuar a formulação". (Holanda/1967, p: 04). Mesmo os bandeirantes paulistas, a princípio tendo comportamento afinado com uma mentalidade mais individualista e empreendedora, crucial no prolongamento das fronteiras da colônia portuguesa, não teriam demonstrado propensão, para fins de expansão econômica e de acordo com uma modelação objetiva das atitudes, à ruptura com a organicidade dos laços comunitários: "Apesar de todos esses esforços, vivia aquela gente entregue às suas paixões, dividida em parcialidades turbulentas e entregue muitas das vezes ao capricho de caudilhos (...)" (Holanda/1994, p: 143). Ao final, porém, de sua mais celebrada obra, *Raízes do Brasil*, Sérgio Buarque de Holanda percebe que desde a metade final do século XIX a formação nacional brasileira entrara numa situação inusitada, de "revolução". Espécie de encruzilhada cuja feição colocava a jovem nação diante ou do apego aos princípios das práticas cordiais, fulcradas nas tradicionais estruturas comunais e patrimonialistas ibéricas moldadas aos trópicos ou aventurava-se na versão igualmente tropical da despersonalização democrática anglo-saxônica, no compasso do desenvolvimento urbano-industrial, da ascensão da dominação legal-burocrática e do avanço da economia capitalista no país, com a inserção deste na divisão internacional do trabalho, fundada sobre a assimetria entre os centros industriais da modernidade européia e norte-americana e a grande periferia neocolonial.

Fizéssemos um quadro sintético, teríamos o seguinte. Se Weber fala de dentro da matriz européia da civilização moderna, revelando os encadeamentos que aproximaram as posturas racionais aos desdobramentos da Reforma protestante, do desenvolvimento do capitalismo como lógica de administração de carências e aquisição, da expansão dos princípios da eficiência e da precisão calcados na importância assumida pela quantificação nas práticas humanas e da dominação racional-legal com a consolidação dos Estados nacionais. Já Buarque de Holanda olha do outro lado do Atlântico, abaixo do Equador, os contornos sinuosos da expansão experimentada pela matriz da modernidade. A América lusitana é onde se encontram as mestiçagens entre hábitos seculares do Velho Mundo com outros pré-modernos de subjugados povos nativos ou daqueles trasladados até aqui para implementar lavouras ou explorações minerais que co-

participaram da primitiva acumulação capitalista. Enxerga ainda as muitas presentificações da Contra-Reforma católica. Mas observa a emergência conflitante de uma cena moderna em meio ao território viscoso da tradição comunal e patrimonialista. Em ambos pensadores há evidências de desconforto tanto com a universalidade moderna quanto com as idiossincrasias locais, de suas respectivas sociedades nacionais. Porém tal sentimento assume características distintas. Para Weber, trata-se seja do lamento em relação à manutenção entre os alemães de um espírito pouco sensível à competição e ao individualismo liberal, seja, por outro lado, do temor quanto ao confinamento da vontade às grades da "jaula de ferro" da razão instrumental. Buarque de Holanda teme os descaminhos dessa modernidade no país, na medida em que: "(...) essa revolução que transfere o centro de poder para as cidades corrói a cordialidade sem trazer consigo a civilidade que, ao menos a configuração clássica do moderno, parece exigir: polidez, diferenciação do público e privado, ética do trabalho. Esse desencontro é o 'trágico' de nossa situação" (Wegner/1999, p: 238). Enfim, para o historiador a [DTT1]modernidade aterrizaria entre nós, ainda assim, sem fazer vicejar um autêntico "espírito capitalista", impessoal e produtivista, exatamente porque permaneceríamos afeitos a obediência aos personalismos e ao acomodamento ao mundo. Fato emblematizado pela devoção ao ócio compartilhada desde as elites até as franjas da população nacional.

Por certo, a "tragédia" ou o dilema anunciado pelo autor de *Raízes do Brasil* inspirou muitos dos esforços políticos de transformar o Brasil em uma sociedade "moderna" e, sobretudo, acompanhou, como uma sombra fantasmagórica, os tantos empreendimentos de interpretar esse país. De um ponto de vista mais geral, trata-se da reflexão a respeito da maneira como compatibilizar a sociedade periférica à universalização dos valores e instituições da civilização moderna, tais como: Estado racional-legal, economia capitalista, família nuclear, individualismo, racionalização de meios e fins, diferenciação das esferas de valor. Como observa Jessé de Souza, a própria definição dos traços do "atraso" brasileiro recolhe muito dos seus elementos analíticos e normativos em Marx e Weber (Souza/1999, pp: 31-46). Para Souza, a influência teórica de um autor como Weber resultou na incorporação do tipo de evolucionismo estrutural presente à lógica explicativa do sociólogo alemão; assenhorada pelos nossos pensadores de maneira pouco crítica, a aura de superioridade que Weber confere ao racionalismo ocidental se naturalizou como limite na conceituação do "tradicional" e do "moderno", além de delimitar o horizonte do que seria o ideal de desenvolvimento socioeconômico, cultural e político. E, ao mesmo tempo, co-participou

para que fosse mitigado o problema em torno das escolhas culturais, a partir das quais perdas e ganhos são contingências embutidas na historicidade das sociedades (*Op. Cit.*, pp: 18-9).

A reavaliação da influência weberiana sobre as interpretações do Brasil, como a sugerida acima, interessa-nos pelo que deixa em encoberto. Já que as interpretações aliadas a determinada leitura da tal base canônica, mas que descartam a incidência da racionalização na dimensão dos afetos, mesmo aqueles acolhidos como pertencentes ao plano do ócio, torna incompreensíveis situações e movimentos como o fenômeno tomado como objeto aqui. Este contempla a consorciação entre segmentos da tradição colonial e da matriz civilizatória da modernidade e mesmo das radicalizações que apontam a uma "modernidade tardia" (ou pós-modernidade), a qual faz hoje a combinação entre ócio e negócio, como faceta de um concerto socioeconômico e cultural de fronteiras ampliadas. Falo do circuito de festas populares regionais, situações de congraçamento e diversão popular identificadas por referências regionais, as quais se vão constituindo em megaeventos de entretenimento e turismo inscritos numa economia do lúdico, numa combinação de *ethos* a princípio incompatíveis; entre aquele orientado pela otimização dos meios na perseguição de um fim e outro cujo sentido encerra-se no dispêndio não utilitário das energias e recursos, que dizer, no lúdico enquanto experiência que pode "nos introduzir no mágico do mundo das maravilhas, onde se celebra eternamente a hora do ter e se pode, de uma só vez, crescer ou diminuir ao sabor do prazer, onde o sentido mesmo do tempo se vai sacudindo e transformando e não está senão no se entregar com deleite ao sem sentido (...)" (Vignolo/1997, p: 32).

Nesses termos, o problema deste trabalho detém a seguinte feição. Poder-se-ia recortar a civilização moderna, também, como sugere Thompson (1998)[iii], enquanto sensibilidade e concerto social cuja institucionalidade interna as formas simbólicas inscritas nos esquemas de natureza tecnológica de veiculação das expressões humanas e nos circuitos de consumo ampliados. Consumo este regulado pelas agências empresariais amparadas na quantificação monetária e tendo o seu emblema estético e organizacional na ênfase depositada na evasão e na diversão, isto é, no entretenimento ou espetáculo. No processo aqui em foco o que interessa é o entrelaçamento, em meio a lutas e complementaridades, de subsídios ideológicos, repertórios simbólicos, materiais e recursos de poder vários, de acordo com uma dinâmica civilizatória na qual os elementos engendrados pela "grande tradição" da modernidade se encadeiam a outras tradições, entre as últimas, aquelas classificadas como "costumes do povo". Por grande tradição estou fazendo referência ao centro ou aos centros societais designados simbolicamente pela

autonomia em resolver situações de tensão vicejadas nas interações sociais, estabelecendo a partir dele (s) periferias sujeitas à reestruturação, conforme os cânones consagrados das "visões, concepções e regras autônomas" (Eisenstadt/1991, p: 51). Algo assim redunda na demarcação de fronteiras societárias, no interior das quais a estruturação e a interligação de agentes e fatores sustentam limites endógenos, entre outros, os da diferenciação na divisão do trabalho ou do trato com a racionalização das práticas ou o do controle das ações políticas. Quanto a grande tradição moderna, estaria marcadamente destacada pela tendência cosmopolita à ruptura, ou seja, pelas transformações permanentes e pela individuação, tendo por contrapartida o impulso à integração crescente em uma coordenação sistêmica da diferenciação simbólica e institucional. O dado intrigante está no fato de que as festas populares fazem contracenar justamente peculiaridades da grande tradição da modernidade com o tipo específico de reatualização de significados, a princípio, inscritos nos parâmetros de uma normatividade paroquial, comunitária. Isto ao se insinuarem como lugares de entrecruzamento do entretenimento e da cultura popular vislumbrada como "folclórica". Espaços no interior dos quais ocorre a definição das posições e negociações entre valores "tradicionais" e "modernos", "regionais", "nacionais" e "globais" pelos agentes aí agrilhoados, na interface com o agenciamento do mercado cultural mais amplo. Estou assumindo como premissa à abordagem deste enigma a existência de uma outra fronteira, o território da sociedade de consumidores, cujo escopo é o ambiente da globalidade[iv] tendo por universo simbólico a modernidade-mundo. A seguir, retomo as contribuições de Anthony Giddens e Renato Ortiz, com a finalidade de circunscrever meu argumento.

Para acompanhar algumas proposições antropológicas sobre a atualidade, diria de início que as iniciativas de "relocalização" e "retradicionalização" estão decisivamente moduladas pela linguagem da modernidade. Isto na medida em que a lógica de estruturação das relações sociais na modernidade consiste no trato com o "ausente", para o qual concorre o distanciamento geográfico e impõe-se tanto o esquema de sistemas peritos quanto a formalização ou codificação permanente das expressões. Ambos capazes de conferir estabilidade aos intercâmbios translocalmente situados, embora impliquem aqueles na transliteração dos móveis afetivos, históricos e simbólicos que povoam a experiência empírica do mundo da vida cotidiana:

> A experiência global da modernidade está interligada – e a influência, sendo por ela influenciada – à penetração das instituições modernas nos acontecimentos da vida cotidiana. Não apenas a comunidade local, mas as características íntimas da vida pessoal e do eu tornam-se interligadas a relações de indefinida extensão no tempo e espaço. Estamos todos presos às *experiências do*

> *cotidiano*, cujos resultados, em um sentido genérico, são tão abertos quanto aqueles que afetam a humanidade como um todo. As experiências do cotidiano refletem o papel da tradição – em constante mutação – e, como também ocorre no plano global, devem ser consideradas no contexto do *deslocamento e da reapropriação de especialidades*, sob o impacto da invasão de sistemas abstratos. A tecnologia, no significado geral de "técnica", desempenha aqui o papel principal, tanto na forma de tecnologia material quanto da especializada *expertise* social. (Giddens/1997,p: 77).

Por isso Giddens enxerga seja as características descontinuístas ou a intensificação do ritmo de mudanças da modernidade situadas hoje num escopo global, ou no ambiente da globalidade. Neste ambiente, a separação entre tempo e espaço, o desenvolvimento de mecanismos de "desencaixe" e a apropriação "reflexiva" dos estoques de saberes fazem-se em escala planetária. Com efeito, o tempo enquanto embutido nos ciclos sazonais de uma comunidade é esvaziado, mesmo se autonomiza; logo ocorrendo o mesmo com o espaço, à medida que a interação social passa a se dar com extensões indefinidas. Da mesma forma, instaurada uma situação de provisoriedade estrutural, condicionam-se às agências humanas e as instituições na busca do mapeamento da realidade e da construção de coerências identitárias reconhecidas como mutáveis e mesmo sujeitas à superação. Conseqüentemente, conclui o autor, as instituições são moduladas por mecanismos de "desencaixe". Isto é, o distanciamento implica: a) a existência de meios de intercâmbio ("fichas simbólicas") que circulem com independência dos que os mobilizam e b) em sistemas abstratos capazes de monitorar o ambiente denso/extenso onde circula a humanidade planetária, mas cuja legitimidade depende da excelência técnica ou do mérito profissional. Logo porque a "confiança" desponta como questão crucial num contexto de riscos e se articula à urgência com a qual a "reflexividade das ações" deve atuar sobre o controle dos fluxos constantes de dúvida. (Giddens/1991, pp: 12 e segs, 46, 59 e 175).

Ora, se a universalidade da modernidade aí implícita apresenta características históricas não coincidentes com as premissas ontológicas advogadas pelos artífices do Iluminismo, no entender de Ortiz é porque a modernidade-mundo consiste em *pattern* que envolve historicamente o âmago da diversidade do planeta com seus princípios matrizes – racionalidade, mobilidade e eficiência –, no compasso da globalização das relações, processos e estruturas sociais (Ortiz/1994, p: 57). Mas por compreender a modernidade como um modo de ser comungável enquanto estilo de vida, no rastro de um processo civilizador mundial, isto não significa para o autor a instauração de um absoluto ontológico ou uma totalidade sistêmica auto-referente. Sugere que a modernidade-mundo é parte de um articulado de forças hegemônicas no contexto globalizado centrípeto e desigual, e cuja flexibilidade advém da sua característica móvel de

adequar-se às circunstâncias, num movimento refratário às centralidades e à rigidez das fronteiras representativas das comunidades nacionais. Ao reconhecer as categorias do entendimento de espaço e tempo na contraface das condições coletivas, o autor propõe as noções de "transversalidade" e "atravessamento" a fim de apreender o espaço na modernidade-mundo como intrínseco a um modo de vida específico, mas se tratando este de uma espacialidade "transglóssica". Ou seja, constitui-se mediante o entrelaçamento de diferentes espacialidades decorrentes de histórias várias (Ortiz/1999, pp: 66-7). A primeira categoria descortina uma territorialidade cuja dimensão ampliada ocorre no instante quando "feixes independentes" mas igualmente interdependentes estão superpostos: "Essa perspectiva muda radicalmente nossa concepção de espaço, tradicionalmente vinculada ao território físico, seja a nação, sejam os limites geográficos das culturas" (*Op.cit.*, p: 65). A idéia de transversalidade sugere conseqüentemente um espaço configurado pelo atravessamento de múltiplos fatores e forças, muitas das vezes assimétricos e geradores de situações de tensão e conflitos, mas consubstanciadas em modalidades várias de reciprocidades:

> Nesse caso, local, nacional e mundial devem ser vistos no seu atravessamento. O lugar seria então o cruzamento de diferentes linhas de força no contexto de uma situação determinada. (...) situação definida objetivamente pelas forças sociais, portadoras de legitimidades desiguais, no seio da qual os homens atuam. Local, nacional e mundial se entrelaçam, portanto, de formas diversas, determinando o quadro social das espacialidades em conjunto. Este quadro irá variar segundo os contextos e, sobretudo, em função da prevalência, ou não, de determinados pré-requisitos tecnológicos e econômicos – a modernidade-mundo não se reduz ao movimento de "modernização" das sociedades, e sim o acompanha. Com isso, quero dizer que o nacional e o local são penetrados pela mundialização. Pensá-los como unidades autônomas seria inconsistente. Porém, como a base material da modernidade-mundo é desigual, e a expansão da cultura deve obrigatoriamente levar em conta a diversidade dos povos, sua conjunção só pode ocorrer como diferencial. O lugar é o espaço dessa diferencialidade. (*Op. cit.*, p: 65-6).

As concepções ancoradas no modelo de espacialidade da modernidade-mundo de Ortiz e a de estruturação reflexiva da modernização em Giddens viabilizam pensarmos os espaços físicos, históricos e simbólicos das festas enlaçados às forças simbólicas e socioeconômicas hegemônicas que os atravessam, mediante o implemento do mecanismo institucional do entretenimento e da economia do lúdico, na contraface dos novos aportes da acumulação do capital e das infraestruturas de diversão, comunicação e informação. Pois, como sugere Pierre Bourdieu, a definição sociológica dos lugares imprescinde de conectar os condicionantes físicos do espaço, como localização e posicionamento (considerando extensão, volume e superfície ocupada por um

indivíduo e/ou uma coisa), e o estatuto social da distinção naturalizado na espacialidade. Nesta última prevalece a lógica da posição em relação com (alto, baixo e entre, como hierarquias) e pela distância (de propriedades e recursos) relativa a outros lugares (Bourdieu/1998, p: 160). Quer dizer, os lugares estão decididamente relacionados aos contextos estruturados das interações sociais, nos quais há a distribuição assimétrica de oportunidades e recursos entre os indivíduos que perseguem aí fins. Para o argumento geral desta proposta, então, o encadeamento do mecanismo institucional do entretenimento é aqui reconhecido como exemplar da situação na qual estão articulados os sistemas abstratos com as práticas e símbolos a princípio identificados com as memórias locais/regionais e nacionais. Isto sem perder de vista a ressignificação em tela,por remeter ao alcance (ou atravessamento) transterritorial da situação na qual o movimento (o "fluxo" e o "desencaixe") define o estatuto e o regime sócio-simbólicos próprios da modernidade-mundo. Embora os perfis das transformações estejam de acordo com as especificidades assumidas nos diversos entrecruzamentos e no contingenciamento resultantes das desigualdades com interferência no maior ou menor alcance das conexões socioculturais. Há um aspecto ainda mais premente a ser destacado e corresponde ao entendimento da formação simbólica da cultura popular concatenada no percurso desta transformação social ampla. A especificidade do nexo cultura popular e lugar do entretenimento-turismo consiste, portanto, não tão-somente na configuração do espaço materializada nos locais, isto é, o produto cultural e turístico (a "atração") tomado em sua sincronia. Pretendo averiguar a processualidade em cujo interior ocorre a formação dos, para utilizar termos do universo do turismo, dados idiossincráticos dos lugares (nativos e cenários) em "recursos", e daí em produtos turísticos. Sendo estes ambientados em hierarquias cujas regras obedecem ao modo como o posicionamento dos seus elementos está estruturado no encadeamento das relações sociais. Considero a conexão ora estabelecida entre produções simbólicas populares referendadas em identidades regionais com a industrialização e o consumo de bens culturais e de serviços, mediante à integração no campo do entretenimento. Nesse sentido, o objetivo aqui é o de retomar o tema da cultura na sociedade-nação do Brasil, principalmente da cultura popular, não do ponto de vista da cultura nacional autocentrada no espaço geopolítico e simbólico do Estado nacional, com ênfase, porém, na processualidade intra e transocietal que também a define.

A sócio-gênese do conceito de cultura popular o descortina articulado com a problemática do nacional e na interface com a questão histórico-social e filosófica da identidade, como

formulado na matriz européia da modernidade, sob o invólucro dos estudos do folclore. No limite a problemática gira em torno das premissas sobre a particularidade e o isolamento entre as culturas de classe, além da cosmologia que irá fixar a distinção entre razão e afetividade (Ramos/1949, pp:13-28, Fernandes/1978, pp:49-56, Ortiz/1992, pp:11-75). No contexto latino-americano tal matriz revelou-se fonte incessante de contradições, na esteira do dilema intelectual e político de como fazer os países da região ingressarem na dinâmica de rupturas da modernidade, estando banhados na tradição (Canclini/1983, p: 12; Ortiz/1984, pp: 36-44; Franco Júnior/1991, p.:18 e Vilhena/1997, pp:39-73). No Brasil das últimas décadas, as transformações que acompanharam, simultaneamente, as modernizações sócio-política, cultural e capitalista do país trouxeram também um novo impasse ao olhar sobre a cultura popular. Os dilemas conceituais advêm da "confusão" que parece se pronunciar na mixagem entre o que tanto se mostraria como acaçapante do popular, pela atuação dos mecanismos institucionais de industrialização do simbólico, quanto pela interseção de ambos, justamente nas modalidades identitárias formadas a partir dos entrecruzamentos entre símbolos e práticas significativas até então inseridas nos nichos estanques dos níveis culturais[v]. No entanto, penso que a "confusão" é o efeito lente teórica usada pelos intérpretes e essa condiz com uma tradição nacional, que recolhe naquilo identificado como o popular o fundamento da originalidade brasileira, no que haveria de lhe mais autêntico.

Tomo a liberdade para um breve e não exaustivo trajeto digressivo, com a finalidade de descortinar minha hipótese. Afinal, pelo menos como problema sócio-histórico, as referências e as reflexões sobre a cultura popular atravessaram este século, estando engatadas à história mesma da formação brasileira, enquanto ingredientes aos dilemas a respeito da definição do ser nacional (ver Cavalcanti/Barros, Vilhena, Souza e Araújo/1992, pp: 107-109) e igualmente aos questionamentos em torno tanto da estrutura como da organização sociais vigentes e das transformações em ambas operadas. Os debates se ocuparam, em última instância, do popular enquanto parte de uma tradição e caráter nacionais brasileiros diante do desenvolvimento do processo social no qual davam-se as peripécias de uniformização de uma sociedade e Estado-nação multiétnico e "semitradicional', situado na periferia da divisão internacional do trabalho da economia capitalista. Sociedade-nação que procurava integrar-se industrialmente, modernizando suas forças e relações produtivas e aderindo a um padrão de regulação política e civilizacional "moderna", de acordo com os cânones da hegemonia cultural européia e norte-americana. O

dilema dizia respeito às condições sobre as quais tal projeto dar-se-ia. Para retomar a sintética visão de Roger Bastide (1969), no bojo das muitas incursões do pensamento social brasileiro delineava-se um país de "contrastes", sobretudo agrário, regionalizado, composto de grupos humanos bastante heterogêneos e dispersos, em sua maioria analfabetos e em muito tendo por referências para os seus hábitos um padrão cultural *folk*, com suas matrizes forjadas no regime e sociedade coloniais.

À luz de uma base teórica, cujo olhar sobre a sociedade nacional a reconhecia dentro de uma totalidade determinada pelo capitalismo, como processo internacional e regime de controle social da produção/reprodução material da vida e dominação classista, no aporte de muitos cientistas sociais daquelas gerações havia a percepção da complementaridade e do afrontamento entre a modernização e a conservação no país de um estatuto rural e patrimonialista e colonial com seu panteão de valores e costumes. Havia, contudo, uma certeza compartilhada: a supremacia da sociedade urbano-industrial de massas sobre a agrário-oligárquica resultaria no desaparecimento de costumes herdados do período colonial. Já que se insistia tanto na tese de que um padrão efetivo de intervenção "racional", notadamente o industrial-produtivista, quanto na integração societária nacional, na contraface da maior diferenciação e estratificação sociais, incompatibilizar-se-iam com a permanência dos costumes identificados a outros modos de vida, produção e conduta, além das também diferentes estruturas de raciocínio e psíquico-afetivas, não relativas a um estágio plenamente secularizado de civilização moderna. A permanência da tradição será gradualmente então reconhecida como resultante da contradição inerente ao desenvolvimento do capitalismo no Brasil e manifestação da maneira como esse sistema produz suas próprias negações, no caso os bolsões marginais encravados no cenário da modernidade urbana. Quer dizer, as motivações para os enfretamentos eram identificadas na convivência entre diversas "idades históricas" e *ethos* na desarticulada e desigual sociedade brasileira, temática essa que marcou a sociologia e antropologia elaboradas no país entre as décadas de 50 e 60 – e 70 (no caso dos estudos antropológicos)[vi]. Ancorado, portanto, em um projeto de integração ampla da sociedade nacional, um dos vértices deste prisma teórico-analítico, e por que não dizer político, acolheu a questão da cultura popular, no instante em que incorporou temas reconhecidos como étnicos e folclóricos, à maneira do carnaval, religiosidade popular, entre outros (Peirano/1992, p: 86-7).

A década dos anos setenta trouxe à reflexão sociológica o cenário sociocultural instaurado com a inserção do país na fase tardia da acumulação capitalista. As conseqüências para o debate sobre a cultura popular no país foram sensíveis. Porque emerge dupla desconfiança em relação às novas modalidades de consenso estabelecidas na sociedade. Pois se, de um lado, pesara sobre elas a suspeita de atuarem na atomização dos sujeitos sociais e na desestabilização dos contextos culturais, por outro, a mesma dinâmica de industrialização do simbólico visaria, depois, capturar os fragmentos nas totalizações autoritárias – homogeneização – promovidas nos desempenhos técnicos e comerciais das industriais culturais. Creio estar aí o momento inicial da percepção de algo que deixava de ser uma tendência, a saber, o crescimento, disseminação e popularidade das instituições de comunicação social comerciais, agentes do entretenimento, vinculadas à lógica do excedente e do lucro. Exulta-se, com efeito, a acolhida por intelectuais brasileiros do conceito de Adorno e Horkheimer, para checar a problemática da "cultura de massas" no Brasil[vii]. Mas há diferenças decisivas entre os objetos de brasileiros e dos alemães. Vejamos. No entender de ambos frankfurtianos, a "indústria cultural" caracteriza-se pela absorção imediata das partes por uma totalidade aviltante, forçando a composição de uma unidade em si mesma espúria, tendo em vista decorrer da socialização imposta pela racionalidade da técnica e do mercado (Adorno e Horkheimer/1987, p: 114). Os autores entendem que a esfera do simbólico é capturada e dessubstancializada no movimento que a uniformiza enquanto valor mercantil de troca, em direta dependência para com a força social exercida pelo capital monopolista. O "espírito" (a cultura), o imaginário confundem-se assim com a realidade, não à maneira da acalentada promessa de reencontro entre as coisas e os sentidos, mas no efeito da ideologia de equalizar as diferenças, suprimindo as contradições; o totalitarismo da ordem monopolística do capital violenta (ao aliená-la) a particularidade, envolvendo-a no bloco monolítico da dominação, esfumando a alternativa de qualquer outra realidade que não a concretizada na materialidade do mundo urbano-industrial capitalista. Nesse sentido, ainda dizem os autores: toda paisagem humana está funcionalmente integrada no projeto de dominação, pois os imperativos da ordem produtiva da regulação fordista impõem-se ao "valor de uso" dos bens. À categoria de popular passa a corresponder o emblema da estandardização, atrelada assim ao planejamento da produção de não-materialidades significacionais voltadas ao "consolo" (reiterante/repetitivo) de audiências consumidoras, no ritual de constituição de consensos a partir de um modelo unilateral de identificação. Tratar-se-ia da mistificação de "tornar tudo semelhante a tudo"; os prédios de

apartamentos programam a individualidade, à maneira dos estilos no interior da indústria fonográfica. Afinal, afirmam: "A vida no capitalismo tardio é um contínuo rito de iniciação. Todos têm que mostrar que se identificam com o poder de quem não cessam de receber pancadas" (*Op. cit.*, ibidem). Por isso a chamada "cultura de massa" é o alvo das críticas de Adorno e Horkheimer. Condenam a defesa desta, por aqueles que reivindicam sua qualidade democrática, isto é, "a cultura feita pelas e para as massas". Eles enxergam no slogan um ato de mistificação que aproxima elementos díspares, incongruentes entre si, já que os níveis erudito (individual) e popular (coletivo) da cultura estariam fundidos e não superados em suas determinações, no caso as assimetrias entre as classes sociais. Então, o que se elidiria seria a diferença que particulariza um e outro. Concluem que a "cultura de massa" se mantém como representação dos interesses privados do grande capital, desprovida de qualquer tradição, sustendo-se na divisão hierárquica do trabalho entre produtores manuais e atividades de concepção, além de segmentar amplas parcelas da humanidade, alocando-as como platéias passivas. Do ponto de vista da estética, a utilização abusiva de ingredientes sensualistas no formato das produções da "cultura de massa" obedece para eles ao critério único de fascinar o espectador pelo "*glamour*", forçando-o a identificação com aquilo que lhe é estranho, repressor e opressor. Nesses termos os autores sintetizam o entretenimento ou a cultura de diversão.

Em se tratando da América Latina, a incorporação do tema da cultura de massas ao estudo das estruturas e dinâmicas sociais percorreu uma trajetória distinta daquela realizada pelos frankfurtianos, pois, como observa Octávio Ianni, a conjugação inusitada de traços europeus aos africanos e nativos fez do continente um "labirinto de possibilidades e impasses" (Ianni/1993, p: 12). A um só tempo, tem-se a cena barroca de mesclas variadas entre elementos diversos, mas também a encruzilhada onde a ocidentalidade desencaminha-se e o real e conceito apartam-se. A modernidade – sendo o *status* do mais contemporâneo da ocidentalização expansionista – desfigura-se num projeto a meio caminho nesse espaço de muitos tempos bricolados, próximos e estranhos, moderno e ainda assim não-contemporâneo. A problematização da tradição de rupturas da modernidade, no solo latino-americano, ganha contornos distintos daquele visto entre os europeus, em razão da outra irremediável tradição autóctone de contemporizar o passado com o delírio do futuro redentor. A questão do popular detém destacado papel na discussão dessa insólita identidade, principalmente quando inserida nos projetos nacionais modernizadores que varreram o continente ao longo deste século. O caso brasileiro – que realmente interessa aqui –

ilustra os efeitos dessa tradição de conciliação sobre o papel desempenhado na ação militante de elites artístico-culturais comprometidas com a proposta de sintonizar o país com o "relógio" da modernidade e redefinir o significado da dimensão popular de sua sociedade. As gerações de modernistas que se sucedem desde a década de vinte constituem referência obrigatória, quando o tema é a coordenação entre cultura popular e nação, sempre tendo por sombra o espectro da modernidade. Faço uma síntese breve e sem maiores pretensões de aprofundar os diversos planos e aspectos inerentes à temática da cultura popular no país – a qual mereceria uma tese, na área de sociologia do conhecimento.

Um curioso jogo especular singulariza a situação. Sem dúvida o modernismo retoma e dá continuidade a diversos princípios seja da matriz romântica européia ou da versão brasileira do mesmo romantismo. Dá-se renovada continuidade à trajetória de construção do nacional, porém evidencia-se também decisivo corte: o desejo pelo nacional brasileiro fomenta o resgate tanto do patrimônio colonial (o acervo barroco), quanto da abertura para o folclore popular. Isto faz diferir modernistas e românticos, pois a legitimação do popular implica no reconhecimento e inserção na memória da nação dos conteúdos africanos e suas mestiçagens com a herança ibero-católica e indígena. O deslocamento de valores é notável. A idealização já não mais pode ilidir, em nome do imperativo de pureza civilizacional, aspectos prosaicos, sensuais, miscigenados ao longo dos séculos no Brasil ou ainda obedecer à eugenia da limpeza racial que marcou os estudos de Nina Rodrigues sobre os negros, por exemplo. É nesse sentido que se estabelecem as condições ideológicas à viabilidade de consagração da nova imagem do popular, desde agora eleito o fulcro do autenticamente brasileiro. Em relação à lógica de classificação dos segmentos sociais populares, e por extensão à sua cultura, observa-se aguda transformação. Pois se, como salienta Eder Sader (1981, pp: 41-51), o pensamento social da Primeira República (como aquele de Alberto Torres) consagra a imagem das classes populares heterogêneas étnico-racialmente nas suas sociabilidades, o que se acreditava impedia a construção de um "ideal coletivo", as diversas facetas do modernismo tomam a variedade do popular como manifestação de um mesmo bloco étnico-social. O misticismo, a impregnação do grotesco e da sensualidade, a malícia e informalidade, todos são agora recolhidos como ingredientes fundamentais do "espírito" e da identidade nacionais, porque originários do povo (a plebe sincrética depositária das nossas "origens"). Um novo estatuto simbólico-ideológico começa a redefinir o que é ontologicamente "próprio" e "alheio" ao ser nacional brasileiro. O que evidenciasse desacordo com esse modelo

antropológico estava doravante, diria, "alienado" da realidade brasileira. Segundo o evolutivo modelo de modernização baseado no eixo de integração das partes ao todo, a categoria do popular equivale, desde esse instante, ao termo análogo do propriamente nacional – para os modernistas, o caminho único à universalidade (Moraes/1978, p: 52). Isto é, englobando o folclórico como vestígios do passado, passa o popular a equivaler ao irredutível conjunto de valores primordiais dotado de suficiente densidade simbólica para fazer reconhecer a brasilidade enquanto totalidade cultural e parte decisiva da "consciência nacional" (Moraes/1992, p: 78).

Coubera a facções da elite cultural a tarefa de articular – mediante a racionalidade discursiva fornecida pelo folclore – as dispersões "primitivas" das expressões heteróclitas nessa totalidade cultural brasileira e daí à utopia moderna, via projeto nacional. Vanguardas culturais e políticas no país constituem alianças corroborando a mesma visão organicista de sociedade, para a qual o Estado centralizado é tomado como o fundamental demiurgo (Oliveira/1980, pp: 42-3). Aqui se iniciam as dificuldades do modernismo, principalmente com a categoria de cultura popular e às práticas reais sintetizadas pelo conceito. A posição dos seus participantes no conjunto da sociedade brasileira, naquelas circunstâncias históricas, deixava em situação claudicante o movimento modernista. Mesmo que correspondendo a um agregado de interesses e métodos bastante heterogêneos, é possível referir-se a um movimento em razão do mesmo ímpeto de sintonizar os trópicos brasileiros com os imperativos das vanguardas artísticas. Logo comungavam de semelhante mentalidade iluminista, para a qual a entidade institucional do intelectual tem nas mãos a missão de modernizar o país, integrando-o no compasso de um projeto nacional único. Ora a premissa de uma política cultural nacionalizante coabita este universo ideológico e terá, por isso, fundamental papel na reordenação institucional instaurada com o advento da Revolução de Trinta e no decorrer da Era Vargas. Etapa na qual, embora adaptadas ao exercício do poder estatal, as perspectivas dos diversos manifestos artístico-culturais modernistas serão operacionalizadas no interior da política cultural da versão centralista de Estado (Schwartzman, Bomeny & Costa/2000, pp: 27-33).

O programa dos modernistas brasileiros defendia a articulação entre técnica cosmopolita e tradição popular, enxergando nela o elemento dinamizador de uma utópica Idade Moderna para a vida brasileira. A apologia da modernização do país é saudada, ao mesmo tempo em que é feito o reconhecimento da força da tradição entre nós. É como se inversamente à concepção de Tönnies, "comunidade" e "sociedade" estivessem aqui consorciadas com o futuro, graças à mediação do

nacional-popular. Logo, não há cisão entre a coisa e sua mimese; a totalidade não é assim uma quimera, em vista do fato de que a parte (arte-cultura), quando voltada para o nacional, ganha organicidade no todo envolvente e lhe inerente. A intenção está próxima ao que a literatura de inspiração gramsciana chama de "hegemonia", isto é, a constituição de um construto ideológico capaz de articular a complexidade de instâncias da formação social nacional, conferindo uma coerência estratégica de coesão sociocultural e mobilização com vista a um projeto político de construção de uma vontade política nacional-popular (ver Ortiz/1980, pp: 56-60). Certamente a tarefa de construção da hegemonia na sociedade tem de ser exercida pela ação dos grupos dominantes (detentores do excedente material e simbólico). O novo elemento que fará a mediação entre intelectuais, adeptos de um projeto nacional, e o popular ressignificado, é justamente a redefinição do Estado no país, após a ruptura do pacto oligárquico e a reforma institucional possível com a Revolução de Trinta. Por conseguinte, ao se deixar envolver pelo novo aparato político-institucional organizador do Estado no pós-1930, essa elite cultural tomou posição algo ambígua, já que agora obtém determinada autonomia, mas dentro da razão estatal de teor nacionalizante. É bem verdade a existência nesse momento de uma franca afinidade ideativa entre muitos dos intelectuais e o ordenamento estatal do poder. É verdade também que os anseios de modernidade estão submetidos aos desígnios das alianças entre facções de classes sociais que agenciam seus interesses no âmbito do Estado. E é por este canal que a questão do popular percorrera os caminhos do seu ajuste à montagem da "imaginada" totalidade simbólica nacional. São exemplares as medidas tomadas no sentido de padronizar lingüisticamente o país, valendo-se para tanto de uma pedagogia exercida através do sistema unificado de ensino, visando a eliminação das minorias étnicas e da ascendência dos regionalismos sobre o nacional.

O período que se estende dos anos trinta à década dos sessenta compreende, portanto, a consolidação tanto desta mentalidade nacionalizante, quanto consiste na fase de reacomodação conceitual do conjunto temático das manifestações culturais no país. Notadamente, são acomodadas em novas bases aqueles símbolos e práticas significantes sociologicamente ambientadas entre os segmentos sociais subalternos. São esses reconhecidos, e caricaturados, como o "povo"; suas expressões simbólicas interadas à memória nacional como fundamentos "genuínos" do ser social e da "cultura brasileira". Impreterivelmente atrelado ao crivo do Estado e da sociedade nacionais, o problema conceitual da cultura popular recebe uma forte carga étnica, afinal o tema da miscigenação ganha vulto na contrapartida à instituição da "democracia racial", ao

estar fundada naquele amálgama paradigmático legado do passado colonial por negros, portugueses e índios, como ensina a fórmula mítica de Gilberto Freyre (Matta/1978). Porém o amálgama das práticas e símbolos subalternos ao sentido de nacional, mediante o conceito de cultura popular, contém ainda uma gama de fatores que, a um só tempo, fazia encerrar um ciclo, definia outro emergente, mas também apontava para um futuro no qual entraria em aporia as premissas centrais do ciclo nacional-popular. Se o grupo social da nova facção da elite artístico-cultural encontra espaço para intervir na realidade social, visando dirigi-la segundo os critérios que julgavam corretos e mais próximos da verdade (Candido/1975, p: 235), este espaço institucional os compromete com o poder estatal. Nessa operação, o popular – como valor – adquire determinada legitimidade cultural, contudo vê-se embutido na agenda de uma política cultural orientada pelo ideário da homogeneização, igualmente nacionalizante e populista, como parte do ajuste ideológico numa sociedade se inserindo numa regulação do vínculo social pela instituição da unificação dos mercados e pelo consumo de massa, fator cada vez mais ampliado nas décadas seguintes.

Aqui se introduz um novo ciclo na problematização da categoria de cultura popular, à luz da questão da modernidade no Brasil. Os anos cinqüenta são, ironicamente, o princípio das hesitações diante de uma heterogeneidade popular larga demais para a estreiteza da ideologia monoidentitária do programa cultural do populismo. Pois o ápice do nacional-popular, na figura do grupo nacional desenvolvimentista dos isebianos e sua defesa empedernida do caráter "autêntico" brasileiro, marca o limiar de uma desagregação. Afinal os membros deste grupo pensavam que o combate às formas "alienantes" se daria em dupla fronte. Ou seja, no plano externo, contra as investidas do imperialismo cultural, exercido pelos Estados Unidos; no interno, tratar-se-ia de incompatibilizar a natureza progressista de uma pedagogia a ser desenvolvida, mediante a cultura popular, sobre o folclore, já que este diria respeito à permanência da tradição e dos vícios rurais de um passado colonial (Navarro/1997, pp: 41-60). O projeto do Centro Popular de Cultura da Une, sintetizado na concepção de seu ideólogo principal, Carlos Estevam Martins, se precipita como algo exterior a arte popular, quando a desqualifica como "tosca" e presa aos imperativos da mera distração. Como antídoto propõe uma arte revolucionária, educativa, elaborada com a interferência do intelectual de esquerda, afinado com os imperativos da urbano-industrialização (Oliveira/1992, pp: 72-3).

Vejo este redesenho semântico da cultura popular na contraface de um conjunto de mudanças estruturais nas dimensões inter e intra-societais que se ia implementando. A principal, para os objetivos deste trabalho, diz respeito à crescente reorganização da cultura promovida pela sua transformação em bens de entretenimento, proporcionada ao lado da sua, também em expansão, circulação em um mercado ampliado do simbólico. Contudo, o caminho tomado pela interpretação da mudança sociocultural aludida esteve comprometida com as oscilações endógenas ao debate sobre o popular-nacional, no mesmo período do modernismo à década dos sessenta. Isto porque o tema da cultura popular vai percorrer esse período assumindo contornos nem sempre tão conciliatórios, já que fazia contracenar posicionamentos antagônicos entre os guardiões da cultura brasileira. Vejamos. Os modernistas da primeira geração pensaram a cultura popular do ponto de vista do nacional, avesso aos regionalismos que se centravam em forças sociais consideradas por seus porta-vozes "arcaizantes" política e culturalmente. Ao contrário, embora ocorram na mesma década de vinte – em 1926 –, surge em Recife *O Manifesto Regionalista*, assinado pelo então jovem antropólogo Gilberto Freyre. Contra uma pretensa universalidade nacional – orientada para o progresso – (defendida pelos modernistas e populistas), o teor desse manifesto, e da seqüência dos argumentos do autor, estará comprometido com a afirmação do regional e da tradição em geral. Despreza, sobretudo, a disseminação no país – a partir do Centro-Sul, hegemonizado pelo eixo Rio-São Paulo – de hábitos e mentalidades identificados com uma modernidade irradiada da sociedade burguesa e industrial dos Estados Unidos. O alvo das críticas estava na incorporação pelas burguesias e classes-médias citadinas dos signos de uma civilização em nada afinada com os valores da materialidade gerada nos trópicos, sobretudo nordestinos, desde a Era dos engenhos da cana-de-açúcar: "De modo particular, nos Estados ou províncias, o que o Rio ou São Paulo consagram como 'elegante' e como 'moderno': inclusive esse carnavalesco Papai Noel que, esmagando com suas botas de andar de trenó e pisar em neve, as velhas lapinhas brasileiras, verdes, cheirosas, de tempo de verão, está dando uma nota de ridículo aos nossos natais de família, também enfeitados agora com arvorezinhas estrangeiras mandadas vir da Europa ou dos Estados Unidos pelos burgueses mais cheios de requififes do dinheiro." (Freyre/1976:56-7)[viii].

O contexto nacional brasileiro dos anos cinqüenta, no entender de Freyre, representava os desdobramentos da civilização semeada nos sobrados, que para ele são os signos da ascendência do poder da cidade sobre o campo, do Estado centralizado sobre o poder dos senhores de engenhos. A defesa feita pelos "progressista" – fossem esses os alinhados à filosofia do ISEB ou os filósofos, historiadores e sociólogos sediados na USP, ou ainda os liberais – da

industrialização brasileira, estaria, portanto, numa mesma linha de filiação ideológica e cultural modernista. Por isso, Freyre se volta para o popular-urbano figurado em suas origens, ou seja, nos mocambos onde se concentrou a população pobre de Recife (Freyre/2000). Na pobreza estaria algo de mais "autêntico", porque a totalidade cultural formada se conformava na adaptação criativa das pessoas ao meio ambiente tropical. Nesse instante, Freyre inaugura um outro viés no confronto "tradição" versus "modernidade" no Brasil, reordenando a categoria de cultura popular. No limite, seu argumento separa esta última da relação com o que para ele era demonstrativo da homogeneização, isto é, a própria modernidade; a "gente do povo" e seu apego aos símbolos e práticas rituais passam a figurar uma totalidade cultural irredutível e mesmo antagônica ao cenário das grandes avenidas e fábricas, enfim, de toda sofisticação da civilização urbano-industrial. O Brasil de fato, afirma, reside na simplicidade da vida comum regional, jogada na periferia (material e simbólica) da sociedade nacional.

Olhando a trajetória até aqui percorrida, constata-se que os primeiros modernistas e Gilberto Freyre advogam a mesma defesa do popular como raiz da brasilidade. Porém aqueles têm em mente um popular moderno, apoiado numa unificada ordem nacional, ajustada à universalidade do progresso. Freyre hasteara a bandeira de um ser particular, na qualidade regionalista, que o subtraia dessa mesma universalidade. É a cultura popular o foco dessa qualidade. Estão postos aí os elementos do debate travado doravante, dentro do qual a "casa" e a "rua", "burguesia" e "classes populares", "povo" e "elite", "holismo" e "individualismo", "bairros sofisticados" e "periferias" comporão termos de uma dicotomia lógica e ideológica encravada no horizonte da sociedade-nação do Brasil. Mesmo entre os membros do movimento folclorista, ativo no reconhecimento do folclore enquanto parte de uma "tradição móvel" (ver Vilhena/1997, p: 275-6). Ainda assim, samba, futebol, candomblé, feijoada, literatura de cordel, forró e tantos outros símbolos da "gente do povo", estarão atravessados pela mesma disjunção. Ou seja, facetas sincréticas de nossa modernidade conciliada com a tradição ou provas cabais da resistência (ou conservadorismo) da brasilidade, na moldura de alteridade ante ao domínio de uma modernidade alienígena[ix], fruto de uma expansão colonial do Ocidente. Se a cultura popular, desde já, vê-se, está categorizada no escopo de um nacional absoluto, sua localização obedece ao imperativo de comparecer como resíduo de um outro tempo distinto do moderno, do urbano-industrial. Embora, no teatro das relações sociais, muitos dos símbolos e práticas iam à direção de um novo jogo de forças, que as aproximava do comércio de entretenimento para amplos públicos.

Ao reconhecer serem esses os condicionantes de muitas das reflexões sobre as realidades do popular no Brasil, trata-se portanto do horizonte responsável pela preocupação do pensamento social (e acadêmico) com os efeitos nocivos da mesma "cultura de massa", ou do espetáculo, na virada das décadas de sessenta e setenta. O uso do singular para referir-se ao popular tem sua contrapartida na atitude de muitos dos analistas que tomam a cultura popular como um bloco único contraposto à "cultura industrial". E se nos escritos de Adorno sobre a música vinculada à diversão, cultura popular e cultura de massa são expressões sinônimas, no contexto brasileiro, ambas as categorizações têm sido mantidas como descritivas de realidades distintas e, em grande medida, equivalem a termos ainda inconciliáveis. Penso que o esforço de distinção traduz o anseio diante daquilo apreendido enquanto a degradação do popular em instrumento comercial de entretenimento; seriam exemplos, a transformação de manifestações do "povo" em mero espetáculo de exotismo folclórico, com intento de comércio turístico, ou a sua mutilação visando a inserção no circuito mercantil do consumo e das mídias eletrônicos audiovisuais. Detectava-se, nas primeiras reflexões sobre a industrialização do simbólico no Brasil, o fato de que o jogo de forças concentradas na direção de uma totalidade abrangente, menos restrita ao país e mais submissa ao poder das estruturas capitalistas da cultura, passava cada vez mais a substituir o Estado nacional na decisão sobre os destinos das tradições culturais das classes subalternas. A aceleração do movimento migratório na direção dos grandes centros urbanos do Centro-Sul (São Paulo e Rio) e a integração da sociedade, com influência sobre as comunidades agrárias, agilizariam as mudanças em curso. Mas a transformação era atribuída à suprema importância do lugar ocupado, desde o fim dos anos sessenta, pelas telecomunicações, cartografando e interligando o Brasil, enquanto totalidade; entre todos os veículos, a televisão seria o carro-chefe do processo homogeneizador.

Sem dúvida, as inferências do sociólogo da comunicação Muniz Sodré são as que melhor traduzem o olhar que, naquele momento, enxergava o avanço da "cultura de massa" manipulando os símbolos e manifestações lúdicas/religiosas populares. Entre outros, o livro publicado em 1972, em razão do pionerismo, *A Comunicação do Grotesco*, é por certo o mais elucidativo. A hipótese geral do seu argumento é o de que, atravessadas pela ampla e heterogênea situação da recepção, as "indústrias culturais", com o objetivo de atingir a todos, procuram "tratar como homogêneos fenômenos característicos de apenas alguns setores da sociedade". Isto, acrescenta Sodré, redundaria na busca de um "suposto denominador comum" presidindo a elaboração da mensagem,

já que o critério quantitativo do "quanto maior o público, maior o sucesso" repercute sobre o êxito das produções da "cultura de massa" (Sodré/1972, p: 62). Descrevendo nos seus próprios termos: "Os veículos de comunicação implicam num consumo passivo, estando por isso mais diretamente ligados ao lazer e à disponibilidade de tempos mortos na vida do homem contemporâneo. Fornecem uma idéia mais precisa da força de evasão episódica no interior da cultura de massa. E não deixam dúvidas de que por trás do racionalismo de Apolo e do arrebatamento de Dionísio se encontra o olho comercial de Hermes." (*Op.cit.*, p: 09). A par dessa proposição, Sodré procura dar conta da ressignificação operada na caracterização grotesca das matrizes populares, quando inseridas nas produções culturais industrializadas – revistas (Manchete) e alguns programas de auditório televisuais da época (Chacrinha e Dercy Gonçalves). Conclui então que, os cânones aberrantes do grotesco aparecem na "cultura de massa" como manifestação da angústia do homem desenraizadamente solitário das metrópoles modernas, porém são oferecidos como "espetáculo compensador" (*Op. cit.*, p: 38). O seu sentido seria o de mobilizar as audiências atomizadas, já que obriga o reconhecimento por parte do espectador dos signos "simplistas", postos a serviço da retórica da mensagem (*Op.cit.*, p: 77), e as pessoas a identificarem-se com o espetáculo catártico, frente ao qual "ri do alto de sua pretensa superioridade" (*Op. cit.*, p.:39). Em síntese, o popular degradar-se-ia num "mito" adequado às exigências político-econômicas e ideológicas do sistema comercial de comunicação e cultura[x]. Apesar da nítida inspiração no estruturalismo semiológico de Roland Barthes, a noção romântica de "alienação" detém posição estratégica no argumento. Há nele o lamento pela decomposição de uma totalidade cósmica e orgânica dentro da qual as coisas estariam possuídas de plenitude ontológica. Daí decorre a crença na degeneração do popular em artifício espetacularizante, sem qualquer vínculo efetivamente sentimental com uma ancestralidade exemplar ou com o ambiente cotidiano das experiências. Ter-se-ia a substituição do "real" – garantido pela relação intersubjetiva – naquilo que hedonisticamente havia se tornado acessível no frustrante dado efêmero do espetáculo[xi].

Importa aos objetivos deste trabalho reconhecer que dois aspectos merecem ser ressaltados nessa versão dada ao problema da cultura popular, com evidentes conseqüências sobre o modo de conceituá-la. De um lado, a percepção de que um novo conjunto de forças sociais que age violentamente na transformação da sociedade nacional, baseada na assimetria de poder entre as classes sociais no país. Ou seja, o comprometimento dos segmentos burgueses, e de facções das classes médias urbanas, com o projeto de desenvolvimento capitalista exercia pressão desfigurando, anulando, as expressões simbólicas das classes dominadas. Por outro, contudo,

havia a lucidez de que o processo não envolvia tão-somente uma dinâmica de alienação, mas a concretude inédita tomada pela correlação de forças na qual o Estado e os conglomerados empresariais da iniciativa privada dispunham-se a soldar o espaço nacional, subordinando as partes numa totalidade funcional, impondo-se também como dominação cultural nos rastros de uma hegemonia (Ortiz/1979, p: 69)[xii]. O problema estaria no novo fator agindo decisivamente para uniformizar consciências, segundo os ditames da modernidade capitalista. Em vista de tal situação, os valores regionais, e mesmo nacionais "autênticos", conheceriam a extinção, isto à medida que a cultura passava a estar a cargo das indústrias culturais, orientadas pelas leis concorrenciais do mercado capitalista de "expansão máxima do público" (Miceli/1972, p: 40) e, a um só tempo, constituindo e sendo constitutivas do mercado de bens simbólicos ampliados, que se forma em conjunto com o capitalismo tardio dependente no país. Obedecendo dessa forma ao mesmo diapasão histórico das sociedades organizadas pelo mercado, as industrias culturais estariam atingindo a primazia como agente gerenciador da memória social em diferentes instâncias da sociedade urbano-industrial brasileira. Em vista disso, na primeira metade da década de oitenta, Sérgio Miceli sintetiza a qualidade do poder simbólico imanente a essa estrutura social e ao modo de organizá-la, tendo por núcleo o consumo de bens, sobretudo os simbólicos: "Apesar de a sociedade industrial de consumo estar fortemente concentrada nas regiões sudeste e sul do Brasil, conforme demonstram exaustivamente as evidências disponíveis a cerca da distribuição regional da maioria dos bens culturais, e de persistirem as disparidades de renda entre regiões e grupos sociais, a indústria cultural brasileira vem contribuindo decisivamente para o processo de unificação do mercado de bens culturais ao fazer as vezes de um "sistema de ensino paralelo" e ao expor os setores sociais subalternos a veículos e mensagens em certa medida desagregadores de seu repertório original de linguagem, valores e significação." (Miceli/1984, p:24).

No âmbito intelectual do debate da cultura popular, para alguns intérpretes, a primazia concedida à industria cultural e à cultura de massas no conjunto da sociedade e cultura nacionais consiste nas novas características do longo percurso da colonização ocidental sobre América Latina, agora agindo, a princípio, como força desagregadora sobre os modos de viver "tradicional-populares". Sem dúvida, a reflexão de Alfredo Bosi é sintética, na maneira como circunscreve os traços sociológicos da situação instaurada:

> A cultura de massa entra na casa do caboclo e do trabalhador da periferia, ocupando-lhe as horas de lazer e do trabalhador, ocupando-lhe as horas de lazer em que poderia desenvolver alguma forma criativa de auto-expressão: eis o seu primeiro tento. Em outro plano, a cultura de massa aproveita-se

> dos aspectos diferenciados da vida popular e os explora sob a categoria de reportagem popularesca e de turismo. O vampirismo é assim duplo e crescente: destrói-se por dentro o tempo próprio da cultura popular e exibi-se, para consumo do telespectador, o que restou desse tempo, no artesanato, nas festas, nos ritos. Poderíamos, aqui, configurar com mais clareza uma relação de aparelhos econômicos industriais e comerciais que exploram, e a cultura popular que é explorada. Não se pode, de resto, fugir à luta fundamental: é o capital à procura de matéria-prima, e de mão-de-obra para manipular, elaborar e vender. A macumba na televisão, a escola de samba no Carnaval estipendiado para o turista, são exemplos de conhecimento geral. (Bosi/1999, pp: 328-29).

Porém na dialética do movimento colonizador, sugere o autor, à medida mesma que se rebate sobre os contextos de vida dos segmentos sociais explorados, os efeitos da dominação seriam transliterados pelas táticas circunscritas dos usos da cultura pelos subalternos e, então, as linhagens seculares do universo simbólico popular se atualizariam, numa espécie de corrente anti-sistêmica às investidas homogeneizadoras da indústria cultural: "O povo assimila, *a seu modo*, algumas imagens da televisão, alguns cantos e palavras de rádio, traduzindo os significantes no seu sistema de significados. Há um filtro, com rejeições maciças da matéria impertinente, e adaptações sensíveis da matéria assimilável. De resto, a propaganda não consegue vender a quem não tem dinheiro. Ela acaba fazendo o que menos quer: *dando* imagens, espalhando palavras, desenvolvendo ritmos, que são incorporados ou re-incorporados pela generosa gratuidade do imaginário popular." (*Op. Cit.*, p: 329).

Em abordagens deste gênero permanecem os temas do nacional e do popular como aqueles objetos divinos protegidos pelas regras das proibições do tabu, descritos nos estudos de religião. Neste caso, a guarda político-intelectual se faz contra as profanações provenientes da industrialização do simbólico. O engate histórico entre o imaginário a respeito da formação nacional com as configurações da noção de cultura popular, sumarizado acima, faculta-nos o entendimento das motivações tanto para os deslocamentos nos estoques de conhecimentos coletivos quanto nas tentativas de reafirmação do *habitus* de membros de uma sociedade nacional ocupados, em um plano micro-sociológico, direta ou indiretamente, com a delimitação de uma tradição brasileira com abrangência sobre o terreno de heterogeneidades e idiossincrasias simbólicas, geográficas e sócio-humanas. Deste modo, a afirmação do caráter nacional brasileiro, aceitando a proposição de Norbert Elias (Elias/1997, pp: 14-31), envolve ou tem envolvido os confrontos com forças e dinâmicas intra e intersocietais que se opõem ou parecem se opor à continuidade desta tradição nacional. Uma vez mais, são elucidativos os argumentos de Alfredo Bosi. Isto na medida em que é resgatada a maneira como ele desenha os caminhos da resistência da cultura brasileira ao ímpeto imperialista da cultura dos "meios de massa", cujas produção e mercado assentam base em uma sociedade capitalista transnacional. Para ele, a cultura de massa

estaria caracterizada por um "tempo cultural acelerado", pela fabricação ininterrupta de "signos com vistas ao consumo total", acompanhando o imperativo categórico do tempo na sociedade industrial. Este teria como oposição uma "outra cultura", a cultura brasileira na sua pluralidade, dotada de ritmos distintos, "resultado de um processo de múltiplas interações e oposições no tempo e no espaço" (Bosi/1995, p: 07). Sua explanação é elucidativa:

> Mas qual seria essa "outra cultura", capaz de resistir às baterias da civilização de massa, escolhendo e reinterpretando só o material que enriquecesse o seu campo de significações?
> A resposta não é unívoca. Bifurca-se. Ou se trata da cultura das classes pobres, iletradas, que vivem abaixo do limiar da escrita, ou se trata da cultura erudita, conquistada, via de regra, pela escolaridade media e superior. Embora tanto uma como a outra estejam rodeadas e permeadas pelos meios maciços de comunicação, ambas guardam certa capacidade de resistência, intencional ou não. Resistência pressupõe, aqui, diferença: história interna específica; ritmo próprio; modo peculiar de existir no tempo histórico e subjetivo.
> A força das oposições ressalta quando se recorre ao critério da temporalidade. Nem a cultura popular tradicional nem a cultura erudita moderna constroem-se a partir de um regime de produção em série com linhas de montagem e horários regulados mecanicamente.
> O tempo da cultura popular é cíclico. Assim é vivido em áreas rurais mais antigas, em pequenas cidades marginais e em algumas zonas pobres, mas socialmente estáveis, de cidades maiores. O seu fundamento é o retorno de situações e atos que a memória grupal reforça, atribuindo-lhes valor.
> (....)
> Nas manifestações rituais das classes pobres há uma conaturalidade entre os eventos e os seus participantes. Uma festa popular identifica-se com os festeiros e os convidados: está neles, está entre eles. O mesmo ocorre com um desafio, uma cantoria, uma procissão, uma congada, um bumba-meu-boi, uma reza pelas almas. O distanciamento começa quando o turismo (ou a TV, paraíso do viajante de poltrona) toma conta dessas práticas: a festa, exibida, mas não partilhada, torna-se espetáculo. Nesse exato momento, o capitalismo se apropriou do folclore, ocultando o seu teor original de enraizamento. (Bosi/*Op. Cit.*, pp: 10-1-2).

Para os nossos propósitos, os debates em torno do imperialismo cultural ou dos estágios da colonização, tendo sempre por contraposição os movimentos de resistência da cultura brasileira em sua unidade diversa, são sugestivos em dois aspectos. Primeiro, porque aplicam com vigor a ênfase em um quadro de relações sociais cristalizadas no formato da sociedade-nação e no universo simbólico da cultura brasileira, embora distinguindo os diferentes planos socioculturais que as compõe. O que, por sua vez, escapa a esses limites imerge no caos, naquele circulo infernal da indiferenciação, da ausência de contornos e desprovido de sinceridade; aí finda o autenticamente popular, desprovido dos seus encaixamentos comunitários. Em contrapartida, sem dúvida, às expensas dos princípios morais dos argumentos, seus artífices introduzem os termos do nacional e do popular a reboque do ameaçador processo modernizador e civilizacional de proporções mundiais, num espaço transnacional de interdependências; fatores motrizes, concluem

os artífices do nacional, de uma cultura mundial devotada à uniformização. Creio, entretanto, que é no interior desta outra territorialidade onde o tripé do entretenimento (composto na interseção entre cultura de diversão, tecnologia de informação e sistemas de comunicação) co-participa das novas elaborações para a questão do vínculo sociocultural, impõe-se novos parâmetros para a conceituação de cultura, em seus muitos planos[xiii] e as naturezas do popular e do massivo se imbricam. No Brasil, a reflexão de Renato de Ortiz foi pioneira no que tange a precisar os contornos da tendência de expansão e consolidação da hegemonia das industriais culturais e do mercado cultural como instâncias legítimas e dominantes de consagração, veiculação e distribuição dos bens simbólicos na dimensão intersocietal (ver Ortiz/1988, pp: 149-93). Trata-se esta, considera o autor, de uma linha de força social com penetrante impacto sobre as referências da identidade nacional e mesmo dos planos identitários outros inteirados a esta, como é o caso da cultura popular, sobre o qual o turismo desempenhou papel imprescindível (Ortiz/1980, pp: 51-63). Deste modo, os cânones do autêntico e do encaixamento comunal (consignados pelas matrizes dos imaginários intelectuais romântico e folclorista) perdem heuristicidade, já que o movimento mesmo da realidade sócio-histórica deixa em suspensa a perspectiva de âmbitos isolados, autocentrados:

> A consolidação das indústrias culturais reformula radicalmente este quadro. Os meios de comunicação aproximam, e mesclam, o que se encontrava separado. É sintomático que boa parte da discussão sobre cultura de massa *versus* cultura popular tenha sido travada em torno da questão da homogeneização. Não me interessa aqui criticar a idéia de unicidade cultural; ela é a meu ver equívoca. Entretanto, o próprio debate, ao se estabelecer nesses termos, demonstra que a noção de espaço está em causa. No fundo, subjacente à idéia de uma cultura homogênea e massificada, repousa uma dinâmica que rompe com as particularidades dos mundos voltados sobre si mesmos. A sociedade contemporânea, ao integrar em seu seio diferentes manifestações populares, as retira de suas raízes tradicionais. Por isso, em diversos países, o estudo dos meios de comunicação encontra-se intimamente ligado à problemática da nação. Tanto nos Estados Unidos quanto na América Latina, o rádio, o cinema e a televisão são vistos como elementos propulsores da identidade nacional. Pouco a pouco, as matrizes populares cedem lugar a uma realidade mais abrangente. Certamente, muitas delas serão recicladas pela chamada "cultura de massa"; em cada país isso ocorrerá de maneira distinta. No entanto, o mecanismo de integração é análogo. A especificidade dessas culturas é redefinida pelas forças envolventes da sociedade urbano-industrial. Não é por acaso que a compreensão do que seria cultura popular se modifica. Até então, o termo se aplicava às produções e ao modo de vida das classes populares. Havia, porém, um pressuposto nesse tipo de perspectiva: a existência de um mundo plural, regulado pelas "portas" e "corredores" de cada "casa", para falarmos como Van Gannep. O advento de formas de expressão como o folhetim, radionovela, telenovela, filmes e histórias em quadrinhos irá redefini-la. A cultura popular contemporânea é, em boa medida, fabricada por esferas especializadas que escapam ao domínio das localidades. Por isso possui um raio maior de abrangência. Podemos sempre dizer que, na sua difusão, existirão várias leituras e usos sociais dos bens industrializados. Isso é verdade. Mas importa sublinhar que as indústrias culturais deslocam a centralidade que as culturas populares

detinham nas sociedades passadas. A "parte" já não é mais uma unidade autônoma; ela se articula, ou melhor, é atravessada pelo todo". (Ortiz/1999, pp: 44-5).

No rastro da inferência macrosociológica de Ortiz, em lugar de uma violência, logo agindo exteriormente, a indústria cultural pode ser reconhecida como mecanismo que se naturaliza associada, pela onda de um processo civilizador mundial, com condutas inerentes às formações subjetivas e coletivas, nos seus modos de exteriorização. Desde aí se vai decidindo a nova orientação das práticas individuais, nos seus enquadramentos institucionais e simbólicos. À luz das sinalizações deste autor, ainda observando o complexo sistema produtor e consumidor de mercadorias materiais e imateriais, articulado a uma abrangente e de fronteiras indefinidas estrutura social urbano-industrial e de serviços (a sociedade de consumidores), postulamos nesta tese atravessamentos e entrecruzamentos vinculados à consolidação do mercado de entretenimento e turismo no país, no curso de uma longa duração histórica. Tal percurso será observado do ponto de vista da característica de circuito de festas populares, no qual transita variados elementos que compõem o tecido sociocultural e semiótico desses eventos; trânsito como circulação e conexão de repertórios de significados e de gêneros artístico-lúdicos, mas igualmente de técnicas e ideários, redundando na apreensão das festas como áreas intersticiais e multiculturais (étnicas, regionais, nacionais e transformacionais). O estudo do circuito de festas populares tem, enfim, por alvo a combinação de assimetrias e interpenetrações cujos desfechos tornam equívocas as segregações exultantes entre o popular e o massivo, o nacional e o alienígena, o folclórico-regional e o urbano cosmopolita, a cultura do povo e o entretenimento realizado por especialistas e de acordo com a sistemática técnica e monetária da modernidade-mundo. Deste modo se vai apreender a cultura popular (e suas idiossincrasias étnicas) como uma rubrica e um significado, isto é, texto identitário cujo sentido é o efeito de significação obtido mediante as negociações entre grupos e indivíduos no terreno histórico de específico encadeamento societal.

De imediato, surge o problema teórico-metodológico de como lidar com um objeto extenso, multifacetado e com várias aberturas analíticas (sócio-históricas e comparativas, antropológicas, geográficas, econômicas e outras). A dificuldade metodológica do empreendimento está em aproximar a multiplicidade de planos e variáveis, dentro de uma coerência histórica e teórico-empírica., embora não linear, sem violentar suas respectivas propriedades. Por isso a opção analítica não privilegiará aqui qualquer angulação a partir do estudo de classe ou de grupo étnico

ou ainda geracional, como é recorrente nos estudos de cultura popular (ver Magnani/1998). A idéia é se deter no posicionamento institucional das práticas classificadas como populares. Observando as como constitutivas de um lugar institucional, sob o ponto de vista do adensamento e da complexidade de fatores aninhados historicamente nas realidades aqui categorizadas como lugares de entretenimento-turismo. Não quero com isto sugerir tratar-se de uma determinação (espacial), mas tomo tão-somente a realidade descrita pela categoria como um fio condutor que dá acesso às diversas dimensões entretidas no problema da mudança cultural estudado e, ao mesmo tempo, contribui para revelar o caráter processual e relacional da constituição das identificações. E, assim, contornar o incômodo de reificar o popular como um ponto de partida, se entendido enquanto conjunto de traços discretos culturais capacitados a descrever essencialmente um grupo étnico ou decorrente da inserção classista de segmentos da população nos mecanismos produtivos. Ou ainda quando considerado a partir das disputas e dos deslocamentos provocados pelos embates entre subalternos e dominantes.

Interessa aos objetivos deste trabalho é cotejar, primeiramente, os fatores tecidos sócio-historicamente na conformação do nexo contemporâneo estabelecido entre o lugar institucional da cultura popular e a produção e o consumo de diversão. Para em seguida penetrar nos meandros das festas como episódio e espaço, numa sucessão e em relação a outros espaços, observando-os objetivados num território onde estão agrilhoadas e emolduradas muitas das facetas do relacionamento entre agentes situados tanto nos contextos de face a face quanto na extensão da ausência moderna. Sendo a última posta no anverso da rapidez como ocorrem a difusão e o alargamento – pelas redes de comunicação e transportes – dos elementos simbólicos e expressivos, mas estando ambos embutidos, igualmente, na ávida generalização da tendência ao consumo que se precipita sobre distintas atividades humanas, ritualizadas agora nos cenários da cultura de mercado (Dorfles/1967, p: 28). O espaço em questão, os lugares tematizados como de entretenimento e turismo, é então reconhecido como configuração de uma processualidade de permanências e transformações, com modalizações nos planos: coletivo e das subjetividades. Em linhas gerais, a título de apresentação da proposta, a pesquisa tematiza *a processualidade da modernização turística, enquanto movimento que corresponde à inclusão de algumas festas populares regionais brasileiras como eventos da economia do lúdico; tratando-se o conjunto de uma situação social legitimada pela rubrica concatenando lazer, turismo e diversão,consistindo em dado socioeconômico, político e cultural emblemático da experiência contemporânea.*

NOTAS:

[i] Estou retomando o argumento elaborado em um trabalho anterior, quando na ocasião discuti de maneira mais detalhada um esquema de abordagem analítica das festas populares (ver Farias/1999b).

[ii] Além dos trabalhos Callois e Eliade, já citados, também os estudos de Mikhail Bakthin (1993) a respeito do carnaval medieval e a obra de Jonhan Huizinga (1991) dedicada ao tema do lúdico operam com a proposição de que o advento da condição moderna consistiu no ponto culminante da decadência da festa.

[iii] Argumenta o autor que, à formação das sociedades modernas, para além dos processos de racionalização e secularização, o surgimento e desenvolvimento dos meios de comunicação de alcance ampliado contribuíram decididamente. Pois, afirma, "(...) o uso dos meios de comunicação implica a criação de novas formas de ação e de interação no mundo social, novos tipos de relações sociais e novas maneiras de relacionamento do indivíduo com outros e consigo mesmo. Quando os indivíduos usam os meios de comunicação, eles entram em formas de interação que diferem dos tipos de interação face a face que caracterizam a maioria dos nossos encontros quotidianos. Eles são capazes de agir em favor de outros fisicamente ausentes, ou responder a outros situados em locais distantes. De um modo fundamental, o uso dos meios de comunicação transforma a organização espacial e temporal da vida social, criando novas formas de ação e interação, novas maneiras de exercer o poder, que não está mais ligado ao compartilhamento comum."

[iv] A ênfase macrossociológica proposta por Eisenstadt a respeito da conceituação de ambiente, parece-me elucidativa à definição da categoria de ambiente da globalidade: "A construção das fronteiras dos sistemas sociais, coletividades e organizações delineia necessariamente as relações dos sistemas respectivos com o seu ambiente ou ambientes. Contudo, tem-se tornado cada vez mais claro que é errado presumir que qualquer sociedade tem seu próprio ambiente 'natural'. O que tem antes sido sublinhado é que cada sociedade constrói o seu próprio ambiente, que está sempre em evidência. Qualquer ambiente é, dentro de vastíssimos limites, construído pela sociedade e, enquanto tal, apenas pode ser entendido em relação com a sociedade. Claro que todas as sociedades dispõem à partida de algum material; cada ambiente 'natural' fornece várias escolhas institucionais possíveis, uma das quais é relacionada por cada um dos seus atores e portadores sociais. Uma vez que tais escolhas tenham sido feitas, criam os limites ou fronteiras do sistema e geram sensibilidade sistêmica às mudanças de ambiente. Estas sensibilidades são criadas não pelo próprio ambiente ou pela própria tecnologia, mas pela sociedade, à medida que reconstrói o ambiente ou ambientes por meio de diferentes tecnologias". (*Op. cit.*, p: 41).

[v] No capítulo seguinte estarei ingressando em aspectos dessa problemática, cujos volume e número de autores e títulos ocupados com a sua discussão são acentuados. Remeto, por isso, ao artigo exploratório, base desta tese, no qual procuro sintetizar o debate no contexto brasileiro, a partir das perspectivas analíticas que se abrem com a modulação teórica aproximando cultura popular e entretenimento (ver Farias/1997).

[vi] Embora a lista de títulos seja extensa, sem dúvida o livro de Jacques Lambert - *Os Dois Brasis* (SP: Cia Editora Nacional, 1969) consista no que há de mais exemplar a respeito dos desafios postos pelas interdependências entre o "velho" e o "novo" na dualidade brasileira de fazer compartilhar continuidade e ruptura.

[vii] Os autores da chamada Escola de Frankfurt entram na bibliografia em português pelas mãos de José Guilherme Merquior, ainda nos anos sessenta. Nessa mesma década, é publicada, com a importante introdução assinada por Luiz Costa Lima, a coletânea de artigos sobre o tema da *Teoria da Cultura de Massas*. Logo depois aparecem as traduções realizadas por Carlos Nelson Coutinho e àquelas do grupo de *Estudos Alemães* (Eduardo Portella, Emmanuel Carneiro Leão, Vamireh Chacon e Muniz Sodré), grupo coordenado em torno da Editora Civilização Brasileira. Logo em seguida, coordenada por Gilberto Velho, uma série (intitulada *Arte e Sociedade*) reúne autores como Benjamin, Simmel, Adorno, entre outros, ocupados do tema da sensibilidade moderna urbana e da cultura de massas. No decorrer da década de setenta serão popularizadas as inferências de Edgar Morin sobre a sociologia da cultura de massas, embora já houvesse traduções de fragmentos da sua obra em periódicos no início dos anos sessenta, como a revista Movimento. Também nos anos setenta, as análises do semioticista Umberto Eco são introduzidas no ambiente acadêmico do país.

[viii] Não deixa de ser curioso a semelhança entre o fato de Freyre estar ocupado com a figura do Papai Noel, para tratar da questão de uma modernidade consumista e ávida de expansão mundial, e ser este mesmo personagem objeto, mais tarde, da análise feita por Baudrillard (1973, pp: 174-7), quando tematiza uma sociedade/cultura organizada pelo sistema de consumo de "mercadoria-signos", no qual o "valor de uso" é igualmente "valor de troca", na lógica "aculturativa" do que chama de "indicativo publicitário".

[ix] Os desdobramentos desse debate tiveram resultados, alguns, bastante inusitados, porque introduzem a problemática da alteridade/diferença na unidade simbólica da nação. O imaginário sobre a cultura popular desenhado vai guardar assim o impasse básico de constatar a pluralidade das culturas populares, no entanto terá no nacional um parâmetro de equacionamento das diferenças. Uma característica marcante desse imaginário sobre a cultura popular é a dicotomização dos agentes sociais da cultura, operando do ponto de vista lógico com a contradição "individualismo" versus "holismo". Eunice Durham já observou o quanto a utilização a-histórica da oposição desconsiderou a heterogeneidade da vida urbana, despolitizando-a da problemática das liberdades, das classes sociais, da democracia, igualitarismo e cidadania (Durham/1981, pp:31-2).

[x] Para uma crítica e mesmo redefinição da questão do grotesco na cultura popular de massa, a partir de estudo sobre programa de auditório na televisão brasileira, ver Mira/1995.

[xi] A lendária peça teatral assinada por Chico Buarque de Holanda, *Roda Viva* (retratando a faustica trajetória da mutilação de um cantor nordestino do cancioneiro popular, *Benedito da Silva*, transformado pela ação de uma multinacional da indústria fonográfica na estranha figura de *Ben Silver*), exemplifica o mesmo ponto de vista a respeito do popular.

[xii] O movimento artístico-cultural da Tropicália evidenciou essa reconfiguração do popular. Mescla entre erudito (o concretismo, o neoconcretismo e o tropicalismo de Oiticica) e os apelos sensualistas da cultura secular popular, trabalhos, na virada dos sessenta para os anos setenta, como os de Gilberto Gil e Caetano, Velloso pisaram o caminho do *pop*, ou seja, da cultura de mercado e intrinsecamente vinculada ao sistema tecnológico e institucional da comunicação social para amplas e heterogêneas audiências, numa sociedade de assimetrias socioculturais aberrantes. Em última análise, aspiravam algo próximo da atmosfera da *pop-art*. Contudo, é preciso dizer, estavam ainda comprometidos com o ideal modernista da "antropofagia cultural", defendendo que a "selvajaria" brasileira consistia na deglutição seletiva do que havia de mais vanguardista no mundo, porém mantendo um traço de coerência própria (Favareto/1979). O mais apropriado, penso, falando na distância do tempo, é encontrar no movimento o germinar da realização de uma cultura popular já indissociável de uma outra concatenação de forças, agora cada vez mais mundializada e em consonância com os modos e estilos de vida acionados nessa civilização. Por isso, mesmo que falando do ponto de vista da questão da vanguarda artística, Ferreira Gullar, no ano de 1969

lançava um conjunto de ensaios no qual enfatiza a necessidade de abandonar alguns clichês sobre a "cultura de massas" e ter uma "visão lúcida do problema da comunicação e compreender que, hoje, dadas as características da época, criou-se uma linguagem coletiva, internacional, que permite que os homens se comuniquem de maneira mais eficaz e mais ampla" (*Op. cit.*, p:140).

[xiii] Tratando do cenário europeu, Armand e Michele Mattelart e Xavier Delcourt mostravam no final da década dos setenta o quanto dramático também o é para as sociedades do Velho Mundo os desafios postos à categorização da cultura. A crescente mercantilização do setor cultural, sua imbricação no desenvolvimento e usos sociais de novas tecnologias de comunicação projetaram a cultura no âmago do dispositivo industrial e político. Para a maioria dos países europeus, esta situação é uma novidade radical. A uma problemática centrada nas relações cultura/Estado, vem progressivamente juntar-se uma reflexão que diz respeito às relações cultura/indústria. Esta observação do campo de observação produz uma ruptura com as perspectivas adotadas nesses países, para definir o campo de ação da noção de "cultura" (Mattelart, Mattelart e Decourt/1987, pp:65-6).

PARTE - 1
O LUGAR DAS FESTAS

CAPÍTULO I

MATRIZES CULTURAIS POPULARES DIANTE DO ENTRETENIMENTO

Mas a máquina capitalista, a civilizada, vai estabelecer-se primeiramente sobre a conjunção. Então, a conjunção não designa mais apenas restos que escapariam à codificação, nem consumos-consumações como nas festas primitivas, ou mesmo o "máximo consumo", no luxo do déspota e de seus agentes. Quando a conjunção passa para a primeira fila na máquina social, surge, ao contrário, que ela deixa de ser ligada ao gozo como ao excesso de consumo de uma classe, que ela faz do próprio luxo um meio de investimento, e rebate todos os fluxos decodificados sobre a produção, num 'produzir' que reencontra as conexões primitivas do trabalho com a condição, como a única condição de ligá-los ao capital como ao novo corpo pleno desterritorializado, o verdadeiro consumidor de onde elas parecem emanar (...).

Anti-Édipo (Guattari e Deleuze, pp: 284-85)

O critério de imprimir um tom ensaístico, resgatando a contribuição de um conjunto de autores não necessariamente afinados em seus pontos de vistas e elaborações, obedece ao propósito de, ao longo deste capítulo, situar os pressupostos conceituais sob quais condições é possível perspectivar o estudo da cultura popular a partir do viés das festas populares como lugares de entretenimento e turismo. Mediante a condensação de valores e a sintetize de fatores e episódios realizadas nas suas formulações, o intuito é demonstrar como tal conjunto de intérpretes possibilita vasculhar seja as propriedades do mecanismo institucional do entretenimento seja atentando para o eixo processual sobre o qual estão concatenadas na história da modernidade as combinações sócio-históricas intrínsecas à efetivação da dimensão da

cultura, como esfera, campo de interação e mercado dotado de especificidades no tangente à orientação das condutas em seu âmbito. E desde aí, perceber como uma cultura da diversão ganha vigência e se mostra capaz de penetrar variados planos simbólicos e de práticas significantes.

I

A teorização sociológica em torno da problemática sobre as realidades sociais classificadas pela categoria de cultura popular, considerando, sobretudo o debate na América Latina, conhece desde a última década de oitenta o seguinte confronto. De um lado estaria a linha de pensamento que faz confluir as possibilidades analíticas contidas na categoria de "cultura popular de massa" para junto do parâmetro da noção de globalização, no que esta condensa dos processos de aceleração dos fluxos informacionais, de capitais, de mercadorias e de pessoas. De acordo com Néstor Garcia Canclini, ainda sobre o contexto latino-americano, destacam-se os novos processos de produção industrial, eletrônica e informática que reordenam o que é identificado como popular. Segundo ele, compõem tal reajuste outros formatos de mediação, os quais aparecem, às vezes, sob o invólucro de novos tipos de bens simbólicos; processos de circulação em larga-escala e transnacionais, os quais não correspondem apenas às inovações tecnológicas e de formato, pois são aplicáveis a quaisquer bens simbólicos, seja "tradicional" ou "moderno"; ao lado de novos tipos de recepção e apropriação. Os mesmos fatores elencados permaneceriam, assim, no lado oposto ocupado pela base teórica a partir da qual, em grande medida, foram concebidas as análises e inferências no tocante à cultura popular no continente. Ou seja, daquele modelo analítico que parte do reconhecimento e reiteração de claras fronteiras entre os níveis culturais, inscritos no processo formativo dos estados nacionais latino-americanos. Tal modelagem se mostraria insuficiente para elucidar as – para retomar, outra vez, Canclini – *hibridações* das tradições coloniais ibero-americanas às memórias recicladas das experiências de diferentes grupos étnicos (ameríndios e africanos, principalmente), quando se tornam fios urdidos nas e constitutivos das extensas malhas urbano-industriais e serviços latino-americanas.

Estando os últimos conformados aos cruzamentos dos planos locais, nacionais e transnacionais que ora potencializam todo um desdobramento de novos ritmos e concatenações espacio-temporais[i]. A rotação no mundo social se traduziria na pouca validade analítica da cisão entre cultura popular e cultura de massa: "O massivo é a forma que assumem as relações sociais num tempo em que tudo se massificou: o mercado de trabalho, os processos produtivos, o desenho dos objetos e até as lutas populares. A cultura 'massiva' é uma modalidade inevitável do desenvolvimento das classes populares numa sociedade de massas" (Canclini/1987, ver ainda Canclini/1990, p: 230).

Nesse sentido, as implicações contidas na universalização dos mecanismos da modernidade levam a um novo arranjo de distinções na esfera cultural, no que concerne às concepções da cultura popular. Por isso, como assevera Jesús Martins-Barbeiro (1987, p: 248), a perspectiva essencialista sobre a cultura popular, a meio caminho entre a "resistência" e a "manipulação", mas orbitando em torno da idéia de grupos razoavelmente homogêneos, perde sentido com o advento das massas urbanas, assimétricas e heterogêneas nos planos sociológicos e simbólicos, decisivamente atravessadas pelo comércio transocietal de signos. E esta percepção das transformações históricas e sociológicas permitiu a fusão conceitual originando a singular categoria de "cultura popular de massa", cuja novidade fundamental é a incorporação da noção de "gênero"; sendo este entendido como mediador entre as lógicas da produção e da recepção, das matrizes e do vivido, das fórmulas universais e dos contextos particulares. Para um dos artífices dessa virada teórica, José Mário Ortiz Ramos (1990 e 1992), tal base analítica possibilita cotejar as tradições seculares ou não do popular no seu relacionamento com a produção industrializada e os esquemas da racionalização técnico-burocrática ou mesmo com uma tradição de desencantamento própria à modernidade. Deste modo, Ramos, considerando o jogo entre as estratégias de dominação e o domínio das táticas dos dominados, ou seja, os "usos da cultura", como o quer De Certeau (1994). Com efeito, passam ao primeiro plano as táticas, negociações e estratégias empregadas na produção, nas quais as modalidades a serem utilizadas no reconhecimento, cognitivo e afetivo, dos bens simbólicos pelas audiências, circulam por instâncias diversas, como as matrizes culturais vinculadas às tradições dos diversos gêneros de cultura. Vê-se que o

arremate teórico amplia o raio de alcance sobre as práticas culturais, interferindo no reconhecimento de que o "dialogismo intertextual, a multiculturalidade, a absorção de novos quadros intelectuais pela indústria cultural de massa, a expansão do mercado de bens simbólicos aliada às novas tecnologias, tudo isto concorre para mostrar a riqueza dos fenômenos culturais de massa" (Almeida/1995, p: 206).

A perspectiva da cultura popular de massas decide conseqüentemente a sorte do enlace entre as identidades coletivas com a dicotomia entre razão e afetividade e com as fronteiras do nacional, à medida que aponta na direção de pactos simbólicos e semióticos que transcendem os encaixamentos fixados em territorialidades geopolíticas, nacionais ou dos locais identitários delimitados. Mas para isso é preciso considerar que a mesma a reacomodação teórica vem conjuntamente com a premissa de que a intensificação da circulação e a aceleração dos fluxos informativos e comunicacionais redefinem na base a categoria mesma de cultura popular. Afinal as identidades socioculturais são envolvidas num contexto espesso, de fronteiras extensas. Porém isto não significa a eliminação dos arranjos nacionais-populares, mesmo porque os Estados nacionais permanecem agentes decisivos na cena mundial e suas memória e agências se mostram elementos dinâmicos seja na "invenção" como também às "reinvenções" das matrizes culturais populares. Além disso, os significados populares são recriados, redimensionados e não propriamente eliminados quando reincaixados no contexto da modernidade-mundo. Ainda assim, se percebe que as transformações no conceito dão margem a introduzir no debate outras armações identitárias cujos perfis ultrapassam os limites estabelecidos pela matriz européia das culturas de classe, a qual circunscreve a cultura popular no lugar pátrio originário, berço de uma substância autocentrada e fechada nos níveis distintamente estanques de organização da cultura[ii]. Antes, os estudos de objetos sociológicos marcados por essa característica complexa vêem-se diante da necessidade de escapar da reificação identitária, pelo dever de tomar os fenômenos ressaltados em relação a um referente ou, parece ser a opção mais conveniente, a um conjunto de referentes e condicionamentos interdependentes, no andamento de movimento mais alongado e largo. Enfim, a categoria de cultura popular de massa insinua um tipo de procedimento analítico que deve orientar os estudos concertando globalidade

socioeconômica e mundialização cultural com as práticas, símbolos e posições delimitadas tanto geopoliticamente, quanto nos ambientes etnográficos.

Justamente no miolo dessas incontestáveis potencialidades analíticas, a perspectiva da cultura popular de massas mostra limitações a serem realçadas. Dois aspectos mutuamente referendados parecem cruciais aos nossos propósitos aqui, a saber, a bitola do arco de fenômenos encampados pela categoria e a natureza da processualidade que os aproxima (os fenômenos). Em relação ao primeiro, falo da ênfase posta preponderantemente nos pólos da recepção e da produção embutidos no núcleo mais visível da industrialização do simbólico, ou seja, com o circuito mais tradicional das indústrias culturais (indústria fonográfica e audiovisual, literatura de massa e outros). Por conseqüência, de um modo geral, as intervenções teóricas e as pesquisas pouco se ativeram a outros movimentos e práticas socioculturais marcadas também pelo ajuste seletivo no mercado ampliado dos bens simbólicos, porém, suas conexões são dotadas de historicidades específicas. Historicidades as quais, muitas das vezes, incluem, também, modalidades outras da sistemática capitalista e da dinâmica civilizacional da modernidade, como é o caso da instituição do turismo. Quer dizer, em grande medida os estudos têm negligenciado outras maneiras dessa mudança sociocultural relativa à combinação entre cultura popular de massas e globalidade; enlace que tem funcionalizado as singularidades simbólicas, pressionando-as no sentido de se especializarem na complexidade da divisão do trabalho cultural, na contrapartida mesmo dos exercícios de reflexividade que atualizam essas mesmas diferenças nas condições da contemporaneidade planetária. Estou fazendo referência, entre outros exemplos, certamente, ao fenômeno estudado nesta tese, isto é, às combinações entre festas regionais e atividades empresarias de diversão e comércio turístico. Então, o que dizer do espetáculo-ritual festivo do Boi-Bumbá de Parintins, realizado aos olhos da floresta amazônica? Sabe-se que nele confluem a colonial tradição sincrética (católica-indígena-africana) do bumba-meu-boi com uma apropriação, pela numerosa artesanalidade local, dos cânones estéticos do carnaval das Escolas de Samba do Rio de Janeiro e daí com as habilidades, técnicas e materiais do âmbito do show *business*. De igual modo, o mesmo Carnaval carioca dialoga em sua estética com os eventos de abertura dos jogos olímpicos, sem

necessariamente tratar-se de uma cópia e sim de versões de uma matriz comum, cujas feiras e festivais da Europa pré-industrial consistem nos seus mais reconhecíveis ancestrais. A linguagem desses eventos incorporara as sínteses dos espetáculos das cortes renascentistas e barrocas às modalidades de diversão cênico-musical surgidas na vida mundana noturna das cidades européias – shows de cassino, teatro ligeiro e os musicais. Os quais, por sua vez mantiveram intercâmbios permanentes com as inovações ocorridas nas técnicas de representação, na pintura, nas artes plásticas e, posteriormente, no campo da indústria do audiovisual. Para assinalar um outro exemplo, ainda, a mobilidade com que os símbolos festivos da carnavalidade baiana se deslocam pelo país e fora dele, nos últimos anos, durante as chamadas "micaretas". O trânsito incorpora o espaço privado da "passarela" (inspirado no carnaval do Rio); aí o anelado de trios elétricos, bandas musicais e dançarinos e blocos-empresas de carnaval armam folias mensais em diversas cidades, participando do calendário turístico das localidades. Além disso, o próprio Carnaval de Salvador na última década se tornou o palco à concatenação entre afirmação de identidades étnicas negro-africanas e o circuito *glamouroso* do mercado de bens culturais ampliados. Por exemplo, o Bloco Afro Olodum conquista notoriedade internacional, profissionaliza-se e, articulado à política turística do Estado (nos nível municipal, estadual e federal), co-participa da transformação em áreas de consumo de lazer e entretenimento, estando estas inseridas no roteiro do comércio de serviços de diversão mundial, dos sítios arquitetônicos historicamente ligados com a memória da escravidão e da marginalização da população de afrodescendentes na cidade (Farias/1998, pp: 115-137).

Percebe-se em meio à polifonia dessas manifestações o quanto a característica e o formato de espetáculo nelas presente remetem a transformações e reinvenções de matrizes tradicionais adaptadas à linguagem laica, fundada esteticamente sobre o princípio do efeito bombástico e sociologicamente sobre a repartição entre público (audiência) e produtores especializados, escudados em administradores e patrocinadores empresariais. Contudo os significados em torno da solidariedade comunal e do carisma permanecem, apesar da recriação do sentido das festas populares como peças e contextos de diversão cosmopolita e núcleos das pautas

turísticas de exportação cultural. As hibridações mais que apontarem ao popular de massa, creio, descortinam então o entretenimento e a economia do lúdico como mecanismos institucionais fundamentais às redes extensas de interdependências funcionais, com ingerência sobre o desencaixe e o encaixe das experiências humanas, de outras instituições, símbolos, habilidades e práticas no ambiente de globalidade, porém em consonância com a ordem da sociedade de consumidores. Em vista disso, a identificação das culturas populares na contemporaneidade revela facetas bem mais diversas e complexas, cujas historicidades demonstram combinações inusitadas e bem mais sinuosas do que aquelas entre os gêneros e a produção industrial da cultura. E ainda assim, as manifestações culturais populares se mostram expressivas e constitutivas de um amplo campo cultural. Por isso considero que a processualidade de espetacularização de algumas das matrizes culturais constitui um problema original a ser mais bem conhecido, quando se trata de compreender alguns das tendências presentes na redefinição das identidades socioculturais, a partir da simbiose cultura e entretenimento, sob a ótica da correlação entre ócio e negócio.

Para mobilizar a categoria de espetáculo, fundamental aos propósitos desta tese, reconhece-se algo de heurístico na seguinte inspiração marxista contida na premissa de Guy Debord. A mundialidade do capitalismo contemporâneo, para o autor, define-se em grande medida pelas "sociedades nas quais reinam modernas condições de produção como uma imensa acumulação de *espetáculos*" (Debord/1997, p: 13). Isto pelo fato de estarem estas sociedades caracterizadas, segundo ele, pela "especialização das imagens do mundo", na contrapartida de um mundo da "imagem autonomizada" (*Op. cit., idem*). É sugestivo reconhecer que o universo contemporâneo do consumo, sobretudo o consumo cultural, recolhe a síntese entre a lógica de acúmulo de excedentes e a definição de um mercado do sentido. Como destaca Jameson, as chamadas formações imaginárias e dos sentimentos "pós-modernas" compõem a atual dinâmica do capitalismo multinacional. Isto na medida em que o expressivo papel alcançado pela cultura está acoplado ao jogo lancinante dos signos e do deleite, no andamento da cotidianização do espetáculo ("estetização"). Situação reconhecida pelo autor na freemência com a qual a entrega ao lazer distingue uma postura "narcísea", mas, antes de tudo, é expressão da hegemonia burguesa em escala planetária (Jameson/1991, p:

19). Algo assim se daria, ainda segundo Jameson, porque, no plano da experiência, a etapa pós-moderna é caracterizada pela fragmentação dos traços identitários, gerando assim espécie de esquizofrenia coletiva. O que, acrescenta, manifestar-se-ia na "impessoalização de todos os sentimentos" em virtude da intensificação com que as categorias espaciais regem as experiências diversas; quer dizer, o excesso de presente faz subsumir o sujeito individual, no instante em que a consciência cindida se projeta sobre o objeto do deleite e abandona a trajetória histórica do conhecimento de si mesma. Enfim, a proliferação de códigos sinalizaria para a solvência da emancipação individual, na contrapartida da reificação contida na adesão as sociabilidades fragmentadas, étnicas e passageiras do hedonismo do consumo. Agora, convertida em um feérico espetáculo (imagem) de si mesma, a consciência perfaria a cópia idêntica a ela própria. Assim, desprovida do que seria original, logo consistindo na presentificação daquilo teorizado, a princípio, por Baudrillard como simulacro. Quer dizer, o simulacro ter-se-ia: "(...) materializado em uma sociedade que já generalizou o valor de troca até o ponto de desvanecer toda recordação do valor-de-uso, uma sociedade na qual, segunda a observação esplendidamente expressa por Guy Debord, 'a imagem se converteu na forma final da reificação mercantil" (*Op. cit.*, p: 45). Nota o autor, ainda, o quanto a urgência em produzir bens cada vez mais sedutores decidiu a expansão da estilização da mercadoria e teve incidência na afirmação do *ethos* consumista. Pois, Jameson encontra a emergência de um terceiro estágio, pós-moderno, do capitalismo mundial caracterizado pela "saturação por mercadorias e extraordinária simultaneidade informacional pós-geográfica e pós-espacial que tece uma teia bem mais fina, minuciosa e penetrante do que qualquer coisa imaginável com as velhas sinalizações de rota do cabo e do jornal, ou até mesmo do avião e do rádio" (Jameson/1995, p: 71). Considera, finalmente, que a condição pós-moderna confronta a humanidade com "novas medidas e quantidades às quais ninguém ainda se ajustou, e com novos processos geográficos, bem como temporais, uma vez que o tempo hoje é espaço e uma nova simultaneidade informacional tem de ser atualmente computada de novo em nossas categorias de grau e intervalo, para as quais ainda não desenvolvemos órgãos adequados" (*Op. cit.*, p: 80).

A relevância monetária e financeira da cultura justifica a sensibilidade para o aspecto econômico, na correlação sociocultural contemporânea. Porém isso não garante a validade da opção teórica de caráter estrutural para restringir o espetáculo à

maneira apenas de uma "lógica cultural" – espécie de gramática ideológica do capitalismo tardio, cuja disseminação se dá à maneira de uma totalização histórica contemporânea. Penso que a mesma disseminação não ocorre em um vácuo tanto étnico quanto histórico, descolado da diversidade das experiências humanas. Pois as particularidades étnico-históricas, dos múltiplos espaços ensejados nas dinâmicas das transversalidades e atravessamentos da mundialidade, além de oferecer substância, dão a qualidade mesma da singularidade histórica desta lógica planetária do espetáculo. Prefiro falar então em um ajuste, na medida em que, por "afinidades eletivas" com as memórias e com os móveis antropológicos e históricos, esta gramática decide desde já o curso compartilhado na transformação de muitas das matrizes culturais populares como lugares de entretenimento-turismo. Deste modo, a trajetória desta tese requer a atenção a esta dinâmica que entretêm modos de produção, modos de orientação da ação, modalidades de coerção simbólica e física e de controle intersubjetivo e autocontrole.

Preciso mais os objetivos aqui perseguidos, em sintonia com o tipo de recorte analítico realizado ao se adotar o viés do entretenimento no estudo do tema das matrizes culturais populares, a partir da conexão turismo e festas populares. Ao interrogar o quanto o conjunto institucional de natureza estética e de diversão, ao deter o monopólio tácito do agenciamento dos símbolos capazes de emocionar, atua na consagração do que é reconhecido como um espaço estruturado de interações, estou supondo um campo social materializado nos lugares temáticos do entretenimento-turismo. A compreensão do fato de diversão e turismo, logo, se faz na medida em que o último está na interface entre as condições que aproximam turistas e espaços de visitação, para isso considerando as mediações e enquadramentos institucionais que emolduram uma territorialidade de interdependências extensas. Em outras palavras, a hipótese é a de que a relação entre o "consumidor de paisagens" e as "atrações" está implicada tanto no comércio de signos e afetos compartilhados, ainda que numa transação em condições de assimetrias várias no interior de uma economia do lúdico, quanto com mecanismos de controle e ordenação das práticas humanas. Deste ponto de vista, o espetáculo diz respeito a um operador lógico e uma linguagem, no instante em que implica numa grade de classificação das condutas, um

dispositivo cognitivo e um modo de expressão e exteriorização, cuja vigência se torna historicamente imediata à consciência prática das pessoas, em um feixe distinto de grupos mas cujas características estão subordinadas à estratificação em classes ou em outras formações identitárias (étnicas, de gênero e/ou etárias).

Detenho-me um pouco mais nesse aspecto. Se as relações sociais consistem nas, para falar à maneira de Marx, bases sobre as quais as formas de consciência são definidas, então a tensão entre complementaridade e conflito, deflagrada nas interdependências, impulsiona o movimento constante de figurações das relações humanas. Mas as relações sociais não existem em estado puro, para além dos seus produtos, e sim apenas contextualizadas nos incessantes momentos quando vidas humanas se posicionam relacionadas a outras, e por intermédio de coisas e linguagens, dentro de ambiências elaboradas na esteira dos mesmos posicionamentos. São essas as formas históricas, singulares, as quais, por sua vez, condicionam o devir mesmo dos relacionamentos. Ora o deslocamento e a estabilidade dos fatores nesse devir estão em sintonia com o peso adquirido pelo foco constituído por determinados elementos na rede móvel de multivalências, pressionando assim na direção de específico tipo de unidade em torno de si, enquanto centro aglutinador e capaz de exercer influência sobre as peças no seu raio de alcance. Antes de qualquer coisa, tornam-se estes – os pólos aglutinantes – as bases institucionais cuja atividade se define pela recuperação de traços da memória coletiva de acordo com as ingerências do presente, quando a direção tomada pelas tendências no equilíbrio de poder entre os grupos humanos tanto estabiliza quanto torna secundário ou até elimina elementos de crença e saberes que permeiam as condutas e atravessam trajetórias individuais. E dotam ou não de sentido seja projetos ou percepções da vivência; um e outro são consagrados ou não como experiência da realidade. Se o espetáculo diz respeito a algo igualmente inseparável da maneira como os agentes sociais percebem e dão plasticidade aos encadeamentos significativos dos seus atos, expressam-se, isto ocorre em uma conjuntura emoldurada na tensão estabelecida em determinado estágio das reciprocidades humanas, isto é, de acordo com as limitações espacio-temporais enraizadas nos mecanismos sociais de distribuição de recursos (políticos, econômicos e simbólicos) na sociedade de consumidores. Com efeito, a sociedade de

consumidores compreende o estágio das redes de interdependências funcionais em que um dos seus desdobramentos é o constrangimento das atividades humanas de acordo com os zoneamentos espacio-temporais do entretenimento-turismo. Para o sentido espetacular, aí, ser reconhecido como um componente estrutural da conduta, o é à medida que compreende propriedade das recorrências espacio-temporais das ações dos indivíduos nas circunstâncias das experiências. Quer dizer, tais componentes estruturais das escolhas e expressões implementadas por agentes estão em reciprocidade com a competência cognitiva destes nos níveis da prática e da discursividade e estão em conformidade com a multiplicidade de trajetórias individuais e coletivas englobadas nesse estágio societário. Por outro lado, considerando que as pessoas se apropriam criativamente da história vivida, os indivíduos não somente portam os sentidos como espécie de objetividade coercitivamente externa, mas os vivem, os realizam e os reinterpretam ao interpretarem suas atitudes. Mais ainda. É apenas nessa dialética que a lógica do espetáculo ganha historicidade, isto é, quando se infunde nas particularidades das sociabilidades humanas. Tal é o instante da recriação de sentidos e da redefinição de hábitos e instituições seculares. Por isso creio estar na conjunção desses aspectos nos eventos festivos regionais brasileiros contemporâneos, o que parece lhes facultar os entrecruzamentos institucionais e imaginários com o comércio global de signos e espaços. A inspiração para conceber o entretenimento como uma instituição está amparada na proposta de Cornélius Castoriadis. Recupero sua sugestão de tomar a vida social como imaginariamente instituída, no sentido de "inventada", e os fatores reais das relações sócio-humanas não poderem ser apartados seja dos vínculos possibilitados pelas redes simbólicas, sintetizando ou diferenciando coisas e significados no jogo das significações, seja dos deslizamentos nessas próprias significações. Algo assim incita a perceber na instituição alguma coisa autonomizada ao mero preenchimento funcional das "necessidades vitais", justamente porque o núcleo imaginário "confere a esses fatores reais tal importância e tal lugar no universo que constitui para si mesma a sociedade - sentido que reconhecemos ao mesmo tempo no conteúdo e no estilo de sua vida (...)" (Castoriadis/1982, p: 156). E faculta argumentar a viabilidade – como adiante desenvolverei – de elos institucionais dando formato às

distintas práticas significativas humanas em extensões relacionais vastas, mas imaginariamente coligadas pela mesma camada de sentido que as ressignifica como entretenimento.

É justamente sob o aspecto desses elos institucionais abrangentes que se mostram hesitantes as abordagens vinculadas ao modelo teórico da cultura popular de massa. E reconheço o núcleo das dificuldades na implicação das análises sobre as culturas populares na atualidade com parâmetros tomados de empréstimo à onda cultural pós-moderna. Isto porque a opção teórica (e filosófica) faz decorrer a perda da perspectiva macro-sociológica a respeito do engate institucional na cultura contemporânea. Em outras palavras, tem menor relevo nas análises ou mesmo é preterida a prerrogativa de que as "formas de sociação"[iii] consistem, na sua natureza de regularidades comportamentais sintetizadas em unidades estruturais, arrumadas em dinâmicas capazes de ultrapassar e, ao mesmo tempo, imporem-se como forças coletivas sobre as empiricamente múltiplas idiossincrasias identitárias, redefinindo-as no plano das categorias e da valoração das práticas e da própria definição da realidade plausível. É nesse sentido que tenho em mente o entretenimento como mecanismo institucional imaginário da sociedade de consumidores e encontro no discurso sobre a pós-modernidade uma figuração cosmológica do mundo social que a supõe. Tento a seguir desfazer o paradoxismo da premissa enunciada.

Para isto, vale reconhecer um dado afirmativo no postulado pós-moderno, como vimos antes, naquele que aponta a novos e vastos arranjos socioeconômicos, simbólicos e culturais, os quais estão enraizados na condição de um capitalismo planetário transnacional e, ao mesmo tempo, sinalizam aos remanejamentos que trazem à cena outras implicações para a vida societária e existencial humanas. E, por conseqüência, semelhantes fatores problematizam a centralidade teórica e histórica da produção material e acenam à ascendente importância dos temas do ócio e da economia dos desejos no contexto de uma civilização mundializada da mercadoria e das mediações sígnicas. Por outro lado, ainda, a mesma perspectiva da pós-modernidade sugere realinhamentos nos *status* de grupos sociais (nos planos étnicos, artísticos, da divisão do trabalho e outros), na esteira das transformações nas balanças de poder entre os agrupamentos anelados nas interdependências funcionais, agora em

escala trans-territoriais e transnacionais, e que desafiam o plano conceitual e classificatório consagrado. Já que colocam em suspenso os cânones e os modos de classificação ocidentais calcados nos ideários de "beleza", "limpeza" e "ordem/regulação" (Bauman/1998, p: 07-11). Sobretudo, quando os remanejamentos acenam para as mudanças nos mundos sociais cuja emergência repercutem para a redefinição conceitual da categoria mesma de identidades coletivas (no que diz respeito às culturas de classe), sendo capazes de melindrar o ponto de vista eurocêntrico da "grande divisão" entre os níveis culturais: erudito, popular e de massa (Huyssen/1997, pp: 222-3). Os percalços se revelam no compromisso da perspectiva da pós-modernidade com essa presumivelmente contemporânea e democrática dissolução das hierarquias entre as e mesmo das próprias culturas de classes, para daí cotejar uma espécie de desregulamentação intrínseca à desdiferenciação das esferas da experiência na modernidade.

Vejamos mais detalhadamente o que estou chamando de equívoco, já que suas premissas tocam de perto no que é central a esse capítulo, o nexo cultura e entretenimento. Devido à proximidade entre nossos problemas, tomo a abordagem de Néstor García Canclini como heurística da averiguação que faço da formulação pós-moderna a respeito e a confronto com a minha proposta. Postulando uma promissora aproximação entre os temas da cidadania e do consumo no contexto de globalidade das relações sociais[iv], o próprio Canclini (1995) assinala o que considera o dado instigante do presente, a saber, a emergência das "identidades pós-modernas". Para ele, ao contrário das "modernas", marcadas pela territorialidade e pelos monolingüismos, esta nova versão de identidade sociocultural é multilingüística e transterritorial. Operacionalizando-se de modo "sócio-comunicativo", tais identidades estruturam solidariedades e contradições num raio desterritorializado, mediante a "produção industrial da cultura, sua comunicação tecnológica e pelo consumo diferido e segmentado de bens" e costuram um mundo multicultural, tendo no universo virtual e volátil das instituições de comunicação um novo espaço de visibilidade pública, mas também de transformação (*Op. cit.*, p: 35-6). O foco das dificuldades aqui se descortina. Pois se a emergência das próprias realidades pós-modernas dão visibilidade exatamente ao caráter extensivo das interdependências funcionais complexas entre tão

contemporâneos quanto heterogêneos elementos sociais e simbólicos que estabelecem a condição planetária atual, parece equivocado confundir tal horizonte com a afirmação das diversidades culturais, sem examinar os mecanismos que tanto as individualiza quanto as sistematiza. À luz dessa aporia da proposta pós-moderna, no contexto desta tese, incorporo à análise do circuito de festas regionais o pressuposto quanto a formação daquela instituição imaginária, o mecanismo institucional do entretenimento, em contrapartida à afirmação das agências da economia do lúdico com seus sistemas-ambientes agindo sobre o mundo cotidiano. Aí onde o estatuto do consumo e o tempo do lazer ascendem na orientação das condutas e dos estilos de vida, no rastro da construção das fronteiras espacio-temporais da modernidade e da efetivação dos controles exercidos pela sociedade de consumidores. Vou precisar minha proposta ao longo dos parágrafos seguintes e para isso vejo como sugestiva a provocação feita por Heller e Fehér (1998) em torno da condição pós-moderna.

Para ambos, a pós-modernidade não compreende um período histórico nem uma tendência cultural e política, mas um "tempo e espaço privado-coletivos, dentro do tempo e espaço mais amplo da modernidade" (*Op. cit.*, p:11). Tempo e espaços os quais implicam numa espécie de "parasita" que se nutre das questões da modernidade, temas "delineados pelos que querem criticá-la e pelos que fazem um inventário de suas conquistas, assim como dos seus dilemas não resolvidos" (*Op.cit*, idem). Diante desses termos, os autores defendem que o pós-moderno diz respeito a uma das três ondas que têm sacudido o Ocidente em seus pilares normativos e culturais. Argumentam que a ocasião dessas ondas deixa em xeque o modo de compreensão europeu baseado na historicização evolucionária da cultura, cujo produto era a concepção de totalidades significantes postas num encadeamento temporal irreversível, sendo um ordenamento tão-somente aberto à nostalgia do indivíduo em relação aos tempos pretéritos. Outro efeito da mesma concepção evolucionista estava na apreensão das culturas como sistemas fechados ou se parcialmente viessem a mostrar-se abertos isso consistiria na degradação dos seus traços de distinção, tornando-os alvos da "subversão" da cultura ocidental, a "última" (*Op. cit.*, p:193). Entendem Heller e Fehér, ainda, que tal compreensão das culturas como distintas e estranhas estava na contrapartida do que ocorria internamente à estrutura social dos países envolvidos nos

primórdios do capitalismo. Pois na conformação inicial das culturas de classe, as "formas de vida aristocrática, grande e pequeno-burguesa e camponesa eram estritamente distintas uma das outras. O debate sobre inferioridade cultural *versus* superioridade cultural se dava incessantemente, sendo os debatedores a aristocracia, a fidalguia (na Inglaterra) e a burguesia" (*Op. cit.*, p:194).

A capacidade em reescalonar a sociedade de acordo com as linhas funcionais da distribuição das atividades laborais, consideram também os autores, consistiu em um dos mecanismos decisivos ao tipo de democratização cultural que se deu no universo da modernidade européia. Na contraface dessas transformações de cunho socioeconômico, desde meados do século XIX, do ponto de vista mais estritamente cultural, o advento da forma de vida boêmia – composta por artistas e intelectuais, não sendo estes restritos à especificidade de quaisquer das classes, e suas práticas de recolherem em empréstimo temas, materiais, elementos e motivos estéticos de alteridades em outros países –, deu partida a um encadeamento global cujo término da Segunda Guerra acelerou em ritmos sem precedentes. Desde então, a avidez e liberdade com que as novas gerações recolheram elementos e mesmo práticas significantes de outros povos e no movimento inverso – o recolhimento pelas alteridades de técnicas, habilidades e valores da civilização moderna ocidental – acentuaram o desmantelamento das culturas de classe. Sem dúvida, estão como contraponto a essa mudança cultural, lembram ainda os autores, o maior incremento dado à divisão funcional do trabalho e a redução das jornadas nos países centrais do capitalismo e em algumas das suas periferias, a ascensão da produção e do mercado de massa, a expansão das instituições de comunicação de alcance ampliado, ao lado dos movimentos de descolonização na África e na Ásia (*Op. cit.*, pp:194-195).

Falando, por exemplo, da experiência norte-americana que aninhou a onda pós-moderna, Connor ressalta como a cultura acadêmica dos Estados Unidos teve de responder à fragilização da sua autoridade em estabelecer as fronteiras culturais diante tanto do volume quanto da reivindicação por parte de novos agentes das produções culturais identificadas, até então, como ligeiras e "inferiores". Ainda, argumento do mesmo autor, o deslocamento na balança de poder entre os grupos e a reivindicação quanto o reconhecimento de novos valores estão na contrapartida do

aprofundamento da divisão funcional das atividades e da ampliação do mercado do simbólico no âmbito da acumulação do capital, em razão do impulso no comércio de signos (Connor/1992, pp: 21-22). Uma e outra proporcionam a profissionalização de um leque de novos agentes investidos da legitimidade de produtores culturais. Fator este incluso na institucionalização da produção e generalização da difusão de bens simbólicos, quando os últimos têm sua valorização econômica inflada. É, portanto, a partir da consideração desses mesmos mecanismos que Heller e Fehér extraem a proposta de enquadrar o pós-modernismo e a própria condição pós-moderna no interior das trajetórias de movimentos de afirmação de distintos (e muitas das vezes, conflitantes) padrões geracionais de comportamento, mas também de grupos étnicos e diferenciados pelo gênero que, desde o final da Segunda Guerra, aliam, entre outros, jovens, negros, mulheres e homossexuais em torno da reivindicação de suplantar os limites prescritivos das culturas de classes tradicionais (e da tendência desta ao ideal de homogeneidade abrangente), em nome da emergência de culturas locais ou subculturas (Featherstone/1996, p: 107). Nesse sentido, ondas como a do existencialismo ou aquelas das gerações "alienação" e "pós-moderna" estabelecem – o que chamam os autores – de "instituição imaginária" própria, embora numa situação tensa de disputa entre as três por legitimidade, "*cada onda continua a pluralização do universo cultural da modernidade e também a destruição das culturas de classe*" (Heller e Fehér/1998, pp: 196-197 – em itálico no original). Algo que, se não traduz ainda o desmantelamento por completo dessas últimas e do etnocentrismo europeu, pelo menos sugere aportes transgeracionais e transclassistas cujos efeitos, no plano da lógica conceitual, podem ser sentidos na dificuldade em fixar categorias precisas que estabilizem tal fluxo de realidades; sobram categorizações assumidamente provisórias ou principalmente ocorre a elaboração de metáforas que oscilam entre os pólos da homogeneização ou da heterogeneidade, tais como: "cultura global", "cultura mundial" e culturas e identidades "híbridas" ou "pós-modernas".

Uma das pistas deixadas por ambos autores a ser perseguida nesta pesquisa é a aproximação entre o aumento da complexidade dos mercados funcionais, a proliferação acentuada da produção e consumo de bens simbólicos e as transformações experienciadas pelas diversas tradições culturais não identificadas à

matriz européia da modernidade e, acrescentaria, a concretização das reivindicações em torno da expansão do tempo livre como maneira de liberação das energias humanas das engrenagens produtivistas, na Europa e nos Estados Unidos, mas também nas periferias, como a América Latina, sobretudo a partir das três últimas décadas. A questão a ser enfrentada é: em que medida tais variáveis se encontram e pressionam o plano cultural? Para situar em termos históricos o problema, vejamos alguns dados referentes à Europa. Por exemplo, em 1800, o conjunto dos trabalhadores franceses urbanos dispunha de 25.000 horas contra as 150.000 horas do final da década de oitenta deste século. E no rastro da ampliação do tempo social do não-trabalho, uma diversidade de práticas de lazer (esportivas, culturais, diversão e viagens) se dissemina, ocupando de maneira decisiva e crescentemente faixas expressivas da existência cotidiana da população nacional (Samuel/1991, pp.:145-152 e D'Epinay/1991, pp:163-171). A ampliação da espessura adquirida pelo entretenimento ocorre na esteira dos novos enquadramentos dos tempos sociais, mas faz tabela com a implantação das iniciativas do Estado de bem-estar social, visando minimizar as contradições entre capital e trabalho, em resposta às lutas e conquistas para a efetivação da melhoria da renda de largos setores das sociedades ocidentais mais industrializadas. O direito à aposentadoria é emblemático. A oficialização deste direito viabilizou a instauração de um mercado previdenciário mediante a concorrência entre grupos financeiros, cuja proposta ia além de garantir rendimentos mensais aos aposentados; aos objetivos se incluíam férias, clubes de alojamento e outras vantagens. Como sugerem Debert e Simões, os signos do envelhecimento foram acoplados a novas demandas: doravante a velhice "deixou de ser um momento de descanso e recolhimento, para tornar-se um período de atividade, lazer e realização pessoal." (Debert & Simões/1994, pp: 38).

Antes de tudo, apresentar a combinatória dessas variáveis obriga-nos a fazer o reconhecimento do feixe de fatores sócio-históricos básico à emergência do entretenimento como decisivo instrumento institucional e elemento estrutural com atuação sobre os desencaixe e reterritorialização dos símbolos e práticas significantes[v], na efetivação de um mercado da distração.

II

De acordo com a apreensão da questão pós-modernista no item anterior, é pertinente admitir que a problematização da experiência contemporânea, nesta tese, está irrevogavelmente inscrita no nexo cultura e entretenimento, reconhecendo no último um mecanismo institucional historicamente constituído mas com decisiva participação na reelaboração dos planos simbólicos e das práticas significativas. Por isso importa agora destacar as determinações com incisiva participação nessa conexão. A opção de análise dessas determinações consistirá em cotejar, uma vez mais, a reflexão sobre a pós-modernidade. Porém, desta vez, tomarei, a princípio, o postulado de que a pós-modernidade constitui uma condição posta às experiências humanas atuais. Evidentemente não tenho em mente reiterar essa tese, mas tão-somente observar a autoconcepção da pós-modernidade como uma consciência que expressa valores e principalmente traduz remanejamentos mais gerais operados no mundo social das sociedades modernas, neste século, com implicações sobre o entendimento e a natureza dos processos culturais, entre os quais a cultura popular. Meu argumento é de que a concepção da pós-modernidade e algumas das suas mais virulentas reivindicações dizem respeito ao peso adquirido pela esfera cultural no seu conjunto e em particular pelo entretenimento. Porém tal impacto em lugar de consistir numa ruptura traduz um estágio de um longo processo de formação e consolidação institucional intrínseco à experiência moderna.

Tomarei como ponto de partida a reflexão de Walter Benjamin sobre o tema da cultura na modernidade do século XX. Explico o motivo da apropriação, no instante em que encontro no autor o limiar de uma reflexão sobre o acentuado grau de autonomia dos modos de orientação da ação na modernidade, principalmente aqueles referentes à diversão e cuja influência sobre os modos de expressão e uso dos bens simbólicos redimensionam a idéia mesma de esfera cultural. Isto porque quando, para Benjamin, a modernidade fere as três concatenadas condições básicas à experiência, a saber, temporalidade, comunicação e contato oral significativo entre gerações, o que se perde é a exemplaridade do passado na recomposição da memória social, à medida que o binômio ritmo/tempo se acelera, no compasso da racionalização técnico-formal

e da burocratização. A articulação entre o tempo circular e a autoridade do ancião é deslocada e o trabalho artesanal tornado secundário ante ao processo de trabalho que, embora torne a cooperação mais decisiva, especializa, individualizando funcionalmente as pessoas. Neste instante a continuidade temporal esvanece e o presente impõe-se como o tempo "infernal" permanente da novidade e, conclui restar apenas a incerteza quanto ao futuro e o viver resigna-se ao hedonismo do instante (ver Benjamin/1975a, pp: 63-81, 1975b, p: 46 e 1986, pp: 114-5). Mas o próprio Benjamin pergunta a respeito da viabilidade do resgate da experiência nas condições "bárbaras" impostas pela modernidade. Uma das alternativas seria, entende, a intensificação do esquecimento ao qual estão submetidas as pessoas; não se trataria portanto do regresso a uma identidade totalizante, mas do exercício de reconhecimento da pluralidade identitária subjacente ao próprio esfacelamento. Quer dizer, a própria individualização permitiria as condições de reencontrar um eixo coordenando passado, presente e futuro. Se o autor não é muito claro em relação a quais seriam concretamente os instrumentos para isto, poder-se-ia dizer que justamente a técnica e seu impulso para o desenraizamento corresponderiam a tais dispositivos (Benjamin/1991, pp: 181-201). Talvez, por isso, Benjamin elegeu o tecnicismo da "arte de colagem" dos surrealistas para desfraldar suas teses. Mas, antes, é na sua concepção sobre a arte cinematográfica que podemos ver a combinação dialética entre violência, estética e emancipação (Benjamin/1975c, pp: 9-34). Aí o que se manifesta interessante aos propósitos desta pesquisa é o deslocamento na questão da experiência, proposto por Benjamin, quando observa a respeito do caráter de distração do cinema, diante do qual o público é um "examinador que distrai" (*Op. cit*, pp: 32-3).

Embora, quando vista do estágio histórico em qual nos encontramos, pareça ingênua sua postura em relação às perspectivas progressistas das forças produtivas, o notável é a maneira como Benjamin encontra na situação "evasiva" da diversão um *locus* outro para reafirmação da experiência. Trata-se de um acento que caminha na direção das sensações e dos afetos, abandonando as mediações oferecidas pelo *logos* (a palavra espiritualizada e o cognitivo). Para ele, a materialidade psíquico-física humana encarna a condição moderna e nesta, a estruturação técnica entrelaçada à

racionalidade da ampliação do excedente econômico (ambos sem precedentes históricos) afronta a percepção humana e descortina uma outra sensibilidade cuja agência é o "homem estético" (Bools/1992, pp: 92-8). Em outras palavras, se a experiência pode igualmente ser compreendida como, também, o efeito da combinação ajustada entre os sentimentos humanos, tecidos no desenrolar de um tempo reciprocamente compartilhado e da exteriorização que estes alcançam em objetos e formatos tão significativos, numa correlação intersubjetiva, penso que Benjamin observa na modernidade a afirmação de uma experiência sobremaneira estética, posta no teor lúdico e sensual do jogo aleatório das percepções. Por isso, a diversão moderna se apresenta com tamanha importância no modo de vida da modernidade e no tipo de sociabilidade que a acompanha. O princípio do espetáculo se institui aí como sentido à ação individual, agindo na ritualização desta no interior de estados que autocelebram o próprio êxtase individual.

Em termos sociológicos, acredito que a dessacralização do sublime e a emergência de uma outra sensibilidade coletiva, sublinhadas por Benjamin, implicam, a um só tempo, na maximização da especialização do artístico, mas também na intensificação de um movimento de expansão do estético para objetos e práticas outras não necessariamente restritas às belas artes burguesas, em meio às pugnas pela redução dos desequilíbrios de poder entre os grupos e classes sociais em diversas sociedades nacionais modernas, no século XX (Farias/1998, pp: 54-63). Em última instância, o que se define é a diferenciação institucional de algumas das realizações culturais sob a égide seja da legitimidade ou da racionalidade próprias ao entretenimento. Este informa de sentido o equilíbrio das interdependências funcionais figuradas na divisão do trabalho entre produtores e públicos consumidores, além de demarcar o significado dos gêneros que delineiam as práticas nesse campo de interação social, onde a oferta e o consumo de bens têm por parâmetro a associação com o gozo estético, mas em sintonia com a rotina que canaliza a exposição pacificada dos impulsos humanos para a cena pública (Featherstone/1997, pp: 33-5). Não é de estranhar que, na história da modernidade, os debates sobre os "tempos livres" estão diretamente coligados ao trato com os temas do gosto e da distração, do lúdico e do prazer, mas tendo o horizonte político das lutas em torno da afirmação ou

a supressão de modalidades de dominação política, cultural e econômica[vi]. Dando base ao conjunto de valores correlacionados ao desfrute do ócio, as transformações no mundo social viabilizam a conformação do *ethos* hedonista, simpático ao consumo, no interior de uma sociedade sempre mais delimitada pela mercadoria capitalista e cujas compartimentações espacio-temporais irão abrigar o lazer engajado às diretrizes do entretenimento como uma das dimensões do espírito da época da modernidade. E é um marco desta autoridade da tradição moderna, a concepção de mundo segundo a qual utilidade e inutilidade, trabalho e divertimento, embora diferenciados, passam a delimitar conjuntamente e a configurar um campo de legitimação das condutas cuja égide está sob o domínio do divertimento intercruzado à lógica da acumulação de excedentes econômicos (Ortiz/1991, p: 179 e Taschner/1997, pp: 42-3).

A combinação, portanto, entre diversão e processo sociocultural moderno apresenta feição bem peculiar, não redutível tão-somente às transformações ocorridas no universo do trabalho, embora relacionado de modo incontornável à esfera produtiva e à expansão da lógica da quantificação monetária, mas equivalendo a um tempo social específico (Roger/1991, pp:173-181). Sua compreensão atiça nossa atenção ao conhecimento das transformações experimentadas por esta dimensão histórica das relações sociais. Nesta, agrilhoam-se às conseqüências da autonomização da técnica, o aprofundamento da mediação exercida pelo capital, a intensificação das sociabilidades de lazer e a alta envergadura e acentuada diferenciação alcançada por determinados meios de orientação da ação. Vejamos. De maneira aguda no pós-Segunda Guerra, consolidam-se os novos condicionantes decorrentes das transformações no mundo do trabalho e, também, a emergência dos portentosos meios de comunicação sincronizados ao peso adquirido pelos modos de orientação da ação, como o entretenimento, cujos vínculos com a dinâmica aquisitiva do capital são crescentes e irão convergir ao um mesmo terreno de instititucionalização, fomentado ainda pelas novas demarcações no plano privado das sociedades ocidentais. Nas sociedades mais industrializadas, principalmente a partir das últimas décadas – sessenta, setenta e oitenta –, definem-se espaços a modalidades menos formalizadas no relacionamento humano; cenários resultantes de

redimensionamentos diversos com incidência na valorização das posturas estetizantes de indivíduos e grupos responsáveis pela divulgação de estilos de vida afinados com as práticas de lazer e diversão. Ao mesmo tempo, tal abertura à exposição pública das emoções esteve em conluio tanto com o grande impulso dado à técnico-burocratização, na sociedade urbano-industrial (Wourters/1986, pp:1-18), quanto com a expansão do controle racional sobre a vida, exercido rotineiramente pelos sistemas auto-geridos da modernidade, dissolvendo ainda mais os parâmetros fincados na tradição, na religião e na natureza (Giddens/1996, p:218).

A autoconsciência da era pós-moderna se vai delineando exatamente à luz desta radicalização da modernidade. Segundo seus artífices, no âmbito da filosofia, a pós-modernidade teria por propriedades seja a espécie de desdiferenciação, precisamente, daquelas esferas auto-referenciais, seja do ataque às narrativas legitimadoras da arquitetura cosmológica e sociocultural da modernidade, isto é, a deslegitimação da primazia concedida à mediação do trabalho – ponto nevrálgico da formalização instrumental da modernidade (ver Lyotard/1986). O curioso é ater o contraverso da mesma situação. A saber, no rastro das inferências de Daniel Bell (s.d) e de Touraine (1970) sobre o predomínio da sociedade pós-industrial, onde o impacto da tecnociência está na outra face do domínio cada vez maior do setor de serviços e da importância da esfera do consumo e da disposição para o lazer, ocorre o crescente acento conferido à cultura nas reflexões. Isto no que tange à percepção da sempre maior ingerência do conhecimento e à informação-comunicação, em particular ao entretenimento, no mundo cotidiano das sociedades ocidentais. Algo assim ressoou na versão teórico-conceitual sobre a crescente preocupação intelectual com a "economia libidinal", que seria detonada pela maneira como a experiência humana, civilizada, estaria concentrada na procura intensiva de afetos (Lyotard/1974, pp: 136-8)[vii]. Mas ao contrário da premissa vitalista de Lyotard, alguns intérpretes de orientação marxista, como David Harvey, entendem como fundamentais para esta ascendente importância da cultura na condição pós-moderna as transformações operadas na própria lógica aquisitiva da economia capitalista. Harvey, atento à inclusão da regulação pós-fordista, caracterizada pelo que chama de "flexibilização" dos fatores de produção e da segmentação do consumo, vai definir a mesma fase pós-

moderna pelo domínio das imagens, na qual a frenética competição mercantil entre os signos estabelece novos parâmetros para a investida dos agentes do capital e se ajusta a uma concepção comprimida de espaço-tempo e com o predomínio da devoção hedonista ao presente. Nesse sentido, prossegue Harvey, a hegemonia conquistada pelos conglomerados empresariais ligados ao comércio de informações e comunicação social e do entretenimento, em meio à ascensão do setor de serviços, propicia a circulação lancinante das imagens de diversos lugares do mundo, tornando-as acessíveis a extraordinário número de pessoas consumidoras, em meio à reprodução ampliada do capital e da reorganização das suas determinações sócio-históricas e estruturais (Harvey/1992, pp: 263-64).

Importa nessa apreciação da pós-modernidade enquanto uma condição emergente é que, por caminhos diversos, os autores enunciam a preponderância das questões dos gostos e do consumo como referências à formulação das identidades individuais e coletivas. E ainda atentam para a reciprocidade entre a crescente valoração das sociabilidades inscritas na dimensão do lúdico, ao lado da ascensão do tema do desejo, com o papel de protagonista alcançado pelo setor de serviços na economia capitalista contemporânea e pelo chamado trabalho "improdutivo", que põe bens intangíveis (Offe/1988, pp: 131-65). Evidencia-se deste modo um reordenamento sociológico amplo dentro do qual a esfera autonomizada do consumo detém um lugar dorsal; reordenamento cuja grandeza contribui ao reconhecimento do terreno sobre o qual o tema da cultura popular na contemporaneidade tem suscitado a idéia pós-modernista da "desdiferenciação" entre as esferas da existência humana. Na compreensão de alguns intérpretes, a cultura popular contemporânea se sustentaria pelo entrecruzamento da formalidade do erudito com o espontaneismo festivo do popular, incentivado pela contaminação dos imperativos hedonistas e mercantis da cultura de massa. É sugestiva a respeito a situação, descrita por Andreas Huyssen, dos museus norte-americanos e europeus que conhecem interessante deslocamento[viii], no instante em que o seu papel como um "local conservador elitista ou como um bastião da tradição da alta cultura dá lugar ao museu como cultura de massa, como um lugar de uma *mise-en-scène* espetacular e de exuberância operística." (Huyssen/1997, p:223, ver ainda De Paula/1998, pp:27-46)[ix]. Nesses termos, Mike Featherstone tem razão quando

refuta a tese de uma homogeneização cultural, fruto da sociedade de massa, e fala da convergência entre distintas atividades de lazer, situadas no ambiente da globalidade, para a categoria de "observação turística" (Featherstone/1991). No interior mesmo da onda pós-moderna há controvérsias a respeito do tema. Kaplan deixa em suspenso, por exemplo, a mesma tendência à impossibilidade contemporânea de realizar distinções no plano cultural. Considera, inclusive, ocorrer aí uma "confusão" resultante da característica *bricoleur* própria ao "texto pós-moderno", na sua perspectiva analítica, quando desconhece as fronteiras entre alta cultura e cultura popular, e toma essa característica como extensiva ao plano institucional, no qual ocorrem a produção e consumo dos textos (Kaplan/1993, p: 14).

Talvez em lugar de propor o esgarçamento das legitimidades das esferas notabilizadoras da modernidade, suposto nos argumentos acima, o que esteja em curso aí seja o redimensionamento das próprias esferas. Para isto, vejamos a princípio a categoria mesma de esfera. A heuristicidade do conceito está atrelada àquele processo de complexificação/diferenciação, constitutivo da particular cosmologia da modernidade européia, denominado por Weber de "desencantamento" do mundo. Isto é, na junção entre a autonomia de juízos e racionalidades especificadas como prático-morais, cognitivo-instrumentais e estéticas, ao lado da separação das esferas da política e da jurisdição, da ciência e economia e da arte e cultura do julgo das autoridades clericais e monárquicas e nobiliárquicas. Mas também no compasso da diferenciação funcional manifesta na retirada também do mundo social comum do exercício das atividades afins a essas esferas, na medida em que são integrados por quadros de especialistas que detêm o monopólio dos exercícios dos ofícios mediante a comprovação do mérito e se empenham em manter as fronteiras simbólicas que garantem seu *status*. Portanto, se a premissa a respeito da diferenciação das esferas como nodal à modernidade é sabidamente extraída da sua preocupação com a singularidade do racionalismo ocidental (ver Weber/1974, p: 326), importa aqui, antes, o pressuposto do autor de racionalidades específicas a cada uma das esferas, impedindo a conformação de uma razão substancial e totalizadora das heterogeneidades sociais e, além disso, supõe modos variados de orientação e legitimação da ação dos agentes. Porém, argumenta, as condutas são impelidas à

homogeneidade nos círculos próprios às esferas; a que se perseguir aí a explicitação permanente do sentido da ação, homogeneizando os impulsos em torno do fim almejado, racionalizando a conduta sistematicamente para atingir a precisa significação, a individualização.

Diversos estudiosos que recorreram ao mesmo esquema weberiano já evidenciaram como as transformações na estrutura social de algumas das sociedades da Europa Ocidental condicionaram a emergência da autonomia da arte e estiveram em elo com o ideário favorável ao gênio artístico. Sem dúvida, como sugere Bourdieu, o dado central é o esfacelamento da subordinação dos artífices da arte em relação aos mecenas (notadamente a nobreza de corte e/ou o monarca absoluto), no compasso do aparecimento de um campo e mercado próprios à cultura erudita, na medida da expansão do padrão secular de sociabilidade, em ascensão desde o século XVIII. E ainda, com a conformação dos novos espaços de expressão e comunicação públicas, espaços agenciados por instituições como o teatro plebeu, o jornalismo, as galerias de arte e academias, posteriormente o rádio, o cinema e a televisão. As quais articularam os mecanismos operantes na condução das habilidades pessoais às assimetrias materiais e simbólicas entre as classes sociais, mediadas pelas bagagens acumuladas na formação familiar, no sistema educativo e nas instâncias de consagração da cultura (Bourdieu/1996, p. 65-6). Contudo, no instante em que novos arranjos e equilíbrios de poderes entre grupos sociais alcançam embocadura planetária e o âmbito cultural estende seus limites de dotação de significados a práticas bem heterogêneas entre si, transformam-se os ingredientes consagrados como recursos, nos esforços de diferenciação institucional, estando tais recursos agregados aos exercícios de especialização dos seus agentes. Porém, o remanejamento nesses termos é algo distinto de supor a desmontagem da moldura mesma definidora da finalidade das condutas, mediante categorias de raciocínio e de classificação das atividades. Nesse sentido, creio necessário matizar a assertiva de Arturo Marató, por exemplo, para quem a contemporaneidade possui componentes cujo teor estão deflagrando o esvanecimento dos contornos da esfera cultural. Ao seu ver, três encaminhamentos hoje decidem a ruína estrutural e a desoxigenação tanto da autonomia quanto da dinâmica do âmbito estético: "Tem-se produzido, em primeiro

lugar, a assimilação de um crescente número de atividades, cada vez mais distanciadas do núcleo original das artes clássicas. Tem-se produzido assim mesmo uma importante transformação da indústria cultural, com o abandono da fórmula fordista de produção, a segregação organizacional dos segmentos produtivos ligados à criação e a subcontratação dos mesmos. E tem havido um enorme incremento da participação do setor público e do setor lucrativo neste âmbito da atividade." (Marató/1999, p: 02).

Duas dificuldades se impõem à aceitação deste argumento. A primeira diz respeito ao fato de que, talvez, do interior de algumas das sociedades européias seja possível referir-se aos diálogos entre as produções culturais como expressão da diluição da esfera cultural, a partir da aceleração dos movimentos da globalização. E daí conclui que esta atingiria a primazia do estado nacional em guardar o monopólio das classificações hierárquicas entre os segmentos, isto é, deslindando-os entre o erudito, o popular-folclórico e o massivo. Isto porque os mecanismos de controle social, inscritos no estatuto que rege as práticas de consumo, estariam delineando instâncias outras de reconhecimento e legitimidade da cultura. Quando se faz o deslocamento à América Latina, por exemplo, modificam-se os contornos do debate, porque a dinâmica do processo de conquista de autonomia do campo cultural está já antecipadamente coligada às implicações com o Estado e com a industrialização do simbólico, pela convergência nos esforços de modernização e pelo ajuste com a linguagem da modernidade (ver Ortiz/1999, pp: 13-6 e Canclini/1990, pp:71-81). A segunda dificuldade consiste no questionamento do lugar mesmo tomado como parâmetro tanto à delimitação da esfera cultural quanto para aferir sua desdiferenciação, ou seja, o espaço das chamadas "artes clássicas". O próprio Bourdieu é bastante claro quando distingue uma produção de bens simbólicos para circulação restrita daquele de características ampliadas (Bourdieu/1996, pp.:162-93). Ainda assim, ele não deixa de reconhecer o fato de a última também pertencer à esfera cultural. Ora, o problema motivado pelos diálogos entre as produções culturais e as articulações várias vicejadas, seja com os organismos estatais e públicos ou com a iniciativa privada comprometida com o lucro, então não parece se situar na diluição dessa esfera, mas numa mudança de direção do padrão da sua gestão, em obediência à troca dos setores reinantes em seu interior. Correspondendo, assim, à tendência da balança de poder interna à esfera pesar cada vez mais para o plano da circulação de

caráter vulgar. Claro, a mudança endógena de alguma maneira faz ressoar as novas estocadas no tecido da rede de interdependências funcionais mais extensas e isto redunda em pressão tanto sobre as crenças quanto nos instrumentos de consagração das práticas e objetos valorados pelo ideário em torno do "carisma" artístico, como procuro argumentar em outra oportunidade (Farias/1998). Eis a abertura à estetização de um conjunto amplo de novas práticas e situações, mas o processo engata com a dimensão alcançada pela cultura no horizonte de um outro ritmo de rotinas.

Torna-se, assim, incontornável considerar sob qual conjunção de elementos sócio-históricos ocorrem as demarcações do lugar da cultura popular, no instante em que o entretenimento se impõe como um parâmetro ao conjunto da esfera cultural. Para isto é preciso realçar que a abordagem do entretenimento está informada pela temática da cultura neste trabalho sob dois aspectos: 1) seja no que diz respeito às noções que habitam os imaginários e, mais ainda, aos esquemas classificatórios que balizam as percepções da realidade ou 2) o entendimento da cultura como campo institucional, dotado de lugares, agentes, gêneros e relações de força, porém numa situação de interdependência com os movimentos e estrutura das relações sociais mais abrangentes.

Nesse sentido é importante considerar o dado elementar que marca a cultura como uma esfera dotada de sentido específico, já que assim se torna possível percorrer as linhas de transmissão de valores no interior de um encadeamento geracional de grupos fixados como produtores culturais e seus públicos, quanto avaliar os traços distintivos nos diversos estágios desta sucessão. Se nos ativermos à esfera cultural em linhas gerais, como observa Raymond Williams, a independência do nicho cultural é tributária da conjugação entre iluminismo, individualismo burguês, industrialismo e romantismo, ao decidir a sorte da cultura como âmbito de experiência individual superior, devotada ao espírito e de cunho, no horizonte das sociedades européias do século XIX, artístico e mental, sobretudo não passível de promiscuidade com as mesquinharias cotidianas (Williams/1969, p: 21). Ao mesmo tempo, a postura de desprezo pelo o que consideravam "excessivo" nas atitudes "civilizadas" do aristocrata francês dos séculos XVII e XVIII levou segmentos da emergente classe média alemã, sobretudo os artistas e intelectuais, a incorporar os

postulados de simplicidade do "bom selvagem", concebidas por Rousseau, dando ênfase na composição do ideal da *kultur* às realizações espirituais (Elias/1990, p:25). No entanto, Norbert Elias reconhece nesse resgate alterações de hábitos e costumes vinculados às mudanças mais longas e gerais na estrutura de poder e controle das sociedades européias ocidentais, em curso desde a Idade Média. O percurso de mudanças tem seu dado mais heurístico na internalização acentuada dos medos, fundamental para o autocontrole individual e importante em uma sociedade na qual a complicação das suas divisões funcionais aumenta de maneira vigorosa e pressiona brutalmente os valores e daí repercute na formação das subjetividades. E gera, ao mesmo tempo, modalidade ambivalente de constrangimento intersubjetivo e de auto-coersão, porque as crescentes formalização e codificação racional da vida têm por contrapartida o "sonho-imagem" da expressão espontânea das emoções (*Op. cit.*, pp: 45 e segs). E isto promove, numa trajetória de longa duração histórica, o redimensionamento de todo um imaginário e postura a respeito da natureza, destacada no plano estético-cultural pelo romantismo. Algo vislumbrado por Alan Macfarlane, quando mostra como, desde o século XII, setores da sociedade inglesa conheceram o emergir de um modo de olhar, ampliado com o processo urbano-industrial. O olhar encerra, então, o ajuste em uma mesma mentalidade do cálculo do mercado e a inspiração de buscar o rejúbilo nos "santuários" da não-utilidade[x]. A natureza se tornara motivo de atração, transformada em instrumento de lazer, distração e modo de distinção entre os grupos sociais (Macfarlane/1987, p: 124 e Williams/1989, pp: 21-6). Igualmente o é, o crescente seqüestro dos fazeres artísticos pelo discurso estético, apaziguando o difícil trato com os impulsos e às experiências corpóreas, no compasso tanto da tecnificação das bases produtivas das relações sociais quanto da desconstrução da arquitetura normativa do Antigo Regime e da metafísica cristã, ao lado da afirmação do sujeito individual (Eagleton/1993, pp: 17-28).

Nesse contexto europeu, seja a produção de ou a demanda por bens simbólicos se beneficiaram, de início, pela formação da esfera pública burguesa, já que a última facultou unidade e espaço de visualização ao número crescente de agentes dedicados à produção desses artefatos. Constituiu, logo, o alicerce da futura esfera cultural. Aí onde os componentes da nova situação atuaram na formação de públicos para uma

cultura que se emancipa dos patronos, mecenas e das corporações, redistribuindo as atividades no formato outro que toma a divisão social do trabalho artístico e intelectual. A confluência se dá entre um sistema cultural e de diversão, o zoneamento espacio-temporal do lazer e as formações subjetivas propensas às reivindicações objetivando circunstâncias e móveis adequadas à visibilização e satisfação das suas demandas por emoções autênticas. A secularização em processo esteve na contraface tanto da diferenciação funcional e profissional da cultura quanto à emergência do sentimento de emancipação dos sujeitos-cidadãos do julgo da tradição e da autoridade. Enfim, um paradoxo é evidente, pois se o insinuar da racionalização secular da sociedade e a economia de afetos que acompanha fornecem bases para o projeto iluminista de universalização normativa da igualdade entre os homens e do primado antropológico do indivíduo, a propensão ao consumo cultural fora impulsionada por uma reação a este mesmo movimento, sentido como espécie de responsável pelo fracionamento do palco das experiências humanas, agora mundanizadas. É, também, este o terreno do florescimento de expectativas favoráveis à "cultura popular". A ênfase que passa a recair sobre os temas do popular e do folclórico, a busca das origens comunitárias nos laços das coletividades camponesas medievais e o fascínio exercido pela "alteridade exótica", entre outras, expunha justamente a hesitante postura dos segmentos sociais envolvidos com a modernização das sociedades européias. Isto porque estavam, concomitantemente, elaborando ou fruindo produtos culturais cujos produtores definiam-se como rebelados antimodernamente em relação ao postulado de uniformidade universal da razão das luzes, na contrapartida da adoção de um imaginário convencido do ideário religioso da reconciliação com a unidade ontológica (Touraine/1994, p: 80). Decididamente, a ampliação e a efetivação da esfera cultural estiveram favorecidas pela exigência presente às classes médias emergentes das sociedades industriais européias; exigências de diversidade, autenticidade, particularidade e não-utilitarismo rotineiro, ao lado das tentativas de reafirmação das vontades subjetivas. A facção de artistas e intelectuais mediara para o campo das suas práticas significantes justamente tais anseios. Poder-se-ia dizer que, seja a produção dos discursos seja o seqüestro técnico dos fazeres tanto demarcaram fronteiras simbólicas para os procedimentos

desprovidos da formalização discursiva, quanto racionalmente coligiu um e outro e os fixou em numa zona ampla, a da alteridade exótica, selvagem, irracional. O debate sobre a cultura popular se inscreve nessa segmentação e está sob a coordenação da lógica dicotômica que preside a arquitetura cosmológica da modernidade; dicotomia entre razão e emoção ou razão e irrazão, com reflexos sobre a concepção mesma dos níveis culturais (Franco Júnior/1991, pp: 18-19).

Relatando o contexto sócio-histórico mais amplo e o intelectual, ambos básicos ao aparecimento dos estudos do folclore, Luis Rodolfo Vilhena detecta um traço de continuidade entre o folclorista e o etnógrafo; traço caracterizado pelo modo como um e outro se posicionam no resgate e compreensão de formas de vida distintas e mesmo postas em perigo pelo avanço da civilização, da modernidade. E, neste instante, esses intelectuais delimitam um lugar onde o outro, o popular, o simples e o autêntico passam a dizer respeito a uma mesma coisa:

> Percebe-se na busca da tradição popular um claro esforço compensatório. O objeto do folclore é, como no caso da antropologia clássica, um objeto evanescente. A carta "fundadora" de Thoms (...) convoca os interessados para que se dediquem à coleta das tradições populares antes que seja tarde. Descobre-se o "povo" quando ele está a ponto de "desaparecer", isto é, quando a Europa começa a se industrializar e urbanizar (...), e o relativo isolamento do camponês diminui, com os modernos meios de transportes e comunicação e a expansão da alfabetização. O folclorista, retocando os versos e os contos folclóricos, guardadas as devidas proporções, assemelha-se ao moderno etnógrafo, descrevendo seus nativos através do "presente etnográfico", ou seja, apresentando uma espécie de "ponto zero" daquelas expressões, imediatamente anterior a interferência da "civilização" sobre aquela cultura, reconstituindo por abstração um momento que ele nunca observou. Podemos ver num caso "falsificações" e no outro um esforço legítimo de reconstituição científica – e existiram essas duas coisas, assim como várias posições intermediárias do contínuo de muitas gradações que pode ser traçado entre esses pólos, tanto na literatura antropológica quanto na folclórica – , mas, em ambos os casos, estamos diante de um esforço de reconstituir uma totalidade perdida. (Vilhena/1997, pp: 273-4).

Com a fase da civilização moderna instaurada após a segunda metade do século XX, as transformações nos mundos sociais atingem em cheio a demarcação dos segmentos culturais calcadas nas situações de classe e fundada, ainda, na distinção entre razão e afetividade. Mudança expressa visionariamente tanto na percepção quanto na postura dos célebres autores da Escola de Frankfurt. Ainda sob o impacto do terror provocado pela visão da ascensão do nacional-socialismo na Alemanha, na década de trinta (conjuntamente ao apelo que os seus rituais extáticos obtiveram junto

às massas operárias), quando exilados nos Estados Unidos, Adorno e Horkheimer (1997), no emergir da expansão do modelo fordista de sociedade urbano-industrial, chocaram-se com o que, para ambos, significou a degeneração do ideal artístico, exatamente nas manifestações da cultura popular ativadas no cotidiano da América do Norte. O encadeamento entre o *jazz*, a indústria fonográfica, o agenciamento publicitário e o mercado das audiências surtiu em Adorno a sensação de uma neobarbárie, agora ironicamente fundada sobre a degradação da autonomia do espírito, ao se tornar este um elemento de galvanização a serviço do capitalismo monopolista tardio, como bem de consumo de fácil assimilação, situado na função "culinária" do entretenimento (Adorno/1975, pp: 173-99). A crítica de Adorno atinge o âmago das novas questões postas neste século à versão originária do conceito de cultura, sobremaneira à alemã, na medida em que as ingerências no plano do simbólico das novas pressões do capitalismo e da estrutura da sociedade urbano-industrial ganham impulsos mais pungentes. Adorno capta uma outra situação em delineamento – o engate entre diversão e capitalismo na organização da sociedade; mais ainda, constata como a clave do entretenimento vai ganhando cada vez mais importância para decidir os rumos da esfera cultural.

O cenário histórico e social apresentado na reflexão adorniana sugere, assim, pontos fundamentais a esta tese. Vejamos. A expansão planetária da civilização moderna, já avançada naquele momento, implicava no deslocamento do equilíbrio de poderes em favor de outros centros, como os Estados Unidos, mas também na acentuação do trânsito na correlação de forças entre os grupos e classes sociais. E, ainda, dava fôlego a novos padrões de comportamentos e costumes assentados no gabarito de auto-regulação individual, sobremaneira identificados com modos mais informais, adotados em consonância às pressões democratizantes, exercidas por setores não-estabelecidos, diante dos padrões dos grupos estabelecidos, que se vão firmando na estrutura social das sociedades ocidentais e nas periferias modernizadas. Algo com contrapartida na sempre crescente projeção da legitimidade da cultura popular urbana (ou de massa) sobre as sociabilidades de grupos e povos inteiros. Ora é sintomático o alvo das atenções dos frankfurtianos, ou seja, as condições oferecidas pela sociedade norte-americana dos anos trinta. Falo sintomático porque o enlace

entre cultura, entretenimento e política encontraria na sociedade americana da era fordista o seu ícone irresistível. Ali, o mito da transparência total ganhou contornos de cultura; contornos possíveis graças à penetração da luz da razão (materializada pelo desenvolvimento extraordinário da técnica) em cada vez mais amplos compartimentos da existência, disseminando-se sobre a corporeidade social e dos indivíduos, com intervenção das tecnologias morais, estatais, industriais-científicas, intelectuais, estético-comunicativas e outras. O invisível passa necessariamente a ter de se materializar nos discursos ou nas coisas significantes, ou tornar-se "bem imaterial" circulante no mercado dos significados, sujeito, portanto, à "experimentação" individual, aos humores da sua volição e aplicável às ondulações das suas vontades, porque estas se concretizam nessas materialidades. Um dos totens desse sistema de organização e classificação sócio-semiótico, a instituição cinematográfica, participa nela numa situação dúbia. Ou seja, pois se é a materialização plena da operacionalização informacional, fruto de uma busca de revelar (construindo) verdades, pelo acúmulo de referências nivelador das direções e do seqüestro das referências por uma luminosa totalidade verossímil, auto-referendada na superfície plana do audiovisual, igualmente é o espaço do esvaziamento, permitido pela sedução do encanto, proveniente do relacionamento com o movimento da realidade (tecnificada), da qual é expressão e qualidade. Apresentado às massas como mais uma das maravilhas tecnológicas da sociedade industrial, do final do século XIX e princípio deste, durante as exposições universais, o cinema vai desde o início aliar a renovação permanente dos maquinários e das técnicas de produção de efeitos visuais e (posteriormente) sonoros com o princípio de encantamento do público. Resultado da combinação entre as diversões populares (*vaudevilles*, circo, carnaval e outras) e instrumentos que ampliam as ilusões óticas, a nova instituição, embora não somente, trilhou o caminho do entretenimento. Nos seus primórdios, plataformas circulares confrontadas a telas panorâmicas ou telões neutros nas quais eram projetadas imagens cinematográficas foram instaladas em vagões estacionados, mas que se sacudiam e as rodas faziam barulho (Costa/1995, pp: 4-5). O propósito da simulação de uma viagem virtual comparece como o princípio e o sintoma de um tempo de acelerada velocidade, vivificado nos termos do instantâneo, e na simultaneidade que engendra

passado, presente e futuro, realidade e ficção, todos transliterados por uma outra concepção espaço-temporal, sincronizante. Enfim, o cinema não aponta para a realidade; ele fabrica outras de modo fremente, a serem vivenciada no diálogo tenso entre o olhar solitário e as seqüências fílmicas, num jogo perverso no qual as últimas se antecipam às indagações, ao insinuar questões e respostas que o expectador faz a ele próprio.

Ao mesmo tempo, a proporção tomada pelo cinema nos Estados Unidos não está isolada do peso crescente da instituição do entretenimento ou da cultura de diversão naquele país, desde o século XIX. O estudo de Neal Gabler a respeito das relações entre entretenimento e realidade demonstra como as lutas políticas e culturais na América do Norte, ainda na primeira metade do século passado, contrapôs duas facções: uma atrelada ao legado europeu de uma cultura erudita e outra entrincheirada na defesa do que seria um posicionamento mais "democrático" e "pragmático". Dependendo do local ocupado, assegura o autor, o popular se tornava atitude vulgar grotesca, de filisteus fisgados pelo divertimento gratuito; na contraface, o erudito passava por mero pedantismo de elitistas (Gabler/1999, pp: 19-29). Na opinião do autor, a batalha simbólica travada entre as duas vertentes se vai definir no instante em que os segmentos de classe média ganham robustez, no andamento do desenvolvimento urbano-industrial, da expansão dos níveis de alfabetização e da participação política-eleitoral, principalmente após a Guerra de Secessão. E, se tais segmentos descartam a subordinação ao modelo europeu, igualmente se propõem a depurar os "exageros" da cultura de diversão, figurando a *midcult*. Para Gabler, a "república do entretenimento" está na contraface do seqüestro da cultura popular pelas classes médias, na sua luta de afirmação contra as aristocracias, e segue a conformação de uma democracia cultural não acompanhada de uma simétrica democratização para o homem comum nos planos sócio-políticos e socieconômicos: "Vendo-se a maneira como a *midcult* alistou os americanos da classe média na causa do entretenimento, pode-se até concluir que os divertimentos públicos, ao final do século XIX, tenham efetuado uma espécie de reconversão da cultura americana; numa nação cada vez mais diversificada, eles uniram as diferentes classes, rendas, sexos, religiões, idades e setores geográficos, exceto os negros e os que continuavam insistindo em sua superioridade cultural

e intelectual. Por meio da arremetida atordoante do entretenimento, os americanos, ao que parecia, tinham se tornado um único povo." (*Op. Cit.*, p: 47).

Mediante a argumentação de Gabler é possível discernir alguns traços a respeito do tema do entretenimento. Pois certamente a reconstrução histórica realizada pelo autor descortina aspectos muito particulares da sociedade norte-americana, os quais não podem ser transportados aleatoriamente a outras experiências nacionais. Porém o que parece relevante é como mesmo os componentes mais aí idiossincráticos estão intercruzados a mecanismos não restritos ao escopo daquela nação; mecanismos que assinalam um específico padrão nas reciprocidades humanas, ou seja, determinada estrutura com ascendência sobre as divisões funcionais e sobre os significados das práticas humanas. Sob esse ponto de vista, as condições propícias oferecidas pela sociedade americana para tal pioneira aproximação mereceriam um cuidado especial. Entretanto um procedimento como esse extrapola os objetivos desta pesquisa; interessa, por ora, observar o quanto nesse realinhamento sociológico aquele específico sentido que formata as práticas culturais na modernidade se mantém. Embora sejam evidentes aí as transliterações e as diversas apropriações às quais está sujeito, considerando a intervenção de novos mecanismos de diferenciação e controle institucional co-participantes da re-acomodação da cena sócio-simbólica das sociedades modernas, nas quais infla a importância do entretenimento. Ou seja, falo da peculiaridade da atitude de tomar a cultura à maneira de um plano alternativo e pacífico à vida prática social, o que traz essa dimensão para junto daquilo identificado com o deleite e o aprazível, mesmo com o lúdico. Logo, a esfera da cultura vai compreender o segmento do cotidiano moderno capacitado a prover a mediação entre o leigo e a dimensão do prazer, na medida em que seus quadros detêm o monopólio dos artefatos de simulação na promoção das emoções.

Nesse sentido, a cultura não tão-somente vai implicar em uma representação do real, mas paulatinamente torna-se símbolo, cujos artefatos equivalem a marcas/modelos e mesmo categorias de entendimento e de percepção a partir das quais são estruturados estilos, estilos de vida e formas de classificação, na negociação – sujeita ao risco e ao perigo permanentes – do agente na constituição da sua identidade; agentes que vão encontrar no âmbito hegemônico do mercado o espaço

por excelência de atuação (Urry e Lash/1994, p: 132). Ao lado disso, a idéia de cultura como representação (*mimesis*) irá se metamorfoseando na sua apreensão como realidade virtual, de simulação e mediação das relações sociais no quadro de uma conformação social laica, pública e anônima. Trata-se assim da ampliação do seu raio à medida que um conjunto de novas agências lhe é incorporada e, ao mesmo tempo, faz-se alvo da pugna entre sujeitos pelo *status* da diferenciação social que os faça comunicar sua distinção. Mas a inserção nessa arena dá-se em consonância ao parâmetro estrutural desta esfera emblematizada pelo imperativo secular da comunicação entre os homens, que envolve tanto o sensível quanto o atiçar dos sentimentos; demanda uma corporeidade elaborada para ser vista, fruída, admirada e cujo lugar do espectador é o do cúmplice da vontade de aparecer do agente artístico (Dufrenne/1981, p: 82).

A proximidade sugerida entre a produção e o consumo culturais e a complexa divisão social do trabalho na modernidade não pode ser deslocada desavisadamente das condições históricas que concertam os mecanismos sociais galvanizadores das sociedades nações ocidentais, ajustando a formação do estado centralizado com o desencantamento e secularização e a incidência de ambos sobre a separação e diferenciação das esferas sociais da experiência humana. Mas também as mesmas condições de segurança tornaram factível a expansão do campo cultural e da diversão. E, simultaneamente, os dois últimos, enquanto elementos de sociabilidade, foram decisivos à formação de agentes que comungam a crença na paz e na prosperidade como alavancas do bem-estar e da beleza. Afinal um dado fundamental, sem dúvida, para o desenho dos limites institucionais da cultura de diversão foi a generalização da pacificação das relações sociais. Os limites contratuais jurídicos, calcados no arbítrio do estado laico, como detentor do monopólio do uso da força física, e o apaziguamento das agressões físicas, mediante a intensificação dos mecanismos de autocontrole, deram concretude à exigência de segurança numa densa teia de relacionamentos funcionais. A disseminação deste amplo enlaçamento proporciona inusitados desdobramentos. No seu estudo sobre o ócio, lazer e o esporte na longa duração do processo civilizador, Norbert Elias e Eric Dunning (1992), por exemplo, observam que uma das características estruturais das diversões modernas, como parte

da pacificação das sociedades ocidentais, é a "esportização". Isto é, a democratização das práticas esportivas inscreve-se na delimitação das manifestações emotivas (e a violência física lhe correlata) às atividades nas quais o descontrole é subordinado ao autocontrole individual. Constatam os autores que a esportização está concatenada às situações de simulação que tanto estimulam os atos de excitação quanto os restringe à esfera mimética do deleite, resguardando do risco generalizado de submeter os participantes às atitudes que venham ameaçá-los em seu bem-estar (físico, psíquico e ideológico) e impõe-se como ordem moral, logo, social (*Op. cit.*, pp:103-4). Enfim, observando do ângulo analítico da longa duração, outros caminhos se dilatam na articulação entre civilização, espetacularização e segurança. Inclusive possibilitando introduzir a busca da "felicidade", ora concentrada nas zonas de êxtase da pós-modernidade, às racionalizações econômicas e aos esquemas de dominação assentados na burocratização.

III

Diante do quadro descrito até aqui, centralizado no tema do nexo cultura e entretenimento, encaro de maneira distinta as questões em torno da "desordem" pós-moderna e do deslocamento no campo conceitual motivado, principalmente, pela democratização das relações socioculturais agindo em planos vários para a diminuição da distância entre os segmentos sociais. No entanto, de início, a apropriação das categorias de civilização e processo civilizador de Norbert Elias, na definição dessa condição e dinâmica moderna, dentro da qual o campo do entretenimento é vislumbrado constituindo uma dimensão da experiência individual e coletiva, está sujeita a alguns impasses gerados a partir da natureza mesma do objeto estudado. Pois, como integrar a questão da civilidade, nuclear à definição de entretenimento, mobilizada neste trabalho, nas condições contemporâneas, nas quais as diferenciações e classificações se mostrariam frágeis, a ponto de cultura de massa e tradições culturais seculares se engendrarem mutuamente? O dado pusilânime reside no fato de o modelo teórico-analítico elisiano ter sido elaborado tendo em vista a modernidade européia, estando esta comprometida com o paradigma das sociedades

nações, em observância ao contexto histórico e estrutural no qual o ordenamento estatal centralizado detém a primazia sobre o sentido e a memória nacionais, na contrapartida do seu monopólio do uso da violência física e do sentido legítimo. Logo o postulado em torno de uma identidade autocentrada no aprofundamento subjetivo do indivíduo comparece à maneira de configuração das interdependências funcionais alargadas, mas limitadas pela distribuição do equilíbrio de poderes entre as sociedades-Estados inscritas no sistema internacional, gozando cada unidade geopolítica de identidade própria, constituída ao longo da formação, simultânea, da homogeneidade psíquica e sociocultural dos indivíduos. As "ambivalências" pós-modernas decididamente complicam o modelo teórico do processo civilizador, já que as mesmas deixam em xeque a premissa de uma ordem coesa, contínua e coerente na sua abrangência. Ora, ao revelarem os comprometimentos entre circulação e reflexividade na constituição da experiência contemporânea planetariamente compartilhada, fenômenos como o focado nesta pesquisa apontam para o quanto se torna recalcitrante o auto-centramento identitário nos níveis dos indivíduos e das sociedades nacionais. Os percalços residem na dificuldade em insistir no nexo de pertinência entre uma ou diversas redes societais (transterritoriais e transnacional) e a civilidade pacífica.

Como sugerem alguns intérpretes da cena social contemporânea, a "desordem" complexa da globalidade se introduz como parâmetro epistêmico outro ao conhecimento dos fenômenos sociais contemporâneos, os quais seriam eles mesmos as fontes desse corte epistemológico. Para Zygmunt Bauman, por exemplo, a pós-modernidade diz respeito exatamente à emersão de um "mal-estar" distinto daquele concebido por Freud em relação à modernidade (ou ao seu corolário, a "civilização"). Em função justamente de que "*os homens e mulheres pós-modernos trocaram um quinhão de suas possibilidades de segurança por um quinhão de felicidade*" (Bauman/1998, p: 10 – em itálico no original). Ou seja, o imperativo moderno da universalidade uniforme, manifesto na atitude do indivíduo de abdicar da própria liberdade de busca do prazer, em nome da ordenação e regulação civilizatória da natureza desordenada e ambivalente, capitularia atualmente ante a "desregulamentação" generalizada, a partir da qual é desenhada a cena "suja" do dia-a-dia pós-moderno. Então, no entendimento

do autor, ocorre a dissolução da tendência da sociedade moderna, mediante o projeto de racionalização calcado na aliança entre o arranjo técnico-científico e o aparato burocrático do Estado-nação moderno, de primeiro identificar para depois, estrategicamente, eliminar o estranho. O próprio Bauman, entretanto, coloca aspas na tolerância pós-moderna à diferença. E demonstra como o imperativo de "pureza" (diferenciação, classificação e unificação) comparece ao círculo das sociabilidades descentradas contemporâneas. Pois se, graças ao impulso infinito às novas sensações, é saudada como liberdade à concorrência entre estilos e padrões de vida e o teste da permanente sedução se abre como a possibilidade de renovação constante, impulsionada pelo mercado consumidor, nem todos são admitidos nos portais dessa convivência ávida de êxtase: "Uma vez que o critério da pureza é a aptidão de participar do jogo consumista, os deixados fora como um "problema", como a "sujeira" que precisa ser removida, são os *consumidores falhos* – pessoas incapazes de responder aos atrativos do mercado consumidor porque lhes faltam recursos requeridos, pessoas incapazes de ser "indivíduos livres" conforme o senso de "liberdade" definido em função do poder de escolha do consumidor. São eles os novos "impuros", que não se ajustam ao novo esquema de pureza. Encarados a partir da nova perspectiva do mercado consumidor, eles são redundantes – verdadeiros 'objetos fora do lugar'". (Bauman/1998b, p: 24 - em itálico no original).

Com certeza, uma urgente tarefa às ciências sociais hoje é lançar luz sobre a "sujeira" sócio-humana contemporânea, contudo no escopo deste trabalho a ênfase do interesse é conhecer como se faculta recursos para o ingresso na "comunidade de consumidores", no que tange à extensão da sociedade de consumidores como espécie de novo paradigma social e civilizatório, de acordo com o que Octávio Ianni denomina de *Era do Globalismo*, na contrapartida das metáforas do "shopping-center" e da "fábrica" globais (Ianni/1996, p: 70). Mesmo porque, no caso em questão nesta pesquisa, trata-se de elementos que ocupam faixas intersticiais étnicas, culturais e socioeconômicas da globalidade, isto é, numa tênue linha separando "imundos" e "mundos"; "sujos" e "alvos". Nesse sentido, a pergunta que nos move é, inspirado ainda em Bauman, como tais móveis étnico-históricos orbitam no entretenimento? E ao propor a questão, aposto, o problema nos remete à indagação sobre a ordem que se estabelece, ordem pulverizada, mas possível em torno da combinação estabelecida entre monetarização e esteticidade, característica dos lugares do entretenimento e

turismo. E igualmente evocada nos entrecruzamentos com as unidades de segurança estatais e com as modalidades de controle intersubjetivo e de autocontrole. Enfim, quero argumentar que as condições da sociedade de consumidores, que potencializam a modalidade de ordem que efetiva a esfera da existência humana historicamente diferenciada sob a rubrica do entretenimento, mostra-se intrínseca à própria especificidade assumida pela pós-modernidade, como espécie de onda notabilizada pela relativização cultural na contraface da galvanização planetária, possível pelos aportes de uma financeirização das práticas socioculturais, tendo a economia do lúdico como uma das facetas.

Quando Heller e Fehér assinalam que a "morte" das culturas de classe está intimamente relacionada com o deslocamento do ponto nevrálgico da economia, assinalam a passagem da produção para o aumento vertiginoso do volume de consumo, fator que tornou o lazer o centro, isto é, "matéria" decisiva à definição dos estilos e dos estilos de vida. Isto porque a identificação cultural dar-se-á desde já pelo coeficiente de dinheiro gasto, quer dizer o dispêndio suntuário faz interface com a ampliação do excedente capitalizado. E contra a tese frankfurtiana de uma estandartização voraz e devotada à homogeneização dos gostos e vontades, a qual seria promovida pelos sistemas de comunicação social de massas, ocorreu uma pluralização dos gostos, embora ajustados em padrões de consumo ávidos por agregar aos seus catálogos diferentes símbolos e práticas (*Op. cit.*, pp:204-05). A contrapartida mais estritamente econômica a essa mudança sociológica, como José Carlos Braga ressalta, é delineada desde a última década dos sessenta, quando já se acentuou então de maneira hiperbólica a dinâmica financeira como padrão sistêmico de riqueza do capitalismo. Mas o autor lembra que a rotação vem ocorrendo desde a segunda metade do século XIX, quando se desenvolveu a "dimensão financeira autonomizada das corporações". Porque daí em diante instaura-se aquela modalidade de mercado de investimentos no qual títulos representativos das propriedades transitam e são valorados em circuitos específicos, não tendo o compromisso de adequar-se à valorização ativada na esfera produtiva. Tal movimento traz em si os elementos que fazem da riqueza imobiliária o padrão dominante às exigências de elasticidade, mobilidade e flexibilidade como próprias ao capital na gestão e organização social da

produção e da distribuição. Na medida em que porta a substituição de um *ethos* centrado na conduta frugal e laboriosa por outro caracterizado pela especulação, Braga enxerga no curso desses eventos o manifestar da "passagem de um sistema capitalista em que a riqueza era associada à terra, máquinas, equipamentos, edificações, para uma 'nova era', em que a riqueza irá assumindo crescentemente uma *dimensão simbólica*, na moeda fiduciária e nos ativos financeiros em geral." (Braga/1997, pp: 212-13). Do mesmo modo, o ânima financeiro da economia capitalista incita ao específico tipo de competição, no interior da qual os agentes da produção de mercadorias e prestação de serviços são impelidos à sedução dos hipotéticos consumidores, porém já cientes do imperativo de basearem seus atos na conquista do efêmero, com a finalidade de manterem abertas as comportas para que outros "bens" se precipitem no abismo da evanescência imediata do consumo, como prioridade e balizador moral da fase contemporânea da modernidade. O apelo ao movimento alcança assim vital importância tanto do ponto de vista da estratificação dos grupos humanos e dos controles intersubjetivos e coletivos quanto da formação subjetiva e dos autocontroles. A nova hierarquia sustenta no topo aqueles agraciados pelos instrumentos que os possibilitam concretizar o desejo da mobilidade e os demais, postos na base, agrilhoados às localidades. No bojo da estrutura social que se desenha, o entretenimento-turismo torna-se bem mais que o qualitativo de uma instituição e uma prática; desde já equivale a poderoso mecanismo de legitimação e capaz de conferir *status*, dentro da estrutura desigual, na qual ocorre a distribuição da valoração dos recursos e se afirmam poderes e modos de dominação. Contudo é também foco de tensão, na medida em que aproxima e viceja enfrentamentos entre os agentes da desterritorialização e os territorializados na arena da economia do lúdico.

É elucidativo à compreensão da legitimidade alcançada pelas atividades fulcradas no entretenimento e dos canais de integração dos símbolos de matrizes culturais populares na espacio-temporalidades da pós-modernidade, o nexo ora estabelecido entre a atitude especulativa e a afirmação do *status* garantido pelo consumo, na contrapartida das maneiras de complementaridade e conflito geradas. Não compartilho, portanto, o ponto de vista de autores, como Michel Maffesoli, que pressentem uma espécie de atmosfera dionisíaca envolvendo as sociabilidades

contemporâneas, pós-modernas, no rastro de um vitalismo incorporado às experiências dos sentidos individuais e coletivos, manifesta na espetacularização da política, no investimento libidinal no trabalho e nas "efervescências musicais e esportivas" (Maffesoli/1998, p: 192). Ao seu ver, a passagem da socialidade (política e produtivista) à sociabilidade diria respeito ao fato de que o dado volátil ter-se-ia imposto a qualquer espécie de ordem, e a abertura tanto sociológica como epistemológica compreenderia a alavanca para os atos humanos em um salto à liberdade. Algo também compartilhado por sociólogos movidos pelo interesse em oferecer maior densidade empírica aos estudos das transformações engendradas nas formas de sociabilidades das sociedades modernas, pela ampliação dos chamados "tempos livres", e, da mesma maneira, pela capacitação das atividades de lazer como forças coletivas de transformação. Algo presente às formulações de Jofre Dumazedier: "(...) valorização temporária de uma individiualidade mais liberada. Ela acumula todas suas forças ipsativas numa *autonomia* intersticial onde viver por viver é a finalidade primeira através de um caminhar sem rumo que não é forçosamente *anomia*. Uma ética de expressão mais livre de si substitui aqui uma ética de integração repressiva. Uma liberação efêmera do pensamento mítico da Antigüidade e uma atualização provisória do mundo da infância se dão entre dois momentos de participação ou do engajameneto institucional." (Dumazedier/1994, p: 51).

Para os propósitos desta pesquisa, se parece evidente que o tema da necessidade não pode ser agora restrito à premissa hegelo-marxista, quanto à mediação exercida pelo trabalho ("vivo") para o trânsito entre o particular e o universal, obedecendo à determinação dos sistemas de carências na sociedade burguesa, ainda assim a necessidade da autodeterminação se mantém imersa nas contingências, na medida em que acompanha a distribuição desigual da "riqueza patrimonial e das habilidades dos indivíduos" (Hegel/1996, p.:29). Basta para isso levar em conta que a mudança de valores conjunta à expansão do tempo livre, em movimento simetricamente proporcional à diminuição do tempo laboral, não correspondeu às expectativas de Marx de agir para o "desenvolvimento completo do indivíduo". Ao contrário, incluso no lazer, o tempo do ócio passou a co-participar do aumento na teia complexa e densamente especializada da divisão funcional do trabalho, sob a gerência das agências do lucro, na fase da regulação financeira. Tanto que o lazer irá integrar um

dos ramos dos negócios do capitalismo, o mais sofisticado, aquele das atividades de serviços; aí se articulam o comércio de habilidades e conhecimentos com os suportes materiais mais distintos (Castells/1998, p: 233-34). Mas permanece inalterada a lógica da acumulação mediante a posse individual de bens raros, gramática orientada na direção da formação monetária dos preços, na esteira das lutas dos agentes no mercado. É nesse sentido que, com o emprego da categoria de economia do lúdico, quer-se apreender o feixe de atividades e processos cuja estabilidade ajuda emoldurar uma dimensão da experiência social e uma esfera institucional a qual se consubstancia no segmento de mercado de serviços, notabilizado pelas atividades vinculadas ao entretenimento. Campo onde se concertam, em gradações, esquemas de produção e modos de vida formais e informais diversos, mas todos girando em torno da legitimidade subjacente ao consumo cultural sob o invólucro da atmosfera do lazer. Ou seja, essa economia está implicada num zoneamento espacio-temporal e ordem de comportamentos nos quais mesmo o trabalho do lúdico interna-se numa rotina não redutível à da produtividade, mas cujas experiências e atitudes estão conceituadas pelo simultâneo excitamento às sensações e ao estímulo à vontade (criadora); também pelo distanciamento na busca cautelosa e calculista do prazer (ver Dumazedier/1994: p.51 e Featherstone/1997: pp: 71-8). O que torna teórica e metodologicamente, segundo a sugestão de Chris Rojek, os estudos sobre lazer ajustados a um "paradigma de gladiação", porque as dificuldades entre os comentadores resultam do fato de, na sociedade moderna, as formas de lazer serem, a um só tempo, "ascéticas e hedonistas, integrativas e desintegrativas, ativas e passivas" (Rojek/1995, p:101).

Então não se trata de, ao focar o lazer como uma das mais decisivas configurações do processo social contemporâneo, operar a partir das seguintes dicotomias: continuidade e descontinuidade na experiência e diferenciação *versus* desdiferenciação institucional. Maneira de abordagem presente, por exemplo, aos postulados de Henry Lefebvre. Quando faz a crítica da categoria de "sociedade de Lazer" e reconhece que os "(lazeres) entram nas necessidades e modificam as necessidades pré-existentes. As fadigas da 'vida moderna' tornam indispensáveis o divertimento, a distração, a distinção" (Lefebvre/1991, p: 61), o autor esvazia a multiplicidade de

fatores condicionantes do que há de específico no lazer na condição moderna, onde o espetáculo coage mas igualmente tonifica expressões e repercute tanto sobre as formações subjetivas quanto na potencialização de demandas por autonomia. A perspectiva mais adequada, eu acredito, é a de compreender as atividades de lazer como uma esfera de experiência social regular, portanto incongruente com as idéia de um vácuo livre das determinações, porque corresponderia ao flexível nicho da espontaneidade. Ou contrário, de um sucedâneo superestrutural, à maneira dos estudos mais tradicionais sobre o lazer nas sociedades industriais (ver Sue/1991, pp: 173-81). Este segundo aspecto decidiu todo um viés no entendimento da conexão entre lazer e modernidade. Um já consagrado trabalho sociológico dedicado ao tema do lazer nas sociedades modernas, de Stanley Parker, por exemplo, está calcado no pressuposto da subordinação do lazer aos imperativos do mundo do trabalho capitalizado. A começar pelo modo como define o lazer: "(...) é o tempo livre do trabalho e de outras obrigações, e também engloba atividades que caracterizam por um sentimento de (relativa) liberdade" (Parker/1978, p: 19). Nesta medida, o lazer irrompe e toma corpo obrigatoriamente determinado pela novidade histórica do capitalismo no Ocidente, porque a "expansão econômica necessitava de homens dispostos e aptos a consumir os produtos e serviços da indústria. Encontrou-se um mercado novo e lucrativo para tais produtos e serviços de lazer das massas populares." (*Op. cit.*, p.:31). A mesma linha de raciocínio, de caráter funcionalista, leva Tom Burns (Burns/1973,p: 46) à afirmação de que o conjunto da vida social é reinventado pelo advento da fábrica moderna, inclusive o lazer. Kenneth Roberts retira do mesmo postulado às razões da expansão alcançada pelas atividades de passatempo, tendo por base o entendimento de que, desde a revolução industrial, "vem ocorrendo dentro da sociedade um processo geral de diferenciação estrutural, com instituições especiais que surgem para atender a necessidades tais como educação e bem-estar social, anteriormente satisfeitas por grupos e organizações de múltiplos propósitos". Desarte, o "lazer é apenas uma dentre as atividades sociais humanas que têm se sujeitado a um processo de diferenciação estrutural (...)." (Roberts/1970, p.:65). No somatório, sobra a mesma percepção conduzida pela dimensão da, como observa Rojek, "codificação e homogeneização da experiência" (*Op. cit.*, p.:02). A racionalização mercantil embutir-se-ia como lógica dominante nos

diversos planos da vida social, atuando inclusive na disposição às "necessidades" dos que se propõem ao lazer. A "industrialização" do setor teria se estendido, uniformizando-o e alavancando a profissionalização e a exigência de conforto como fatores complementares em relação ao imperativo da eficiência – alicerce ideológico do sistema de produção de mercadorias, entre as quais, as da cultura. É sob tal perspectiva que Baudrillard descarta a vinculação do consumo ao panteão de uma liberal democracia, suposta na autonomia da escolha do consumidor. Pois considera existir somente um "sistema de necessidades" e estas não passariam da "forma mais avançada da sistematização racional das forças produtivas ao nível individual, em que o 'consumo' constitui a seqüência lógica e necessária da produção." (Baudrillard/1979, p: 85). Ao seu ver, portanto, a extensão do constrangimento racional do ócio, regulado pela divisão social do tempo livre, impõe a maximização produtiva da sociedade industrial à inutilidade, tomada como espécie de "salvação" (*Op. cit.*, p: 192).

Se for correto reconhecer a interface do lazer com as lógicas desenvolvimentistas e produtivistas da modernidade, a saber, o industrialismo e o capitalismo, ainda assim não se pode negligenciar que está o lazer, também, envolvido com as demandas por autodeterminação, que igualmente são vicejadas no contexto axial da modernidade. Porque a disposição de sentimentos quanto a falta de algo (necessidades) na modernidade se centra, sobretudo, nas "carências", algo que irá desenhar uma "sociedade insatisfeita", cuja satisfação mobiliza então um formidável aparato de meios cumulativos, integrados à contabilidade permitida pela redução dos bens ao denominador comum representado pelo dinheiro. No rastro da percepção hegeliana é factível reconhecer que a modernidade, diferente das demais condições sócio-históricas, introduz pioneiramente a consciência da contingência, isto é, a desnaturalização do estado determinado de possibilidades e nesse sentido insere a questão da autodeterminação, e da liberdade da vontade (Heller e Fahér/*Op. cit.*, pp:29-67). Nesse sentido, a condição moderna torna-se palco das reivindicações pela redução ou eliminação dos monopólios vários que garantem a distância de poder entre os grupos sócio-humanos, mas, sobretudo, a reivindicação pela necessidade de levar uma "vida significativa". Quero propor que o "direito ao ócio" está incluído nessa última pauta, porém a satisfação dessa exigência dar-se-á pela mediação dos sistemas

de carências, na medida em que o lazer historicamente alcança definição na relação interdependentemente tensa com a dimensão produtiva. Sobremaneira, quando as atividades de lazer e diversão são sistematizadas pela dinâmica financeira, pelo caráter móvel e flexível com que se expande a lógica do capital para âmbitos diversos do mundo-da-vida, transforma-se na interface-chave com os negócios e com os controles, como uma das facetas da sociedade de consumidores. Trata-se de reconhecer a esfera do lazer numa espécie de liminaridade homóloga à condição moderna, na qual a prioridade não é somente da "ordem sobre a desordem, da estrutura sobre a agência e sobre o processo, da racionalidade sobre a irracionalidade", porém que guarda uma inerente ambigüidade a respeito dos valores liberdade e controle (Rojek/1995, pp: 102-3). Por isso é crucial atentar à sensibilidade e ao dado fenomenológico dos agentes sociais no que tange à percepção do lazer, contudo isto não significa negligenciar a conexão de eventos e sentidos em plano mais macrossociológico. Quer dizer, é fundamental entrecruzar a importância crescente no cotidiano das sociedades modernas da questão do lazer com as reordenações na esfera do trabalho e do conhecimento, portanto considerando os modos de orientação e produção coletivas, além daqueles referentes à política e aos controles intersubjetivos e pessoais. Enfim, o delineamento mais claro da economia do lúdico mostra-se comprometido com as agudas mudanças, à medida que está inserida no setor terciário e este paulatinamente desempenha um papel essencial na dinâmica aquisitiva capitalista. No interior da qual se manifesta e dissemina o incremento dos serviços, incluindo aí a produção informática e de telecomunicações e as redes telemáticas, os negócios e consumidores de serviços aéreos, aeroespaciais e dos segmentos do turismo e lazeres. Situação na interface com a expansão formidável do fluxo planetário de capitais, trabalho, mercadorias, serviços e imagens (Lash & Urry/1994, p: 12).

Por isso interessa aos objetivos dessa pesquisa a valorização adquirida cada vez mais pelo feixe de atividades encerradas no setor terciário da economia mundial contemporânea, fundamental à redefinição das atividades turísticas e dos lazeres[xi]. A recorrência a alguns índices estatísticos ajuda a captar a tendência que sociologicamente amálgama ócio e negócio, cultura e economia. Em termos

mundiais, a presente década se traduz no fato de que 43% da força humana de trabalho concentram-se nos serviços. Nos países mais avançados na lógica capitalista, no ano de 1995, os serviços compreenderam uma média em torno dos 85% das pessoas empregadas. No Brasil, o setor terciário da economia absorveu no mesmo período 57,76% da mão-de-obra empregada, e aí os serviços já respondem por 42% (Dreifuss/1996, pp: 38-9). No contexto desse remanejamento, torna-se possível avaliar a dinâmica que envolve a economia do lúdico, no instante que se a compreende embutida no peso adquirido pela esfera do consumo no controle dos fluxos sociais e na interpelação das identidades. Por outro lado, e para isto os números são obtusos, a própria emergência dessa economia é sintomática das transformações que trazem embutidos os reajustes nos conceitos de desenvolvimento socioeconômico e de liberdade, a partir da atual concatenação destes com os esquemas mercantis dos estatutos da sociedade de consumidores, no quadro da sua universalidade histórica. E o ócio interna-se como um compartimento há mais da sociedade insatisfeita, no instante em que as escolhas e a auto-realização limitam-se ao cômputo das "carências", como bens escassos, reguladas pelo sistema de administração cumulativo de satisfações e modalidades de quantificação das qualidades, estando ambos na contrapartida da distribuição desigual do patrimônio coletivo e das habilidades pessoais, cada vez mais situadas como prestação regular de serviços, tendo em vista a obtenção de lucro[xii].

É justamente mediante a combinação institucional entre cultura e entretenimento, considerada articuladamente à expansão da economia do lúdico, que será abordada nesta tese a recriação das matrizes culturais populares e cuja dimensão lhe torna um fenômeno sociocultural do contemporâneo. Entretanto, sempre levando em conta o encadeamento mais extenso de eventos que se estende no contexto da modernidade. Por isso, também, não se trata de reconhecer a espetacularização como uma lógica universal, pairando muito além da experiência cotidiana das pessoas e das peculiaridades do encadeamento histórico que redefinem as festas aqui pesquisadas como festas espetáculos. A hegemonia alcançada pelas forças sociais potencializadoras da sociedade de consumidores é compreendida, portanto, à medida que tais forças se incorporam à memória e aos modos de transmissão do saber das

práticas no mundo cotidiano, às escolhas e aos interesses das pessoas. É decisiva, para os objetivos deste trabalho, a verificação sócio-histórica do modo como os móveis identificados, a um só tempo, aos traços das tradições regionais e da memória da sociedade-nação se simbiotizam às instituições do turismo, da comunicação social e da diversão e forjam a natureza do desenvolvimento sociocultural sintetizado na noção de modernização turística e como este percorre a definição dos lugares de entretenimento-turismo, no que diz respeito às festas populares. Tomo-o assim como viés à compreensão do espaço, do formato e do teor das práticas lúdicas e culturais populares na modernidade nas condições brasileiras, tanto na ordem discursiva, simbólica e ideológica, quanto na estrutura de interdependências funcionais que figuram agentes, lugares, artefatos, e seus usos para fins de diversão e passatempo no zoneamento temporal do lazer. Quer dizer, a ênfase recai na configuração institucional do entretenimento como lugar detentor do monopólio do sentido à expansão controlada das emoções. Espacio-temporalidade esta onde festas regionais brasileiras estão redefinidas também como territórios de entretenimento-turismo. Assim o fenômeno em pauta assinala deslocamentos nas fronteiras geopolíticas entre global, nacional e local com incidência sobre as distinções entre os níveis culturais, na contrapartida de novos arranjos e posições na estrutura social. Teremos oportunidade de discutir adiante como nesses lugares do entretenimento-turismo contracenam práticas e símbolos referendados pelas identidades populares regionais com instâncias formais e graus vários de informalidade, mesmo marginais. Além disso, o cálculo empresarial da indústria cultural e as práticas lúdicas agrilhoam-se, numa composição da tecnologia e da tecnoburocracia com o artesanato; elementos herdados da memória colonial com aqueles da dinâmica urbano-industrial e de serviços; pluralidade étnica e homogeneização cultural; ainda, tradicionalidade e estilos de vida orientados pela busca incessante de experiências inebriantes.

NOTAS:

[i] Desde a década de oitenta um conjunto expressivo de intervenções teórico-empíricas tomou o debate sociológico no continente e forçou a reavaliação da questão do popular. Em grande medida, inspirados nos chamados estudos culturais e sob a pressão dos recentes e diversos fenômenos que têm sacudido as experiências urbanas das grandes cidades brasileiras, autores se voltaram para a atmosfera das periferias metropolitanas onde precariedade sócio-econômica, brutalidade, misticismo e novas solidariedades mediadas tecnologicamente colocam em suspenso os postulados de unidade cultural herdados do projeto de modernização nacional. Sem dúvida, as pesquisas sobre o elo violência e cultura *funk/rip-hope* são por ora as contribuições mais significativas para o debate (ver Herschmann e outros/1997).

[ii] A esse respeito, embora não se inscrevam diretamente nos estudos da cultura popular de massa, os exercícios analíticos de Maria Laura Viveiros de Castro e Cavalcanti (1996-7, pp: 90-101 e 1999) e Maria Lúcia Montes (1996-7, pp: 06-25) são exemplares. Ambas autoras voltam-se para o universo das escolas de samba cariocas e identificam itinerários históricos, socioculturais e estéticos no curso dos quais se amalgamam heterogeneidades configurando modalidades culturais para além das demarcações monoidentitárias.

[iii] A noção de instituição de entretenimento, também, retoma a compreensão simmeliana quanto às "formas de sociação", no que estas consistem na situação "onde os homens se encontram em reciprocidade de ação e constituem uma unidade permanente ou passageira (...)." (Simmel/1983, p: 48).

[iv] Sugere o autor que o desempenho das instituições de comunicação social, gerenciadoras das mídias eletrônicas baseadas nas tecnologias de informação audiovisual, consiste em fator decisivo nas transformações hoje visíveis no entendimento do espaço público e da cidadania. "Mas estes meios eletrônicos que fizeram irromper as massas populares na esfera pública foram deslocando o desempenho da cidadania em direção às práticas de consumo. Foram estabelecidas outras maneiras de se informar, de entender as comunidades a que se pertence, de conceber e de exercer os direitos" (Canclini/1995, p: 26).

[v] O próprio baluarte da pós-modernidade, Jean-François Lyotard, preocupado com o efeito da "deslegitimação" das grandes narrativas e das formas sociais, nota como o mercado mundial está longe de fundar, como pensou Marx e Engels, uma cultura cosmopolita planetária. Ao contrário, chama atenção à intensificação das particularidades, porém reconhece que esta ocorre segundo o ritmo da funcionalização promovida, entre outros, pelos sistemas-ambientes do entretenimento-turismo: "a reconstrução do mercado mundial depois da Segunda Guerra Mundial e as intensas batalhas econômicas e financeiras hoje travadas entre bancos e corporações multinacionais, endossadas por Estados nacionais, pelo domínio desse mercado, carecem de todo tipo de perspectiva cosmopolita. Seria difícil dar crédito a um participante desse jogo que ainda alegasse estar buscando atingir os alvos estabelecidos pelo liberalismo econômico ou pelo keynesianismo do período moderno; porque está bem claro que o jogo em nada está diminuindo, mas, pelo contrário, está na verdade agravando as desigualdades da riqueza no mundo – e isso, longe de fazer ruírem fronteiras nacionais, tira proveito delas para especulação financeira e comercial. O mercado mundial não constitui uma história universal no sentido moderno. *As diferenças culturais são na verdade encorajadas ainda mais em virtude de toda gama de indústrias turísticas e culturais*" (Lyotard/1986, pp: 62-3 – grifo meu) .

[vi] Nos Estados Unidos, por exemplo, o programa de dotação orçamentária pública para a cultura (NEA) movimenta cifras em torno de US$ 37 milhões em atividades econômicas e US$ 1 milhão e 300 mil empregos na área dos museus, numa combinatória entre vultosos investimentos em publicidade na área de marketing cultural, organização de megaeventos (grandes exposições voltadas ao um público perfilado como "multidões", festivais, ruas de perfomance e projetos de recuperação ambiental) e estratégias de captação de recursos, dentro das quais vale o aluguel das instalações dos museus para desfiles de moda, bailes eróticos, velórios, batizados, casamentos, banquetes políticos (Veredas/Fevereiro, 1998, p: 9).

[vi] Em seu trabalho sobre a efervescência artístico-cultural na região nova iorquina de Village Greenwich, durante a década de sessenta, a historiadora norte-americana Sally Banes resgata alguns aspectos do debate estético da época e neles o re-acomodamento das categorias de classificação das práticas e objetos de arte estava considerado diante do borramento das fronteiras entre os níveis culturais. À diluição das fronteiras a profusão das mediações exercidas pela cultura de massa era apontada como fator alvo de preocupação mas igualmente concebido como possibilidade de democratização (ver Banes/1999, pp: 146-7).

[vi] Ainda que se mostre pouco crítico com a própria disjunção cosmológica entre "natureza" e "cultura", do Ocidente, Simon Schama percebe com acuidade como a tessitura do mito ocidental da natureza está na contraface do movimento mesmo de construção do cenário racionalizado do movimento de urbano-industrialização. E neste cenáculo as paisagens codificam espacialidades como "locais de prazer", quer dizer, "cenário com função sedativa, a topografia arranjada de tal modo que regala os olhos" (Schama/1996, p: 28, ver também Roger/1991).

[vi] Assim, Sombart observa a combinação entre mundanização e consumo suntuário entre as classes enriquecidas do Ocidente (Sombart/1979) e Veblen se refere ao declínio da postura utilitarista diante da ascendência das obrigações exigidas pelo "consumo conspícuo", durante o gastar do tempo ocioso pela burguesia na sociedade industrial (Veblen/1965, p: 72). Por outro lado, Paul Lafargue faz a defesa tenaz da equiparação dos trabalhadores ao mesmo direito ao conforto da ociosidade, indispondo-se contra a moralidade obreira herdada da concepção cristã (Lafarque/1999, pp: 50-61). Nos anos cinqüenta deste século, considerando como evidente a decadência da "mentalidade do trabalho", David Riesman advoga o potencial emancipador contido na esfera do lazer, no instante mesmo em que o prazer é "encarado como um bem de consumo não apenas pelas antigas classes ociosas, como também pelas modernas massas ociosas" (Riesman/1978, p: 137).

[vi] A dominação inscrita no horizonte do mercado auto-regulado como o desfecho da história contemporânea das relações sociais no planeta, é traduzido no plano filosófico pela própria concretização da pós-história (Anderson/1992, p: 110). Como sentencia Bauman: "A única escolha que não é desacreditada pelo sistema como "utópica" ou irrealista é a escolha entre a liberdade de consumo e a não-liberdade; a liberdade de consumo e a "ditadura sobre as necessidades" praticada em escala limitada em relação ao resíduo de "consumidores imperfeitos", ou numa escala global por uma sociedade sem vontade ou sem capacidade para proporcionar os encantos do mercado de consumo desenvolvido." (Bauman/1989, p.:146).

[vi] Poder-se-ia caracterizar o novo modo de vida, então, pela compressão imediatista e pela disponibilidade em relação à perda de qualquer contigüidade. Walter Benjamin realça, na comparação entre as atitudes "automáticas" do operário e do jogador, o mundo que se

desenhava nas cores da volúpia de deixar-se guiar, no contexto permanente da incerteza, ou pela estabilidade ou pelo caos, princípios elementares do companheirismo entre a técnica e a latente violência, partes do mesmo tripé no qual o poder estatal aparece como agente mediador e fonte de coerção física e simbólica: "À partida no movimento da máquina corresponde o *coup* no jogo de azar. A intervenção do operário na máquina é sem relação com a precedente exatamente porque constitui a sua reprodução exata. Toda e qualquer intervenção na máquina é tão hermeticamente separada da que a precedeu, como um *coup* no jogo de azar é distinto do *coup* imediatamente precedente. E a escravidão do assalariado a seu modo se equipara à do jogador. O trabalho de um e outro é igualmente independente de todo conteúdo" (Benjamin/1975, pp.:51-2).

[vi] A relação entre entretenimento e o setor financeiro pode ser expresso em alguns montantes. De acordo com pesquisa, de janeiro de 1999, da Price Waterhouse Coopers em um universo de 30 fundos de *private equity* dos Estados Unidos, 71% dos seus administradores elegeram o ramo do entretenimento como prioridade para os investimentos a serem realizados a partir dos US$ 60 bilhões que dispõem. Por exemplo, atual co-gestora de futebol do Corinthians paulistano, a empresa norte-americana Hicks Muse, situada em Wall Street, é responsável pelo equivalente a recursos da ordem US$ 12 bilhões de fundos de pensão, seguradoras e pessoas físicas.

[vi] Ainda nos anos sessenta, Alain Touraine já chamava atenção à dualidade inscrita no destaque alcançado pelas práticas de consumo com as transformações anunciadoras da estrutura social *post-industrial*. Ao seu ver, seria equivocado opor o consumo à produtividade, tendo em conta que aquele estaria tanto como parte do sistema econômico como expressão da liberdade dos sujeitos individuais e coletivos. A "vida privada" dos últimos consistiria, ao mesmo tempo, na trincheira de resistência ou no último bastião a ser explorado: "Hoje, alguns cidadãos enriquecidos também correm o risco de ser submetidos às necessidades de reforço do poder de produção, de ser manejado pelas propagandas e publicidades, pelos estimulantes financeiros, O que podem opor a essas pressões sociais não é o simples desejo de consumir mais, que os leva tanto a se conformar com a política dos dirigentes como resistir-lhe, mas a necessidade de manterem uma certa unidade, um certo grau de previsibilidade pessoal, tanto no trabalho como no conjunto do sistema econômico e social" (Touraine/1970, pp.:94-5).

[vi] Perry Anderson deslinda o tipo de deslocamento categorial proposto nesta versão pós-modernista para as transformações mais agudas nas relações sociais contemporâneas, a partir justamente da letra de um dos baluartes desta onda intelectual, Jean-François Lyotard: "Com *Economie lividinale* (1974), Lyotard deu um passo além. Nenhuma crítica de Marx por *naïfs* como Castoriadis ou Baudrillard, em nome de um piedoso culto da criatividade ou do mito nostálgico da troca simbólica, era de qualquer utilidade. Para desmascarar 'o desejo chamado Marx', era necessário uma completa transcrição da economia política para a economia libidinal, que não encolhesse com a verdade de que a própria exploração era sofrida – mesmo pelos primeiros operários da indústria – com gozo erótico: o prazer masoquista ou histérico da destruição da saúde física em minas e fábricas ou da desintegração da identidade pessoal em favelas anônimas. O capital era *desejado* por aqueles que dominava, então como agora. A revolta contra ele ocorria apenas quando os prazeres que permitia se tornavam "insustentáveis" e havia uma abrupta mudança para novos escoadouros. Mas estes nada tinham a ver com as tradicionais santarrices da esquerda. Assim como não havia nenhuma alienação no desejo popular de capital, também no desinteresse "não há nenhuma dignidade

libidinal, nem liberdade libidinal ou fraternidade libidinal", mas apenas a busca de novas e intensividades afetivas." (Anderson/1998, p: 35).

CAPÍTULO II
A RECRIAÇÃO DOS SENTIDOS DA FESTA NA MODERNIZAÇÃO TURÍSTICA

Por outro lado, tal mudança na relação entre produtores e consumidores de arte não está, de modo algum, estritamente ligada à seqüência particular de acontecimentos da Europa. Pode-se ver, por exemplo, uma mudança em direção semelhante na alteração que sofre a arte artesanal das tribos africanas, ao alcançarem elas um estágio superior de integração em que as unidades tribais prévias se fundem em unidades de estado. Também aqui a produção artesanal – por exemplo, de uma figura ancestral ou de uma máscara – lentamente se livra da dependência de um comnprador especifico ou de uma ocasião especifica numa aldeia, e passa para a produção dirigida a um mercado de indivíduos anônimos, tal como o mercado de turistas ou o mercado internacional de arte mediado por comerciantes.

Mozart (Norbert Elias/1995, p: 47)

No que diz respeito à presente década, largos aspectos da cultura popular e folclórica, entre as quais incluem-se as festas e folguedos regionais, têm sido alvo de divulgação em grau formidável, principalmente quando conectados à consagração mediante aos mercados fonográfico, radiofônico e audiovisual de repertórios de música popular de alguma maneira vinculada aos nichos regionais do país (*axé music*, pagode, sertanejo, toadas e forró)[i]. Ao mesmo tempo, as conexões entre cultura e economia a partir delas se estendem diante das suas inserções nos roteiros turísticos, como núcleos de divulgação das respectivas regiões a que pertencem. O que repõe o mesmo problema em torno do ambiente da pós-modernidade, antes aludido, a saber, a concertação entre a ênfase posta nas diferenças simbólicas e a definição de estruturas socioeconômicas e culturais de natureza translocais e transocietais. Antes de qualquer coisa, está em pauta a maneira como inserção no campo de interação institucional do entretenimento e na

memória da cultura popular de massa desencaixam e reterritorializam tais eventos na sociedade de consumidores. Por ora interessa deslindar como os tipos de mecanismos intrínsecos à estrutura da sociedade de consumidores pressionam à deflagração mesma da específica mudança.

Para situar melhor a proposta, recorro à própria divulgação dos festejos, pois nela é permanente a incorporação de um olhar comparativo entre as festas. Antes, contudo, vale resgatar a observação da antropóloga Maria Laura Viveiros de Castro Cavalcanti. Dedicada ao tema da cultura popular no país, a autora chama atenção à importância alcançada no debate público pelos enfretamentos em torno da hegemonia travados pelos organizadores e agentes dos carnavais de Salvador, Rio de Janeiro e Olinda, tendo por alvo foliões, imprensas e curiosos. Para ela, a questão se elucida considerando a transformação da noção mesma de nacionalidade, pois esta se mostraria "valorizando cada vez mais as diferenças culturais, numa sociedade que se concebe cada vez mais nitidamente como plural" (Cavalcanti/1999, p: 85). A hipótese é sugestiva, contudo são negligenciadas as modalidades de agenciamentos intrínsecos ao enfrentamento. A própria autora integra outros complicadores à situação enunciada, ao chamar atenção à disseminação, mesmo que atenuada, do modelo "espetacular" do Carnaval carioca: "As festas populares, no entanto, conversam entre si, têm interesse uma pelas outras e influenciam-se reciprocamente: a tendência espetacular do desfile aparece, aqui e ali, em outros contextos festivos: na efervescência das quadrilhas juninas, com elaborados bailados, figurinos e cenários, no esplendor das procissões da festa do Divino Espírito Santo em Diamantina (MG) ou em Parati (RJ), no extraordinário festival dos Bumbás de Parintins (AM)." (*Op.cit.*). Vê-se como a sintaxe do "espetáculo" catalisa os eventos elencados, aproximando-os comparativamente a partir do parâmetro oferecido pelo desfile de carnaval carioca. No rastro da indicação da autora, emergem indagações do tipo: ora como se dá este "diálogo" entre as festas populares? No que consistem as trocas e apropriações? Como se definem os que organizam, produzem e aqueles que participam desses festejos? De alguma maneira, as atuações das mídias e dos interesses vinculados ao comércio turístico são evidências das modalidades decisivas nesse intercâmbio, já que incluem entre os "agentes" e "organizadores" das festas grupos interessados em comercializar a participação do "público" situado em fronteiras de difícil determinação, mas, certamente, a sua arregimentação passa pela divulgação turística, publicitária e, como reconhece Cavalcanti, pela imprensa dos festejos e demandam um esquema de comercialização, pelo menos, de transporte, hospedagem e alimentação e bebida.

Os elementos contidos nas questões, antes, parecem reveladores do tipo de interação entre esses eventos e supõe um campo de gravitação dentro do qual orbitam. Algo sugerido em outros

espaços de transmissão do conhecimento e da informação, como a imprensa. Insistentemente, algumas notícias da seção econômica dos jornais têm chamado atenção à importância crescente dos lucros obtidos com o comércio dessas atividades artísticas e de diversão regionais populares, possibilitando falar de uma economia do lúdico brasileiro. Particularmente nos chama atenção as reiterativas intervenções do jornalista econômico Joelmir Beting, em sua coluna diária em diversos jornais espalhados pelo país. Em oportunidades várias, ali o entretenimento é alardeado como a "maior indústria do mundo" ou a "maior indústria do terceiro milênio", e definido em seus componentes elementares: "A gastronomia é o eixo da maior indústria do mundo – a do turismo. (...) Entenda-se por turismo o espectro mais amplo do entretenimento, do lazer, da cultura, do esporte, do show biz, dos clubes, dos parques temáticos, dos rodeios, dos eventos, das viagens, das agências, dos operadores – além da hotelaria e da gastronomia." (Caderno de Economia de O Globo/04-09-1997: 34). A intervenção do jornalista alardeia o deslocamento no modo de remuneração do capital, agora centrado menos na produção e mais no consumo, logo legitimando outros *status* de grupos e outros estatutos de ordenação intra-societal e intersocietal. Em uma outra situação, quando tematiza o entretenimento sob o ponto de vista dos rodeios organizados no interior do Centro-Sul, tendo por epicentro a Festa do Peão Boiadeiro de Barretos (Estado de São Paulo), Beting estabelece uma comparação, em termos de mercado e faturamento, com o futebol brasileiro e o Carnaval carioca:

> Barretos está para o calendário dos rodeios como Indianápolis está para o circo da Fórmula Indy ou Wimbledon para o universo do tênis, escreve a revista "Veja" e endossa o "Financial Times". Um milhão e picos de visitantes, em dez dias e dez noites de rodeio e show biz. Vão gastar em Barretos e arredores perto de R$ 150 milhões. Pois no carnaval do Rio de Janeiro, este ano, a fatura de uma semana, segundo a Embratur, contentou-se com R$ 80 milhões. Sim, maior que o futebol, o rodeio acaba de superar também o carnaval. (...) A televisão ainda não conseguiu passar a dimensão do evento. Também ela não sabe o que está perdendo. Barretos não consegue recepcionar tanta gente. Ela distribui a carga para as cidades da região. Num raio de 150 quilômetros da arena, hotéis, pensões e casas particulares hospedam forasteiros do Brasil e do exterior. Entre outros, esta semana, 143 jornalistas estrangeiros credenciados. (Caderno de Economia de O Globo/28-08-1997).

Concentrando-se na expectativa de lucro a ser gerado pela "indústria dos rodeios" na última versão do festejo em Barretos, também o jornal a Gazeta Mercantil[ii] recorreu à semelhança identitária entre ambos eventos (do interior paulista e o carioca) para acentuar a comparação entre as grandezas monetárias: "O interior paulista é o palco de 85% de todos os 1,2 mil eventos do gênero (rodeios) realizados anualmente no País. Barretos está para São Paulo assim como o Sambódromo está para o Rio. São esperadas 1 milhão de pagantes para o megarrodeio, muito mais que as 132 mil que

lotariam o sambódromo paulistano em quatro apresentações. A festa de Barretos é o evento mais importante para publicidade da Brahma depois do carnaval. O camarote da cervejaria no megarrrodeio só perde em badalação para o 'Camarote N. 1', da Marquês de Sapucaí." (Gazeta Mercantil/06-08-1999). E o mesmo artifício funciona igualmente para enfatizar como os fluxos de públicos, reconhecendo nesses os visitantes turísticos, são decisivos quando se quer medir o "sucesso" de algo no setor do entretenimento: "Só é bem sucedido na indústria do entretenimento – que inclui arte, cultura, esporte e turismo – quem sabe se comunicar. Assim, a festa do Peão Boiadeiro de Barretos pode ser considerada um paradigma de sucesso em todos os segmentos desta indústria, especialmente no turismo, uma vez que leva 1,5 milhão de visitantes para Barretos, cidade de 104 mil habitantes a 428 quilômetros da capital do Estado de São Paulo. De acordo com o Clube Os Independentes, que promove o rodeio há 44 anos, os visitantes deixarão, pelo menos, R$ 200 milhões em um raio de 150 quilômetros ao redor da cidade, entre os dias 20 e 29 de agosto, período de realização da festa. A estimativa pode ser considerada conservadora, uma vez que dificilmente um visitante gastará apenas a média de R$ 130 entre hospedagem, ingressos, alimentação e compras – trata-se de um público famoso por sua incliniação consumista." (Gazeta Mercantil/19-08-1999). O mesmo eixo conduz outras publicizações do fenômeno das festas no país; tratamento igual é reservado, por exemplo, quando um outro veículo de comunicação se ocupou do período carnavalesco de 1997, inserindo dados sobre o Carnaval de Salvador: "O Carnaval de Salvador movimentou em 1996, nos sete dias de folia, cerca de R$ 110 milhões, valor que corresponde a quatro vezes mais do que a receita desta capital. Para se ter uma idéia, só o comércio informal faturou cerca de R$ 30 milhões. Nas ruas, a alegria capitaliza aproximadamente 300 barracas e 600 ambulantes. As vendas de cervejas e refrigerantes contribuíram com R$ 12 milhões, sem falar na arrecadação das vendas de outras bebidas como vodka, rum e cachaça." (Black People/1997).

As grandezas monetárias interessam pelo fato marcante de regularmente estarem presentes às comparações entre tais eventos. De imediato, os números revelam a aproximação do zoneamento espacio-temporal do lúdico daquilo que, na tipificação da atividade visando a satisfação do "desejo de obtenção de utilidades" a partir da disposição de bens de serviços, Weber define como "racionalidade formal" da administração de carências. Afinal predomina como critério a aplicação consciente e planejada de meios, procurando prever calculadamente a otimização dos últimos na perseguição dos fins objetivados. E isto se dá no interior do tipo de empreendimento aquisitivo empresarial, dinamizado pela troca calcada na busca da remuneração monetária e mediante a oferta de serviços demandados[iii] (Weber/1992, p: 62). Nesse sentido, a crença arraigada em algumas interpretações sociológicas sobre a modernização vê-se melindradas, se

considerado que o binômio urbanização-industrialização da sociedade não confirmou os vaticínios a respeito do definhamento de manifestações culturais como as festas populares regionais – ver Introdução. Ao contrário, na construção do objeto sociológico desta tese estou partindo dos índices que sinalizam o fato de que tais eventos festivos cada vez mais se simbiotizam às mesmas transformações estruturais ocorridas na sociedade-nação, no andamento da racionalização das relações sociais, ordenadas pela auto-regulação do mercado e pela reprodução ampliada da aquisição capitalista e do movimento acelerado de circulação de símbolos, signos-imagens e informações de um modo geral, numa escalada translocal e até transnacional do peso adquirido pela difusão generalizada dos bens culturais. Enfim, o elenco dos valores econômicos evocam a situação de integração do circuito festivo à contemporânea dinâmica do capitalismo, como acima delineada. Mas também a agregação das festas populares no tempo social do lazer, na territorialidade da civilização moderna. Não se trata aí tão-smomente do tempo cósmico, o *cronos* grego, de potencialização das emoções no presente cravejado pela dialética entre o perigo e o prazer (ver Deleuze/1988, p: 81); mas trata-se sim da redefinição e posicionamento tenso das práticas humanas entre a fragmentação das experiências alocadas em esferas autonomizadas e o ímpeto sistematizador inerente a um ritmo cotidiano. Ritmo este multifacetado, inclusive na correlação da progressividade cumulativa com a manipulação dos sentidos e móveis lúdicos incidindo na identificação de bens para fins de diversão.

Ao mesmo tempo, existe nos comentários acima transcritos a presença da interface dessas festas tanto com outros elementos da cultura popular de massa, mas também sugerem a competição entre os eventos dentro de um mesmo *locus* social de concorrência. Observa-se que, além de confrontar o rodeio ao carnaval, os textos chamam à cena o futebol, as corridas de carro[iv], o milionário circuito do tênis internacional, a indústria cinematográfica hollywoodiana, mesmo o mundo das artes (plásticas, cênicas, coreográficas e musicais), como se todos orbitassem em torno deste eixo comum e cego às fronteiras das localidades e nações, e ainda dos níveis culturais e das classes sociais, a saber, do entretenimento, e no seio da economia do lúdico. Do ponto de vista teórico, não é possível deduzir a mera subordinação mecânica desse âmbito da cultura aos interesses econômicos, nem tampouco reiterar o postulado liberal subjacente ao argumento. A operação envolve, então, levar em conta que aí repercute algo marcante do processo moderno, qual seja, o advento de ordens sociais condicionadas por parâmetros endógenos, porém em relações de homologias com condicionantes estruturais mais amplos. No

caso em questão, aqui, a economia do lúdico possui componentes peculiares e estes fazem ressoar a modalidade de interação institucional no campo do entretenimento.

Detalho melhor o argumento, recorrendo a alguns outros dados empíricos que consubstanciam o elo entre economia e cultura, obedecendo ao recorte no tema das festas populares regionais. Os desdobramentos do "empresariamento" e "profissionalização" das festas, certamente, já não mais se restringem às combinações da iniciativa privada com o mecenato exercido pelo poder público ou ainda por patrões políticos, senhorio e contraventores (ver Farias/1995, pp: 206 e sgs); as agências do grande capital, sobretudo as do ramo financeiro[v], atuam agora diretamente tanto na gestão como se inserem no fazer mesmo dos eventos, segundo a finalidade, óbvia, de otimizar suas remunerações. E se inserem na rede de mecanismos socioeconômicos que pressionam a remodelação das práticas culturais e símbolos ambientados nas situações festivas. Meu argumento incial é que o contexto do Carnaval Espetáculo carioca consiste no laboratório dessas redefinições, o que o torna paradigmático às suas congêneres no país. Noticiando o fato de estar a cargo do Banco Bandeirantes a gestão do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (cuja soma de recursos girou em torno de R$ 30 milhões, no período carnavalesco do ano 2000), o Jornal Gazeta Mercantil descreve deste modo as alternativas de lucro e de *marketing* oferecidas pelo evento à instituição financeira:

> A marca do Banco Bandeirantes estará estampada em todo o interior do sambódromo, em placas, faixas e nos convites. Como banco oficial, o Bandeirantes tornará sua marca visível para a chamada indústria do carnaval, que inclui o público, mais de 70 patrocinadores, 14 escolas de samba - cada uma com 40 alas – agências de viagens, hotéis, editoras e gravadoras. Sem falar na geração de receitas indiretas. A Trevo Seguradora, pertencente ao grupo, terá preferência em todos os contratos de seguros relacionados ao evento. "O projeto deve aumentar o 'recall' da instituição no Rio de Janeiro e nos demais estados brasileiros", aposta o diretor de Marketing da empresa. O objetivo da instituição é fortalecer sua presença no Rio, São Paulo e Minas, além de crescer na região Sul.
> O caixa do banco, nesse período, engordará substancialmente. O próximo carnaval do Rio deverá movimentar R$ 30 milhões – montante que será administrado pelo Banco Bandeirantes. O repasse da verba da venda de ingressos para a prefeitura do Rio, para a Liga das Escolas de Sambas está a cargo da instituição. "Não trata-se apenas do marketing corporativo e institucional. O evento também proporciona um retorno financeiro", diz (o mesmo diretor). Além da conta da Liga, o banco movimentará também a polpuda conta da gravadora responsável pela venda de Cds com os sambas enredo. (Gazeta Mercantil/04-10-1999).

As informações arroladas reivindicam atenção à ascendente importância dessas festas, e do entretenimento no geral, para geração do produto interno bruto do país. Fator com incidência sobre a base ocupacional da mão-de-obra, dos investimentos, das trocas ordenadas pelo mercado

capitalista e mesmo na pauta de exportações brasileiras, no que concerne ao comércio turístico. Por ora deixo de lado os dados – vistos mais adiante – de ordem numérica e detenho-me ainda no plano dos discursos, ele contribui à percepção da recriação dos sentidos das festas. Algumas das declarações do então Ministro do Esporte e Turismo, Rafael Greca de Macedo, são emblemáticos da mesma percepção no enlace com o conjunto de pressões nacionais e transocietais que se vai formando em torno dessas festas. Falando sobre os festejos carnavalescos no Brasil, em 1999, a autoridade acentua a trama de produtores e prestadores de serviços que viabilizam tais acontecimentos e lamenta a ausência de dados oficiais mais precisos a respeito da economia festiva. Lembra ainda como eventos dessa natureza "puxam" o turismo e estão alçados numa dimensão transcontinental[vi]: "O mundo civilizado e rico sabe disso. As maiores cidades têm gerência de eventos. Veneza retomou seu carnaval barroco a partir de 1983, e suas gôndolas deslizam em rios de dinheiro. Barcelona e toda a Costa do Sol espanhola recomeçaram a marcar mascaradas e desfiles. Na Itália, a partir do Sul, até Viareggio, o carnaval está voltando a um litoral quase sempre frio e chuvoso, nesta época do ano." (O Globo/12-02-1998:7). Como que justificando seu cargo e a função que exerce, o Ministro manifesta a aparente contradição que aproxima a festa do trabalho e do lucro, borrando a fronteira entre o sério e a brincadeira, enfim, o ócio e o negócio: "Eu, ministro de Esportes e Turismo do Brasil, vou trabalhar no carnaval. Estarei nos desfiles de Olinda, Recife, Salvador, Rio de Janeiro e Florianópolis, exortando nosso país a profissionalizar sua festa máxima. Que tudo seja sempre limpo (não podia esquecer da turma da limpeza), com preços honestos, longe da dolarização. Porque onde tem lixo e carestia não tem turista. Vamos trabalhar gerar mais emprego no carnaval do ano que vem. (...) Enfim, tudo é carnaval, mas dá um trabalho..." (*Op. cit.*).

Deste modo, o Ministro exulta a considerar que a pujança dessa economia do lúdico ganha maior relevo nas festas regionais. Algo cuja contrapartida são alguns gêneros musicais identificados como igualmente regionais, com notória popularidade no consumo nos mercados fonográficos e da comunicação social no Brasil contemporâneo. Segundo a pesquisa do PIB cultural, desenvolvida pelo Instituto João Pinheiro, sob encomenda do Ministério da Cultura, nos últimos anos as composições musicais em língua portuguesa são responsáveis por 75% das vendas no mercado fonográfico brasileiro, que em 1997 ficaram em torno de R$ 10 milhões, cabendo aos gêneros como o pagode, *axé music*, o sertanejo e, mais recentemente o forró e o brega, mais da maioria desse percentual. Compreendida como o substituto da onda *rock* Brasil, junto ao público jovem, as letras das canções do axé music, por exemplo, estão referidas ao Carnaval de Salvador e, em muito, se oferecem como um convite turístico à folia baiana e, de

fato – como termos oportunidade de ver –, desde a ascensão do *axé music* tem ocorrido significativo aumento dos turistas naquela cidade, durante a sazonalidade dos recentes períodos de verão. Na trilha da mesma situação, incentivada pela política de promoção cultural do governo brasileiro, através do Ministério da Cultura, a banda de música regional amazônica Carrapicho atingiu um patamar de venda de mais de um milhão de cópias do seu *compact disc laser* no Brasil e na França, entre 1996 e 1997, e o Festival do Boi de Parintins recebeu em torno de 200 mil visitantes (do país e do exterior), com apoio da empresa multinacional de bebidas, Coca-Cola – lhe coube o investimento, no ano, de 1998 US$ 2 milhões e 500 mil dólares no evento[vii]. Na mesma ocasião, algumas revistas e jornais de abrangência nacional noticiaram a festa do Peão Boiadeiro, sobretudo em razão do rendimento propiciado – mais de R$ 150 milhões de reais, em quatro dias – pela presença de uma média 100 mil pessoas a cada noite no festejo-rodeio. Número assemelhado àquele de visitantes na autodenominada "capital nacional do forró", no período junino em Caruaru.

O quadro até agora esboçado sugere que, conjugadas por um leque de mediações ao íntimo da rede de consumo de bens culturais, as festas populares regionais como que não apenas internaram-se no grande processo de modernização e reordenação societária, também se impõem como parte da complexidade social, para além dos lugares plenos da delimitação das convivências ordenadas pela tradição comunal. Isto sob duplo aspecto: se, de um lado, estão diferenciadas no interior da esfera cultural, na qual interagem tradições seculares do popular com a produção cultural industrializada e com uma tradição própria da modernidade, mas, de outro, se mostram amalgamadas ao que chama Ortiz de memórias "nacional-popular" e "internacional popular" (Ortiz/1988, pp: 182-206), ao estarem soldadas no concerto social que tem na força política, econômica e ideológica das indústrias culturais um dos seus mais decisivos pilares. A Economia do lúdico diz respeito, assim, a maneira tal qual na sociedade de consumidores o entretenimento se define como um mecanismo de consagração e instância de legitimidade das práticas culturais[viii]. Como observa, ainda, Ortiz, a mediação do mercado cultural se tornou incontornável, agregando ou excluindo:

> Longe de ser homogêneo, como pensavam os teóricos da comunicação de massa, o mercado cria diferenças e desigualdades. Basta olhar o universo do consumo e dos estilos de vida. Os indivíduos, através dos objetos consumidos, exprimem e reafirmam suas posições de prestígio ou a de subalternidade. O consumo requer disponibilidade financeira e capacidade de discernimento (há uma educação para o consumo). (...) eu diria que o mercado é fonte de distinção social reforçando a

> separação entre grupos e classes sociais. Redimensiona-se assim o que se entende por valor cultural – sobretudo quando se trata das indústrias culturais. Como o mercado tem uma amplitude globalizada, ele desloca as outras instâncias de legitimidade que conhecíamos: a grande arte ou as tradições populares. Estabelece-se então uma hierarquização entre as diversas produções que se ajustam à sua lógica. Por isso qualquer discussão sobre a diversidade que deixe de lado o aspecto mercadológico acaba sendo inócua. Não que a cultura se tenha transformado em mercadoria (não creio que este conceito se aplique, senão como metáfora, aos bens simbólicos). Entretanto, no conjunto das relações de força mundializadas, devido aos interessses em jogo, o mercado cultural adquiriu uma dimensão que não desfrutava até então. (Ortiz/1999, pp: 170-1).

A problemática propriamente sociológica se vai definindo à medida que nos deparamos com a construção dessa unidade institucional do entretenimento, cujas agências cada vez mais exercem monopólios amplos no gerenciamento dos recursos e na orientação das condutas, ao concentrarem capitais altamente valorizados (de informação e de prazer), e se consagram como ordens de satisfação de necessidades – as vicejadas em torno da diversão – infladas na rede societária de consumidores. Portanto, ao voltar aos discursos acima, é observável que há neles algo de sugestivo os atravessando, para além do fato mesmo de existir um ministério para cuidar de assuntos em torno do entretenimento e da diversão, dentre os quais o das grandes festas regionais. Já que os mesmos discursos concluem quanto a urgência do nexo cultura e economia Isto ocorre quando, ao mesmo tempo, apontam para o convívio complementar e conflitivo em uma mesma *província de significados* e tempo social galvanizados pelo valor conferido ao lazer e à diversão nas festas: seus folguedos e os gêneros musicais estão articulados com outros móveis culturais de passatempo; reconhecendo-os pela mesma disposição em sensibilizar e informar os sentimentos e sentidos de uma vastidão de pessoas de grupos sociais também diversos (em termos socioeconômicos, étnicos, geracionais e de gênero). Potencial comunidade da qual falam os mediadores jornalísticos e o representante do executivo nacional. Os discursos assim não apenas aludem, mas co-participam da formação desse público do entretenimento e, ao mesmo tempo, reforçam a prioridade desse traço do mundo da vida cotidiana contemporâneo. E, portanto, manifestam e tornam palpável a grade classificatória da realidade com incidência sobre as representações coletivas e individuais, pois se integra às memórias e trajetórias biográficas e nas historicidades das relações sócio-humanas, penetrando seus móveis, valores, afetos. O que atua na naturalização da disposição do espetáculo como um *habitus* do "bem viver", cultuado pelos grupos que concentram capital de diversão o suficiente para daí colher os dividendos (econômicos e simbólicos) e empenham-se para assegurar a continuidade do seu monopólio. Assim, um desdobramento do nexo observado nesta pesquisa, entre matrizes culturais populares e

entretenimento, coloca-se com a pergunta sobre o valor e a peculiaridade institucional do amálgama dessas festas populares regionais ao tornarem-se megaeventos de entretenimento. No instante em que as tradições que as define se mostram capazes de reatualização dos seus significados diante de elementos que, a princípio, lhe seriam estranhos, até incompatíveis, tais como o mercado gastronômico, de hospedagem e dos fluxos de transportes de passageiros.

A cidade paraibana de Campina Grande oferece alguns dados ilustrativos a esse respeito. Distante 126 Km da capital João Pessoa, Campina Grande conheceu entre os anos das décadas de 30 e 40 a aceleração do crescimento populacional em parte das regiões do Agreste e Sertão nordestinos, com os benefícios proporcionados pelo comércio do algodão, já que se situava no centro de um importante pólo de cultivo da planta. Hoje existe um decréscimo na importância desse ramo da economia regional. Ao contrário, os festejos a São João sempre mais ocupam, desde os anos 70, posição destacada tanto na divulgação quanto para a economia da cidade e do Estado. Isto, principalmente, após a inauguração do Parque do Povo, que desde 1986 abriga as comemorações juninas. Encarregada da divulgação do evento, a Prefeitura de Campina Grande, através da Secretária de Turismo, divulga-o como o "Maior São João do Mundo", estratégia de *marketing* pertinente ao duelo simbólico travado com a cidade pernambucana de Caruaru, pelo título de capital da festa de São João nordestino, brasileiro e "mundial". Na versão do festejo de 1998, estimou-se que o consumo de cervejas atingiu 600 mil unidades em um mês de programação (05 de junho a 05 de julho), período quando cerca de 60 mil pessoas diariamente freqüentaram as dependências do seu pavilhão central. Compreendendo uma área de 42 mil metros quadrados, o espaço é conhecido como "Forródromo". Aí, no dia 06 de junho daquele ano, a mais famosa paraibana viva, a cantora Elba Ramalho, fez um show para 20 mil pessoas, lançando nacionalmente seu *compact disc* intitulado *Flor da Paraíba*, manifestação clara da identidade regional. O que, por seu turno, é compreensível na trajetória da artista. Desfrutando hoje de fama e fortuna ao ser responsável pela atualização, mediante emissoras de rádio FM e pela televisão, nos anos oitenta do gênero musical forró – imortalizado pelo cantor Luis Gonzaga, em meio à propagação nacional das ondas do sistema de radiofonia nos anos 40 e 50 –, a cantora ocupou um dos grandes palcos montados. No total foram três, obedecendo determinada hierarquia. Aquele palco chamado de *Pirâmide* (em função da solução arquitônica desenvolvida) comportou atrações musicais consideradas "médias", isto é, cuja popularidade é mais restrita ao sítio local e suas vizinhanças. No centro de 300 barracas vendendo bebidas e comidas típicas da

região (queijo coalho e carne de sol, por exemplo). Outro palco, *Ilhas*, destinou-se para o autêntico "forro pé de serra". Ali a musicalidade ficou por conta dos trios de sanfona, zabumba e triângulo. Já o maior foi, sugestivamente, nomeado em homenagem ao primeiro radialista de FM de Campina Grande, *Arraial Hilton Motta*, e comportou as celebridades do porte de Elba Ramalho. Embora a apresentação de grupos folclóricos e, principalmente, o concurso entre os 42 grupos de quadrilhas consiste em um dos traços distintivos da festa, a Prefeitura resolveu deslocar o folguedo para o centro histórico da cidade. Isto ocorre no momento em que tal região é alvo de um conjunto de medidas visando "revitalizá-la" mas obediente aos novos imperativos dos serviços de cultura, lazer e diversão. Os esforços de enobrecimento dessa área edificada têm contrapartida no imperativo de preservação da autenticidade cultural dos festejos juninos nativos. Para tanto, a comissão encarregada de organizar (e do julgamento) o concurso de quadrilhas foi taxativa em proibir qualquer estilização coreográfica e indumentária, exigindo a manutenção do caráter "rústico" do bailado folclórico.

Observa-se, desde os elementos empíricos mobilizados na descrição acima, a presença do esquema que padroniza os eventos, ao trazer o operador institucional do entretenimento para o universo das práticas e aos modos de classificar esses fazeres. Algo cuja manifestação se dá, principalmente, na economia semiótica da situação, na qual a montagem da festa espetáculo, combinando show, a partir dos palcos, com a preocupação circense com as variedades ("atrações") e à organização dos serviços de comidas e bebidas, está na contrapartida da ênfase num diferencial capaz de manter a áurea folclórica da tradição regional. Diante de semelhantes aspectos na contemporânea experiência espanhola, o antropólogo Antonio Arinõ assinala o redimensionamento das festas populares na modernidade avançada. Nota ele que nesses eventos: "(...) lo cierto es que no podemos dejar de considerar su imbricación con otras categorías de acción coletiva, como espectáculos, atracciones, juegos, ceremonias o festivales." (Ariño/1996, pp: 13-4). Enfim, na contrapartida da notória importância à remuneração do capital invertido na organização e patrocínio dos eventos festivos, antes, destaca-se a espécie de ritualização secular dos festejos[ix]. Se esta implica em específica condensação de significados formalizados em determinados comportamentos com graus acentuados de redundância (ver Tambiah/1985, pp: 124-25), nas festas espetáculos as práticas e símbolos reconhecidos pela rubrica do popular são sintetizados pelo e devem conferir exterioridade ao ideário a respeito da festa como um instante de excessos carnais e euforia dos prazeres, da comicidade e da alegria, situada num tempo liminar. E isto

ocorre no compasso da sua reorganização como manifestações massivas lúdicas, engendradas pela gramática do espetáculo e pela lógica da ampliação dos excedentes econômicos, assumindo o formato e unidade de sentido de mega-espetáculos públicos. Algo assim, se sugere a codificação das manifestações, acena igualmente à demanda de pacificação, na contrapartida da primazia concedida no campo motivacional dos agentes à exibição e à participação como expectador, fator crucial à sua inserção nas demandas por serviços de lazer e diversão. Embora as condições não sejam as mesmas de um teatro e cinema, seus administradores, produtores, patrocinadores e consumidores estão conectados pelo espetáculo das imagens (sonoras, visuais e gustativas)[x], no interior de um encadeamento funcional extenso. Diria, portanto, que, na fase de mundialidade do capital assentada no domínio do "acúmulo de espetáculos", a modernização turística da cultura popular impulsiona a lógica da forma-mercadoria às materialidades étnico-históricas. Mas isto de acordo, também, com o movimento de reelaboração simbólica e subjetiva dos sujeitos referenciados identitariamente nessas mesmas materialidades, isto é, identificados como produtores e consumidores de diversão, interados na instituição do entretenimento-turismo e pressionados em suas escolhas pelo sentido comum que compartilham.

Acolho, portanto, a sugestão de Maria Celeste Mira, para quem o *ethos* carnavalesco da festa está na mesma direção da primazia conferida ao lazer pela sociedade urbana moderna, desde o pós-Segunda Guerra. Isto ao se verificar que o entrecruzamento de temporalidades e o atravessamento do caráter de exposição pública dos afetos e o apelo aos efeitos bombásticos de relaxamento das tensões com a "lógica midiática do consumo e do espetáculo" viabiliza mercadologicamente tais eventos. De acordo com a autora, o enlace deve ser compreendido à luz das transformações mais gerais na experiência das sociedades ocidentais. Nesse sentido, argumenta a autora que, desde o fim da Guerra, os fatores responsáveis pela intensificação do consumo estão atuando na modulação das festas como espetáculos: "Nascida da força do ascetismo puritano, a sociedade burguesa estava entrando num outro patamar. O fordismo atingia o seu auge, dando início à Era de Ouro, como a definiu Eric Hobsbawn, tempos de abundância e de bem estar social. A cultura de mercado se voltava para as grandes massas, escoando a produção da grande linha de montagem capitalista. O grande problema deixava de ser produzir e acumular e passava a ser o de fazer consumir. Uma mudança na rígida moral puritana se impunha. E nela tiveram papel fundamental os novos meios de comunicação de massa: no cinema, no rádio e nas revistas assiste-se à emergência de uma ética profundamente hedonista, voltada para o lazer, o entretenimento, a busca da felicidade aqui e agora, numa palavra, para o consumo. Os astros e estrelas se transformam em modelos dessa nova ética. Os corpos se

desnudam, se erotizam para influenciar o consumo. A intimidade se transforma em espetáculo." (Mira/1999, p.111).

Sendo lugares onde, cada vez mais, as exposições públicas das emoções ocorrem no compasso da apropriação reflexiva e privada da cena coletiva, os eventos recobertos pelo sentido da festa espetáculo estão na contrapartida da afirmação de novas modalidades de controle e autocontrole das heterogeneidades sociais, no compasso da expansão das redes de interdependências funcionais. Afinal a participação no evento de congraçamento popular desde de aí se define tanto pela profissionalização dos produtores culturais (artísticos ou não) quanto pela racionalização técnico-administrativa e a comercialização dos seus recursos, na interface dos comprometimentos com os comércios turísticos e da diversão. Nesse mesmo ambiente, os públicos inserem-se, antes, como consumidores de distração, mediante os critérios que os segmentam em gênero, classe social e geração. O leque múltiplo de produtores está disposto em um concerto transclassista. Porém, essa lógica do espetáculo intrínseca ao campo do entretenimento conecta com a bagagem e o capital cultural e financeiro inscrito nos percursos biográficos dos membros e agentes coletivos que aí orbitam e portam a marca estrutural da distribuição desigual dos recursos de poder. Logo, em relação às festas regionais brasileiras, as trajetórias desses eventos catalisam, segundo uma dinâmica de conservação e transformação, símbolos e práticas culturais enraizadas nas experiências de grupos sociais pressionados a mediatizar para o espaço público sua intimidade, sobremaneira as concentrando nas temporalidades do ócio cujos espaços estão recobertos pela ritualização do lazer e da diversão. A hipótese que vai conduzir doravante este estudo compreende na figuração atual das festas espetáculos o deságüe do processo social modernizante e civilizador no qual se internalizam, na esfera da cultura popular e do mercado de prestação de serviços de lazer e prazer, segmentos das práticas significantes e símbolos de agrupamentos estigmatizados, quando descritos como elementos artísticos folclóricos. E assim passam a ostentar uma carga de significados que os aproxima do campo semântico e de valores notabilizador da arte e do entretenimento na modernidade, como falamos antes, o de detentor do monopólio à realização da liberdade individual, da felicidade e da libertária exposição dos sentimentos. Agregadas ao formato e aos equipamentos de diversão nas sociedades complexas modernas, na condição de componentes festivos populares, tais manifestações lúdicas vão integrar os mecanismos de controle e autocontrole no interior das longas cadeias de interdependências, já que co-participam da

educação dos impulsos físicos humanos em um contexto de intensa diferenciação individual/coletiva, atuando no equilíbrio entre excitação e comedimento.

Portanto, se nesta primeira parte procuro agregar ao estudo os mecanismos do entretenimento e da economia do lúdico como variáveis cruciais à compreensão da natureza do lugar institucional onde as festas populares estão redefinidas na sociedade de consumidores, no presente capítulo o objetivo consiste em reconstruir a formação desse espaço social, observando a recriação dos sentidos da folia carnavalesca no Rio de Janeiro. Tomando o tema da recriação à maneira de um fio condutor da análise, se quer demonstrar em que medida a festa carnavalesca nessa cidade consiste em uma matriz histórica do processo de mudança sociocultural aqui observado, isto é, do movimento de modernização turística da cultura popular no país. Para isto, o capítulo está estruturado do seguinte modo: primeiramente, verifico, nas condições contemporâneas da folia local, os contornos assumidos pela recriação dos sentidos da festa popular. É estudado a natureza das reciprocidades entre alguns sujeitos e agências decisivos ao atual perfil de festa espetáculo do evento. Em seguida, o movimento da mesma recriação é considerado do ponto de vista da modernização turística. Deste modo, observando as linhas gerais do nexo sociedade-nação e turismo no Brasil, empreendo a caracterização conceitual do processo. Finalmente, retorno ao tema da folia do Rio de Janeiro, mas agora com o propósito de historicizar exatamente a processualidade do entrelaçamento dos símbolos e práticas culturais populares com os mecanismos do entretenimento e turismo na cidade, imbricamento básico à conformação contemporânea do Carnaval carioca e de todo o lugar institucional da festa espetáculo.

I – CARNAVAL CARIOCA: SIGNIFICADO E SENTIDO EM UM PRODUTO TURÍSTICO

Para fins analíticos, no presente item irei argumentar que a transformação no sentido de festa espetáculo não implica necessariamente a diluição do significado lúdico que emblematiza a folia carnavalesca, na cidade. Para isto, retomo a distinção já um tanto anacrônica[xi] entre significado e sentido, do seguinte modo: o primeiro corresponde ao elemento semântico do léxico, já o sentido compreende o efeito de significação, ou seja, a atualização do significado nas condições históricas do uso semântico na qualificação e identificação das práticas. Por isso,

detenho-me, por um breve instante, na questão do ritual, cuja bibliografia antropológica a respeito é bem extensa e diversificada e não pretendo entrar nos seus meandros[xii], pois não se tem como proposta aqui um estudo etnográfico do ritual carnavalesco. Quero apenas recolher a preocupação que se verifica entre forma e movimento, no que tange à compreensão do social e seus produtos como relações que tanto se petrificam quanto se estiolam. As reflexões mais contemporâneas a respeito do tema do ritual procuram corrigir a tendência entre as asserções anteriores de conferir demasiada ênfase no dado protocolar e repetitivo de tais fenômenos. Valendo-me do parâmetro dado pelas regras nos eventos do jogo, entenderei o ritual sobre o eixo da dialética entre o que é explicitado e as transformações em curso na sua realização, numa tensão dinamizada entre estabilidade e processo. Desde esta perspectiva, torna-se imprescindível atrelar ao ritual o não-ritual (como ao riso o sério), com a finalidade de observar, numa continuidade, como se vai do ordinário ao extraordinário e vice-versa (ver Bateson/1977, pp: 209-24; Houseman e Severi/1994, pp: 09-37 e 161-202). Ao deslocarmos para o âmbito analítico mais propriamente sociológico tal perspectiva, a saber, de equilíbrio a partir da oposição entre termos relacionados, viabiliza irmos do interior do rito e mesmo do "processo ritual" das festas até os valores e os sentidos que referenciam o evento em consonância a determinada unidade de equilíbrios nas interdependências funcionais, em um ritmo cotidiano, uma rotina. Entendendo as últimas seja como alicerce seja como núcleo ora vicejante dos mecanismos de produção ou de transformação da cultura. Vai interessar, então, aos desdobramentos dos objetivos neste capítulo – e do conjunto da tese – entender como o ritmo deflagrado pelo estágio das interdependências afeta e propicia outras bases institucionais à reinvenção das diversas tradições festivas, com incidência sobre a percepção mesma da folia. Nosso problema começa com os significados que diferenciam tal evento dos outros instantes da vida, ou seja, a experiência da festa, permitida pelo seu dado ritual, que prescreve nela nossos comportamentos.

A experiência pode ser compreendida como o corte que interrompe a continuidade opaca na sucessão de impulsos e permite redefinir a vivência como dotada de entendimento, enquanto algo particular em seu acontecer. Trata-se assim, também, de um exercício de conhecimento, não propriamente reflexão, mas do conhecimento que apenas se torna possível devido a intervenção seletiva das mediações, em uma situação de significados modalizados por grades taxinômicas que ordenam coisas e práticas. Significados os quais, por sua vez, estão conformados na memória pela interação simbólica com outros saberes e pessoas. Mas também consorciados com as forças

coletivas institucionalizadas, pela intervenção das ritualizações permanentes nos inserindo no escopo das classificações e das cosmologias fundamentais ao modo como priorizamos algo no real, já parcelado significativamente. Isto se faz quando subjetivamente acionados os significados, na tarefa de perceber, interpretar e damos contigüidade à conduta e familiaridade ao entorno. A festa é um desses significados; o carnaval é um valor compartilhado por condutas identificadas como festivas, numa relação social que assim se especifica. Ora se é social, é inextricável das condições históricas que a reatualiza nas reciprocidades e conflitos entre as pessoas. A motivação ao longo deste capítulo é identificar os dispositivos que agem à continuidade e também as transformações nessa relação social carnavalesca. Nesses termos, uma realidade mais recente no Carnaval carioca, algo em torno de uma década, é representada pelo deslocamento para a Zona Sul da cidade do núcleo da folia de rua. Traslado este em muito tributário dos esforços de pessoas vinculadas à mediação entre as produções culturais das classes populares e os públicos dos grupos reconhecidos como de "classe média" dessa área do Rio de Janeiro, desde os anos sessenta. O próprio carnaval consistiu assim, naquela década, em um momento privilegiado para os ideários de "integração sociocultural" e de "resistência cultural" que moveram tais agentes; o incentivo à criação das chamandas bandas, tendo na de Ipanema a mais famosa, é exemplar a respeito (Farias/1995, p: 200). Sendo esta região melhor servida dos serviços de segurança pública, inclusive porque é a sede do complexo de grandes hotéis turísticos e casas de diversão, não foi difícil estimular sobre esta base atividades festivas momêscas. Por outro lado, no conjunto dos blocos de embalos, ao lado das bandas, são mais de 100 entidades desfilando, sobretudo, entre os bairros de Ipanema, Copacabana e Botafogo. Juntam-se, assim, aos bailes realizados em clubes, aos cortejos dos blocos de enredo e outras atividades, como bailes de rua, concurso do folião original e outras. O aumento na importância, número e volume dos blocos da Zona Sul se deu na contramão da elevação dos índices no número de crimes relacionados a assaltos e homicídios e, ainda, do desinteresse do poder público pela festa na área central da capital. Aí onde ia assumindo – no intervalo das últimas três décadas – hegemonia cada vez mais o afamado desfile das Escolas de Samba do Grupo Especial, no Sambódromo, o qual é o cume de um circuito de competição distribuído verticalmente em cinco estágios, nos quais se inscrevem ao todo 68 agremiações afins.

Deste modo, se o traço incomum da festa é certamente fundamental ao seu reconhecimento turístico, pois o ambiente das atividades turísticas (como detalharemos no item adiante) giram em

torno da caracterização como extraordinária de coisas, lugares e pessoas, ainda assim o conjunto de móveis e eventos constituintes do Carnaval da cidade são galvanizados por uma ordem sociocultural. A qual – presente à normalidade cotidiana e à efevescência festiva – atua tanto sobre a distribuição das práticas carnavalescas quanto na definição dos constrangimentos à valorização e mobilização de recursos pelo encadeamento de agentes na execução dos seus esforços de posicionamento na brincadeira. A iniciativa de compreender o porquê da disposição para a folia na Zona Sul apresentar maior probabilidade de se ajustar aos esquemas do entretenimento e do turismo, penso, demanda igualmente a verificação analítica dessa ordem, descortinando a naturalização histórica que a confere cotidianidade. Pois a historicização desse ordenamento ilumina quais fatores combinados interferem para que espaços sejam classificados e consagrados à finalidade de atualizar os significados da festa momesca, e também pessoas ganhem destaque como chaves à simbiose entre o ritual e os imperativos do entretenimento-turismo. Simultaneamente, nos levam a indagar o modo como habilidades tornam-se recursos capacitadores ao ingresso dessas mesmas pessoas no âmbito especializado do lazer. Neste item a análise concentrar-se-á neste último aspecto, deixando os demais para os seguintes estágios deste capítulo.

A letra do samba apresentada a seguir é heurística a respeito. Cantada por um bloco da Zona Sul, o já célebre Simpatia é Quase Amor, no carnaval de 1996, a música sintetiza e expressa justamente os significados do carnaval mas os inscreve na particularidade histórica das condições contemporâneas. No início da canção, um convite: "A cidade é nossa em fevereiro e convida o mundo inteiro (vem sambar)". E são então apresentados argumentos; pois o "Rio rima com sol com alegria e abençoa nossos dias. Oh! meu Cristo Redentor. Praia, um pagode no terreiro no meu Rio de Janeiro (...).Quando você passa sorrindo, tanta graça, me conquistou.Um chope gelado; um amor inesperado (inesperado amor)". A magia da festa concretizada pela caminhada do Bloco, completa-se num tempo pleno da brincadeira: "E vai o sol, vem a lua. E o nosso bloco na rua. Vem cá, vem cá brincar. Vem num gingado sambar, como no balanço do mar.Vem cá, vem cá, vem cá". Porém se trata este de um tempo efêmero, pois festivo, logo fadado a desaparecer no impulso mesmo frágil do carisma da sua eventualidade, que embora não resista a rotina mas deixa a promessa do retorno: "E apesar desse céu, do luar e do mar, tudo vai acabar.Quem dera, no meu Rio de Janeiro, sempre fosse fevereiro, permanente carnaval (...)". Claro que existem tirocínios presidindo tais atitudes, mas isto não autoriza supor uma mera racionalização de interesses egoistas e objetivos claramente visados.

Também é inconcebível, em nome de uma força transcotidiana, a não consideração dos interesses que movem essas pessoas e grupos. O que parece sociologicamente decisivo é o modo como as perspectivas, projetos e finalidades, mas igualmente os significados atribuídos às sensações, tornam-se próximos pela conexão estabelecida com o turismo e à diversão, diante da distribuição dos lugares ocupados e dos recursos mobilizados pelas pessoas na situação festiva. Ao mesmo tempo, é preciso considerar que também os significados mais cristalizados sobre o carnaval são transliterados; o ritual e as perfomances são informados tanto pela gramática do espetáculo quanto pela semântica turística do efeito e da novidade, facetas, vimos, da sociedade de consumidores. Mas esta ordem apenas ganha efetividade na esteira da sua absorção pelos sujeitos dotados de trajetórias biográficas que conformam mundos cotidianos, os quais estão impregnados de memória e valores, e ambos incidem sobre as escolhas dos agentes, dando assim corporeidade específica à sintaxe do entretenimento.

Observo de perto o deslocamento de valor e taxinômico insinuado, atentando aos meios de divulgação de alcance ampliado. Neles, a folia carnavalesca carioca é reconhecida como uma opção de lazer, na rotina urbana. Por exemplo, o caderno *Rio Show*, encartado no jornal O Globo, veiculado todas às sextas-feiras, desde de 1996, tem como proposta editorial compilar as principais atividades de diversão e lazer programadas para o fim de semana na cidade. Obediente ao mesmo propósito, na sexta-feira do carnaval de 1999, o veículo estampou em sua primeira página imensa fotografia colorida da folia de rua, acompanhada da legenda: "É só o começo. O Carnaval explode nas ruas, nos bailes e até nas boates da cidade." No interior do tablóide várias outras páginas são dedicadas às informações detalhadas sobre as muitas "atrações" da festa, voltadas para segmentos de gostos e de faixas etárias bem distintas:

> Agora é de verdade. A partir de amanhã – é só até terça-feira, porque alegria de pobre dura pouco - qualquer motivo é motivo para chutar o balde, descolar um clarzinho de havaiana e sair por aí, atrás da primeira bateria que atravessar (no bom sentido) a esquina da sua casa. Você pode; afinal, é carnaval. E não apenas nas cercanias do Sambódromo, como muita gente (desentendida) ainda insiste em afirmar. É carnaval na cidade inteira. Do chiquérrimo baile de gala do Copacabana Palace - ainda restrito a quem anda podendo muito – à folia de rua patrocinada pela Prefeitura (serão 240 bailes, todos gratuitos, de Ipanema a Paquetá), a cidade está muitíssima bem servida de opções. E o RioShow está aqui para comprovar. (RioShow [O Globo]/12-02-1999, p.:14)

Ou ainda:

> Na Lapa, a festa é de graça, ao ar livre e variada, para fãs do samba tradicional e também para quem só quer rock, reggae, hip hop e outros ritmos. É a segunda edição do Rio Folia, que vai levar cerca de 40 bandas, cantores e Djs para tocar sob os arcos da Lapa entre sábado e terça-feira. Este ano, o

evento homenageia Moreira da Silva, que vai estar lá para conferir os shows. Quatro gerações da música brasileira vão fazer o som. (*Op. cit.*, p.:17).

Salta aos olhos nos trechos os muitos entrecruzamentos dos sentidos da festa com distintas bases materiais e modos de produção e prestação de serviços de diversão e cultura, rotinizados no dia a dia do campo do entretenimento na cidade. E sua contraface é a operação semântica e classificatória introduzindo a festa no contínuo da vida diária. Portanto, sua divulgação está na contrapartida da racionalização que se explicita na programação da informalidade, da brincadeira, mediante, entre outros fatores, pela definição dos horários e dos locais de concentração, como indica uma das retrancas da matéria, justamente a de (prestação de) "serviços" (ao consumidor)[xiii], reproduzida a seguir, à título de ilustração:

BLOCOS:

. **BAFO DA ONÇA**: Domingo, a partir das 16h. Concentração: Avenida Rio Branco, esquina com a Rua da Alfândega, no Centro. (...)
. **CLUBE DO SAMBA**: Terça-feira, a partir das 15h. Concentração: esquina da Rua Santa Clara com Avenida Atlântica, Copacabana. (...)
. **MIS A MIS**: Hoje, a partir das 18h. Concentração: em frente ao Museu da Imagem e do Som (Praça Rui Barbosa, Praça Quinze). (...)
. **QUE MERDA É ESSA?!**: Domingo, a partir das 14h. Concentração: nas esquinas das ruas Garcia D'Ávila e Nascimento e Silva, Ipanema.(...).
. **TEM GRINGO NO SAMBA**: Amanhã, a partir das 20h. Terça-feira, a partir das 18h. Concentração: Arco da Velha (Praça Cardeal Câmara 132, Lapa). Camiseta: R$ 15.

BANDAS:

. **BANDA DE IPANEMA**: Amanhã e terça-feira, a partir das 16 h. Concentração: Praça General Osório, Ipanema.
. **BANDA DE MADUREIRA**: Amanhã, a partir das 13h. Travessa Almerinda Freitas, Madureira. (...).

CORDÃO:

. **BOLA PRETA**: Amanhã, às 9h. Concentração: Rua Treze de Maio, 13, Centro. Camiseta: R$ 12

(*Op. cit.*)

Ainda, na sua página 16, o título evoca o circuito dos tradicionais bailes de carnaval, num cardápio de variedades estendendo-se "Do luxo do Copa à 'Saúde' da Tiazinha"; cardápio para o qual contribui a tensão complementaridade e competição entre organizadores e produtores de eventos: "**A Hora É ESSA**: Bailes fechados agitam cidade e concorrem com o carnaval de rua.". São elencados os principais bailes e os recursos mobilizados para satisfazer o cliente-folião. Logo, o "tradicional" baile de gala do Copacabana Palace oferece três salões decorados, respectivamente, com motivos alundindo a Praia de Copacabana, ao Rio Antigo e a Carmem Miranda. E conta ainda com um bazar de fantasias e adereços para os participantes. Já a Casa de Espetáculos Metropolitan promove bailes, tendo destaque o que "tem como convidada especial a cobiçada (e mascarada) Tiazinha." O outro baile traz a apresentadora de programa de TV infantil Eliana (que estaria também no baile do quiosque Baixo Bebê, na Praia do Leblon). Logo, na retranca de "serviços" (ao consumidor) desta página:

ADULTOS:

. **BAILE DA CIDADE MARAVILHOSA**: Scala: Avenida Afrânio de Melo Franco 296, Lebron. Tel.:239.4498. Amanhã, a partir das 23h. Ingresso: R$ 50 (individual), R$ 300 (mesa com quatro lugares) e R$ 2.000 (camarote com 20 lugares). (...).
. **BAILE SCALA GALA GAY**: Scala: Avenida Afrânio de Melo Franco 296, Lebolon. Tel.: 239-4448. Terça-feira (16), a partir das 23h. Ingresso: R$ 50 (individual), R$ 300 (mesa com quatro lugares) e R$ 2.500 (camarote com 20 lugares). (...).

CRIANÇAS E ADOLESCENTES:

. **BAILE DO PALHAÇO XIXI:** Com oficina de máscaras. Espaço cultural Tempo de Ensaio: Rua Pereira Nunes, Vila Isabel. Tel.: 268-2648. domingo (14), segunda-feira (15) e eterça-feira (16), das 16h às 20h. Ingresso: R$ 5 (criança e um acompanhante). Distribuição de brindes. (....).
. **ROCK IN RIO CAFÉ:** Matinê para a garotada dos 12 aos 17 anos, com lambaaeróbica, axé music, músicas de carnaval, maquiagem, distribuição de brindes, confetes e serpentinas, além de concursos. Com o DJ Cristian Labra. Rock in Rio Café: BarraShopping, Domingo (14), das 17h às 21h30m. Ingresso:R$ 15.

(*Op. cit.*)

Informações como essas comparecem de maneira idêntica nos materiais de divulgação distribuídas aos visitantes por hotéis, agências de viagens e as instâncias estatais ocupadas com o setor de turismo, cuja estratégia é a de tornar visível a quantidade de recursos manejados para satisfazer distintos gostos dos que procuram diversão na festa. O que chama mais atenção,

contudo, é a variedade de entidades e como o mesmo sentido de programação está disseminado por tão diversa quantidade de grupos humanos e regiões da cidade[xiv]. O teor desta orientação das práticas viabiliza o planejamento geral do festejo, seja para os que comercializam e coordenam as prestações de serviços e as participações seja aos implicados com a segurança e aqueles incumbidos da publicização da festas, em seus tantos ângulos. Algo assim dificulta exatamente a suspeita da atuação unilateral de um agente ou mesmo grupo social; ao contrário, exulta a propor um arco amplo enladeando os interesses e projetos a estruturas mas também à formação civilizatória dos agentes[xv]. Um autor como Norbert Elias (1993) observa a primazia concedida à planificação dos impulsos nas sociedades caracterizadas pelo acentuação do gabarito de internalização dos medos, na contrapartida da articulação entre aumento da densidade de dependências funcionais, individualização e especialização, manifestas na expansão da divisão social das atividades e na ascendência da importância conferida à troca subordinada ao padrão de unificação monetária. Deste modo podemos inferir como a previsibilidade e o cálculo dos atos se inserem como parâmetros no ajuste entre meios e fins perseguidos nas condutas e traduzem uma racionalização que percorre os sentidos das ações e as perfomances na festa. A este respeito o recurso analítico aqui adotado, de recorrer às informações arroladas nas páginas de um jornal, deve-se tanto à maneira como está socialmente condicionada a existência desta instituição de comunicação quanto, e mais ainda, leva em conta o modo como a intervenção midiática expressa e constitui, ao conferir visibilidade pública, o ajuste dos eventos festivos ao estatuto da programação e da previsibilidade.

Recorro à categoria de "interação quase mediada" de Thompson, para aclarar minha perspectiva. O autor faz uso deste equipamento conceitual para definir sociologicamente as notícias jornalísticas, isto é, como estruturadas numa situação na qual alguns agentes estão consagrados como capacitados à produção de formas simbólicas a serem consumidas por outros não contemporâneos a tal produção e aos fatos simbolizados (Thompson/1998, p.:80). Deste ponto de vista, os jornais tornam episódios e sujeitos contemporâneos, embora existam defasagens de tempo e espaço entre eles. E, ao mesmo tempo, atuam também no constragimento dos fins das condutas em torno das expectativas geradas pela divulgação mesma dos acontecimentos. Em termos mais concretos, não se afirma que a publicização impõe um simulacro do fato mas apenas que exerce fundamental pressão sobre a delimitação das possíveis significações a respeito de algo reconhecido como realidade. Nesses termos, a apresentação

jornalística da festa carnavalesca como uma sistemática de atrações voltadas ao lazer e diversão de foliões-clientes, ávidos de satisfação, incide sobre a percepção e os sentidos da brincadeira, para quem é público ou artista-promotor. Quer dizer, o procedimento dos jornais coparticipa da ritualização do próprio ritual carnavalesco, no andamento das rotações nas infraestruturas que modelam as relações sociais e consagram o entretenimento como instituição, ao agregar indivíduos e grupos. Enfim, o sentido vetusto da festa se subordina a outro que ganha primazia, o do espetáculo. E este atua sobre as percepções e os desempenhos, em acordo com o caráter assumido pelo jogo das reciprocidades sociais, efetivando coações físicas e psíquicas, concretizadas em formações cuja mutualidade identitária aproxima as funções do produtor e do expectador; do visitante e do visitado. Tal movimento vem, acredito, com o deslocamento no estágio das dependências dos agentes e instituições direta ou indiretamente envolvidas no acontecimento festivo. Em termos mais concretos. É remanejada a classificação da folia expressa nos discursos que a representa como um instante de congraçamento, de liberdade e alegria, deflagrado pelo descolar das expressões humanas da rotina de obrigações, privações e das carências. Instauração do "mundo ideal" possível graças a atuação dos artifícios da fantasia, como o riso e a lincenciosidade, empurrando os foliões a um plano de inversões que concretiza comportamentos interditados pelo modo como a morosidade diária responde às modalidades de dominação e normatividade (Bakhtin/1991, pp: 77-8). E o remanejamento se dá em razão dos imperativos da diversão como lazer mercantilizado, para o qual as especialização e profissionalização dos agentes (oficiantes) competentes se tornam fundamentais.

Configurados pelo sentido da festa espetáculo, os significados que valoram o carnaval como brincadeira são incorporados a prioridades do bem-estar, conforto e segurança, na contrapartida da excitação, e se conformam no equilíbrio entre controle institucional, autocontrole e descarga de impulsos afetivos. Por outras palavras, em lugar de expressão daquela "visão de mundo" cômica encontrada por Bakhtin em ritos populares, nas experiências momescas da medievalidade (*Op.cit.*, pp: 115), a carnavalização dos atos ganha novo aspecto, já que consiste agora no comportamento posto na contraface da pacificação das atitudes e em acordo com o gabarito das coações exigidas para o relacionamento seguro e comprometido com a satisfação das carências cotidianas. Enfim, a extraordinariedade do rito festivo está numa relação de continuidade com a vida diária, embora sua existência se afirme enquanto tempo e espaço não restritos àquela. Para usar outros termos, de acordo com a premissa de Huizinga, as atividades

lúdicas devem ser reconhecidas como distintas da vida "comum", ao estarem postas num intervalo específico de limites espacio-temporais (Huizinga/1990, p: 12). Mas, ao contrário do autor holandês, penso que não necessariamente é incompatível o entrecruzamento da espontaneidade e descompromisso, característicos da diversão, com as exigências dos interesses econômicos e das lutas simbólicas, que definem as expressões culturais investidas da dinâmica da produção especializada. Pois se abandonada a perspectiva essencialista, à medida que ambas as dimensões da existência humana são contextualizadas socio-historicamente e, ainda, atentando à cosmologia da modernidade, ver-se-á que o ordinário e o extra-ordinário se referenciam mutuamente, pela construção simbólica mesma da distinção entre um e outro. É exatamente o significado carismático[xvi] da festa (ainda que transformado em significante às novas apropriações) o artifício sócio-simbólico capacitador de tal distinção e fundamental à funcionalização turística do ritual, quando resituado na memória, pela operação de separar razão e emoção/cotidiano e extraordinário.

Vejamos a respeito, trechos de um material de publicização para fins turísticos da Cidade do Rio de Janeiro, editado em língua francesa, em 1997. O leque de instâncias reunidas na tarefa acena ao que chamo como mecanismo institucional do entretenimento empregado no desencaixe e reterritorialização dos símbolos e das práticas rubricadas pelo sentido festivo popular; a publicação é resultado da promoção conjunta do Rio *Convention & Visitors Bureau*, da Compainha de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (TurisRio), da Secretaria de Municipal de Turismo, da Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (Riotur), da Embratur e da Compainha Aérea Varig. Ao longo da redação, é exatamente enfatizado o plano de experiências incomuns proporcionadas pela folia:

> **Le Carnaval** - Après son équipe de football et ses grands athlètes comme Airton Senna, le Brésil est internationalement connu par son Carnaval; le plus fameux est celui de Rio de Janeiro, une des rares légendes dont la renommée se justifie.
> Le Carnaval dure presqu' une semaine et, dans l'esprit d'un Carioca, est plus important que Noël, Nouvelle Année et parfois même une victoire à la Coupe du Monde. Les défilés des écoles de samba, les bals pour tous les goûts et à la portée de toutes les bourses font du Carnaval une fête que fait danser toute la ville. (...)
> Tous les visiteurs sont les bienvenus et invités à participer au Carnaval de Rio, soit pour danser les bals, soit pour accompagner une des orchestres de rue à Ipanema ou à Copacabana; ou même défiler avec une des écoles de samba. Rien n'est impossible pendant le Carnaval de Rio. (Discovering Rio/1997).

Quero propor que os elementos ajustados nesse enunciado não são apenas clichês mobilizados pela retórica da publicidade turística, mas dizem respeito a uma específica conformação simbólica e material, aqui discursivamente elaborada. Para tanto lembro que a força persuasiva de discursos como esses decididamente deve encontrar suporte no saber-fazer e nas concepções de vida em torno da espontaneidade e do descompromisso, acionadas por aqueles que se agrupam em nome da festa – os reunidos em bailes, bandas e blocos de ruas e nas escolas de samba. Porém tais sociabilidades festivas apenas podem consubstanciar em suas práticas específicas aqueles valores no instante em que respondem às exigências da previsibilidade e do cálculo, o que torna a tensão entre formal e informal tanto um dilema como o motor da atualização dos costumes carnavalescos. Viceja-se, então, especifica característica do mundo social comum na cidade, a qual consagra a diferenciação de agências e agentes especializados pelo interesse no "desinteresse" carnavalesco. É emblemático, assim, os impasses gerados nos atuais blocos de rua cariocas. Em grande medida, os que os incentivam integram-se pela defesa do "descompromisso" do folião, algo expresso na anárquica irreverência da maneira como tomam as vias públicas, à maneira de revivências dos antigos cordões e blocos de sujo. Tomam por parâmetro negativo o que consideram o "excesso de organização" imperante no desfile das escolas de samba do Grupo Especial, na Marquês de Sapucaí. Fundador e hoje presidente do Bloco Simpatia É Quase Amor, Ary Miranda sintetiza: "Dizem que as escolas se afastaram do povo no desfile. Os blocos seriam a continuidade dessa informalidade do carnaval." (Revista de Domingo [Jornal do Brasil]/15-02-1998, p: 04). Contudo, os blocos ganharam popularidade seja nas suas imediações ou no restante da cidade, como também em outras regiões do país e no exterior. A partir daí a procura de interessados em participar das suas passeatas acentua-se continuamente. E ainda porque sua liderança obedece a defesa tenaz do caráter cosmopolita e democrático do carnaval de rua, no qual todos têm o "direito de brincar".

Mas o "crescimento" torna-se um problema. Outra vez, retomo o exemplo do Simpatia É Quase Amor. Em 1985, quando desfilou pela primeira vez, a entidade contava com 300 componentes. Já no carnaval de 1998 foram 10 mil os desfilantes. Embora a presença da diferenciação entre diretores e meros participantes confira a esse tipo de relação social caráter mais associativo que comunitário, além de sinalizar às peculiaridades do secular nexo estabelecido entre a disseminação e a consagração de um modelo pacífico de brincar carnaval e o estatuto da dominação racional-legal no país[xvii]; não deixa de ser curioso como Ary Miranda

recorre à representação da quebra dos laços de uma extensa família para delinear a situação do bloco. Ele a entende como prova do sucesso em "resistir" a hegemônia exercida pelas escolas de samba: "Quando começou, o Simpatia era uma grande família que tinha em comum os bares de Ipanema. Era uma espécie de resistência contra a Marquês de Sapucaí. Hoje, não temos mais controle e a resistência deu certo. É muita gente atraída pelo jeito informal, anárquico e irreverente do bloco" (O Globo/09-02-1998, p: 19). A "resistência" aludida pode ser melhor definida cotejando a fala de outro dirigente, João Aveleira do Suvaco do Cristo. Para ele, os blocos daquela região da cidade "cresceram porque souberam traduzir a linguagem e o carnaval de rua da Zona Sul. Nosso único compromisso é a diversão." (*Op. cit.*). As contradições são detonadas justamente pela correlação do "crescimento" com o "compromisso com a diversão". De um lado, a quem reclame da disputa que se vai instaurando em torno do espaço, como o fundador e compositor do Bloco Meu Bem, Volto Já: "Não queremos crescer demais. Atrapalha muito. A gente fica sem espaço para brincar, que é o nosso principal objetivo." (*Op, cit*). Por outro, o compromisso com diversão de grandes multidões complica a brincadeira ao exigir um maior planejamento da passeata, chamando imperativos da rotina para o interior do acontecer festivo. Ainda que em esboço, a tendência à expansão da departamentalização das competências exercidas pelas diretorias é flagrante nesse sentido. Porque a preocupação com a administração dos recursos torna-se condição fundamental ao atendimento das contingências que se vão tornando necessidades organizacionais e funcionais-sistêmica, numa dinâmica afinada com a já experimentada pelas escolas de samba. Assim, generalizam-se a contratação de maior número de carros de som (e dotados de potência acústica acentuada), o aumento no contingente de compositores e ritmistas na bateria, além do de seguranças e puxadores de corda. Ora tudo isso redunda em gastos mais elevados e é quando a questão do financiamento aproxima as diferentes diretorias na busca de alternativas de patrocínios. Mais que isto. Os "anárquicos" blocos de rua começam a compartilhar das agruras cotidianas vivenciadas pelas "formais" escolas de samba, no esforço destas para desfilarem no Sambódromo (ver Farias/1995, pp: 195-232)[xviii]. Assim se faz incontornável a escolha de locais, sobretudo clubes, para a realização de ensaio na fase pré-carnavalesca, cobrando ingressos e extraindo lucros com a venda de bebidas e comidas, que por sua vez estimulam um comércio ambulante dos mesmos serviços nas imediações. Fator que passa a exigir sempre mais a intervenção de órgãos do poder público, como a polícia, as empresas de controle do tráfego de veículos e de limpeza urbana e o corpo de bombeiros, por exemplo. Enladeamento este cuja

pressão age sobre a elevação do grau de institucionalização dessas fórmulas de exteriorização informais das emoções humanas e contribui à sua subordinação aos critérios da regulação mercantil das carências, mesmo a de auto-realização mediante as atividades de lazer.

A respeito deste último aspecto, por ser fundamental aos nossos objetivos aqui, vejamos mais de perto. Os representantes político-administrativos de uns (blocos) e outras (escolas de samba) permanentemente tocam uma mesma tecla, quando o assunto é o financiamento: a relação entre a festa carnavalesca, a imagem turística do Rio de Janejro e a economia do lúdico que as concatena. Cobram do poder público local o retorno à contribuição que oferecem para o comércio de serviços de entretenimento na cidade, na época da festa. Por exemplo, argumenta Evelin Sussekind, fundadora e presidente do Bloco de Segunda: "Nosso bloco está no calendário da Riotur. Este ano tentamos algum patrocínio da empresa, mas não deu nada." (O Globo/09-02-1998). Da mesma maneira, a queixa de Elmo José dos Qantos, atual presidente da Escola de Samba Estação Primeira de Mangueira, confraterniza-se com reivindicação pelo reconhecimento do potencial das entidades carnavalesca em atrair turistas e contribuir na disputa da cidade com suas rivais: "Quero deixar claro que acho uma covardia o que acontece com os blocos, grupos de acesso e escolas, que não têm apoio do poder público. Eles dizem que o samba é o cartão de visitas do Rio, mas não participam efetivamente do carnaval. Já o governo da Bahia investe tanto que está invadindo nossa praia. Quando o governo se preocupar com as escolas não haverá mais necessidade de patronos." E mais adiante, tentando explicar o que para ele seria falta de emoção no desfile da Marquês de Sapucaí – ao seu ver relacionada a "ausência de calor humano", em razão da restrição ao acesso de pessoas pobres, ou no seu dizer, "falta povo" ao Sambódromo, motivada pelo encarecimento dos ingressos –, retoma o exemplo da Bahia para reafirmar sua crença na força turística do "carnavalidade carioca": "Se o poder público participasse, a arquibancada poderia custar R$ 5. Soube que na Bahia a rede hoteleira cobra dos turistas uma taxa de carnaval de R$ 1. Na cidade mais linda do mundo, onde se deveria investir mais em turismo, nada é feito." (Caderno de Domingo [Jornal do Brasil]/15-02-1998, pp: 04-5).

Do ponto de vista da análise das representações, são flagrantes alguns paradoxos presentes às falas e na verificação do curso dos acontecimentos a que se referem; nota-se descompassos entre os princípios, as expectativas e os projetos. Os blocos querem diferenciar-se das escolas de samba, ao hastiarerem a bandeira cuja proposta é impedir a dissolução do "compromisso com a diversão", investindo na "espontaneidade". Porém, vimos, o próprio compromisso impõe crescentemente demandas de formalização e racionalização direcionando-os cada vez mais ao

planejamento e aos compromissos com a funcionalização turística. As lideranças das escolas de samba, por sua vez, reconhecem o "distanciamento" daquele que seria o seu público originário, o "povo" das favelas e periferias – poder-se-ia dizer, as comunidades guardiães das tradições populares afrobrasileiras –, contudo mantém-se a ênfase mercantil no grande evento que protagonizam, ao reinvidicarem maior atenção ao seu potencial de atrair visitantes à cidade do Rio de Janeiro. E todos se posicionam como aliados na defesa da festa local diante da concorrente, que ao mesmo tempo serve de modelo, ou seja, a moderna folia baiana. Poder-se-ia resolver o dado contraditório nos discursos e procedimentos, penso, recorrendo a opção por uma abordagem calcada no estudo da processualidade em cujo interior ocorre a transformação dos, para utilizar termos do universo do turismo, "recursos" dos lugares (nativos e cenários) em mercadorias ("produtos") turísticas, possibilita o conhecimento dos fatores básicos à cadeia de interdependências funcionais que estrutura as experiências aqui estudadas, tanto na classificação e especialização técnica das ações tipificadas dos agentes, quando inseridos nos esquemas empresariais, quanto no encadeamento da disposição dessas mesmas condutas numa direção, justamente àquela da especialização da festa espetáculo.

Os discursos dos agentes sociais apresentados acima estão atravessados por uma mesma disposição em aproximar o espontâneo do turístico, mediante a priorização da festa como recurso de diversão. Nessa situação o sentido de entretenimento, ou de festa espetáculo, está na contraface da reconfiguração das relações socias e das experiências individuais lhes conformantes, reposicionando os significados das realizações na brincadeira momesca. Por isso se fazem decisivas à nossa análise as intervenções dos meios de divulgação e daqueles agentes que atuam mediando os planos festivo (ou seja, permeado pelos sentidos e imaginários da emoção e da espontaneidade) e da racionalidade (aquele no qual o acento está na contenção dos afetos e no cálculo dos atos). Vejamos até que ponto. É emblemática a regularidade com que os compositores do Bloco Simpatia É quase Amor, por exemplo, identificam os significados das práticas carnavalescas valendo-se de termos que remetem a valores como encantamento, felicidade, sedução, familiaridade, ou sugerem a festa como um instante de corte com o cotidiano; a fantasia torna possível a realização plena das emoções contidas na ociosidade da brincadeira, muitas das vezes licenciosa e libertina. E insistem na peculiaridade do nicho carioca para viabilizar tal comoção. Ou ainda quando os jornais chamam atenção ao dado extático da festa, sua mágica de tornar vias de intenso tráfego de automóveis em palcos onde se descortinam

a alegria e o delírio em volumes intensos de uma loucura saudável e evocada como real "utopia de Dionísios". E também nas variadas execuções das músicas atuais e antigas, cujas letras repisam o mito carnavalesco da comunhão entre prazer e confraternização. O retorno a tais significados é imprescindível à própria existência daquele momento de diversão e lazer, numa correlação de espaço e tempo valorada pelo traço singular de entrecruzar tensamente satisfação de carências e auto-reconhecimento. Portanto, o retorno se faz por recriação, afinal se trata de um processo institucional para o qual concorrem as matrizes pletoras que resgatam ou dissolvem crenças em sintonia com suas naturezas.

Deste ponto de vista, os sentidos da festa popular figuram-se na possibilidade dos limites da sociedade de consumidores. Já que sua recriação ocorre no empreendimento de forças coletivas reguladas pelo mecanismo institucional do entretenimento e de acordo com as regras da economia do lúdico mas em observância, também, às alianças que viabilizam ambos. O que está em jogo é uma festa indissociável do "seqüestro" da experiência pela dinâmica informativa das instituições de comunicação e do peso adquirido pela gama de produtores e organizadores profissionalizados na rede de produção, prestação de serviços e distribuições de bens de diversão, guardiães da tonalidade estética da folia. Sabendo ainda da conexão destes, mediante o circuito financeiro-monetário, seja com agências do comércio de entretenimento e viagens, às quais regulam a estratificação dos consumidores, seja com as instâncias estatais de segurança e controle da memória coletiva, para fins políticos, ideológicos e econômicos. Ao mesmo tempo, os sentidos da festa compreendem uma das probabilidades de justificação da existência mesma de todo esse arco de instituições que conformam a experiência numa rotina de ritmo singularmente histórico. Ou seja, é a sucessão de acontecimentos, eventos – como o carnaval –, enquanto pontos situados no horizonte da vivência espacio-temporalmente estruturada como realidade possível mas apreendida nas experiências pessoais, o fator capaz de tornar palpável a crença nas convenções sobre as quais legitima-se a necessidade de os jornais informarem, de os cantores e dançarinos serem dotados da capacidade de divertir, de o poder público deter o monopólio para assegurar a vigência do contrato social e do mercado capitalista em apresentar-se como conatural às trocas humanas inscritas em um igualmente naturalizado sistema de carências.

Percorrendo esse trajeto analítico, ganha visibilidade a mão dupla que leva do rito ao cotidiano, ao tempo da não-festa. Com a finalidade de observar mais de perto o trânsito, atenho-me ao Bloco Dois Pra Lá Dois Pra Cá, cuja passeata arrastando mais de 2 mil foliões entre suas

cordas percorre ruas dos bairros de Botafogo e Copacabana, cruzando a Avenida Atlântica, às margens da praia, e estacionando em frente ao Hotel Copacabana Palace, onde promove um baile popular. Porém volto o olhar para a sede daquele núcleo capaz de deflagrar emoções carnavalescas: a Casa de Dança e o seu dono e estrela maior, o bailarino e sambista Carlinhos de Jesus. E os encontro na rotina das atividades profissionais de prestadores serviços de educação cultural e artística ali desenvolvidas, remuneradas monetariamente[xix]. Em termos mais objetivos, a entidade associativa Bloco Dois Pra Lá Dois Pra Cá funciona ordinariamente ali e sem as incursões administrativas e outras ingerências e decisões tomadas no decorrer do ano, não haveria instante mágico no carnaval. O percurso até o local de conversa com Carlinhos é exatamente marcado por sinais dispostos nas paredes do prédio, em forma de quadros, que informam o enlace do diário com o festivo, à medida que a razão de ser do primeiro é consignatária do carisma do outro e, ao mesmo tempo, o último se pereniza na memória pela maneira como diariamente é reverenciado e evocado naquela espécie de templo da dança popular, sobretudo do samba. Descrevo em seguida o espaço e apresento aspectos da entrevista realizada com o agente.

Logo no saguão de entrada, está a bandeira da Escola de Samba Mangueira e o prêmio Estandarte de Ouro de melhor comissão de frente para esta mesma agremiação, em 1998, concedido pelo jornal O Globo ao seu coreógrafo, o próprio Carlinhos de Jesus. No corredor, fotos nos informa da presença dele no evento unindo o erudito e o popular: lá está como malandrinho, fazendo par com a bailarina Ana Maria Botafogo, sob os lendariamente boêmios Arcos da Lapa, no centro do Rio. Mais adiante, trechos de uma reportagem publicada no jornal francês Le Figaro a respeito da participação do dançarino na Bienal de Dança de Lyon, em 1996. Na foto, sua participação conjuntamente a de integrantes da Escola de Samba Imperatriz Leopoldinense e, também, do Balé Folclórico da Bahia, que protagonizaram o espetáculo *Aquarela do Brasil*. O texto do periódico parisiense não economiza em elogios, além de comparar o sambista carioca ao astro do show *business* e do cinema, o bailarino norte-americano Fred Astaire: "**Samba et hip-hop dans les rues** - (...) Les trois mille spectateurs, qui attendeient la troup avec impatience depuis 23 heures, purent néannoins se consoler avec Carlinho de Jesus, véritable Fred Astaire carioca, qui donna avec sa troupe une brillante démonstration de danses de salon, bolero, mambo, lambada, swing et samba sur une scéne à deux niveux et grands es cahiers, dans la meilleure tradition hollywoodianné." (Le Figaro/17-09-1996).

Diante da celebridade do seu idealizador e proprietário, não é difícil entender porque essa academia – junto a de outro grande nome dança de rua na cidade, o coreógrafo Jaime Arocha – é

a mais concorrida escola de dança popular, sobretudo no verão, quando turistas a invadem procurando aprender os "segredos" do samba. Alias, os signos ali reunidos pressionam até a identificação entre aquele espaço e o significado do Rio de Janeiro, como "capital do samba". Vejamos. Na sala de prêmios e homenagens, ao lado de troféus, medalhas e outras insígnias de honra, no interior de uma vitrine, um livro aberto na página de número 69 traz a foto de Carlinhos de Jesus, uma vez mais em traje de malandrinho (camisa listrada e chapéu panamá). Como não poderia ser diferente, é flagrado sambando em meio a um desfile de escola de samba, e o texto-legenda constata: "A malemolência de Carlinhos de Jesus". Em seu escritório, o artista me recebe. A televisão exibe uma partida de futebol valendo pela Copa do Mundo de futebol, disputada na França, naquele ano. Era justamente para lá que logo seguiria, a fim de atender o convite da Rede Globo de televisão que, associada ao Ministério da Cultura do Brasil e da Embratur, estava organizando um grande show "brasileiro" em Paris. A motivação para o convite, como ele próprio reconhece, vem da identificação da sua habilidade artística com a imagem cultural da cidade. E tal identidade se reveste, ao seu ver, em uma responsabilidade:

> É um convite da Globo, aprovado pelo Aloísio Legey – que é responsável pelos shows da Globo –, justamente por eu ser essa referência carioca. É uma coisa que pinta muito. Por exemplo, eu tô indo *pra Portugal por ser uma referência carioca. Quer dizer, eu sou uma imagem do Rio. Isso pra mim é* um motivo de orgulho, não é um motivo de envaidecimento. É motivo de muito orgulho. É motivo *d'eu sair de casa, o cara me fechar (no trânsito de automóveis) e eu não xingar o cara, porque eu sou* uma referência carioca. Sabe como é que é? Você fica com esse resguardo de cometer determinadas atitudes. E você se comporta de determinada forma, porque você é uma referência, porra! Eu amo essa cidade. Isso me deixou assim completamente feliz de ser essa referência que vou sambar lá. Eles querem mostrar o samba. E agora até falaram d'eu dar aula pro balé de lá, imagine, de samba. Eu vou só marcar alguma coisa. (...) Eu vou tá lá em cima, levando minha parceira, mostrando o samba no pé – e me desculpe a modéstia, que eu sei fazer – e o samba de salão, de gafieira, que eu vou fazer direitinho, não vou fazer feio. (...) Eu acho que são dez a doze artistas (...) Eu danço exatamente com a (cantora) Simone, quando ela leva os sambas do Martinho da Vila. Que eu fiquei mais orgulhoso ainda em saber que eram os sambas do Martinho. Adoro as músicas do Martinho. Eu acho que os sambas do Martinho, quando você dança... Ele já canta o *swing* carioca: ele canta, ele fala que nem carioca. Dançar essa sensualidade do Martinho, é ótimo (...). Vai ser no Parque de Prince, com quarenta a cinquenta bailarinos de lá. Daqui, além de mim, vai apenas os bailarinos lá de Manaus, do Boi (de Parintins).

Como não nos interessa realizar uma análise de discurso, a observância dos significados contidos na fala aponta à maneira como as expectativas em torno da auto-estima e os projetos do agente se relacionam decididamete à sua identificação com determinada conformação da cultura e a imagem turística do Rio de Janeiro. Trata-se de algo para além do plano dos estados da consciência, das representações, já que compreende também aquele das percepções e dos afetos.

Eis o canal conduzindo às relações de dependências mútuas de cooperação e coação estabelecidas, em suas várias dimensões, pelo sentido da festa espetáculo do Carnaval carioca entre os participantes. As quais, simultaneamente, perfazem e conferem diferenciação aos lugares que ocupam seus realizadores. Pois se os prestadores de serviços culturais, como Carlinhos de Jesus, impõem-se como agentes da coação externa sobre os seus clientes e consumidores-platéia, devem eles primarem pela autoregulação, intrínseca à consciência de artista que portam. O que ocorre no encadeamento que os torna, a um só tempo, atiçadores da centelha para a liberação de impulsos represados noutras instâncias da vida social, mas complementarmente guardiões do controle e do auto-controle, pois lhes cabem canalizar as descargas emotivas para sentimentos mais pacíficos, experimentados, por exemplo, na sensação de um instante único aberto à exposição das espontaneidades emocionais. É nas perfomances dos artistas que são galvanizados os impulsos pelos mecanismos de descontrole contido das emoções, básicos à legitimação de toda cadeia institucional que garante o formato de espetáculo daqueles eventos internos à programação da festa. Para isto é fundamental o próprio exercício de controle, nos artistas e nos demais, mediante o tipo de satisfação que propõem. E desta tensão, entre as condutas convencionadas como informais ou formais, instaura-se outra rotina, dinamizada na produção e consumo de bens de prazer, que transfere o peso da balança de equilíbrios de poderes para os agentes da telúrica tradição do samba brasileiro, dona dos segredos da informalidade pacífica, porém exercida por específicos grupos habilitados pela "genialidade" do artista popular.

Assim a maneira como Carlinhos reconstrói a memória do seu percurso como artista popular se apóia na tentativa de auto-reconhecer-se como uma continuação contemporânea de um encadeamento geracional expresso em um costume do "povo" simples do Rio de Janeiro, para o qual a intuição superaria a precariedade e a ausência de qualquer suporte formal de transmissão. Algo que se manifesta no oscilante posicionamento diante da comparação com o mesmo mitológico astro da dança, Fred Asteire:

> Indiscutivelmente, Fred Astaire e Dime Kelly são duas referências. Engraçado que eu, na época, eu não via muita televisão. Eu vivia na rua, brincando de pipa, bola de gude ou de polícia e ladrão. Eu morava no subúrbio; no subúrbio, eu não tinha acesso a essas informações de musicais da Broadway, de filmes de Hollywood. Tínhamos um cinema, que só passava filme de sacanagem. E a gente não saia do cinema. Culturalmente, as informações que tínhamos não eram lá grande coisa, não eram boas referências. Quer dizer, não é uma coisa que eu tive muito acesso. Indiscutivelmente, eu vejo um filme do Fred Astaire e acho lindo. Já me denominaram como o "Fred Aisteire carioca". Eu não vejo semelhança nenhuma. Por ser o Fred Aistaire um símbolo da dança, poderia ser eu um símbolo dança aqui, no Brasil, aí eu concordo. Não que eu tenha essa pretensão. Por semelhança de

trabalho, não tem nada haver. A não ser pela história de vida. Quem foi ele? Nunca fez balé, que nasceu dançando, que curtiu na festa de casa, que se tornou o que se tornou? Se for essa a história dele, tudo bem.

A referência ao subúrbio, o torrão natal eivado de dificuldades mas prenhe do acervo de símbolos que o permitira penetrar e consagrar-se no campo do entretenimento, graças a habilidade "instintivamente" desenvolvida, traz, ao mesmo tempo, os elementos presentes à sua socialização na dimensão geopolítica e culturalmente, diria, periférica da cidade, e cujo impacto à formação da sua auto-estima contribuira à moldagem da personalidade do artista popular. É emblemático o resgate do lendário nome do mestre-sala, hoje aposentado, Delegado. Trata-se do exercício de auto-atribuir o direito à posse da herança cultural e, ainda, enfatizar as fronteiras da tradição do samba carioca, no interior da qual é atualmente um dos protagonistas:

Eu via no Delegado (da Mangueira) um pouco da minha história. Imagina. Um cara que dançava pela arte de dançar; um auto-didata. Um artista. Setenta anos de idade e você bota ele pra dançar e ele parece arisco. Ele sempre foi pra mim muito elegante, esguio. O que ele fazia, o que faz, eu ficava embasbacado em ver ele dançar. O Delegado é então, pra mim, uma referência de dança popular, da história do samba. De me inspirar nele, de copiar. Eu sou um cara muito instintivo. Pode ser que amanhã, de repente, eu esteja fazendo um passo que ele fazia mas eu não pego uma fita pra copiar. Eu acho que minha cópia é muito mais espiritual, afetiva, do que literal, copiando os movimentos e ficar me prendendo naquilo.

Apesar do reconhecimento de pertencer a uma mesma tradição, em muito relacionada ao espaço sociológico dos subúrbios cariocas e ao nicho étnico da tradição do samba, a afinidade sugerida está calcada numa concepção de talento e vocação idiossincráticas ao sujeito, numa combinatória entre dom e mérito, modulada diante das negociações que envolvem sua identificação no contexto englobante. Por isso, a tensão deflagrada entre espontaneidade e compromissos, a partir do reconhecimento do seu "dom" – quando transformado em mérito, alvo de testes de competência – pelo emeranhado denso de dependências funcionais no concerto urbano-industrial e de serviços, Carlinhos a exprime como uma espécie de fardo, o qual deve carregar pelo fato mesmo de ser uma "referência carioca", um monumento cultural e turístico vivo, capacitado a exercer algo próximo ao monopólio de proporcionar encantamento aos leigos, graças ao manejo com os passos do samba:

O show do Joãosinho (Trinta), o desfile, vai ser pelo Champ Elisee. Eu estava em Mônaco, fazendo um trabalho com a compainha, e encontrei o Joãosinho lá. Aí o Joãozinho chamou: "Vem desfilar com a gente.". Aí na hora: "João, serve essa roupa?". Aí na hora. Porque é minha história, minha

> praia. É quando eu me desligo um pouco. Por exemplo, se eu desfilar numa avenida aqui, eu tenho que manter uma determinado comportamento, uma determinada postura. Mangueira quer eu coreografe novamente a comissão (de frente). Então eu tenho que pensar. Porque eu tenho um nome *a zelar; Mangueira tem um nome a zelar. Lá não, lá eu sou um folião. E u não quero ir de destaque,* não. Quero ir no meio da muvuca. No meio dos franceses, porque aí, bicho, eu sou um folião. Aqui eu tenho que ser o Carlinhos de Jesus dançarino, literalmente, 24 horas por dia. Eu quero ser Carlos Augusto Silva Caetano de Jesus, d'eu brincar, d'eu subir a camisa, sei-lá, d'eu sarrar alguém, me deixa um pouco em paz!

A tensão é mantida pelo empenho do próprio Carlinhos em divulgar a "arte popular" e fazer dela um meio de vida. A princípio considera esta a função do Bloco carnavalesco que lidera: "Antes o bailarino não tinha o que fazer no carnaval, agora com o bloco aparece um espaço de apresentação." Mas a mesma tensão se manifesta quando se propõe a pleitear o enobrecimento pelo "conjunto da sociedade" dessa habilidade plebéia. Para isso, entre outras iniciativas, atua junto a universidades, ministrando ou assessorando cursos de extensão de dança popular. Ou seja, reivindica e age no sentido da rotinização do carisma do samba. A profissionalização torna-se, ao seu ver, um caminho natural a ser reforçado pela formação preliminar da dança, e da cultura popular em geral, quando inserida no currículo escolar:

> Eu acharia muito interessante que a gente, na escola do primeiro grau, a gente tivesse como se fosse uma educação física, noções de dança, cultura, música. Pra isso, os políticos tinham que se interessar. E política desanima. Mas eu acho que a gente podia ter, a nível de formação, uma atividade que a gente pudesse informar, sabe? Samba, cultura...Você vê em Cuba, bicho! Em Cuba, você pega qualquer pivete daqueles e ele te conta as histórias, da cultura deles. Falam da música, conhecem compositores, a dança. É impressionante. Por quê? Eles aprendem na escola. E eles são bem informados nesse sentido. Eles amam, eles conhecem a cultura deles e tratam a fundo.

É inevitável a associação das idéias de Carlinhos com a problemática da ascensão social das pessoas inferiorizadas socioeconomicamente e também estigmatizadas no plano étnico. Mestiço, filho de uma família humilde da periferia do Rio de Janeiro, ele se tornou professor e até diretor escolar. Ainda assim manteve os laços com suas "raízes" culturais: jamais se afastando do "mundo do samba", onde iniciou como passista da Escola de Samba Em Cima da Hora; do seu bairro natal de Cavalcanti, ele se projeta e ganha notoriedade no circuito boêmio e mundano carioca como dançarino de gafieira e artista de shows em casas de espetáculos. Começa a obter prestígio e dinheiro, o que lhe permite fundar sua academia e viver do ofício de artista popular. Ao posicionar-se como um parâmetro, reitera uma mesma concepção, a saber, ele advoga implicitamente o "dom" artístico, vicejado no ambiente da tradição do samba, à maneira de uma alavanca capaz de catapultar os "marginalizados" para uma posição melhor estabilizada[xx]. E isto

necessariamente constrange aos pactos tácitos entre os projetos individuais ou estratégias de grupos com os interesses da agências do entretenimento, numa homologia das grades mentais de classificação das práticas com uma específica estrutura social. Neste caso, a profissionalização da cultura popular, em sua faceta artístico-festiva, vai ancorar-se nos mecanismos de diversão da sociedade de consumidores. Nesta arena afloram as contradições resultantes do processo mercantilização/profissionalização das habilidades e símbolos abarcados pela tradição do samba carioca, tanto que o mais adequado é definir este como um seletivo, excludente e inconstante movimento de monetarização de atividades amadoras. Afinal, até agora raros são aqueles com acesso a redimentos suficientes para sobreviverem apenas de atividades englobadas pelo gênero artístico samba (canto, dança, percussão e seus derivativos). Antes de mais nada, sobressai a ambivalência contida em tal confluência entre carisma e rotinização.

Certamente, nos ramos ligados ao setor de serviços, em se tratando do Rio de Janeiro, os critérios de formalização profissional e segurança quanto aos rendimentos estão sempre postos em tênues bases. Fator este acentuado no que tange ao entretenimento, pela natureza mesma da instituição, em muito fundada sobre as efêmeras[xxi] conseqüências dos efeitos e dos impactos das imagens, logo da premente necessidade mágica da adição e renovação das novidades. Ainda assim, existe uma gradação hierárquica nesse âmbito, em sintonia com a historicidade dos móveis socioculturais mobilizados em seus arranjos e somatórios. Para os artistas populares, como é o caso de Carlinhos de Jesus, corolário a tantos outros, sua ligação com o carnaval é a garantia da fama porém é igualmente o que fragiliza a perspectiva da profissionalização. Ao se retirarem da vida comum, o empenho em realçar o dado instintivo e criativo do seu fazer artístico sugere determinada contrapartida estrutural, que ronda como um fantasma a possibilidade de perenização do futuro como herança de um sucesso presente prorrogado. O vínculo com representações cujas semânticas enfatizam o teor original dessas habilidades é a face de Jano que os assombram. Pois resistirão ao soçobro caso celebrem a expectativa do encantamento pelo exótico, embora o exotismo não seja uma qualidade intrísenca à coisa assim denominada mas algo como uma métrica, manejada na relação mística daqueles que estão (sempre mais) ávidos por novidades afins e dispostos a novas e maiores mágicas. Entendo, portanto, que a carnavalização incorpora-se como uma das bases para que o encadeamento geracional de pessoas rubricadas como marginais ou localizadas a princípio em zonas periféricas das interações se introduzam, seletivamente, no mesmo processo de transformação que vai intersecionando a

linguagem do espetáculo aos seus, para falar como Thompson, "costumes comuns". Movimento este que resulta na própria reelaboração identitária desses grupos populares, no instante em que parcelas ou indivíduos são reposicionados no estatuto simbólico como artistas populares e passam a fazer parte da divisão do trabalho na economia do lúdico, integrando os empreendimentos de prestação de serviços de passatempo e comercialização de bens culturais.

É preciso qualificar meu ponto de vista. Recorro a determinada reportagem de uma revista cuja linha editorial filia-se a proposta de informar a "minoria negra", segundo as estratégias de *marketing* na contemporânea segmentação do mercado editorial. A partir do título "Carnaval se firma como um dos maiores espetáculos financeiros da terra", diz o texto em sua abertura: "É algo entre Dionísio e Adam Smith. Entre o mito e a realidade. Números divulgados, ano passado, dão conta de que circulam pelo Carnaval do Rio algo em torno de R$ 1 bilhão. É evidentemente a festa mais cara do mundo. Atualmente, Hollwood talvez não chegue a tanto." (Black People,1997). Se a cifra chama atenção, no entanto, é a presença destacada da festa em um veículo com tal proposta, o mais curioso. Porque todos os esteriótipos, que por anos foram denunciados pela militância do movimento negro – como expressivos de um racismo engatado na imagem telúrica e lasciva da pessoa negra –, são enfatizados, por exemplo, na operação que precedeu a escolha e disposição nas páginas do periódico de fotografias de mulheres seminuas, decoradas pelo *glamour* da fantasia, exibindo a sensualidade rebolativa dos seus corpos negros ou mestiços. Ou aquelas de passistas e ritmistas, flagrados em atitudes de excitadas perfomances. Figuram como signos de habilidades notáveis para produzir uma festa de amplitude financeira e simbólica mundial; portadores de uma sensualidade morena e do descompromisso ocioso para engajarem-se no despojamento do desfrute, no instante efêmero da "festa da carne".

A propósito ainda da redação da reportagem, a superposição de representações opera a reinvenção de tradições, aproximando os campos semânticos dos ritos de êxtases dionisíacos aos dos símbolos afrobrasileiros. Isto se faz, porém, ao custo do empobrecimento dos últimos, na medida em que os espacializa na diversão mercantilizada. Falo de empobrecimento porque a codificação exige a operação de sistematizar e esta implica na redução de complexidade das ambivalências para figurar os elementos-membros funcionais em um mesmo sentido. No caso em questão, as controversas referências históricas, míticas e religiosas, matrizes dos móveis culturais afrobrasileiros presentes às sociabilidades lúdicas declinam para realçar o sentido exótico. A intertextualidade intrínseca ao ajuste é possível pelo modo de classificação da situação festiva

como extraordinária, e também em razão da ritualização que recobre os sentidos do carnaval como cena mimética-catártica. Ou seja, em grande medida na cena moral das sociedades modernas, nas zonas de primazia do cristianismo, a recriação institucional do sentido carnavalesco ocorre na contrapartida da coação exercida pelo sentimento de vergonha sobre a exposição pública dos afetos, mas também pela reivindicação da satisfação das necessidades de experimentar sentimentos autênticos e visibilizá-los. Pois se esta recobre amplos segmentos da vida individual e coletiva, igualmente funciona na seleção de poucas dimensões do contínuo social a serem destacadas enquanto âmbitos capazes de atiçar impulsos prazerosos e deixar margens à expressão pública da intimidade. Atualizada em noções como a de sentimentos "autênticos", a evocação da tradição afro-brasileira na festa não corresponde, assim, ao resgate de um passado identificável na história social daqueles povos relacionados à diáspora africana. É relativa a uma espécie de um "genuíno" étnico transhistórico e transcultural, possível de se solidarizar, no sistema cultural e de diversão, com a primazia concedida ao olhar estético e turístico, quando integra valores como os de bem-estar e felicidade individuais na contemporânea sociedade de consumidores. Pelas vias da demanda e oferta de satisfações de prazer na festa espetáculo, embutida na economia do lúdico que se instaura e está regulada pelos imperativos institucionais do entretenimento, afinam-se lógica capitalista em sua fase financeira/serviços e as experiências do lúdico e os fazeres artísticos populares.

Poder-se-ia inferir daí a existência de mecanismos sociocivilizadores galvanizando as práticas da prestação de serviços culturais às do consumo estético e de entretenimento. Mais que a apropriação ideológica e mistificante da festa e seus agentes, seja pelo discurso jornalístico e/ou pela ação de rapinagem cultural implementada pelas instâncias do capital, uma mesma tipificação espetacular do acontecimento constrange tanto as consciências práticas dos grupos de mediadores inseridos nas agências de publicização, quanto daqueles responsáveis pelos fazeres divulgados e, ainda, o *habitus* dos públicos manifesto pelo interesse no consumo dos produtos identificados à diferença e ao pluralismo culturais. Diversos autores têm chamado atenção para o modo como esta peculiaridade contemporânea comparece em áreas tão distintas. Refletindo sobre a segmentação dos públicos no mercado de revista no contexto da globalização capitalista e da proliferação de identidades na pós-moderndiade, Maria Celeste Mira, por exemplo, observa na prática de consumo um instrumento que argamassa grupos tão heterogêneos, ao incidir sobre a vontade de realização pessoal: "O mercado global tenta captar as ansiedades deste grupos prometendo-

lhes a realização pessoal através do consumo. Para atingir seu objetivo procura agir na questão crucial para quase todos os grupos ou movimentos, sobretudo os que foram historicamente discriminados: a auto-estima. Ao atingir este núcleo da subjetividade – 'egóico', como eles chamam –, muitas vezes inconsciente, eles capturam o consumidor." (Mira/1997, p: 339).

Duas tarefas desde agora são incontornáveis para o percurso neste trabalho. Em primeiro lugar, qualificar o processo de ajuste entre facetas da cultura popular e entretenimento-turismo, ou seja, delinear os contornos do que estou chamando de modernização turística. Para então, imergir nos meandros mesmos do processo e demonstrar as motivações subjacentes ao papel paradigmático e heurístico aqui conferido ao Carnaval carioca.

II – SOCIEDADE-NAÇÃO E TURISMO

Tendo a festa carnavaleca carioca como palco-matriz da hoje simbiótica relação das práticas significativas reconhecidas como populares com o sistema cultural e de diversão na demarcação dos lugares de entretenimento-turismo no Brasil, o estudo prosseguirá nesta seção agregando um novo componente analítico: a categoria de modernização turística. Com a finalidade de atingir a qualificação deste processo, primeiramente trarei à pauta as condições nas quais as disputas em torno da definição e uso da cultura popular faz ressoar a efetividade de uma espacialidade do lazer dotada de específica infra-estrutura para o desenvolvimento sistemático de atividade afins. Deixando a reconstrução do processo, em suas linhas gerais, para o item final.

A) "DESTINO BRASIL", CULTURA POPULAR E LAZER

Inicialmente, retomo a suposta dissociação entre "moderno" e "tradicional", no que diz respeito ao debate sobre a cultura popular, mas priorizo a maneira como temática do entretenimento aí se insere. Em um estudo pioneiro a respeito do *Lazer no Brasil*, Renato Requixa infere que, embora o país possuisse uma variedade étnica e regional espalhada pelo vasto território, onde predominaria uma "diversidade de estágios civilizatórios e variegados momentos históricos e culturais", a sorte decidia a evidência de que a "civilização urbano-industrial incidiu decisivamente sobre as manifestações lúdicas brasileiras, alterando-as significativamente" (Requixa/1977, p:22). A homogeneização dos hábitos tendia a um líquido e certo fim: "Parece-nos

não haver dúvida que o continuado desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, que a construção das grandes rodovias integradoras do território nacional e facilitadoras das migrações e do turismo interno, que as maiores facilidades de transporte e comunicações e, principalmente, que o acelerado processo de urbanização que vive a sociedade brasileira tendem e tenderão, cada vez mais, a alterar o comportamento lúdico do povo, *encaminhando-o para certa homogeneidade*. Como também não há dúvida quanto ao fato de a urbanização ter representado a essência desse processo que transforma socialmente o país." (*Op. cit*, p:23 – grifos meus).

Não há dúvidas quanto a incidência dos fatores enumerados pelo autor sobre as maneiras de diversão no país; o que parece equívoco é a idéia de homogeneidade presente no seu argumento, pois parte-se do princípio que os recursos e equipamentos da vida urbana – rádio, cinema e televisão, por exemplo – atuariam para o enfraquecimento ou mesmo o fenecer de "aspectos tradicionais da cultura brasileira, entre os quais se incluem muitas manifestações lúdicas" (*Op. cit.*, p:42). Nos termos teleológicos da versão de teoria da modernização apropriada, a sociedade estava se impondo à comunidade ou a solidariedade "orgânica" à "mecânica" e a multiplicidade étnica sucumbia à homogeneização industrializante. Na ocasião, o temor estava fundado no que se considerava o predomínio crescente dos chamados grupos "formais" sobre os "informais". Assim, relativos aos últimos, mostrar-se-ia a cultura popular tradicional fadada ao declínio e ao desaparecimento. A premissa suposta na conclusão decorre do horizonte à reflexão do autor não considerar a mesma homogeneização do ponto de vista das convergências que se iam estabelecendo entre formalidade e informalidade, as quais deram margem a recriação de formas lúdicas "populares" e "folclóricas" de recreação afinadas com o entretenimento. Ou seja, conformando daí então uma fronteira limiar, na qual interpenetram-se lazer e práticas religiosas, políticas mas espetaculares, àquelas das obrigações familiares mas lúdicas, das formas de trabalho profissional ou de formação, de qualificação técnica e de inserção social mais atrativas (Dumazedier/1991, p:130). O caso das Escolas de Samba (e o espetáculo que protagonizam anualmente durante o carnaval no Rio de Janeiro) é notoriamente ilustrativo e paradigmático. Inclusive, compareceu como exemplar às discussões do primeiro congresso nacional de lazer, organizado por Requixa em 1975 na mesma cidade, como lembra Jofre Dumazedier, presente ao evento:

> Não é errado descrever o carnaval como um evento, "um universo social onde a regra é a prática sistemática de todos os excessos, uma espécie de inversão do mundo". Na verdade, seria preciso distinguir as muitas maneiras de se viver o carnaval (e de não vivê-lo), observáveis no Rio. Mas o

> discurso acima leva muitas vezes a esquecer que o carnaval do Rio, criado nos anos 20 nessa grande cidade, tem laços apenas longíquos com os carnavais da tradição rural religiosa. O carnaval é tão-somente a principal atividade efemera das escolas de samba, hoje constituídas oficialmente como "sociedades civis de cultura e lazer, sem fins lucrativos". (...).
> Poderíamos citar muitos outros exemplos para provar que a concepção moderna do lazer já está presente em numerosas cidades do terceiro mundo, particularmente no Brasil, México, Argentina, ect. No Rio, em 1975, aconteceu o primeiro congresso nacional de lazer para mil pessoas, sob o impulso de Renato Requixa! Pudemos verificar pessoalmente como se desenvolveu no interior da cultura das cidades, nas diversas camadas sociais, o gosto pela viagem, sem fim comercial, familiar ou de pergrinação, impulsionando um novo turismo interno. A influência dos costumes das sociedades modernas provavelmente aconteceu através das mídias ou do turismo internacional. Mas, as culturas do passado mudaram sempre sob o duplo efeito da difusão de modelos externos e a evolução de modelos internos? Toda a etnologia e a sociologia convergem na observação de dinâmicas semelhantes através dos tempos. (Dumazedier/1994, pp:42-3).

Na longa citação, o autor sugere as interdependências decisivas à formação de uma economia do lúdico, ao insinuar os mecanismos e forças sociais que desempenham papéis cruciais no processo específico de modernização atrelado à institucionalização do entretenimento no país, como também das atividades vinculados ao ramo turístico. Ora é no interior desse movimento de aproximação que, curiosamente, passam a estar em foco distinções que se baseiam, no limite, na primazia da oposição "tradição versus modernidade", posta em destaque seja no plano dos debates acadêmicos ou nos embates cotidianos daqueles que vivem da (e na) cultura popular. Deste modo, ao longo das duas últimas décadas a oposição aflora internamente, isto é, "moderno" e "tradicional" passam a consistir em um dilema manifesto no interior mesmo das matrizes simbólicas populares. Porque não se trata, como antes, de separar o popular do moderno, ao identificá-lo com o arcaico; nos enfrentamentos entre "ortodoxos" e "heterodoxos", a luta entre tais valores mobiliza aqueles que disputam relevância no campo ampliado da cultura. Para buscar recursos analíticos nos estudos da religião, diria que, à maneira de espécies incompatíveis ("sujas") ao universo da cultura popular, os imperativos "modernos" são a princípio definidos como profanadores de uma pureza originária, maculadores de uma essencialidade "autêntica". É como se pertencessem a tempos históricos e existenciais distintos, o que justificaria o enfrentamento Segundo esse esquema, aquilo definido como novidade ("moderno") está em descompasso com a estabilidade do que existe para além dos atentados do tempo acelerado. Isto, se considerado o seguinte aspecto. Ressignificados, alguns desses termos são apropriados, à medida que ocorre a requalificação do posicionamento da cadeia de novos produtores, mediadores e administradores, bens e consumidores nas instâncias institucionais do campo entretenimento, exatamente sob a aura da "cultura popular". Moderno e tradicional, folclório e

popular e mercantil-massivo resolvem-se, assim, numa complementaridade curiosa, a qual parece fazer contracenar elementos heterogêneos, mesmo conflitantes.

Vale ilustrar o problema. Por ocasião recentemente da comemoração dos 100 anos do gênero musical samba, debates foram travados na imprensa, em torno do que mereceria ou não pertencer ao seio daquela tradição. Algumas pessoas, identificadas como guardiães da hortodoxia do gênero, fizeram declarações distinguindo as "heresias" das "autênticas" manifestações da "música (arte) de raíz brasileira". A seleção girou em torno da presença do que passou a ser considerado parte dos "modismos" atuais de grande repercussão na mídia e protagonistas de fatias do mercado fonográfico, sobretudo as canções e perfomances da banda musical baiana É o Tchan e dos cantores e grupos incluídos no chamado "pagode paulista"(ou "pagode mauricinho"). Detenho-me no último aspecto. A evocação da defesa das "raízes autênticas" nacionais do samba revela a correia de transmissão ideológica que recolhe e distribui insumos à formação do caráter nacional brasileiro tradicional. Simultaneamente, chama atenção o teor mesmo da promiscuidade denunciada, a saber, a mistura dos valores e práticas significantes culturais populares, de forte apelo nacional, com os esquemas empresariais da indústria da cultura. Já que a categoria de "pagode paulista" ganha vigência entre sambistas cariocas justamente para diferenciarem-se (eles) do congênere paulistano, reivindicando o *status* de guardiões desse ritmo musical reconhecido como autenticamente nacional. Contudo o estudo de Carlos Alberto Messeder Pereira junto a determinada facção do grupo de sambistas cariocas, a qual, em meados da última década de oitenta, protagonizou o chamado "movimento do pagode", coloca em xeque o teor de pureza defendido enquanto revelador de um traço diacritico do samba confeccionado no Rio de Janeiro. A pesquisa demonstra como as iniciativas do grupo Fundo de Quintal, ligado ao bloco carnavalesco Cacique de Ramos, estão na base da atitude "empresarial" e profissional que hoje é observada para discriminar os "pagodeiros" paulistanos – e mineiros e alguns do Rio de Janeiro. Em outros termos, os resultados das escolhas desse grupo giraram em torno da proposta de levar a atmosfera de intimidade festiva gerada nos pagodes de fundo de quintal suburbanos às programações das emissoras de rádio, à televisão, às casas de espetáculos e ao campo de ação da indústria fonográfica. Algo que galgou relativo exito, principalmente no ano de 1987, quando o "pagode" foi um campeão de execução no sistema radiofônico FM: o cantor Zeca Pagodinho chegou à cifra de 500 mil discos vendidos e mesmo um (embora logo malogrado) programa de TV foi levado ao ar na Rede Globo[xxii] (ver Pereira/1995).

A batalha simbólica travada é interessante, portanto, pela ambigüidade das intervenções, pois oscilam entre a crítica ácida às produções recentes que, argumentam seus detratores, subordinariam uma tradição vernacular às ingerências da indústria cultural, embora os críticos não possam deslocar aquelas do âmbito da "cultura popular". Vejamos dois depoimentos, respectivamente, dos compositores Paulinho da Viola: "Se a gente ouvir (o É o Tchan) de olhos fechados, vai descobrir naquela música muita coisa do samba de roda da Bahia. Acho positivo." (Segundo Cardeno de O Globo/2-12-1997) e Elton Medeiros: "O que acontece é o seguinte: de modo geral, e não apenas com o samba, um gênero mais resistente, a música brasileira está sendo transformada em subproduto." (*Op.cit.*). Da mesma maneira, em setembro de 1997, o Jornal O Dia, também do Rio de Janeiro, trouxe à primeira página do seu caderno de "Cultura" o confronto entre os sambistas ditos "tradicionais" e os "novos". O embate girou em torno da indumentária trajada por um ou outro grupo. Em detrimento da categoria "paulista", a denominação "mauricinho" aparece de modo ambíguo. Para os "tradicionais", o jeito de vestir "mauricinho" foge aos traços "informais" mesmo "despojados" e simples de uma cultura oriunda da população pobre e marginalizada, moradora dos subúrbios e favelas. Para o outro lado, as vestimentas e o estilo de vida que portam equivalem, além do resultado de uma estratégia de *marketing* artístico, segunda a ótica da ascensão social, a efetivação de uma imagem de sofisticação em consonância ao *status* que desfruta a música por eles produzida, cujo interesse atingiria diferentes segmentos de consumidores, inclusive entre as camadas "A" e "B" do mapeamento publicitário da sociedade nacional[xxiii].

Se estiver evidente a pugna travada entre tais facções em torno do direito em assegurar tanto um lugar como ainda o privilégio de representar a tradição do samba – claro sob perspectivas aparentemente inconciliáveis –, é também verdade que o combate se faz em torno de algo que se mantém elíptico: o próprio interesse artístico que os coliga e prescreve uma modalidade de distinção social, para a qual a instância do entretenimento e o mercado cultural assumem decisiva importância de consagração e manutenção do *status* das práticas como artísticas e de diversão voltadas para amplos públicos. Eis o ponto que nos interessa e em seguida explicito tal primazia analítica. De acordo com um conjunto bibliográfico a respeito (ver Velloso/1987, Viana/1995 e Soihet/1999), o samba é exemplar da maneira como a configuração de uma identidade brasileira se faz pela elevação a signo universal da brasilidade de uma cultura particular, no andamento mesmo da regionalização de outras culturas. Tendo sua sócio-gênese no

período em que Rio de Janeiro detinha a posição de capital federal e centro político e cultural do país, na fase populista do Estado nacional, o ritmo musical samba foi reconhecido como "nobre" e "autêntico" – ao lado do quadro de especialistas que o produzia e interpretava – símbolo brasileiro, tornando-se a referência da cultura popular no país. É à luz dessa incorporação da tradição do samba ao panteão simbólico da nação que os enfrentamentos anteriores descritos se mostram sintomáticos. Isto no momento em que dispõem frente a frente duas orientações de conduta. De um lado, aquela orientação que apela às raízes nacionais-populares, entranhadas ao terreno das classes subalternadas e nicho de uma das matrizes simbólicas da memória nacional, seguindo os rastros do trabalho ideológico que construiu a "pureza" afro-brasileira na interface com o revigoramento da formação do Estado-nação, sobretudo entre as décadas dos anos 20 aos 40 deste século (Dantas/1988, p: 246 e Vilhena/1997, pp: 127-65); de outro, a priorização da áurea profissional na renovação da mesma tradição e conseqüentemente inscrevendo os seus laços com o mito da brasilidade no plano institucional do entretenimento, dominado pela economia do lúdico. Não estou com isto postulando um desengate entre um dos segmentos ligados ao samba e a sociedade-nação, mas sugerindo que a trama de interdependências funcionais, nas quais se envolvem seus artífices e consumidores, coloca em relevo que a compreensão da relação entre cultura popular e modernização no Brasil deve evitar o ponto de vista de forças agindo externamente e sim considerar o popular como um feixe de imaginários e símbolos reconstruídos seletivamente no andamento mesmo da modernização como processo social e de formação de identidades individuais e coletivas. Daí por que a ênfase aqui nos mecanismos de entretenimento, enquanto dispositivos institucionais historicamente estruturados, mas igualmente estruturantes das condições de ressignificação dos valores e dos símbolos e ainda dos modos de expressão da cultura. Tenho clareza que uma e outra facção em disputa persegue o mesmo trilho da cultura de mercado. Por isso, argumento ser a própria relação entre Estado, entretenimento e cultura popular no país (do qual o samba é um exemplo-chave), no século XX, o fulcro da dubiedade, cuja importância estratégica aos nossos propósitos nesta tese consiste nas reciprocidades e conflitos que revelam o delineamento da territorialidade *sui generis* da sociedade de consumidores, aqui observada do ângulo dos espaços de diversão e turismo.

Para isso é também necessário sintonizar a cultura popular com os imaginários e dispositivos políticos e socioeconômicos que atravessam o curso de montagem do Brasil como uma sociedade nacional. Mais precisamente, com a maneira como o Estado nacional tratou a

heterogeneidade sociocultural de acordo com uma política de integração das redes humanas. Sobretudo, tendo em conta o modo como as manifestações do lúdico têm materializado redes de interdependências caracterizadas pela associação entre um perfil democrático de inclusão com o reforço de desigualdades socioeconômicas e étnicas, além de fazerem interface com a importância crescente assumida pelo mercado cultural e o entretenimento na ordenação societária, no instante que se fixa um lugar institucional para a diversão.Vou esmiuçar o ponto de vista advogado. Como afirma Bourdieu, a consolidação da dominação centrípeta exercida pelo ordenamento estatal transcende os limites da legitimidade quanto ao monopólio do uso da violência fisica, na extensão de um território geopolítico. Isto porque se faz decisiva para a totalização de capitais, básica para assegurar o poder do Estado, que igualmente ocorra a contrapartida simbólica, ou seja, o processo de unificação lingüística e cultural. Deste modo, a pujança do Estado co-participa do descolamento crescente de práticas do mundo social comum, na esteira da diferenciação e autonomização de campos de interação. Para isto se faz necessário que parâmetros universalistas compareçam, pois viabilizam a equalização das heterogeneidades socioculturais acumuladas, dividindo-as segundo os esquemas classificatórios oferecidos justamente pelos campos da educação escolar e do jurídico. Enfim, a edificação da memória nacional, pilar para os construtos identitários coletivos nacionais, resulta então das operações de inclusão e exclusão em um e outro campo, nodais ao monopólio do sentido legítimo também exercido pela instância política (Bourdieu/1997, pp: 91-124). As políticas culturais não fogem a regra e estarão em acordo com os critérios de divisão dos níveis culturais, mas também de unificação "cívica" das práticas. Nesse sentido, a entrada da cultura popular na cena política e ideológica vem a reboque das invenções de tradições nacionais, no rastro das incorporação e re-elaboração nacionalistas de ritos vernarculares, agora arrumados no caudal das celebrações da nação. A busca dos símbolos e práticas heterogêneas esteve motivada sempre na direção dos elementos potencialmente reconhecidos como capacitados para soldar diferenças, compondo uma totalidade não só político-institucional e econômica, mas igualmente uma totalidade simbólica. A fórmula do resgate das raízes nacionais, incorporou-se aos movimentos nacionalistas e também à dinâmica das formações nacionais. Isto se dá no justo momento em que se dissemina na Europa Ocidental uma estrutura social industrial. Do ponto de vista da coordenação simbólica, estava a sociedade urbano-industrial apoiada no imperativo da comunicação ampliada e na exigência de unidade. Não obstante, uma e outra estiveram na contrapartida da ênfase posta na mobilidade

intensa das pessoas, das idéias, dos símbolos, das materialidades. E, igualmente, no incremento à soldagem dos tantos planos inteirados no território do Estado centralizado, mediante normas universais unificadoras e uniformizantes. Neste mesmo instante desponta a preocupação com o que parecia soçobrar diante das novas tendências do moderno. Naquele mesmo momento eram cristalizadas as heterogeneidades compostas de ritos, objetos, fazeres e crenças dos homens comuns, agora plasmadas nos esquemas da intelectualização científica. Porque esse é o período fundante da conceituação da cultura *folk*, ou simplesmente da cultura popular (Carvalho/1992, pp: 28-9), particularizada regionalmente ou redefinida como símbolo nacional. As construções das sociedades nacionais nas periferias, porém, ocorrem de acordo com a perseguição, por parte de distintos matizes de elites, apoiados em alianças de classes aos seus projetos civilizadores, de um ideal de modernidade política-jurídica, econômica e cultural inspirada no modo de vida urbano-industrial ensejado na Europa burguesa, sobretudo do século XIX e em meio à estruturação do assimétrico sistema internacional de Estados-nações. Desde logo, a consolidação afirmativa de um caráter nacional estava tensionada pelas exigências do insinuar de uma mundialização do modo de vida moderno, mas também da aceleração dos imperativos do mercado capitalista. Ambas projetam seus ambientes a torrões cada vez mais eqüidistantes no planeta. Em última instância, a dúbia situação instaurada se revela no suporte ideológico ao valor conferido às diversas versões de modernizações das sociedades, contidos no reconhecimento mesmo da primazia da nação.

Quero argumentar que é no andamento desses mesmos processos e impasses, intrínsecos à formação das sociedades nacionais, no trajeto formativo de uma cultura nacional brasileira, que as matrizes culturais populares no país conhecem a ressignificação, incluindo-nas no âmbito turístico da sociedade de consumidores. Ordem social esta dotada de seus dispositivos técnico-científicos e mecanismos institucionais de desencaixe e reincaixe dos símbolos e práticas no território da modernidade-mundo. Vejo complementaridade nas duas versões seguintes, que dão suporte à visada ora enunciada. Isto na medida em que Néstor Garcia Canclini assinala como, na América Latina, a nacionalização e folclorização se fizeram mister à integração das matrizes culturais populares aos esquemas mercantis e transnacionais do turismo, intrínseco à produção de excedentes no capitalismo (Canclini/1983, pp: 60-73). E José Maurício Domingues entende as dinâmicas de desencaixe da modernidade na base dos arremates conhecidos pelas culturas populares no Brasil, durante o século que ora se encerra. As transformações se revelariam nas

estetizações da multiplicidade heterogênea de móveis étnico-históricos, herdados das matrizes forjadas nas condições coloniais, mas agora cada vez mais compactados no interior dos sistemas peritos das sociedades modernas (Domingues/1998, p: 216). Quando as compreendo como complementares é porque estou convencido de que, a partir das experiências brasileiras aqui observadas, o par nacionalização/folclorização da cultura popular também se efetiva na maneira mesmo como a instituição do entretenimento se enraíza no cotidiano da sociedade nacional e participa na sistematização das funções resultantes das interdependências e interpenetrações imediatamente localizadas, atuando sobre as figurações das relações humanas. E isto se processa a reboque das intervenções modernizadoras em planos diversos e ganha consubstancia nas consciências e na economia psíquica daqueles que conduzem as práticas lúdicas vinculadas às tradições de grupos subalternos, inscritos no estatuto nacional da divisão do trabalho e dos níveis culturais. Sustento meu ponto de vista levando em conta a premissa compartilhada por muitos dos intérpretes empenhados com a compreensão das características assumidas pelos diversos estágios e modalidades de ocidentalização e modernização deste continente. Nas palavras de Octávio Ianni, ocupado com a idiossincrasia labiríntica das formas culturais da América Latina, "Vistas assim, em conjunto, misturadas, as contribuições e peculiaridades revelam-se os ingredientes de um amplo e intrincado caleidoscópio. Um caleidoscópio no qual os espelhismos mesclam diferentes formas de vida e de trabalho, diversos patrimônios culturais, distintas combinações entre passado e presente" (Ianni/1993, p: 22). Em resumo, para o que nos interessa, ao contrário da experiência de alguns países da Europa ocidental, onde a ruptura histórica entre os planos urbanos e rurais ou entre as classes dominantes "tradicionais" e "modernas" contribuiu para manter o rigor na distinção dos níveis culturais, nas experiências latino-americanas (entre as quais a brasileira) o encaminhamento dado à modernização das sociedades, com forte presença do Estado, o traço de continuidade em diversos planos da estrutura social e dos valores viabilizou a interseção das matrizes coloniais com a forma de homogeneização econômica e cultural seminada por dispositivos institucionais da modernidade, como o entretenimento-turismo, ao lado da dinâmica centralizadora e homogeneizante exercida tanto pelo Estado nacional quanto pela economia monetária no estágio de auto-regulação do capital.

Por isso, antes de retomar o tema da ressignificação da festa carnavalesca no Rio de Janeiro e da matriz cultural popular do samba, cabe o reconhecimento de que o engate assinalado da cultura popular tradicional e da cultura de diversão exige incluir no percurso analítico o que

temos por enquanto apenas aludido como modernização turística, mas a cotejando na interface com a questão do nacional-popular no Brasil. Isto impõe desde logo o seguinte esclarecimento. Estou propondo específico movimento de mudança sociocultural como uma das manifestações da interferência de um dos mecanismos institucionais da modernidade, o entretenimento, cuja incidência sobre as matrizes culturais populares supõe outras bases à atualização das últimas. Ou seja, diz respeito à construção da hegemonia do tempo da modernidade e da estrutura social da sociedade de consumidores se rebatendo sobre os espaços das multiplicidades étnico-históricas no Brasil e assumindo os teores dessa localização. E isto ganha concretude no encadeamento entre turismo, indústria cultural e a redefinição de grupos postos na linha tênue entre a formalidade e informalidade institucional; encadeamento deflagrador dos móveis de consumo diferenciados pelo significado turístico e divertimento, na contrapartida da emergência do gradiente múltiplo e multifacetado de consumidores da cultura popular. Nesse sentido, certamente o fenômeno do circuito das festas aqui estudado tem vínculos com o horizonte socioeconômico e cultural categorizado como pós-industrial e pós-moderno. Quer dizer, na maneira descrita por autores que atentam ao fato tanto de a regionalização da produção quanto a segmentação do consumo estarem no rastro da flexibilização do capitalismo contemporâneo, na sua fase pós-fordista, na qual importa aos conglomerados empresariais adequarem-se às descentralização e diversificação dos mercados, em lugar de tentar homogeneizá-los. Tendo assim por contraface o acirramento de uma "competição territorial intensificada, que se estende por toda a hierarquia dos locais espaciais, desde o menor das localidades até a escala da economia mundial." (Soja/1997, pp: 208-9). Parece-me, contudo, essencial cotejar igualmente o tema da implantação de bases institucionais do modo de vida moderno na sociedade nacional, a maneira como a racionalidade do mercado penetra os poros dos fatores constituintes da nação e os tipos de regulação da vida ordinária nela exercida pelo Estado central, estando o último posicionado dependente e subalternamente no sistema internacional. Quero dizer com isto que não se trata de tomar um e outro plano analítico isoladamente, mas reconhecê-los em suas especificidades e, ao mesmo tempo, tendo em conta a premissa de que ambos estão perpassados por uma mesma dinâmica sócio-civilizatória de longa duração.

É preciso lembrar, então, que a aceleração da atividade turística no Brasil e seu espraiamento sobre diversas faces da sociedade nacional ocorrem no bojo do que alguns autores chamaram de desenvolvimento de um "capitalismo tardio" dependente, mas em consonância aos

imperativos monopolistas dos estados nacionais centrais de uma economia capitalista cada vez mais de perfil financeiro e obediente a regulação fordista periférica do capital transnacionalizado, incrementada desde a década de sessenta (ver Fiore/1999, pp: 33-4). A definição do perfil de um padrão estrutural das interdependências funcionais urbano-industriais e de serviços ganha contornos cada vez maiores no último intervalo de quatro décadas, no qual a população urbana passou a representar 78,36% dos atuais 165 milhões de habitantes da sociedade-nação, em 1999 (IBGE/1999). Ainda que a distribuição irregular da riqueza estivesse traduzida nas discrepâncias no plano das classes sociais e das regiões do país, é nessas mesmas circunstâncias em que ocorre o crescimento sem precedentes históricos da produção e consumo de bens materiais e intangíveis, compartilhando a ampliação da população assalariada. O mercado de bens simbólicos ampliados tem suas margens igualmente estendidas, num instante em que a cultura passa a ser encarada como alvo de investimento econômico (Ortiz/1988, pp: 112-48).

A partir da mesma década dos sessenta, os patrimônios naturais e culturais da sociedade-nação conhecem igual avaliação, na contrapartida da extensão institucional do turismo enlaçando grupos sociais e interesses em torno do prestígio adquirido pelas viagens de lazer, no andamento da hegemonia mundial adquirida pela sociedade de consumidores e com amplitude alcançada pela cosmologia moderna. Desde aí requalificando os espaços sob o parâmetro turístico, isto é, zonas liminares de contato entre o moroso cotidiano e o extraordinário espetacular. São índices reveladores a respeito o aparecimento e disseminação dos cadernos de turismos nos principais jornais brasileiros, na contrapartida do aumento do contingente de agências de viagens, nas três últimas décadas. Por constituir-se no palco onde ganha maior relevância o capitalismo tardio no país e se define a maior fatia dos mercados domésticos de trabalho e consumo, tomo o exemplo de São Paulo. Entre 1969 e 1992, sobe de 341 a quantidade dessas empresas para 2 mil 707, incluindo as 322 filiais (Fonte: Anuário Embratur/1969-1973-1990-1994), no contexto em que essa unidade da federação manteve-se como o principal foco emissor de viajantes – 24, 5% do total de turistas domésticos (ver Rabahy/1999). Por outro lado, o entendimento do turismo como fator relevante aos esforços de desenvolvimento econômico interno – inserido na postura dos governos militares de apoio ao incremento às atividades no setor –, deu-se em um cenário mundial no qual a economia capitalista conhecia o deslocamento do primado para o âmbito financeiro. Neste trânsito ganha importância o comércio de informações-comunicação e sendo este comércio o verdadeiro amálgama da sociedade transnacional de consumidores, arte e cultura

passaram ao *status* de fatores importantes na galvanização de uma extensa civilização planetária, ao estarem integradas em tal circuito de circulação-comunicação como bens simbólicos,.

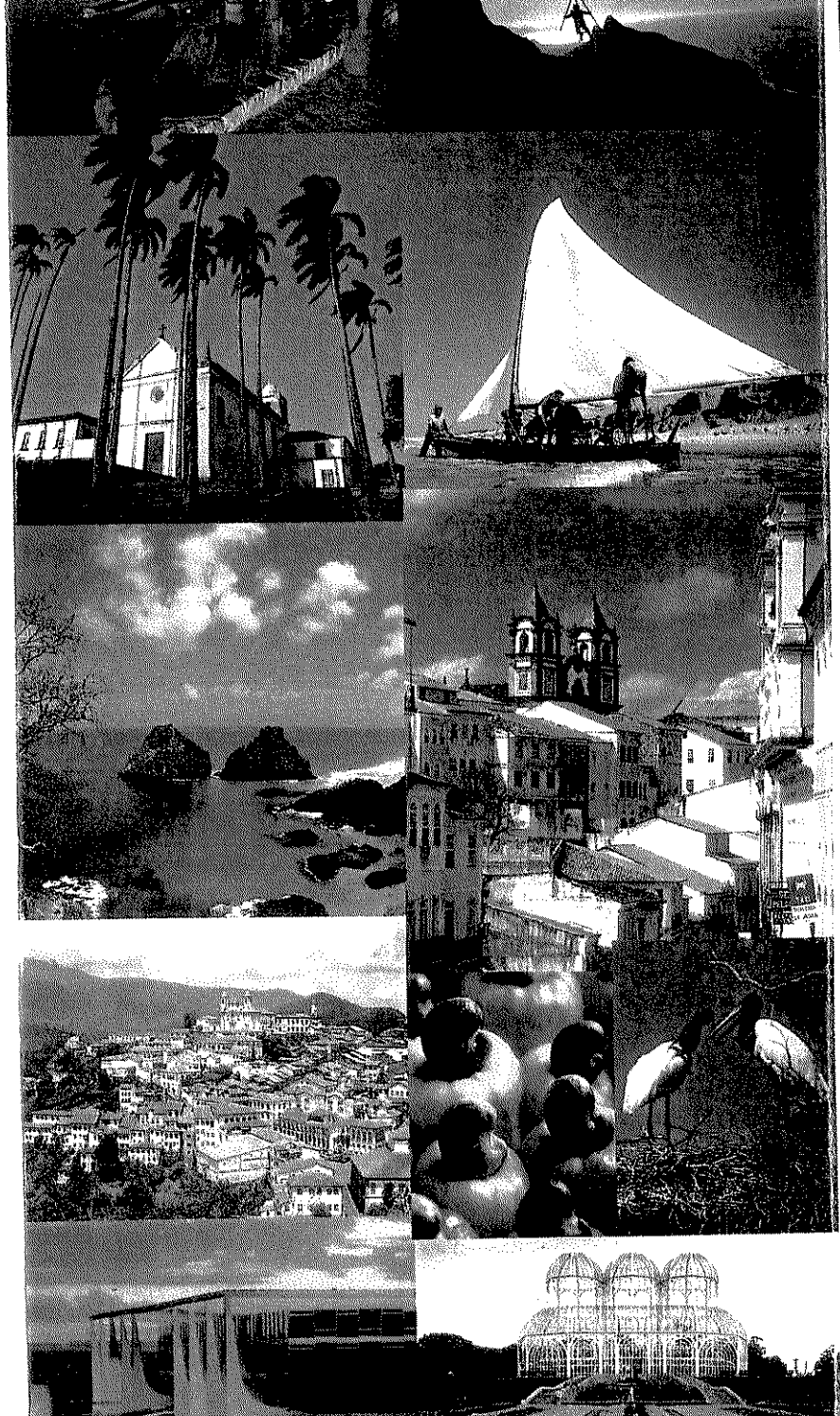
Em termos do turismo no Brasil, a concretização dos traços dessa civilização ocorre com a incorporação de modelos organizacionais e de gestão das práticas inspirados em congêneres europeus. Se ainda na década de trinta, o despontar de uma legislação e aportes jurídicos, no rastro das primeiras iniciativas do poder central, acenam com a internalização do turismo às suas estratégias (Ferraz/1992, pp: 30-4), os anos cinqüenta efetivam entidades empresariais do setor, como os clubes Skal de São Paulo e do Rio de Janeiro, com decisivo peso sobre as políticas públicas nacionais para o turismo (ver Trigo/2000, p: 183). É apenas no governo do general Castelo Branco em que ocorre a integração da atividade turística no bojo dos projetos de desenvolvimento econômico nacional. Sob tal invólucro, no ano de 1967 é definida a primeira Política Nacional de Turismo, na qual é criado o Conselho Nacional de Turismo e fundada a Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), estatal responsável pela gerência do setor, subordinada ao Ministério da Indústria e Comércio (Farias/1995, pp: 125-6). A expressão "destino Brasil" surgiu justamente em meados da última década dos setenta, enquanto núcleo discursivo do projeto de desenvolvimento turístico no país. O slogan e a campanha estavam embutidos no conjunto de medidas visando implementar projetos de infra-estrutura na área de hospedagem. Leis de incentivo fiscal e o Fundo Geral de Turismo são implementados, fatores consubstanciados na ativação dos investimentos em hotelaria. O número de hotéis é deslocado das 663 unidades, em 1966, para os três mil 327 vinte anos depois (Trigo/*Op. cit.*, pp: 161-2). Portanto, ao lado da escalada ascendente dessa materialidade turística, a incorporação da expressão "destino Brasil" nesta pesquisa se deve à premissa de que ela é sintética de toda uma ordem de classificação, em sintonia com o arranjo de sedimentos históricos-culturais de mentalidades que valoram o território e povo-nação de acordo, respectivamente, com as prerrogativas sobre o edênico continente tropical (o país jardim) e seu povo exótico – espontâneo mas ordeiro nas emoções, mestiço na composição e apegado às verdades mais autênticas. E a mesma classificação é intrínseca à atitude de escolher o que deve ganhar visibilidade (circular/comunicar) no mundo enquanto marca registrada do "Brasil Tropical", na textura de imagem visual e pública. Pois o dado intrigante é o olhar que vislumbra o "Patropi" à maneira de algo não coincidente com a ordinariedade do Estado e sociedade nacionais, mas um cenário do planeta, dos – para inverter a assertiva de Levi-Strauss – "alegres trópicos", tematizados pela

mítica do eldorado; lugar habitado por animais e nativos exóticos, adoradores do sol e do mar e dados a ritos sensuais pagãos ou devotos romeiros. E a desconexão, embora incluindo a nação telúrica na outra territorialidade dos pólos culturais da diversão e do lazer, permite inclusive tornar o "destino Brasil" fascinante para aqueles moradores da cotidianidade brasileira, sobretudo os dos maiores centros urbanos.

Para efeito de exemplo, transcrevo um texto do material de propaganda veiculado pela Embratur, recentemente (1997), destinado ao mercado doméstico. À maneira da linguagem do videoclipe, fotos entremeadas de diferentes imagens-postais brasileiras, e sob o título "Viva seu país. É o seu Brasil, brasileiro", na economia semiótica da peça publicitária são justapostos elementos heterogêneos, descontextualizados dos cotidianos a que pertencem e conduzidos à elaboração de um convite para um deslocamento relaxante e igualmente excitante – ver reproduções a seguir. E, simultaneamente, os mesmos fatores são arrumados no roteiro de viagem como facetas de um mesmo endereço, a alternativa edênica da aquarela brasileira, cintilante de encantamentos:

> Caranguejo, neve, pororoca, boto cor de rosa, bumba-meu-boi, peixe-na-telha-, samba no pé, pato-no-tucupí, cachoeiras, axé, bombachas, leitão a pururuca, cigarro de palha, gibão de couro, garoa, jacaré, beija-flor, tuiuiu, balangandã, Cristo Redentor, turbalina, chopp gelado, feriadão, búfalos, atol das rocas, mengo, torcida organizada, feijoada, pagode, viola enluarada, café com leite, malemolência, garota de Ipanema, futevolei, caipiroska, sambódromo, sucuri, toalha rendada, saci pererê, Padim Ciço, carranca, acarajé, guaraná, jangada, camarão, pôr-do-sol, cataratas, casarão colonial, cocada preta, jogo do bicho, churrasco no espeto, maracatu, dunas, baba, romaria, fogueira, canjica, tamborim, atabaque, orla, Delta do Parnaíba, lambreta, xalana, gaiola, passaredo, luar do sertão, trem das onze, água de coco, cachaça, Avenida Paulista, ver-o-peso, queijo coalho, trio elétrico, o maraca domingo, Viva seu País. (Embratur/1997).

Sociologicamente o interessante é perceber que, sobre o lugar alternativo do "destino Brasil", descortina-se uma malha de interdependências sócio-humana e simbólica e esta não é redutível à escala da sociedade nacional e nem mesmo à época atual, mas engatada à formação da nação, vista agora a partir de numa teia transocietal de produção e consumo de bens materiais e imateriais, eivada pelas contradições de um planeta unificado a base da agregação e da subordinação de regiões e povos pelas coordenadas de uma economia-mundo magnetizada pelo imperativo da reprodução ampliada do capital[xxiv]. Em primeira instância, o problema se revela em torno da questão dúbia da particularidade do "destino Brasil". Pois, de um lado, estando a territorialidade turística comprometida com os desdobramentos da constituição do espaço



Onde eu amarro a minha rede.
Lindo e trigueira.
Onde a lua vem brincar.
O seu vestido rendado.
As fontes murmurantes.
A cortina do passado.
Cantar de novo o trovador.



VIVA SEU PAÍS

É O SEU BRASIL, BRASILEIRO.

Na boca da noite, a alma brasileira começa a cantar todos os semblantes da beleza e da poesia que só o seu país soube criar. Nos festivais de arte das cidades históricas, na agitação saudável das estâncias balneárias e hidrominerais, no mistério noturno da boemia e da seresta. De frente para o mar ou coroando uma serra, o poente prepara o luar convidando você a conhecer o Brasil. E brincar de ser feliz junto com ele, cantando em seus versos.

geopolítico e sociocultural do Brasil, está posto nela o monopólio do sentido exercido pelo Estado nacional e as fronteiras simbólicas da cultura brasileira. A dubiedade existe porque, embora implicado na historicidade da formação nacional com as suas idiossincrasias locais/regionais, o "destino Brasil" é, ao mesmo tempo, conjugado a um universo de significados no qual as imagens turísticas dos lugares brasileiros dialogam com convicções em torno da viagem, enquanto atividade ritual concretizadora da promessa do prazer e da felicidade. E trazem à tona imaginários seculares que percorrem as imagens identitárias do país, quando postas diante de alteridades, no bojo das balanças de poder em que se constituem as relações intersocietais e internacionais. Ou seja, nas oposições entre o "Novo" e o "Velho" Mundo, a "cidade" e o "Sertão", o "Sul Maravilha" e o Nordeste, o País tropical, entre outras. Portanto, os nichos das viagens – os lugares turísticos – correspondem, cada vez mais, ao espaço de circulação intensa e densa integração funcional da economia capitalista global; igualmente, o território de fronteiras indefinidas, permeado pelos signos da civilização moderna, mediante a materialidade dos seus utensílios e a regulação das suas instituições cosmopolitas e espaço do "destino do Brasil" aninha esta rede de consumo transnacional. Deste modo, hotéis, *shopping-centers*, restaurantes, lanchonetes, aeroportos, aviões, automóveis, marinas, casas de espetáculos e de danças, meios de comunicação eletrônicos, agências de viagem, empresas de transportes, entre outros, ambientam-se às singularidades geográficas e étnico-históricas, na contrapartida do desencaixe destas dos enraizamentos locais e nacionais. Em termos históricos, no Brasil, além de hotéis, restaurantes, *fast-foods*, academias de ginásticas, locadoras de vídeos, um outro importante índice da solidificação desta materialidade da sociedade de consumidores é o dos parques temáticos, pois o setor recebeu em investimentos U$ 1 bilhão, ao longo dos anos noventa (Adibra/2000). Já a expansão dos *shopping-centers* resultou num salto de 17% (1985) para 46% participação do interior, notadamente das regiões Sudeste e Sul, no número total desses centros de compras no país (Abrasce/2000). E estão no anverso da fixação do divertimento como valor na pauta de reivindicações e dos orçamentos individuais e coletivos. Tanto os levantamentos estatísticos oficiais quanto aqueles realizados sob encomenda da iniciativa privada incluem a diversão como uma categoria de reconhecimento dos hábitos da população. Mais que isto. Inferências têm sido realizadas para mapear os deslocamentos no comportamento da população e indicar nichos mercadológicos a serem otimizados. Deste modo, o Instituto Brasileiro de Opinião, Pesquisa e Estatísticas (Ibope), num recente levantamento feito para mapear e mensurar o tamanho do

mercado consumidor de diversão e viagens no interior paulista, anotou que mais que os cariocas (36%), embora menos que os paulistanos (50%), 47% dos habitantes dessa área viajaram pelo país, entre 1999 e o ano 2000. Pela característica mútua que os articula ao binômio ócio e negócio – se a divulgação destes dados conspiram a favor da legitimidade das agências e instituições engrenadas à economia de espaços e signos, por outro lado igualmente exorta admitir a atuação de educação dos sentidos agindo sobre o enquadramento das percepções e na categorização dos espaços e seus móveis em consonância aos valores da sociedade de consumidores. A correlação favorece o desenvolvimento turístico no instante em que as sociabilidades comprometidas com a estrutura de sentimentos gerada fazem triunfar o *ethos* da distração e encontram respaldo na divisão do trabalho e das funções monitorada pela auto-regulação do capital, no ápice da sua dimensão especulativa e da modalização flexível dos modos de aquisição ampliada da riqueza.

Para os objetivos deste trabalho, importa que, enquanto *slogam* inscrito em um projeto de *marketing* de uma propaganda institucional, mas igualmente expressivo de um conjunto sígnico de representações sobre a nação (incluso no cômputo de uma política pública), mobilizado nos mídias de publicização turística do país, o "destino Brasil" traz, assim, o duplo condicionamento. De um lado, o processo social se expressa numa institucionalização das práticas identificadas ao turismo e estas emolduram ou mesmo redefinem vastas camadas sedimentadas na historicidade da nação[xxv]. Por outro, manifesta-se a curiosa condição de uma imagem elaborada nesse processo. A imagem se revela dotada de substancialidade, à medida que é capaz de recodificar amplo leque de significantes geográficos e socioculturais. Mesmo uma outra divisão regional do país o redesenha tematicamente sobre o mapeamento geopolítico[xxvi] e tendo em vista realçar a diversidade de atrações do país tropical. A divisão não é oficial, porém os catálogos e roteiros turísticos pesquisados, e divulgados no bojo das publicidades das agências de viagens, nos cadernos de turismo dos jornais e revistas estão paulatinamente delimitando tal especialização do território da nação. E mais ainda, nota-se no mapeamento a permanente fusão da idilização dos recursos geomorfológicos com o acervo simbólico regional popular, no interior do qual as festas populares regionais assumem destacado papel. É desta situação que o eixo sócio-histórico da análise aqui quer compreender a conexão entre transformação, reinvenção e permanência de matrizes culturais populares no bojo de uma economia do lúdico gerada no processo de constituição e afirmação do campo do entretenimento e turismo no país. Mas a compreensão é viável apenas ao se articular o estágio alcançado neste século pela formação da sociedade

nacional brasileira no campasso da dinâmica transocietal da modernização turística – articulação esmiuçada no item a seguir. Para isso se quer reconstituir o conjunto de fatores intrínsecos à eleição de determinados sítios para o *status* de lugares de visitação turística e alguns significantes culturais como bens de diversão. A reflexão a respeito da reconfiguração do significado de cultura popular no Brasil está integrada aqui à observação não exaustiva de aspectos referentes à trajetória da imagem turística e da evolução do campo do entretenimento no Brasil, mas cancatenando-os à conformação planetaria da sociedade de consumidores.

Então, antes de fazer a biografia deste principal produto turístico brasileiro, o Carnaval carioca, vale considerar alguns dados que sinalizam às proporções transocietais da rede socioeconômica tecida pelas atividades turísticas hoje, afinal apontam à natureza extensa porém fluida da morfologia deste concerto social e, ao mesmo tempo, possibilitam supor as modalidades históricas de estruturação, controle e estratificação dos elementos que a compõe. Ao mesmo tempo, são reveladores da maneira como a valoração do turismo no plano das sociedades-nações aponta para uma faceta da globalização, que se vai solidificando pela ascensão dos serviços na formação dos produtos internos nacionais e na predominância do ramo financeiro como agregador de valores. Forma-se nessas condições um feixe de grupos sociais que se vai conformando numa aliança hierarquizada mas distribuída numa territorialidade de fronteiras indefinidas. Vejamos em que medida. Segundo dados da Organização Mundial de Turismo (OMT), entre os anos de 1962 e 1992 o número de turistas em circulação pelos continentes saiu dos 81 milhões para os 476 milhões. Em termos da receita gerada, esse movimento provocou um salto impressionante: se em 1963, os valores obtidos no setor giraram em torno de 8 bilhões de dólares, no início da presente década a cifra correspondeu, ainda em dólares, a 254 bilhões. Em 1990, por exemplo, a Europa acolheu 275 milhões de visitantes, com faturamento próximo aos 134 bilhões; a América recebeu 83 milhões turistas, cujos gastos ficaram em 134 bilhões de dólares. A magnitude destes números sintetizam 7% do comércio mundial, algo que alavanca hoje o turismo para o seleto clube das principais atividades econômicas da atualidade, ao lado das indústrias bélicas e automobilística e da prospecção e refino de petróleo, além ainda de chamar atenção a média de 4,0% no volume anual dos negócios na área (Embratur/1990), compatível somente com o crescimento dos setores de informática e telecomunicações. Em 1998 foram 617 milhões de viagens, movimentando em todo planeta algo em torno de US$ 3 trilhões e 600

bilhões (entre passagens aéreas, hospedagem, alimentação e compras), envolvendo 239 milhões de postos de trabalho (OMT/1999).

Nesses números importa sobretudo as sinalizações que nos fornecem em torno de uma sociedade transnacional para a qual o deslocamento impõe-se como um valor penetrante de contextos diversos e, também, um demarcador de *status* de grupos e pessoas, inserido no estatuto de um modo de vida caracterizado pela interseção: mercado capitalista, práticas de consumo mercantil de bens, sistemas e instituições de natureza abrangente; mecanismos esses cujas atuações vicejam imbricamentos, reciprocidades e conflitos de classes e decidem coercitivamente os delineamentos de grupos e os posicionamentos de agentes. Ao mesmo tempo, os mesmos dados chamam atenção às materialidades postas como móveis de uma ambiência de modernidade planetária correlata a uma modernização de amplo alcance, numa tensão, pois embora constranjam podem viabilizar lances, escolhas e identidades. Porém tais ambientes de modernidade e modernização antes de suporem um quadro de homogeneidade estão atravessados por assimetrias. Algo que nos leva a complementar a integração do turismo aos objetivos de desenvolvimento econômico nacional, ajustando-o ao cenário turístico mundial, considerando as discrepâncias políticas e econômicas que depreendem do sistema de Estados nacionais. E este reproduz no mapa do turismo o esquema de classificação de países (agora entendidos como endereços) entre "centrais" e "periféricos". Já que há acentuado predomínio dos países do Hemisfério Norte ocidental no setor turístico internacional, com destaque para França, Estados Unidos e Espanha, que disputam as maiores cifras dos rendimentos proporcionados pela entrada em seus territórios, cada um, de mais de 40 milhões de turistas. Se o turismo doméstico supera em dez vezes seu congênere internacional – em 1988, cerca de quatro bilhões de pessoas fizeram viagens internas aos territórios das suas sociedades nacionais (Trigo/1988, pp: 64-5) –, a liderança agora cabe aos Estados Unidos. Por outro lado, embora o Brasil se mantenha em posições modestas no *ranking* turístico, nesta última década houve uma sensível melhora nesse posicionamento, ao passar do 49 ao 26 lugar. De acordo com números da Embratur, em 1997 três milhões de turistas estrangeiros estiveram no país, para uma receita de U$S 1 bilhão dólares 400 milhões. No ano posterior foram cinco milhões 500 mil visitantes estrangeiros. Ainda assim a tendência mundial se repetiu no país, pois, no mesmo período, 38 milhões de brasileiros viajaram internamente, propiciando o montante de U$S 12 bilhões (Embratur/novembro de 1998). Embora diante dos números exibidos pelos países do norte as cifras brasileiras sejam modestas, mostram-

se significativas como tendência de crescimento, quando comparado aos períodos anteriores; em 1988, o saldo do turismo receptivo no país ficou em 1 milhão 700 mil visitantes e a receita fora de U$S 1 bilhão 600 milhões. Na soma geral de 2,2% do PIB brasileiro, o turismo doméstico representou 1,5% da renda gerada, contra 0,7% do turismo internacional (BrasilTuris Jornal 8[186] e 9[211]). Durante a década dos noventa o turismo vem mantendo a média entre 7,7% a 8% do produto interno bruto (Embratur/1996, p:59). Verifica-se o aumento dos investimentos em projetos visando ampliar a infra-estrutura, sobretudo naquelas que são consideradas as "novas fronteiras" turísticas brasileiras, as regiões Nordeste e da Bacia Amazônica. Por isso, tendo por meta descentralizar a atividade turística do Centro-Sul, sobretudo do Rio de Janeiro, as últimas administrações federais têm, ao lado do empenho de alguns governos estaduais e municipais, implementado políticas públicas direta ou indiretamente orientadas para otimizar os recursos dos locais nacionais no sentido de aumentar a presença do turismo tanto na pauta de exportação quanto nas receitas das unidades da união e do conjunto do país (ver Diretrizes Para Uma Política Nacional de Turismo – Embratur/1994 e Rodrigues/1996, pp: 20-30).

Se a situação brasileira é periférica no plano internacional, enfim isto não equivale a uma ausência de acento no turismo como atividade econômica. Ao contrário, as transformações na produção industrial e os resultados destas nas dificuldades de expansão do emprego no setor secundário[xxvii], favorecem insinuações em torno de ser o setor de serviços (dentro qual o turismo) espécie de o novo "motor" da economia. Vejamos dois exemplos. Por ocasião do lançamento da mesma campanha de promoção do turismo interno "Viva seu país, é seu Brasil brasileiro", em fevereiro de 1997, o presidente da Embratur Caio Luís de Carvalho, sentenciou: "Hoje temos 12 milhões de turistas brasileiros que viajam pelo território nacional e estimamos que outros 15 milhões teriam interesse e condições de entrar nesse mercado. O setor de serviços, mais especificamente o de turismo, é considerado em todo mundo um alternativa à globalização, que fechou fábricas e reduziu o número de vafas na atividade produtiva. Temos que aproveitar os investimentos e os novos projetos que estão sendo feitos para alavancar ao máximo o setor" (O Globo/9-02-1997). Sob o apanágio do mesmo potencial de geração de renda e empregos oferecido pelo entretenimento, o Ministério da Indústria e Comércio alardeou, em janeiro de 1998, que o filão dos parques temáticos em fase de instalação seria responsável pela criação de 24 mil postos de trabalho diretos e outros 75 mil indiretamente, até o ano 2000, respondendo ao montante de R$ 1bilhão e 500 milhões investidos. Face aos contornos desse horizonte de valores e da concretude dessa materialidade, os agentes,

como o presidente da Associação Brasileira de Agências de Viagem, Luís Felipe Bonilhia, insistem no dinamismo do setor turístico para estender diversificadamente o leque do emprego: "O turismo alavanca o mercado de trabalho. Para cada emprego direto criado são gerados outros cinco indiretos, desde agentes até taxistas, recepcionistas e arrumadeiras de hotel. Os restaurantes, o comércio e a indústria também são beneficiados" (*Op. cit.*).

Mas se os resultados palpáveis dos investimentos no setor em que se baseiam tais postulados e projeções são controversos frente ao caráter isolado, logo pouco integrador em um mercado de trabalho formal de largos contingentes da população (ver Benevides/1998, p: 68), de fato os recentes posicionamentos políticos em relação ao turismo estão sinalizando o reacomodamento no equilíbrio entre as forças socioeconômicas. Isto ocorre à medida que o campo institucional do entretenimento ganha concretude e os diversos mercados de trabalho concatenados que o constitui apresentam uma já considerável escala de consumo no conjunto dos ramos. Por exemplo, o valor com as despesas que 1988 se situaram em U$S 13 bilhões 17 milhões, alcançou U$S 20 bilhões 856 milhões, em 1994, e empregando, neste mesmo ano, dez milhões de trabalhadores, direta ou indiretamente. Subtraído esses números pelas diversas áreas mais diretamente comprometidas com o entretenimento-turismo, obtém-se um quadro, parcial, da base instalada no país. O mercado de refeições coletivas (bares, botequins, lanchonetes, confeitarias, restaurantes, entre outros) abrange um total 1 milhão e 36 mil estabelecimentos, sendo distribuido: 73,4% no Sudeste, 12,5% no Sul, o Nordeste com 6,7%, empregando cinco milhões e quinhentas mil pessoas em 1996. Neste ano existiam o registro 9 mil 921 agências de viagens e operadoras, mais da metada situada na região Sudeste, empregando formalmente 93 mil e 681 trabalhadores. Finalmente o parque hoteleiro corresponde a 18 mil 26 estabelecimentos, abrigando mais de meio milhão de apartamentos, contando com uma mão-de-obra (especializada ou não) de 287 mil e 275 trabalhadores. No plano dos transportes rodoviários, o país contava, em 1993, nas linhas interestaduais com uma frota de 28 mil e 455 ônibus. Enquanto o fluxo de passageiros aeroviários, embarcados e desembarcados, considerando apenas as 29 maiores empresas reconhecidas pelo Infraero, saiu de 3 milhões 874 mil e 58, em 1990, para 5 milhões 320 mil e 477, no ano de 1994. Mas importante, no entanto, que os números é a fonte mesma da qual recolhi os dados. Isto porque, como a primeira publicação no Brasil com o objetivo de radiografar o conjunto turístico no país, *Indústria do Turismo no Brasil, Perfil e Tendências*, editada pela Embratur, em parceria com a Associação Brasileira das Entidades de Hospedagem,

Alimentação e Turismo (ABRESI) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), assinala o despontar de uma percepção sincronizada das atividades que substancializam o setor de turismo. Sobretudo expõe a força política que as formações econômicas empresariais galgaram, ao conseguirem conferir evidência ao peso dos seus negócios no produto interno brasileiro[xxviii]. Ora é diante desta força política que o poder público faz a constatação quanto o perfil acanhado da base turística no país para fazer frente ao aumento relativo da demanda e são postos em execução alguns projetos visando ampliar a infra-estrutura no setor. Assim, os investimentos da Infraero (empresa estatal responsável pelo setor aeroviário) teve um crescimento de 143,5% - algo em torno de R$ 476 milhões para R$ 640 milhões entre 1996 e 1998. Aeroportos classificados como internacionais têm sido ampliados (Salvador, Manaus, Fortaleza e Rio de Janeiro – este teve sua capacidade aumentada para receber 20 milhões de passageiros anualmente, sob a justificativa de ser o "portão de entrada do Brasil"), outros novos construídos (Belém, Cuiabá, Natal, Porto Alegre), além de regionais e nacionais, como o de São Luis. Ainda que em escala menor, algumas estradas são abertas ou pavimentadas. Já as verbas destinadas às campanhas publicitárias de divulgação dos sítios turísticos e mesmo do "destino Brasil" têm sido engordadas – em 1998 a Embratur destinou à publicidade externa a verba de R$ 25 milhões, bem maior que a média de R$ 10 milhões dos anos anteriores.

É marcante os incentivos fiscais generosos que passam a acompanhar empréstimos oficiais concedidos para empreendimentos nos ramos de hospedagem e alimentação, além do esforço visando formar uma mão-de-obra especializada, realizados pela ação direta de entidades como o Serviço Nacional do Comércio (Senac). Desde os anos quarenta ocupado, entre outras, desta função formativa, o aparecimento do Senac é ilustrativo seja da força seja da popularidade adquiridas pela questão do lazer em uma sociedade nacional empenhada na industrialização e cujos deslocamentos simbólicos e materiais definem espaços consagrados a diversão e sua comercialização, incluindo nessa cena, também, as massas trabalhadoras urbanas. Ou seja, as instituições afinadas no tempo do lazer consagram tanto uma dimensão abrangente e conspícua da interação humana quanto uma fronteira nova à dinamização de negócios e do alargamento de um mercado de trabalho. No embalo deste impulso, começa funcionar em 1969, no hotel-escola do Senac, instalado no Grande Hotel em Águas de São Pedro, no interior paulista, os cursos de nível médio de garçon e cozinheiro. Porém, até o início da década de noventa, além da concentração no foco mais urbano-industrializado, o Centro-Sul do país, principalmente em São

Paulo, as instituições especializadas na formação de profissionais para os serviços turísticos tiveram uma tímida participação no incremento e otimização da mão-de-obra para o setor. Justamente por isso, os números a respeito das instituições de ensino e capacitação de profissionais na área vêm chamando atenção em razão do rápido aumento de unidades, nos últimos anos. Vejamos. O primeiro curso superior na área surge, em 1971, com a Faculdade de Turismo Morumbi, em São Paulo, e dois anos depois é estabelecido do curso de turismo da USP e fundada a Faculdade Guanabara, no Rio de Janeiro. Até 1996 as faculdades de turismo e os cursos de hotelaria compreendiam 52 e o primeiro curso de mestrado em turismo é reconhecido pelo Ministério da Educação no ano seguinte (Trigo/2000, pp: 214-19). Conseqüência, em parte, da intensificação no volume de investimentos por parte de entidades como o Banco Interamericano de Desenvolvimento e do Sebrae, já em 1998, somadas instituições de ensino superior e cursos, a quantidade chega a 170. No final do ano posterior, as faculdades já eram da ordem de 255 instituições e os cursos cadastrados 326, sendo que São Paulo (80), Bahia (27) e Rio de Janeiro (23) são os estados com a maior concentração de entidades (Fonte: Instituto de Hospitalidade (Fundação Odebrecht), Sebrae/Senai/Senac, 1999). Aliás, nos dois últimos anos a carreira de turismo galgou uma das cinco primeiras posições na relação candidato/vaga, no vestibular da Universidade do Estado de São Paulo (USP), o mais concorrido do país. Considerando a ascensão da posição das atividades turísticas no ensino formal é possível antever a expansão da base social do setor. Afinal é estendida a bitola do universo sócio-humano onde o turismo extrai seus especialistas de diversos níveis, além de medir os remanejamentos na divisão do trabalho, que traz embutido o reforço simbólico no poder e na legitimidade de toda a instituição do entretenimento e sinalizando para o padrão de concatenação das relações socioeconômicas hegemonizadas pelo segmento dos serviços[xxix].

Os aspectos destacados servem como índices à compreensão do fato de o turismo comparecer num imaginário emergente como espécie de "nova alavanca" para o desenvolvimento socioeconômico auto-sustentado das regiões do país. Elaboradas nos relatórios preparados por entidades como a OMT e a World Travel & Tourism Council (WTTC) e apresentadas como espécie de bulas destinadas a orientar os passos modernizantes, posteriormente divulgadas e repassadas às instâncias nacionais e regionais do turismo e popularizadas pelos veículos de comunicação social, as representações inscritas nas estratégias discursivas visando justificar o turismo como novo motor de desenvolvimento socioeconômico auto-sustentado para os países

emergentes[xxx], as fórmulas defendem que o combustível desse impulso à distribuição ampla da prosperidade obtida está no fato de sua institucionalização ser apenas possível pelo entrecruzamento de atividades diferentes dentro deste amplo setor. Algo que implicaria, portanto, no estímulo generalizado às produção e consumo, incidindo sobre o aumento quantitativo e qualitativo da mão-de-obra empregada, além de ensejar a conquista da melhoria na renda das populações locais. É em torno da repercussões ideológicas desse projeto extenso que disputas entre estados e também entre cidades têm sido fomentadas, quando essas unidades concorrem internamente pela primazia tanto na escolha dos visitantes domésticos e estrangeiros, quanto para serem o endereço de investimentos do capital mundial e das verbas públicas nos planos federais e estaduais. Exatamente frente a essas pressões políticas e econômicas, deflagradoras do tipo de racionalização das ações, no andamento da consolidação do entretenimento no país, que as festas populares regionais são redefinidas nos pacotes dos "produtos turísticos" como recursos para "atrair" turistas e investimentos. É ajustado a esse deslocamento que, creio, ganha relevância a discussão em torno da mudança e diferenciação socioculturais, no que concerne à compreensão da direção e qualidade do processo denominado de modernização turística, ao reconsiderar o tema das culturas populares na atualidade brasileira. O fenômeno contemporâneo do circuito de festas populares é exemplar justamente a respeito das indagações sobre a maneira de como encarar e classificar os encontros e simbioses entre tradição e modernidade, no que tange ao tema das matrizes culturais populares. Isto ocorre porque se é obrigado a perguntar sobre a natureza da transformação dos eventos. Afinal neles, hoje, o elo entre ócio e negócio, a novidade e o passado, alcançam decisiva posição no interior do sentido compartilhado pelos seus realizadores e público. Por exemplo, de acordo com o levantamento feito sobre o PIB Cultural, em 1997, de cada dez empregos gerados no país três foram na área cultural, na qual os eventos festivos populares regionais constituem um expressivo fator. Dados esses que são complementados por uma pesquisa recente da Embratur (1998), a qual demonstra que os eventos festivos integram o elenco de pólos que mais potencializam viagens turísticas no Brasil[xxxi], seja no plano internacional ou no doméstico.

Assim a apresentação completa do problema demanda inserir outra variável, qual seja, a apreciação das motivações sócio-históricas na raiz da eleição de algumas das festas populares para desempenharem papel tão decisivo na cena da modernização turística da sociedade-nação brasileira. Devido a razões analíticas, por enquanto manterei tal dimensão do problema em

suspenso, em obediência ao seguinte critério de explanação: se a proposta aqui se consubstancia pelo entendimento de que a reterritorialização turística das festas regionais está fundada no modo como o tempo hegemônico da modernidade-mundo se rebate sobre e no interior dos espaços das experiências e das referências identitárias, é crucial delinear as conseqüências da modernização turística sobre os suportes materiais e simbólicos das expressões humanas, enfim, sobre os elementos espaciais, na contrapartida do ajuste de fatores que dão concretude à economia do lúdico e à instituição do entretenimento. Ao se ter em mente a natureza do incremento da circulação de bens, símbolos e pessoas no ambiente da globalidade, na contraface das determinações da sociedade de consumidores, creio ser possível a compreensão dos arranjos que trazem a cultura popular tradicional para o interior do campo do entretenimento e turismo. Algo assim nos remete ao palco mundializado das relações sociais, onde agrupamentos e reagrupamentos têm ocorrido em consonância aos deslocamentos nas dependências mútuas entre populações localizadas em parcelas sempre maiores do planeta. A móvel e tamanha extensão desta rede de relacionamentos intercruzados se mostra propulsora da afirmação ou do descentramento de grupos estabelecidos ou ainda concorre à discriminação de pessoas consideradas fora das normas de agregação societária. Ainda, por outro lado, promove sínteses cuja balança de poder se dirige à consagração de novos arranjos grupais. Em contrapartida valores e imagens de mundo e de humanidade se interpenetram, ganham outros contornos ou mesmo são dissolvidas.

Deste ponto de vista, o estilo de vida identificado à esportização e ao lazer-entretenimento, quer dizer, o apego a certas atividades não-rotineiras e capazes de promover a excitação prazerosa não-ameaçadora do bem-estar individual, percorre o trajeto do processo histórico e social focalizado, mas em patamares e coeficientes distintos. Como assinalamos em outro oportunidade (Farias/1998, pp: 62-3), tal movimento se vincula aos desfechos das iniciativas várias de democratização, ocorridos notadamente a partir dos núcleos hegemônicos do Ocidente (Europa Ocidental e Estados Unidos), alcançando faixas maiores no mundo, ao lado da modernização das sociedades nacionais. No decorrer deste século, a sem precedentes mecanização da produção, a racionalização dos modos de gerência das práticas e a extensão atingida pelas redes mercantis de consumo, se não propiciaram à humanidade a eliminação total da penúria ou da exploração física (ao contrário, fez aumentar o fosso entre ricos e pobres), decididamente deslocou magotes imensos de grupos humanos para o interior de conforto material

inigualável e ajudou a fazer do luxo, ou melhor, da posse de artefatos valorados como raros e de ostentação, uma necessidade de proporções coletivas, ao ponto de se falar hoje do território de uma "sociedade mundial", soldada pela "cultura de consumo" compartilhada planetariamente. Situação esta que implica na existência de uma dimensão de produtos não-redutíveis à urgência da sobrevivência física, sobretudo correspondente a bens relacionados a um padrão que envolve imagens e símbolos distantes da idéia de sacrifício ou violência e se associam, portanto, ao perfil de pacificação no trato, autocontrolado, entre pessoas de diferentes espectros étnicos e sócioeconômicos. Obviamente, as estratégias de distinção mantêm-se ativas na apropiação assimétrica desses bens. Contudo, ao contrário do que ocorria nas sociedades de corte, o agenciamento pelo mercado capitalista está fundado sobre o postulado da igualação, isto é, a mobilidade intergrupal (e mesmo intersocietal) é nodal tanto à dinâmica monetária quanto ao primado da otimização do lucro. Desta forma é descartado o caráter ontológico do *status*; torna-se este um emblema tão-somente formal, passível de apropriações várias, conforme as pugnas e sínteses realizadas no jogo social. As situações vicejadas pelas pressões visando a democratização no decorrer deste século evidenciaram desde aí deslocamentos nas muitas balanças de poder e na elevação ou depreciação dos *status*. O que envolve remanejamentos entre os sexos, as gerações, os governantes e governados, as classes sociais, os estados-nações e as etnias. Acrescentaria à lista, os níveis culturais. Pois isto se traduz, entre outros aspectos, pelo modo como a produção simbólica classificada de popular ascende, dissemina-se em larga escala e alcança legitimidade ao dar suporte simbólico ao *status* de novos agrupamentos sociais emergentes constitutivos de faixas amplas. Nestas, a ausência de um capital simbólico acumulado, seja no pertencimento a uma família tradicional abastarda ou na passagem pelos bancos de instituições de ensino voltadas à elites, transforma-se não-apenas numa negativa reação mas na negação positivada mediante a posse, uso e exibição de práticas e bens-signos categorizados pela rubrica da sensualidade informal, da carnavalidade festiva. Certamente, não se pode desvincular esse aspecto da estruturação de um mercado de bens culturais, calcado na profissionalização dos seus produtores, monetarização dos seus circuitos de circulação e consumo e na instauração de instâncias de guarda e divulgação dessa produção, assoberbada desde o fim da Segunda Guerra, enfim na especificidade do movimento de modernização lhe particular.

B) UMA OUTRA MODERNIZAÇÃO

Certamente os temas e significados dos movimentos de cujo alcance transcendem as unidades nacionais e constituem o pano de fundo do objeto desta análise. À título de síntese, estamos identificando tais movimentos à globalização e por globalização se está fazendo referência ao curso desenhado desde o fim da Segunda Guerra Mundial e à modalidade atual do conjunto ampliado de atividades aquisitivas objetivando lucro de caráter empresarial capitalista. Este é denotado pelo crescente desconectar da razão formal orientadora do sentido das práticas dos agentes sociais hegemônicos, e seus interesses, do âmbito dos estados nacionais, emoldurando um cenário outro de agências e estruturas de abrangência transnacional, do qual o turismo co-participa (Mattelart/1974 e Gallero/1996, pp: 33-8). Em relação ao último aspecto, desdobram-se três outras facetas. São elas: 1) a característica associada à pulverização dos fatores de produção e à primazia concedida à rentabilidade financeiro-especulativa e o deslocamento para o setor de serviços e consumo da base de ordenação da economia mercantil, amparada seja num autônomo circuito de articulação dos mercados de capital, seja na ênfase posta na simbiotização entre cidadania e consumidor. 2) Ainda, o contingenciamento das disposições no cotidiano societário, com a aproximação entre a estetização da mercadoria e o comércio de signos. Finalmente, 3) o incremento das redes de transportes e comunicação vazando contextos geoculturais distintos no conjunto planetário.Justamente, a partir do fim da Segunda Guerra, como destacam alguns autores (ver Trigo/1998, p: 19), os fluxos turísticos e a própria atividade turística afirmam-se, ao lado de outros ramos do setor de serviços dedicados ao lazer-entretenimento, como atividades de ponta na aquisição econômica capitalista e co-participam das lutas pela sagração e distinção entre os muitos grupos interdependentes, na cadeia societária mundializada.

Para descortinar a valoração do entretenimento-turismo como uma instância de consagração de práticas e do *status* de grupos humanos, entretanto, tenho a considerado no escopo de longa duração da condição da modernidade, na qual ganha vulto a difusão do ideário da mobilidade e de uma, para falar como Balandier, "cultura da mudança pela mudança" (Balandier/1997, p: 143). Cabe agora ressaltar o argumento, quando passo a enfocar a modernização turística. Em linhas gerais, a noção de modernização consiste no desenvolvimento desta tendência da civilização moderna, na qual o eixo de sucessão dos acontecimentos inscritos nas redes de interações

humanas e seu relacionamento com o entorno tem por motor a crença tanto na otimização máxima dos recursos simbólicos e materiais quanto no aperfeiçoamento permanente como fórmulas à edificação do tempo da prosperidade. E faz dueto com o desvelamento da naturalidade das contingências e com a ascensão das reivindicações por auto-realização na modernidade. É lícito detectar no vertiginoso implemento das redes e dos meios de transportes e comunicação expressam como ímpeto decorrente da necessidade de oferecer suporte material à sensibilidade devotada à mutação permanente (Leed/1989 e Sack/1992) e ambos se inserem como instrumentos à dissolução do isolamento como mecanismo de construção dos horizontes sócio-simbólicos. Importa-nos a modernização turística como fator acoplado a essa dinâmica civilizatória com repercussões sobre as circunstâncias sócio-culturais. Logo é fundamental qualificar a mesma modernização. Exatamente ocupado com a problemática do espaço na contrapartida dessa aceleração moderna do tempo, no andamento tanto da elevação das "potências e dos rendimentos" envolvidos na transliteração dos ritmos de veiculação das idéias e do deslocamento dos corpos e, ainda, com a "explosão urbana e explosão do consumo, o crescimento exponencial do número de objetos e do arsenal de palavras" (Santos/1994, p: 34), o geógrafo Milton Santos atenta à inconveniência em se falar de um "espaço mundial", na medida em que são pessoas e lugares que se globalizam. Por isso considera crucial observar como os espaços estão condicionados pela existência de temporalidades "hegemônicas" ou "hegemonizadas". Ao resultar da posição dos atores nos decisivos âmbitos (economia, política e cultura) dos enlaçamentos sociais, perpassados pela dinâmica acumulativa do capitalismo e da racionalização sociocultural, o autor assegura que a hegemonia no ambiente de globalidade incide sobre o espaço como força de pressão para que o último se adapte aos interesses determinantes: "Atualizar-se é sinônimo de adotar os componentes que fazem de uma determinada fração do território o *locus* de atividades de produção de troca de alto nível e por isso consideradas mundiais. Esses lugares são espaços hegemônicos, onde se instalam as forças que regulam a ação em outros lugares." (*Op. cit.*, pp:31-2). Para esta pesquisa é fundamental observar mais de perto como a sensibilidade moderna e a instituição do turismo dialogam para a reconfiguração dos espaços, mais ainda, qual o perfil desta temporalidade hegemônica.

No quadro da recente literatura sociológica dedicada à temática do turismo, ao analisarem o traço de dupla temporalidade inscrito na experiência turística, alguns intérpretes atentam seja ao movimento histórico da codificação turística dos lugares seja à caracterização das atividades turísticas orbitando em torno tanto do sentimento de avidez em relação as novidades quanto da

sensibilidade para as situações extraordinárias que embebem o "olhar do turista". A seguir faço um resgate seletivo e não exaustivo de algumas dessas interpretações, dando atenção ao enlace sugerido entre codificação e modernização turística. Sem dúvida o trabalho de John Urry é aquele de maior evidência. Afinal o autor procura qualificar cultural, histórica e sociologicamente a atitude do turista. Ao seu ver, não existe algo de intrínseco ao "olhar do turista", já que este se coloca opositivamente a outras experiências não-turísticas (Urry/1996, p: 16). Urry reconhece, porém, determinada peculiaridade desse olhar e como ela faz interface com o dado não comum e, ao mesmo tempo, com um processo articulando meios diversos de educação da percepção e de moldagem do horizonte visto: "O olhar do turismo é direcionado para aspectos da paisagem do campo e da cidade que os separam da experiência de todos os dias. Tais aspectos são encarados porque, de certo modo, são considerados como algo que se situa fora daquilo que nos é habitual. O direcionamento do olhar do turista implica freqüentemente diferentes formas de padrões sociais, com uma sensibilidade voltada para os elementos visuais da paisagem do campo e da cidade, muito maior do que aquela que é encontrada normalmente na vida cotidiana. As pessoas se deixam ficar presas a esse olhar, que então é visualmente objetificado ou capturado através de fotos, cartões-postais, filmes, modelos, etc. Eles possibilitam ao olhar ser reproduzido e recapturado incessantemente." (*Op. cit.*, p:18). O seu argumento, assim, vai assegurar que, ao lado da crescente hegemonia conquistada pelas classes médias urbanas e os segmentos ancorados nas atividades de prestação de serviços nas atuais sociedades ocidentais, o "olhar do turista" se forma no rastro do processo de estetização das paisagens citadinas, tendo seu marco na ampla reforma hausmaniana de Paris ou nos empreendimentos de "embelezamento da imagem da cidade" de Viena, na segunda metade do século XIX, como demonstra Schorske (Schorske/1988, p: 45). Com efeito, para além da asserção foucaultiana quanto as formas normativas e disciplinares de vigilância dos indivíduos, as sociedades modernas ocidentais teriam suporte "na base da democratização do olhar do turista e da espetacularização dos lugares" (Urry/1996, p: 208). O sociólogo inglês encontra afinidades entre a tendência à espetacularização e a sensação decorrente da situação dúbia na qual o prazer e o perigo oferecidos pela mesma sociedade urbana moderna consistiriam no ânima do impulso turístico. Pois tal sociedade oscilaria entre a eficácia em produzir encantos a partir da combinação entre arte e ciência-tecnologia e, ao mesmo tempo, mostrar-se-ia capaz de solapar certezas, proporcionando o esteio à moldagem do olhar turístico, mediante a valorização do "falso" (a ilusão e o simulacro), presente à aurificação de lugares e objetos para o deleite individualizado. Por outro lado, à medida que a vida cotidiana moderna assume contemporaneamente novos

contornos, já não redutíveis aos da cidade metrópole definida pelos complexos fabris, diversos autores têm procurado discernir o leque de variáveis intrínsecas à consolidação do turismo como uma das instituições também emblemáticas da civilização moderna mundial, numa dinâmica de abrangência planetária, caracterizada pela interconexão cartográfica dos espaços. Postulam assim Urry e Lash ser o turismo revelador de um outro padrão de cidadania notabilizado pelo "cosmopolitismo estético", ou seja, a experiência dos indivíduos ambientados nos nichos móveis do mundo moderno seria a de pessoas dotadas de recursos culturais e sensoriais para avaliar a diversidade dos seus atos e dos lugares nos quais se põem a circular e a conhecer (Urry e Lash/1994. pp: 266). Mas acrescentam ainda consistir, também, o turismo em espécie de evidenciador da subordinação dos impulsos destes indivíduos à lógica da apropriação mercantil, ou seja, os seus ímpetos consumistas contribuem para a remodelagem da realidade como objeto de satisfação inscrita no sistema de carências. O que, entre outras implicações, redunda no agrilhoamento dos locais de visitação à mesma lógica.

Por isso MacCanell fala em "sacralização dos lugares turísticos", em razão justamente da ação totalizadora do sistema da moda e da publicidade, dos meios de comunicação e de outros mediadores culturais. Os locais tornam-se-iam, a um só tempo, conclui o mesmo autor, uma imagem-clichê (reproduzida em cartões postais, por exemplo) e uma marca-signo, a qual condensa valores, traduzíveis na prática do consumo turístico (MacCanel/1989, pp: 43-5). E isto resultaria na ordenação dos espaços em molduras cenográficas à contemplação dos viajantes em busca de signos não restritos à sua cotidianidade, mas conforme suas expectativas culturais de não-ordinariedade, manifesta no tipo de "consumo visual" realizado (Urry e Crawshaw/1995, p: 59). Ainda no rastro dessas abordagens, o mesmo movimento de estetização e codificação em escala planetária molda um circuito de lugares nivelados pela universalização do valor turístico, embora, a um só tempo, esses lugares concorram entre si à medida que especializam-se com a finalidade de oferecerem-se como originais objetos de contemplação e prazer: "Essa internacionalização do turismo significa que não podemos explicar os padrões turísticos, em qualquer sociedade, sem analisar o que ocorre em outros países. A internacionalização do turismo, sobretudo na Europa, significa que cada local turístico pode ser comparado com aqueles que se localizam no exterior. Assim, quando as pessoas visitam determinado lugar em seu próprio país, elas, com efeito, estarão escolhendo não visitar um lugar situado no exterior. A internacionalização turismo expressa a idéia de que todos os objetos potenciais do olhar do turista podem ser localizados em uma escala e podem ser comparados entre si." (Urry/1996, p:73).

As interpretações assinaladas se aproximam de uma espécie de teoria da estruturação turística, considerando o que as informa: a grade taxinômica que proporciona à classificação da materialidade turística e, ainda, as premissas da teoria da mudança social, aquela qualificada de teoria da modernização. Afinal está em debate a apreensão dos efeitos e estágios de um desenvolvimento socioeconômico sobre valores e formas de vida mais estáveis, diria ainda, tradicionais. Compõem assim um quadro concatenado pelo ajuste entre "avanços" nos campos da ciência e da tecnologia, na unificação dos estados nacionais, na montagem do mercado mundial capitalista e da generalização das infra-estruturas urbanas que dão substância ao modo de vida metropolitano. Se alguns autores preferem chamar de "pós-modernização" a mesma dinâmica, no momento em que acentua o componente estético, ainda assim não abandonam o mesmo eixo teórico-analítico, porque engatam processos de produção e de consumo num mesmo diapasão animado pela lógica de lucro da aquisição capitalista em sua fase tardia. Sharon Zukin, por exemplo, entende que muitas das interpelações culturais espacialmente dimensionadas são indissociáveis dos interesses e estratégias da sistemática capitalista; intervenções visando a revitalização de áreas centrais e de orlas marítimas, os empreendimentos em pólos artísticos e culturais, a expansão do setor de serviços, além das recuperação, restauração e revalorização de áreas urbanas deterioradas respondem às exigiências hodiernas do capital (Zukin/1988 e Featherstone/1991, p:24). Desta maneira, os autores assinalam a afinidade entre turismo e capitalismo quando encontram o termo turismo como uma das novidades da modernidade. Como observa Hobsbawm, a homologia entre as transformações infra-estruturais promovidas pelo capitalismo e a redefinição das noções e práticas de lazer e tempo de ócio data dos primórdios do século XIX. Segundo o historiador, o desenvolvimento das comunicações e transportes, a emergência de segmentos sociais burgueses e de classes médias urbanas, atraídos pelo imaginário da "anti-rotina", somados, consistiram em fatores decisivos na institucionalização do turismo. A exploração dos lugares turísticos teria ocorrido nesse movimento de empresariamento, levado a cabo por pioneiros, como o inglês Robert Cook – iniciador das longas viagens de passeio e do esquema de agências de viagem transcontinentais (Hobsbawm/1982, pp: 216-17). Poder-se-ia então categorizar esse movimento social de modernização turística.

Porém o empreendimento da categorização não é tão simples. Pois se a mesma literatura sugere o espaço turístico como o resultante de um processo externo, cujo rebatimento sobre os lugares os absorve na homogeneidade tentacular do ímpeto globalizante do capital e do estatuto

do consumo mundializado, deixa, no entanto, de reconhecer o perfil sintético do turismo, como sentido compartilhado numa específica relação social, na multiplicidade das experiências perpassadas pela rubrica do que chamamos de espetacularidade como modo de orientação de condutas. Enfim, negligenciam o cordão umbilical existente entre o "olhar turístico" e a "conduta turística", sabendo que ambos pressupõe um aprendizado e a educação dos sentidos na contrapartida de uma sistemática que atravessa âmbitos de interação simbolicamente mediatizados. A questão está circunscrita no desvelamento deste eixo de reciprocidades. O tema da viagem parece-me nodal na descrição do problema que ressalto e ao tipo de opção teórica aqui adotada no encaminhamento analítico da modernização turística. Sem entrar aqui nas muitas nuances histórica, filosóficas e poéticas que envolvem a temática da viagem no pensamento social (ver Ianni/1996), mas reconhecendo nela elemento central à conceituação institucional do turismo, o deslocamento geoespacial, de valores e de ritmos possibilitado pelas viagens, marca a literatura especializada quando essa prima pela definição do turismo a partir do corte instaurador de uma outra realidade. Algo já presente na mais elementar semantização mesma da prática turística, datada do limiar do século XIX na Inglaterra, onde o *The Schorter Oxford English Dictionary*, com datas de 1801 e 1811, inclui os vocábulos "*tour*" *ism* e "*tour*" *ist* (Bonald/1984). Deste marco, em 1937, a Comissão Econômica da Liga das Nações redigiu o primeiro documento dedicado à definição do turismo, mas dando ênfase ao mesmo tema do deslocamento, agora realçado no delineamento do agente turista: "O termo turista deve, em princípio, ser interpretado como qualquer pessoa que viaje por um período de 24 horas, ou mais, em um país não seja o de sua residência. De acordo com esta definição, a Comissão considerou como sendo turista: pessoas viajando por prazer, saúde, razões familiaes, etc; aqueles participando de congressos ou missões das mais variadas espécieis, pessoas viajando a negócios; aqueles que chegam de um cruzeiro marítimo, mesmo que permaneçam menos de 24 horas." (ver Arrilaga/1976, p: 43). Há autores que, como Donald E. Lunderberg, no livro *Organizacion y Administracion del Turismo*, optam pelo conhecimento das motivações do viajante para definir o turista e o turismo. Deste modo, são acrescentados aos objetivos de lazer as viagens de negócio e aqueles deslocamentos por motivo de saúde ou como algo instrutivo, além das motivadas pelo objetivo de compras e ainda o de realizar jogos ou viagens como meta de vida. Porém o conjunto de discriminações obedece ao ideário da viagem turística como um deslocamento para lugares distintos daquele em que se vive, o que lhe confere algo de extraordinário, de evasão, isto é, a característica dominante do entretenimento. Ideário de diversão que comparece inclusive nas abordagens mais críticas, como as inclusas no esforço de

compreensão sociológica de Krippendorf. Para quem o turismo consiste numa "válvula" capacitada seja ao relaxamento das tensões quanto a acomodação das "esperanças não realizadas na vida cotidiana" (Krippendorf/1991, p:19).

Um olhar mais detido sobre todas essas qualificações ajuda constatar, porém, que a classificação das viagens como "turísticas" está naturalizada. Mas como sugere Pedro de Andrade, se o "turismo consiste no modelo dominante de viagem nas sociedades modernas e pós-modernas", é preciso encará-lo como um aspecto particular de um "quadro paradigmático" da vida geral e do lazer constituído pela viagem (Andrade/1993, pp: 52-3). O recorte na especificidade turística da viagem terá de observar os desdobramentos em torno dos princípios do conforto e da regularidade (do cálculo dos trajetos), o que supõe desde já um mapeamento ordenador em diversos planos. Por isso o deslocamento turístico especifica-se, antes de mais nada, pelo seu caráter auto-referente e sistemático das atividades e estágios, perfazendo-o como instituição da modernidade, se considerarmos esta condição atravessada pela tensão estrutural entre racionalização e afirmação das identidades, sistematização e exercícios de auto-realização: "Por ser viagem que mais funciona enquanto finalidade, e não tanto como meio ou recurso para qualquer outra actividade, como por exemplo a deslocação para o trabalho; em segundo lugar, devido a importância das indústriais e serviços que o turismo mobiliza(transportes, hotelaria, agências de viagens, gastronomia, indústria de lazer e culturais, ou mesmo os bancos e seguros), algumas dessas actividades praticamente em exclusivo; igualmente, pelo estatuto e poder que proporciona; por último, por causa dos discursos que promove (publicidade, cinema, etc)." (*Op. cit*, idem). A referência ao tema da viagem certamente possibilita o acesso assim para o conjunto integrado de elementos que conformam o turismo como espécie de síntese abrangente de funções, no sentido de relações, mas não necessariamente fundada no consenso funcionalista de mecanismos, móveis, atividades e significados. E isto o coloca em interação com também extenso leque de fatores sócio-históricos e culturais. Deste ponto de vista, o turismo não possui um núcleo irradiador mas trata-se dos entrecruzamentos de dependências de agentes e instituições. A mesma interdependência de fatores resulta na especificação da viagem turística. Ortiz argumenta que, necessariamente, a questão da viagem na modernidade-mundo não pode ser compreendida segundo a premissa de uma radical descontinuidade espacio-temporal, na medida em que uma sensação de "familiaridade" percorre os trajetos (Ortiz/1999, p:41). A familiaridade advém do encadeamento entre a singularidade e sua rotinização, à medida que um conjunto de práticas e instâncias atua na transformação,

recuperação e consagragação dos móveis culturais e históricos, além dos sítios geográficos, em recursos dotados da aura que os distingue como "novidades".

Ora, o traço cosmológico da oposição entre "ordinário" e "extraordinário" no modo turístico de olhar e se conduzir está atrelado a essa dinâmica. O turismo não apenas expressa mas constitui a modernidade nesse instante. Isto ao aliar, tensamente, porque não unilateral, a curiosidade proveniente da pulsão individual por *locus* de satisfação plenas e a integração dos desejos nos esquemas da dominação racional-instrumental; trata-se do "encontro entre uma busca longamente perseguida, sempre móvel, e o que é fator de movimento em um tempo e em um lugar" com a vontade de controle dessa mesma vocação à instabilidade, mediante a concorrência dos instrumentos de gestão sistematizada e planejamento a partir da incorporação crescente dos aportes técnicos e tecnológicos (Balandier/*Op.cit.*, pp:138-42). Racionalização essa que ocorre ao lado do alongamento no perfil das, respectivamente, intervenções sobre o mundo físico, das coações coletivas e auto-contenções dos impulsos humanos, na contrapartida da ampliação da rede de reciprocidades. É assim que a natureza do fenômeno turístico incide na maneira mesma de problematizar aqui a própria categoria de modernização turística, não com o propósito de descartá-la mas de proceder sua adequação de maneira mais rigorosa à peculiaridade do movimento social em estudo. Movimento que se caracteriza pela mudança sociocultural, interna à extensão das malhas que agrilhoam parcelas distintas dos agrupamentos humanos, e na qual é desenhado o mapa da territorialidade turística. O transtorno à escuta sociológica dessa transformação tem o seguinte caráter: se o entretenimento-turismo sintetiza interdependências funcionais alargadas (nas dimensões socioeconômicas, política, simbólica e cultural, mesmo afetivas), nas quais vicejam hierarquias e controles, também essa teia sociohumana existe no teor multifacetado de agentes, fatores e realidades que marca o formato e o compasso da processualidade modernizadora turística. Deste modo, a polaridade "próximo" e "distante" desliza a um plano conceitual outro e torna recalcitrante o postulado de um movimento tão-somente homogeneizador ou, ao contrário, da pura constatação quanto a proliferação de diferenças num mosaico planetário. Penso que a trajetória de formatação dos lugares de entretenimento e turismo, sob a ótica do entrecruzamento de modalidades de aprendizado, educação dos afetos, dependências e interpenetrações funcionais, dispõe a categoria de modernização turística não restrita, para falar como Habermas, a ação de sistemas colonizadores sobre o mundo-da-vida dos lugares, desterritorializando práticas e símbolos, mas resultante de elos forjados nas negociações

entre as singularidades históricas e culturais dos espaços e os agentes dos sistemas peritos, num encaixe de dimensões territoriais indefinidas, proporcionando o incremento de esferas especializadas na produção cultural do espetáculo de entretenimento-turismo.

Em última instância, a discussão em torno da modernização turística exulta à reavaliação da idéia mesma de modernização. Pois se a modernização consiste no processo de confecção da estrutura institucional moderna, assinala Eisenstadt (1991) que as tendências no Ocidente – grandes revoluções políticas nos séculos XVII e XVIII e formas mais cumulativas como a revolução científica e a expansão racionalista (para os negócios públicos e privados), não se constituiram em fenômenos isolados, mas antes numa série de processos que se reforçaram continuamente entre si, culminando na emergência gradual das novas ordens sociopolíticas, culturais e econômicas. Ao seu ver, tais processos ajudaram a destruir alguns dos aspectos cruciais da tradicionalidade na Europa, porém não pode ser transportado de modo automático para outros contextos. Habermas, porém, indica que no decorrer do século do século XX o desengatamento entre racionalismo secularizado ocidental, modernidade e modernização deixou em suspenso a matriz sociocultural européia desse conceito de mudança social. Mostra ele que, sobretudo a partir da última década dos cinqüenta, desligada das raízes do projeto iluminista europeu, a noção de modernização ganhou caráter de neutralidade espacio-temporal, estando relacionada ao desenvolvimento socioeconômico e político, no compasso da escalada mundial do capitalismo (Habermas/1990,p:14). O próprio Eisenstadt chama atenção como as diferentes experiências de modernização nas distintas sociedades nacionais revelaram a fragilidade desse modelo analítico estrutural-funcionalista, de inspiração neo-evolucionista. Antes de mais nada, a debilidade aparece no que se refere à combinação entre permanência de tradições e o vetor de mudanças inscrito na diversidade de experiências de modernização. Isto porque nem sempre um e outro aspecto mostram-se antagônicos mas, ao contrário, mesmo já se fizeram complementares. Para o sociólogo isto obriga os esforços de teorização macrossociológicos a considerarem as dinâmicas civilizatórias distintas atravessadas e redefinidas pelos processos de modernização mas que também ressoam neles (Einsestadt/1991, pp:141-158). Justamente por isso considero que a asserção do autor permite também reconsiderar mesmo o tipo-ideal de modernização como manejado, por exemplo, no enunciado habermasiano. Isto a fim de que o conceito apresente potencial heurístico para lidar com a diversidade de manifestações da vida social cuja

conceituação não cabe na concepção estritamente produtivista de modernização, embora participe igualmente do encadeamento institucional da modernidade.

No compasso da expansão do Ocidente e sob o invólucro da hierarquia doravante estabelecida, desde o século XIX, ascenderam dois elementos mutuamente relacionados como parâmetros de mensuração do grau de desenvolvimento de um país, quais sejam, a constituição do monopólio da violência física e simbólica exercido pela unidade política da sociedade-nação e o desenvolvimento econômico identificado com a industrialização dos fatores de produção. Então, aceita para um país, diante de outro (s), a tese da modernização, doravante está igualmente aceita que na dependência estabelecida os termos ocupam posições assimétricas, já que uns são "modernos" na justa medida em que outros são "tradicionais" ou "arcaicos"; uns "desenvolvidos" e os demais "subdesenvolvidos" (Ianni/1994, pp: 86-7). Para o que realmente nos interessa aqui, ao pensar a sintonia entre modernização e desenvolvimento, as teorias da modernização mantiveram-se fiéis ao princípio da subordinação do espaço à dinâmica da progressão temporal. É extensa a lista de títulos incluídos no debate sobre mudança social, a partir do viés do desenvolvimento e da modernização (ver Aron/1991, pp: 259-302; Balandier/*Op. cit.*, pp:147-53 e Sklair/1995, pp: 43-5), por isso o que vale ressaltar é o quanto o argumento da subordinação, antes sublinhado, está contido na concepção de um comprometimento de toda a rede socioeconômica aos imperativos produtivistas da sistemática industrial, estando esta inscrita numa totalidade nacional. Claro, que a conjuntura histórica, em parte, justifica tal primazia, já que as formulações teóricas estavam na contrapartida dos esforços que envolviam elites políticas e empresariais, segmentos urbanos das classes médias e o próprio operariado no desenvolvimento industrial. Mas, também, revela como a hegemonia desse concerto se expressa na maneira mesma das idéias sobre desenvolvimento e modernização se restringirem apenas a uma das vertentes possíveis, a saber, a industrial[xxxii]. Algo assim constrange as percepções a respeito de outros movimentos cujos agentes não diretamente se circunscrevem no esquema produtivista e não estão situados tão-somente numa sociedade-nação específica ou ainda nas dimensões mais centrais e conspícuas, tal como acontece com os co-participantes do tipo de modernização turística.

Com efeito, do debate sucitamente apresentado acima, guardo o delineamento da modernização como manifestação de uma percepção coletiva do tipo moderno de relacionamento com o real marcado pela prioridade conferida ao devir histórico. E ainda, como para este acento no desenvolvimento às instituições da modernidade desempenham função de comando no

controle dos ritmos e observância das regularidades das atitudes, mediante à luta para monopolizar o sentido das ações. Por isso, ao ser referente a determinada modalidade de orientação das condutas visando a mobilização de elementos dos ambientes ecológicos e simbólicos na finalidade de confeccionar ambiências espetaculares para usos de diversão e contemplação, o conceito de modernização turística é proposto de acordo com o seguinte enfoque. Reconhecer a urgência em levar em conta tanto as dinâmicas culturais e civilizatórias que são feridas por esses mesmos movimentos modernizantes, quanto os produtos desses intercruzamentos. O postulado de uma filosofia da história, cujo eixo de caráter progressivo sobre o qual erguer-se-ia uma totalidade homogênea, não condiz com o tipo ideal do processo de modernização turística. No instante em que este se coloca ante a necessidade inerente à codificação que opera junto à sua lógica. A saber, potencializar catálogos de novidades, algo possível mediante a individuação/especialização dos agentes e dos lugares, observando suas singularidades étnico-histórico e/ou geográficas, mas tornando-os contemporâneos aos derivados da matriz que racionaliza e sistematiza os procedimentos e habilidades. Ou seja, se o âmbito espacio-temporal do lazer, onde se desenvolve a economia do lúdico – dinamizada, também, pelas atividades de diversão e turísticas –, é desenhado no imaginário e no cotidiano urbano moderno, em meio a mesma rotinização que supõe o andamento da esfera produtivista da sociedade industrial, não se subsume nela. Já que a comercialização do ócio só existe complementando mas, ao mesmo tempo, se opondo à rotina do mundo do trabalho. Por outro lado, a configuração tomada pelas interdependências funcionais nesse plano das relações sociais exige aquela condução das práticas cuja direção está sustentada no valor conferido à cosmopolitização ou à exportação turística e na internalização de um modo de coordenação de ações consorciado a uma específica economia psíquica, pressupondo uma educação. É nesta direção que são chamados para perto atividades, habilidades, comportamentos e expectativas dispostas espacialmente distantes e dotadas de traços distintivos, contudo orbitando em torno de interesses comuns, de qualidade e fatores materiais translocais e transocietais Nesse sentido, acredito, o entretenimento-turismo comparece também como uma das instâncias de consagração da cultura na contemporaneidade e, ao mesmo tempo, força social com decisiva atuação na atualização e disponibilidade (ou não) de matrizes culturais.

Estendo um pouco mais a assertiva. Não concebo a instituição do entretenimento como restrita à prestação de serviços de diversão e de turismo, mas reconhecida em se considerando

também a conduta que se faz significativa dentro de um campo de interação e à luz do modo de vida moderno. Tendo este a faceta cosmológica caracterizada tanto pela valoração positiva do "deslocamento", quanto pelo olhar que enxerga segmentos da realidade enquanto cindidos entre o "ordinário" e o "extraordinário". Na última dimensão se encontram os elementos capazes de potencializar determinados espaços, aqueles emblematizados pelas atividades e objetos concentradas como focos de prazer, nos zoneamentos do ócio ordenados pelo tempo social do lazer. Mais ainda. Aqueles agentes inteirados na confecção, administração e exploração econômica desses âmbitos, autodenominados produtores, realizadores e administradores, vêem-se como deflagradores legítimos do interesse pela diversão e deleite turísticos, segundo realinhamentos na divisão social das funções e do trabalho. Nesses termos, não se trata de excluir a oposição entre "moderno" e "tradição" ou entre "alienígena" e "autóctone" mas ter em mente que as condições institucionais do entretenimento as redefinem enquanto significados mobilizados no desenho dos espaços da diversão, de acordo com uma funcionalização de práticas e lugares, no quadro do articulado de forças e poderes sócio-simbólicos da modernidade-mundo. Outra vez comparece o problema-chave deste estudo. Afinal, vimos que as características estruturais deste campo de interação social não devem elidir a atenção à historicidade da sua própria estruturação. Quer dizer, sabemos que, na ampliação do seu alcance e na demarcação dos seus horizontes (as territorialidades dos lugares de entretenimento e turismo), a modernização turística inexoravelmente deve fazer articulação com traços idiossincráticos dos espaços que vaza. Daí porque, à realização dos objetivos deste trabalho, a verificação sócio-histórica é incontornável. Ora o problema teórico demanda a compreensão do modo mesmo como o ritual da festa carnavalesca no Rio de Janeiro conhece novos estágios e mesmo outras qualidades a ela se agregam, numa combinatória entre expressões culturais e produção de bens de diversão e lazer vinculados à esfera do consumo. E assim, entender em que medida a festa expressa e viabiliza tal modernização e é reverenciada como o produto turístico brasileiro por excelência, núcleo do "Destino Brasil".

III – CIDADE E O TEMPO DA MODERNIDADE

Em seu estudo sobre a produção social da imagem urbana no Rio de Janeiro, a socióloga Ana Clara Torres Ribeiro sugere que a identificação da posição ocupada por essa cidade nos

processos de estruturação da sociedade moderna no país leve em conta o desenho dos fenômenos socioculturais de características espaciais, atentando para isso a categorias geográficas, como acessibilidade, dispersão, concentração, difusão e desigualdade. Sua proposta de empréstimo se deve ao fato de que para ela esses mecanismos analíticos permitem expressar as "múltiplas espacialidades que caracterizam a escala metropolitana" numa relação tanto com a materialidade urbano-metropolitana quanto com processos econômicos cuja manifestação tem por nicho o campo cultural e ideológico (Ribeiro/1989, p:13). A autora defende que o olhar sociológico se debruçe, no caso da experiência urbana carioca, sobre a maneira como a guerra simbólica pela definição das imagens do espaço da cidade é obediente à hegemonia de específicos segmentos sociais que se vai consolidando ao longo do século XX. Acentua, antes de mais nada, como a exclusão de ângulos e parcelas desse espaço está na contrapartida da constituição de sínteses da totalidade metropolitana que favorecem o "processo de desenraizamento e agilização no uso dos territórios e, os efeitos sociais da incorporação tecno-política da cultura nos elos especializados da acumulação capitalista." (*Op. cit.*, p: 425). Encontra assim a construção de uma hegemonia que atravessa o século mas cujas primeiras manifestações revelam-se na remodelação do Rio, para simbolizar a ressureição do país, representada pelo regime republicano, ou no projeto urbanístico para a mesma cidade do arquiteto francês Donald Agache, na década de vinte. Tanto em um como no outro episódio, ao seu ver, está se definindo um projeto político cuja ideologia é a própria materialização de uma paisagem urbana afinada com a modalidade de dominação ascendente e favorável ao eixo socioeconômico financeiro e cultural do espetáculo (*Op. cit.*, pp:19-22). Enfim, Ribeiro fornece um argumento convincente sobre os alinhamentos sociohistóricos que se embutem no domínio de uma modernidade cultural na cidade e como esta se fez matriz à disseminação dessa modernidade para áreas outras do país (*Op. cit.*, p: 429). Pois para ela, a modernidade está definida como um conjunto de práticas e conhecimentos que estariam menos comprometidos com a inovação mas decisivamente vinculadas às estratégias de seqüestro das novidades que percorrem a vida coletiva pelos seus esquemas técnicos e comunicativos, já que dizem respeito a mecanismos de difusão de tipologias e papéis que "organizam e constroem a esfera diretamente psíquica, individualizante, da organização social." (*Op. cit.*, idem). O que, conclui, teria respaldo nos critérios de constituição e funcionamento dos mercados que exigem a regularidade, sendo esta oriunda dos modos de orientação das escolhas individuais mediante as tipificações capazes de modalizar os desempenhos.

Ao longo deste capítulo tenho procurado reconhecer a formação institucional do entretenimento como um dos esquemas que marcam a construção de papéis e tipologias urbanas, ensejando a recriação dos sentidos da festa popular carnavalesca no Rio de Janeiro e incluindo esta como um dos elementos centrais ao comércio de espaços turísticos na cidade. Neste último ítem pretendo descortinar tal processo de modernização turística, no qual se operam as transformações nos espaços e no modos de sua cognição e percepção, ou seja, no redesenho do gradiente de valores, no instante em que este é reordenado pelo *ethos* incorporado por feixes de agentes encadeados e constitutivos desse movimento de mudança sociocultural; creio estar em tal intricamento de planos, posto numa escala espacio-temporal alongada, o nicho da força motriz que apreende parcelas da paisagem geográfica e cultural como um produto turístico carioca, no teor do qual a manifestação festiva da cultura popular e a matriz cultural do samba internam-se no lugar do entretenimento, no anverso da elaboração de uma imagem da "cidade maravilhosa" e de Brasil, país tropical e candinho telúrico de raças festivamente amalgamadas. Uma vez mais, a trajetória analítica do processo de modernização turística tem de considerar as peculiaridades da ocidentalização na América Latina, ou seja, o modo como a monopolização do poder exercido pelo ordenamento estatal, a auto-regulação do mercado capitalista e os zoneamento de tempos sociais autonomizados, como o do lazer, condicionam e reestruturam o ritmo da vida comum. O ponto de vista priorizado será a maneira peculiar sob a qual a cidade do Rio de Janeiro se efetiva como destino turístico.

A) MODERNIZAÇÃO TURÍSTICA E A CULTURA POPULAR CARNAVALESCA

Uma breve síntese da seqüência de episódios e eventos que dão substância ao processo de modernização, deixar perceber: as décadas da aurora do século XX marcam o instante em que, no plano global das relações sociais, a economia-mundo capitalista conforma-se planetariamente. As teias que se iam tecendo no compasso da ampliação das trocas mercantis, diplomáticas, ideológicas e mesmo simbólicas vão dando *status* de realidade a uma civilização transnacional, a civilização moderna, para a qual a técnica exerce a função de solda, ao forjar toda uma cultura material, ao lado de hábitos e costumes, em sintonia com um cotidiano permeado pelas artificialidades manufaturadas e habitado por objetos vivos de luz, cor, som e movimentos. Os arranha-céus, os automóveis, as massas urbanas, os painéis publicitários, o cinema, o gramofone,

a iluminação feérica, o paisagismo urbano, as multidões, os grandes magazines e assim por diante multiplicam os signos das novidades modernas, em suas feiras e grandes exposições louvando as máquinas, verdadeiros ícones do progresso econômico, bandeira ideológica de um Ocidente pleno da própria identidade e, julgando-se, apto a "civilizar" o mundo. Tal concerto planetário teceu-se à base da superioridade do complexo bélico mas, sobretudo sedutoramente, conquistando almas ávidas de coparticipar deste admirável mundo novo do progresso técnico. Isto em grande medida no andamento da incorporação da racionalização e cientificização capaz de instrumentalizar meios físicos, humanos e simbólicos ao erguimento dos ambientes da modernidade. Nos países da Europa Ocidental e nos Estados Unidos o industrialismo inicia um estágio outro no qual a eletricidade, o petróleo e as novas tecnologias metalúrgicas redesenham o mapa da reprodução material da vida, dos modos de acumulação e reprodução ampliada do capital e dos estilos de viver. Por outro lado, a demanda por novos centros produtores de matérias-primas e por mercados consumidores, a fim de suprir e consumir o aumento vertiginoso do volume de mercadorias produzido, implicou numa rearticulação do mercado mundial, sob égide das formas de dominação imperialista e neocolonial (ver Sevcenko/1998, pp: 07-48).

No Brasil, então, a combinação sociológica entre os emergentes endinheirados com o café, grupos intelectuais e elites políticas impregnadas pelo gosto de "civilização" e devotadas ao projeto de integrar o Brasil no seio das nações "modernas", deu base à tarefa de erguer nos trópicos uma "Europa possível". Jornais, revistas, mídias publicitárias, novas técnicas de disciplinas corporais e modalidades esportivas e educacionais são importados com a finalidade de alavancar nativos à condição de civilizados, e com eles realizar a "civilização" na periferia. Aliás, nos circulos de poder da cidade, o verbo "modernizar" se torna uma norma, um imperativo de produtividade a ser observado pelas condutas a partir dos desígnios dessas elites, dentro das estratégias discursivas de uma nova configuração estatal de poder, ensaiada nos albores da República, tendo por "aliados" em novos especialistas como cientistas e tecnocratas (Herschmann/1994, pp:43-4). É justamente este o momento em que os apelos em torno das práticas turísticas ganham fôlego.Embora na incursão pelas fontes bibliográficas e secundárias (sobretudo jornais e revistas) as referências ao tema do turismo no país já apareçam desde o final do século XIX, o princípio deste século consiste no divisor de águas à afirmação da instituição turística entre nós. Trata-se do momento em que a atmosfera da modernidade se vai posicionando tanto como um universo simbólico quanto um aporte ideológico, cuja instrumentalização por

parte de grupos dominantes define hierarquias, inserções e exclusões, no que diz respeito aos parâmetros das condutas individuais e coletivas. Momento em que esteve tal atmosfera vigorando em homologia à claudicante modernização das relações que se ia processando no Rio de Janeiro (ver Topik/1991 e Farias/1995, pp: 20-8). Enfim, para a institucionalização do turismo se fez mister a redefinição das territorialidades e dos tempos sociais, tais e quais os consagrados ao lazer na contrapartida ao dedicado à produção das mercadorias. A característica curiosa do movimento deflagrado é que nele o *ethos* produtivista do utilitarismo ascético da ética protestante, descrita por Weber, não prevalece soberano, já que se trata esse também do período de emergência daquela orientação das condutas hedonistas calcada na valoração do consumo regulado pelo mercado capitalista. Assim, nas décadas iniciais deste século, as coerções inscritas nas modalidades emergentes de controle social ganham concretude, por exemplo, nos meios de comunicação; jornais e revistas exibem reportagens com franco propósito pedagógico, de acordo com espécie de missão civilizatória, apresentando a atividade turística como saudável hábito moderno, a ser copiado das "nações civilizadas" pelas famílias das classes abastardas, ao se tratar de uma prática combinando lazer e saúde:

> Viajar é hoje um hábito de toda a gente chic, elegante e de gosto. Viajando-se aproveita a saúde, com novos climas e ares novos, cultiva-se a intelligencia, desenvolve-se o espírito, refazem-se forças perdidas no trabalho e aperfeiçoa-se o senso esthetico. Felizmente a gente fina do Brasil já vae assimilando esse costume adiantado do velho mundo e hoje, nesta terra, não ha quem, aos menos uma vez por anno, não faça a sua viagem de repouso, de tratamento de saúde, de estudos, de recreio e de negócios.
> Incentivamos, pois, o turismo, porque, alem de educarmos o nosso povo contribuiremos para o desenvolvimento de um commercio novo, que abre as portas das nossas cidades a visita de estrangeiros e facilita aos nossos patrícios passeios a outros paízes. (Revista da Semana/06-11-1915).

Ao mesmo tempo, as peças jornalísticas anunciavam os empreendimentos empresariais na área do comércio de viagens e hospedagens tanto como um marco quanto um feito de uma modernização redentora; seus artífices identificados a verdadeiros heróis civilizadores. É esta também a ocasião da fundação da primeira agência de viagem no país, a Transoceânica, no Rio de Janeiro. Retomo então a reportagem acima, na medida em que seu redator procura sintetizar no texto os extensos benefícios ao desenvolvimento econômico da cidade e nacional proporcionado pela existência da agência de viagens, e ao mesmo tempo exalta o seu papel "patriótico" de tornar conhecido o Brasil aos seus habitantes e no exterior. Igualmente há na redação a sugestão do esboço daquele encadeamento interdependente de atividades e funções

administrativas e burocráticas, produtivas e de prestação de serviços diversos que marca a divisão do trabalho no ramo turístico, acenando às características estruturais do campo do entretenimento e da economia do lúdico:

> O turismo é um commercio triunphante no Brasil, graças principalmente à conceituada empreza de viagens A Transoceânica, à qual dedicamos hoje uma homengaem merecida neta página da nossa revista.
> Para avaliar-se o trabalho ingente continuo, eficaz e inteligente que a conceituada empreza tem desenvolvido, basta fazer uma visita á sua sede social e observar o movimento febril e americano dos seus escriptórios, a entrada e a saída ininterrupta de pessoas que vão perdir informações sobre as várias séries em opera a empreza, na sua importante carteira de clubs de viagens, fiscalizada pelo Governo Federal, e sobre a sua esplendida carteira de excursões de recreio, amoldada em suas congeneres européias "Cook" e "Lubin".
> Tem-se impressão de que se visita uma casa em que não se descansa, em que todos trabalham activamente, onde ha vida, movimento, lucro e futuro. Granjeando as sympathias da imprensa e a confiança do público, A Transoceânica impõe-se também commércio nacional e extrangeiro. Assim é que representa mais de 300 hotéis do Brasil, cerca de 150 hotéis extrangeiros, afora emprezas de navegação, ferro-viárias, automóveis, carros de transportes, theatros, cinematografhos, grandes armazens etc.
> Entre os contractos da empreza, sobreleva citar, em primeiro logar, a representação geral e exclusiva no Brasil e na América do Sul da grande Estancia Balnearia e Climatérmica e dos Hoteis e Agua Minaraes e Thermaes de Poços de Caldas, justamente cognominada "A Suissa Brasileira".
> (...) Desnecessário chamar a attenção do público para a A Transoceânica, tão conhecida ella se tem tornado, devido á seriedade das suas transações, e á maneira superioridade habil com que é dirigida.
> E como o turismo se vae aclimantado entre nós, como ha hoje uma enorme tendencia para qual se deslocar, e a palavra viagem já não assusta ninguém, quer seja feita por mar ou por terra, não ha duvida nenhuma que o esta d'esta empreza vae também num constante aumento de prosperidade. (*Op. cit.*).

Acompanhando a sugestão do texto, o turismo corresponde a uma prática de elites institucionalmente controlada. Obedecendo a mesma determinação sociológica, na mesma época, ainda, começam a surgir instâncias hidrominerais em Minas Gerais: em Araxá, Águas da Lindóia, São Lourenço e Caxambu, voltadas para um público mais restrito, de maior poder aquisitivo; público atraído pelas promessas medicinais das águas, ia à busca das termas e ocupava grandes hotéis locais, como o Grande Hotel de Araxá – celebrizado pela vida mundana exultada no cassino e seus grandes shows. Algo de similar se deu, posteriormente, com o Hotel Quitandinha, na Serra de Petrópolis no Estado do Rio de Janeiro. Antes de qualquer coisa, chama atenção a importância assumida pelo hotel como instituição, a qual combina ramos de atividades nodais ao entretenimento – diversão, hospedagem e o serviço de bebida e alimentação prontas. Ao mesmo tempo, o hotel traz embutida uma concepção de mundo e compõe uma dinâmica civilizatória ascendente com a ruína do antigo sistema colonial e o despontar da nova correlação de forças

mundiais hegemonizadas pela Inglaterra. Meu argumento é o de que, se o limiar do século XX corresponde à aceleração da modernização turística, atingindo um patamar no qual estão agregados fatores mais variados e numerosos, o mesmo movimento integra um leque correlato de processos em curso desde o início do século anterior, os quais ostentaram ritmos oscilantes mas foram constantes em termos da efetivação de uma realidade moderna, sendo esta o ventre da instituição do entretenimento-turismo no país. De acordo com Gilberto Freyre, após mais de três séculos de acentuado isolamento, o Brasil iniciara no século XIX os passos na direção da ordem e dos hábitos da burguesa triunfante, respondendo as pressões de um Velho Mundo agora industrial, comercial, mecânico, sobremaneira urbano (Freyre/2000, pp: 336-38).

Vejamos a feição tomada pela "reeuropeização" no cerne do nosso tema. Durante todo o decorrer do século XIX os hotéis se vão firmando na paisagem sociocultural do país; das rústicas casas de pasto, na era colonial, passando pela introdução das hospedarias e estalagens, os hotéis inspirados no modelo francês começam a ganhar regularidade com o aumento dos influxos de técnicas e informações, na esteira do aumento do intercâmbio entre o Brasil e outras partes da Europa, com o traslado da família real e da corte portuguesa para o Rio de Janeiro. Com a efetivação dos serviços de navios a vapor, o porto carioca se torna ponto obrigatório das embarcações cruzando desde o Atlântico Norte visando o Pacífico e vice-versa. Ao mesmo tempo, a cidade passa a disponibilizar dispositivos capacitando-na a distribuição dos fluxos comerciais internos. Na adição desses ingredientes, na metade do século XIX o Rio de janeiro dispunha de estoque de renda tributária superior a soma de toda as outras provinciais do império (Alencastro/1999, p: 24). Na contraface das transformações materiais aí inscritas, a diferenciação da sociedade deixa relevante o papel dos comerciantes: da população livre, eles representavam cerca de 50% da população livre, de acordo com o censo de 1872 (*Op. cit.*, p:23). Eis o esteio para o desembarque e a acomodação dos valores "reeuropeizantes". As remodelações urbanas ocorridas seguem o alinhamento simbólico e ideológico paralelo ao novo e franzino arranjo socioeconômico. Justamente, inspiradas a partir de congêneres e lhes contemporâneas de Paris e Viena, algumas das recentes edificações realizadas se concretizaram na concentração de estabelecimentos de serviços de hospedagens:

> Jean Baptiste Debret, testemunha do impacto causado pela transformação da velha capital colonial em metrópole, percebeu as mudanças causadas nas práticas da hospitalidade e as documentou ao descrever o Largo do Paço e adjacências, zona que, por sua posição próxima ao desembarcadouro da cidade, tornar-se a ***cellula-mater*** da hotelaria no Rio de Janeiro. Aquele logradouro - diz o pintor

> francês -, quando da chegada da Missão Artística de 1816, era habitado "em grande parte por negociantes portugueses, fornecedores da Corte e empregados particulares do Rei; mas, já em 1816, com a afluência dos estrangeiros, vários proprietários transformaram os portões em lojas, alugando-as a uns franceses donos de cafés, que logo utilizaram o primeiro andar para bilhares e mais tarde o resto do edifício para casas de cômodos. Elegantes taboletas bem pintadas e vitrinas com colunas de mármore, vindas de Paris, enfeitam hoje esses estabelecimentos procurados pelos estrangeiros que desejam passar um momento na cidade ou se hospedar a comunicar-se facilmente com seus navios.
>
> A informação de Debret convida a uma tentativa de síntese das distinções existentes entre as casas de hospedagem abertas ao público naqueles remotos anos. De um lado teríamos o que chamou de "tipo primitivo de albergue português", destinado notadamente "aos habitantes do interior"; de outra parte, os "estabelecimentos procurados por estrangeiros", com visível experiência de outros países, trazida por imigrantes da França e da Inglaterra, realçando-se por instalações melhores e serviços mais apurados. Os primeiros, as verdadeiras estalagens que não se distinguiam claramente das casas de pasto, a não ser pelo símbolo que exibiam nas fachadas, existiam os estabelecimentos, que assim também se diferenciavam, em geral dirigidos por estrangeiros, e por eles especialmente procurados pela qualidade dos serviços oferecidos (...), e por isso identificados com a tradicional ***hotellerie*** francesa. (Belchior e Poyares/1987, pp: 49-51 – em negrito no original).

Como relatam ainda Belchior e Poyares, na excelente pesquisa historiográfica sobre os serviços de hotelaria no Rio de Janeiro, a popularização do termo francês *hotel*[xxxiii] seguiu tanto a crescente publicidade, via jornais, desses estabelecimentos quanto o aumento do volume de visitantes externos na cidade (*Op. cit.*, pp: 51-2). Isto em sintonia com a estratégia dos donos de pensões e outras casas de hospitalidade em adquirir com a adoção do termo o mesmo prestígio, destacando seus negócios como locais nobres. O que, por sua vez, revela o confronto simbólico instaurado, no qual ganha vigência a disputa entre os valores do "passado" e do "novo" que acompanha as transformações da materialidade e das práticas humanas, no rastro do balbuciar de uma modernidade incrementada no Centro-Sul brasileiro. O mesmo ocorre no âmbito do comércio de fornecimento de alimentação pronta e bebidas. Remodelando seus ambientes de maneira mais suntuosa e adotando serviços considerados mais "refinados", já que identificados à popularização dos hábitos à mesa das cortes, algumas das casas de pastos e pensões incorporam a designação, igualmente francesa, *restaurant* (*Op. cit.*, p:53). As transformações pelas quais passam os ramos de atividades de hospedagens e do comércio de alimentação pronta no Rio de Janeiro despontam como índices da modernização turística que, ainda vagarosa, vai ganhando fôlego no século XIX. As pressões oriundas do crescente contingente de visitantes chegados à cidade, do estrangeiro e de outras partes do país, a fim de realizar negócios, fazer compras ou mesmo passear na sede da corte, capital do país e seu maior centro econômico e cultural, têm contrapartida na expansão da rede hoteleira, a princípio agregada na região central do Rio de Janeiro e suas imediações. Mas ao passo da maior concentração populacional e do comércio e

serviços nessa área urbana, os hotéis passam a acompanhar o deslocamento dos novos segmentos sociais mais endinheirados para a zona litorânea sul. É este o momento em que, também, o banho de mar adquire valor medicinal, em obediência à importância assumida pelo discurso médico na condução secularizada das ações. A extensão da infra-estrutura urbana, somada às limitações impostas pelo padrão de civilização no trato cotidiano dos segmentos da população com a natureza, irão curiosamente contribuir à popularização do imaginário romântico. E o olhar embebido desses valores sobre a natureza, a reconhece como objeto de contemplação, contribuindo indiretamente à integração dos espaços idílicos à economia monetária, enquadrados como paisagens turísticas[xxxiv] (ver Herschmann, Farias e Chiavari/1999, p:37).

Diante do somotário de fatores acima aludidos é compreensível o por que ainda no final do Império fora publicado o primeiro guia para o viajante no Rio de Janeiro, quando a cidade contava com cerca de 119 estabelecimentos de hospedagens – bem mais que os 56 verificados em 1862 (Belchior e Poyares/*Op. cit.*, p:59). Fartamente ilustrado com imagens dos principais sítios de visitação da cidade, a publicação é aberta com uma reprodução pictórica do Morro do Pão de Açúcar envolto pela Enseada de Botafogo. Não é demais lembrar que, após a presença dos pintores franceses na Missão Artística de 1816, a imagem da paisagem sociocultural e natural da cidade integrou-se à memória visual do Ocidente europeu. Transcrevo o texto de abertura do guia:

> A esquerda da entrada da barra do Rio de Janeiro, depara-se, chamando desde logo a attenção do viajante, com o famoso penhasco de granito, despido de vegetação, 385 metros de altura, e pela fórma do seu cumado, chamado O Pão de Assucar. Está assentado em uma base agradavel, como de proposito para indicar a entrada da grande bahia. Nelle fenece a serrania que fica ao ocidente da entrada da bahia e parece ser os pés do gigante ou do genio que preside aos destinos do Brazil, quando com attentos olhos do alto mar o contemplam as pessoas dotadas de vida imaginação. Antolha-se-lhes deitado o gigante, e com as ondulações dos picos das serras fronteiras ao mar, cuidam distinguir-lhe claramente o rosto, dotado de um pronunciado nariz aquilino, pescoço peito, ventre e joelhos, esta enorme figura é conhecida pelo nome de gigante que dorme ou Gigante de Pedra. (*Op. Cit.*,pp: 01-02).

Contendo ainda narrativas sobre a história da cidade, o guia – como os atuais – fornece dados sobre locais de hospedagem, alimentação e diversão. E informa sobre pontos a serem visitados e os equipamentos de comunicação e transportes existentes, com as previsões de horários das suas partidas. O dado sociologicamente mais importante no documento está na revelação de um já significativo número de agentes sociais que empresariavam as atividades de

hospedagem, alimentação pronta, transportes e diversão na cidade[xxxv] e iam estabelecendo interdependências entre eles e também com os potenciais consumidores e o poder público, além dos agentes de viagens de outras partes do mundo com representações na cidade[xxxvi]. Estar-se diante do limiar da zona de interação cujas pressões repercutiram sobre o tipo inicial de modalização entre as demandas e os recursos socioculturais e naturais, no comércio de viagens no Rio de Janeiro e com a aceleração do transporte e comunicação planetárias. Em um primeiro momento, portanto, a modernização turística manifesta o elo entre a natureza local, categorizada como atração, e o deflagrar do desenvolvimento da exploração econômica para satisfação das demandas dos viajantes, ao lado de outras modalidades de diversão, como esclarecem uma vez mais Belchior e Poyares: "(...) De montaria para as excursões nas refrescantes florestas do Rio de Janeiro, ou nos desérticos areias de Copacabana, dispunham os Hotéis Jourdain, Vista Alegre e do Leme.Mais sofisticado, o Hotel da Erminda (Praia de Botafogo, n. 72), mantinha, para deleite dos hóspedes, o Teatrinho do Prazer de Botafogo, tal como o Hotel Brisson, que em 1863 possuía em seus jardins o Teatro Eldorado, rival do célebre Alcazar Lírique, e que terminou seus dias com o nome, mais consagrado, de Fênix Dramática." (*Op. cit.*, pp:96-7). Mas em um plano macrossociológico, a importância das mudanças que se iam operando nesses ramos da economia consiste no fato de ser expressiva da incorporação de técnicas e equipamentos (telefones e elevadores, por exemplo) afinados com um ideário de modernidade. Ideário calcado nos valores do conforto e da eficiência, valores que acompanham a inserção de novos agrupamentos humanos em posições decisivas no conjunto societário. Em termos mais concretos, a intensificação da pressão modernizante sobre o ramo de hospedagem se dará pela especialização mesma dos agentes e o limiar da monopolização empresarial que despontam no setor. Muitos dos agentes aí estavam vinculados aos recentemente chegados capitais ingleses e norte-americanos ou com a canalização da acumulação interna de capitais com a exportação de café para investimentos em infra-estrutura e às construções imobiliárias, entre as quais hotéis (Falcão/1992, p: 77). Pressão essa que se vai traduzir no decreto de 23 de dezembro de 1907, isentando de todas as taxações públicas, por sete anos, os cinco primeiros grandes hotéis que se instalassem no Distrito Federal (Belchior e Poyares/*Op. cit.*, pp:60-1). É deste modo que, 1911, o Rio de Janeiro assiste a inauguração do Hotel Avenida, compondo o cenário dos primeiros arranhas-céu no centro, situado no coração da recém construída Avenida Central[xxxvii]. Embora a inauguração deste hotel seja um marco, está de fato inserida em uma seqüência composta de outros empreendimentos similares e mesmo da primeira tentativa de concatenação das atividades empresariais na área de hospedagem. A Companhia de




HOTEL AVENIDA
LE PLUS IMPORTANT DU BRÉSIL
RIO DE JANEIRO

Grandes Hotéis Centraes tomou o controle administrativo dos hotéis Avenida e Globo e também do posteriormente inaugurado (1915) Rio-Palace Hotel – ver reprodução a seguir. Tanto a iniciativa da Companhia quanto a inauguração deste último hotel fora saudado pela Revista da Semana como passos largos dados no aprimoramento dos serviços turísticos na cidade, já identificada à maneira de um pólo de atração de visitantes, em grande parte por suas "atrações naturais": "O Rio de Janeiro, esta linda cidade tão procurada e gabada pelos "touristes" e tão mal servida de hoyéis onde os que nos visitam possam encontrar a comodidade e o conforto das grandes capitaes, acabada de ser dotado de um excellente estabelecimento que, pela sua nontagem e situação, vem o progresso e o desenvolvimento do paiz." (Revista da Semana/23-10-1915).

Ao tomar o hotel Avenida por tema, a descrição feita pelo redator do jornal sobre a construção do Rio-Palace Hotel, uma vez mais, evidencia o caráter modelar e paradigmático de um modo de vida cosmopolita como é apreendida a obra para os segmentos sociais que comungavam de uma mesma expectativa de civilização:

> Quer exterior como interiormente, o novo edificio do Largo de São de Francisco, cujo estylo architectônico é admirável, offerece excelente impressão. O edificio não podia ser melhor subdividido para o fim a que se destina. Com cinco amplos e arejados andares, onde se licalisam 100 aposentos, dispondo de magnificas escadarias de marmore e elevadores electricos, seguros e commodos, o Rio-Palace Hotel é um estabelecimento que nada fica a dever aos congeneres do estrangeiro. Todos os andares dispoem de uma ampla sala de espera que, como os quartos, se acham decorados com o mais apurado gosto. O mobiliário de todas as suas dependências é em peroba, e obedece ao estylo inglez, muito sobrio e elegante. O Rio-Palace Hotel possue também amplas salas de leitura, de visitas, um fumoir, sala de música, barbearia, magnificas banheiras e instalações hygienicas, encontrando-se sobre o seu último andar um "terrasse" de onze se *descortinam os mais lindos panoramas do Rio*. (*Op. Cit.* – itálicos meus).

Espécie de divisor de águas desse tipo de estabelecimento no país, os dois prédios de cinco andares que abrigavam os hotéis Avenida e Rio-Palace, do ponto de vista histórico e cultural, dizem respeito à conformação de atividades sintonizadas com a fixação de costumes e instituições de caráter sobremaneira urbano e de acordo com a ampliação da atmosfera da ocidentalidade burguesa às periferias neo-coloniais, mediante a atuação de elites e segmentos de classes emergentes. Nesse plano propriamente da análise sociológica, o que está em questão são dois traços. De um lado, a incorporação de uma concepção de mundo do tipo de um evolucionismo formal, para o qual seria preciso aos membros dos grupos dominantes portarem os esquemas cognitivos identificados ao paradigma técnico-científico, com a finalidade de concretizar sua inserção na civilização. Fator assim com ampla repercussão sobre a orientação

das suas condutas ancoradas em um ideário moderno. E, ainda, instrumento lógico na particular tessitura da ideologia do progresso empregada nas estratégias de distinção implementadas por facções dos segmentos dominantes e o imaginário de Brasil moderno daí resultante (ver Herschmann e Pereira/1994, pp: 09-42). Por outro lado, mas em mútua referência com o anterior, ganha vigência o aumento da complexidade das relações sociais no país, porque a divisão do trabalho social se redimensiona com o crescimento da diferenciação entre os trabalhos e funções realizadas na área rural daquelas surgidas na cidade, caso das industriais, comerciais e as de serviço. As últimas, aninhadas entre os agentes que compartilhavam do ideário cuja orientação sinaliza às ações para os esforços em torno da tarefa de sintonizar o país com a modernidade européia. Para as representações mobilizadas nas estratégias discursivas tanto se valorizavam quanto defendiam a mudança visando romper com o "passado". A força assumida por este valor conferido à transformação modernizadora, conseqüentemente, tinha suporte na elevação do volume e peso político-econômico – no que tange ao *status* gozado pelos grupos – dos quadros sociais que retiram sua auto-estima e meios de vida da nova condição societária assentada na estrutura urbano-industrial e de serviços, estando esta caracterizada por uma mais densa e intricada rede de meios de produção, modos de orientação e forças produtivas. Ao mesmo tempo, a mesma condição apontava à entrada em cena de novos segmentos de classes e mesmo de classes emergentes, à maneira dos empresários ligados aos ramos hoteleiro e de fornecimento de alimentação e bebidas, e ainda ao de diversão. Sob esse ponto de vista, parece correto afirmar que se o empresariamento e o acenar de uma racionalização burocrática dessas atividades desde logo respondem aos interesses concertados por esses novos agentes que ganham vigor e reivindicam autonomia, igualmente sugerem também novos constrangimentos estruturais responsáveis pela redefinição paulatina do horizonte reconhecido pelas consciências práticas dos diversos agentes sociais na cidade.

Mais ainda. Os desdobramentos nessa redefinição da direção das condutas dos grupos emergentes na cidade, no princípio do século XX, implicaram no fato de que a divisão do trabalho alcançara outro gabarito no âmbito urbano, com largas repercussões para a cidade do Rio de Janeiro neste século. Ou seja, se os ramos de atividades estão sendo especificados entre o setor industrial e do comércio e serviços, alianças começam a se concretizar, por exemplo, em entidades de classe. Assim, inspirada em congêneres francesas, em 1922, ocorre a fundação da Associação Brasileira de Turismo (ABT), com sede na então capital da República. Seu esforço

inicial era o de integrar seja as agências de viagens existentes e os meios de acomodação e transportes com o fim de constituir um quadro de serviços e produtos turísticos[xxxviii], em respostas as necessidades surgidas com as comemorações do primeiro centenário da independência do Brasil – volto a este ponto adiante. Logo em seguida, a ABT passou a chamar Touring Club do Brasil. A instituição desde logo já assume a tarefa de incrementar o setor turístico no país, dando-lhe caráter nacional, isto é, integrar o país também mediante as viagens de cunho turístico, tentando constituir um corpo doutrinário através da publicação da Revista do Turismo, cuja vida durou apenas quatro edições. As iniciativas do Touring se voltaram para o incremento de vários planos, mas sempre primando pelo incentivo ao *ethos* fundando sobre a concepção moderna de devoção ao deslocamento, concretizada no binômio lazer e informação, tendo como base material os transportes individuais ou coletivos de passageiros, sobretudo o automóvel[xxxix]. Suas lideranças terão participação decisiva na elaboração do programa "Era Rodoviária" que marcaria o deflagrar da expansão rodoviária no país, iniciada com a construção da estrada Rio-São Paulo, no governo Washington Luis. A mesma entidade oferece, pioneiramente, aos seus associados, comodidades como bomba privativa de gasolina e as assistências médicas, jurídicas e mecânicas. Calcada nessa estrutura montada, e sob uma perspectiva turística do nacionalismo, já na década dos trinta a entidade lança campanhas para cotidianização do hábito norte-americano do "fim de semana" ("*weekend*") e são organizadas viagens às Cataratas do Iguaçu[xl], a cidade colonial de Ouro Preto e os Cruzeiros Turísticos-Econômicos ao Norte, fretando navios da Lloyd brasileiro, para viabilizar o "autoconhecimento" da nação.

Imbuído do mesmo objetivo, em 1928, o Touring Club assumiu a responsabilidade pela organização do primeiro seminário interestadual com o intuito de formar um consenso em torno dos benefícios que a "indústria do turismo" traria para a economia nacional. Contando com 400 participantes, o principal debate que se travara nessa oportunidade trouxe à cena o confronto entre os ideários de facções distintas do círculo das classes dominantes da sociedade brasileira, expresso, respectivamente, pelas alternativas de modernização da nação. O enfrentamento esteve manifesto no esforço em conceder aos ramos comerciais e de serviços lugar de destaque como gerador de riqueza. A luta simbólica se travou pela conquista da opinião pública, mediante mídias como os jornais e revistas. Vejamos. Em um longo artigo na então jovem revista O Cruzeiro, o na época vice-presidente do Touring Club, Chistovam de Camargo, em meio ao detalhamento das tarefas executadas pela sua entidade na curta existência, até então, faz referência às oportunidades

de desenvolvimento contidas, para ele, no aprofundamento da exploração do que passa a ser classificado como recursos turísticos do país. Pauta sua humorada argumentação na postura de um hipotético turista argentino, que aleatoriamente descobre as "delícias" do Rio de Janeiro[xli]. O texto é sintético do ideário sobre qual projetavam as ações e reivindicações do grupo, como se acentua neste trecho:

> O turismo é a grande indústria moderna. Vão perguntar á Italia o que é o turismo representa para ela. E a França. E a Espanha. Pois, senhores, o turista que vem ao Rio de Janeiro, toma assinatura. Que digam os argentinos.
> (...)
> O apoio oficial ao Touring Club do Brasil impõe-se. O turismo é uma grande industria em muitos paises, em quase todos os paises. Entre nós, pode vir a ser, quiçá, a maior de todas as industriais.
> Vejam o Chile - mantem um departamento oficial de turismo, faz uma propaganda das suas coisas espalha pelo mundo folhetos, cartazes, revistas magnificas, de fazerem água na boca. E mandaram exibir em todos os lados fitas das suas belezas naturais, das suas rodoviais, das suas industriais, do seu progresso.
> Ah, meu Deus! quando compeendermos o gigantesco, incomparável estupendo elemento de expansão que é o cinema, e resolvermos amparar oficialmente a creação do "filme brasileiro"? Propaganda e mais propaganda do pais. Mas a propaganda bem feita, inteligente, sem segunda intenção, sem dar importancia a pistolões para empreguinhos a rapazes simpáticos. Em pouco tempo teremos que duplicar o numero de hoteis. Dinheiro, muito dinheiro para propaganda. Crise não é estorvo. O turismo dá para tudo. (O Cruzeiro/01-01-1931).

A distância da qual nos encontramos, parece que o autor hastiara uma bandeira de metas perseguidas e só recentemente incorporada com maior zelo por autoridades políticas em favor do desenvolvimento turístico no Brasil. Importa notar, no entanto, que o texto deixa identificar o quanto naquele momento já estava definida uma estratégia discursiva e, também, o posicionamento de um segmento da sociedade nacional, sobretudo localizado na então capital federal, a respeito do turismo como uma dimensão a ser efetivada cultural e economicamente. E para atingir tal objetivo, demonstra esse segmento possuir suficiente percepção das combinações que se teriam de realizar, acoplando serviços de natureza empresarial nas áreas de transportes, comunicações, hospedagens, alimentação e diversão. Dentro do mesmo propósito, nos anos trinta, o Touring Club atuara na construção do primeiro terminal rodoviário do país, na região da Praça Mauá no Rio de Janeiro. Área também onde ocorreu a transformação da antiga sede da entidade no primeiro terminal de passageiros para o transporte marítimo. O pier teve sua construção encerrada na década dos cinqüenta. Batizado de Molho Oscar Weinschenck, erguido numa área de 83 metros de largura e 400 metros de cumprimento, dotado da primeira estação de passageiros. Ali, dois amplos salões de espera com acesso a escritório de informações e turismo,

de câmbio, agência de correios e telégrafos, possuindo ainda restaurante, bar, sala de exposição de produtos nacionais e vendas de *souvenires* de motivos folclóricos brasileiros. A iniciativa esteve na contrapartida dos esforços em fixar o Rio de Janeiro como um endereço permanente no roteiro dos grandes transatlânticos. Por outro lado, o início das atividades da Companhia Aérea Rio Grandense (Varig), em 1927, deu o passo marcante no desenvolvimento da aviação civil no país, tendo o poder publico o incentivado com a construção do Aeroporto Santos Dumont, às margens da Baia de Guanabara, no centro do Rio de Janeiro. Dotado a princípio de uma pista de pouso com 1 mil metros de extensão e esta esteve ligada a uma estação para hidroaviões, posteriormente substituída pela estação de passageiros. O aparecimento dos quadrimotores leva à construção de outra pista, a do Galeão, no bairro da Ilha do Governador, visando abrigar os vôos internacionais. Neste intervalo o percurso total das viagens comerciais no Brasil sai de 119.585 km, em 1927, para 6.112.658 km no ano de 1937 e chegando a cifra de 149.575,691 km, em 1957 (Enciclopédia dos Municípios Brasileiros/1960). Todos esses empreendimentos estiveram enladeados aos esforços para a publicização externa das paisagens litorâneas do Rio de Janeiro, ainda na mesma década – ver ilustrações a seguir. A relação que logo aí se estabelece entre desenvolvimento do turismo e expansão dos meios de transportes e comunicação no Brasil confirma a tendência do processo que na modernidade conecta ambos elementos e está na base da formação dos lugares turísticos, já que diz respeito à integração dos recursos paisagísticos à memória mobilizada pelas mídias turísticas.

Porém, no caso brasileiro, sugerimos antes que o diferencial compreende o fato de a formação dos lugares turísticos portar, em meio a outros aspectos, a regular combinação entre civilização moderna e "cultura do povo". Numa combinatória em que os símbolos e práticas dos grupos estigmatizados e das classes subalternas, quando folclorizadas, estão encadeados na extensão do comércio de diversão mas igualmente às estratégias de divulgação de localidades e, ainda, de projetos de afirmação de identidades, inclusos nos esforços de reiteração de hegemonias sociosimbólicas de grupos e classes. É sob tal aspecto que a intervenção das aproximações entre nação e cultura popular e entretenimento-turismo se mostra importante para o nosso estudo sobre o lugar das festas na textura do "destino Brasil". Acredito estar nessa proximidade o *locus* privilegiado para observar as interdependências socioculturais básicas à dinâmica modernizante aqui estudada. Exatamente porque dá acesso a combinatória de circunstâncias em que o popular e o turístico passam a compor um dueto estrutural. E a questão do nacional consiste no termo

PAINEL 16
☐ TURISMO

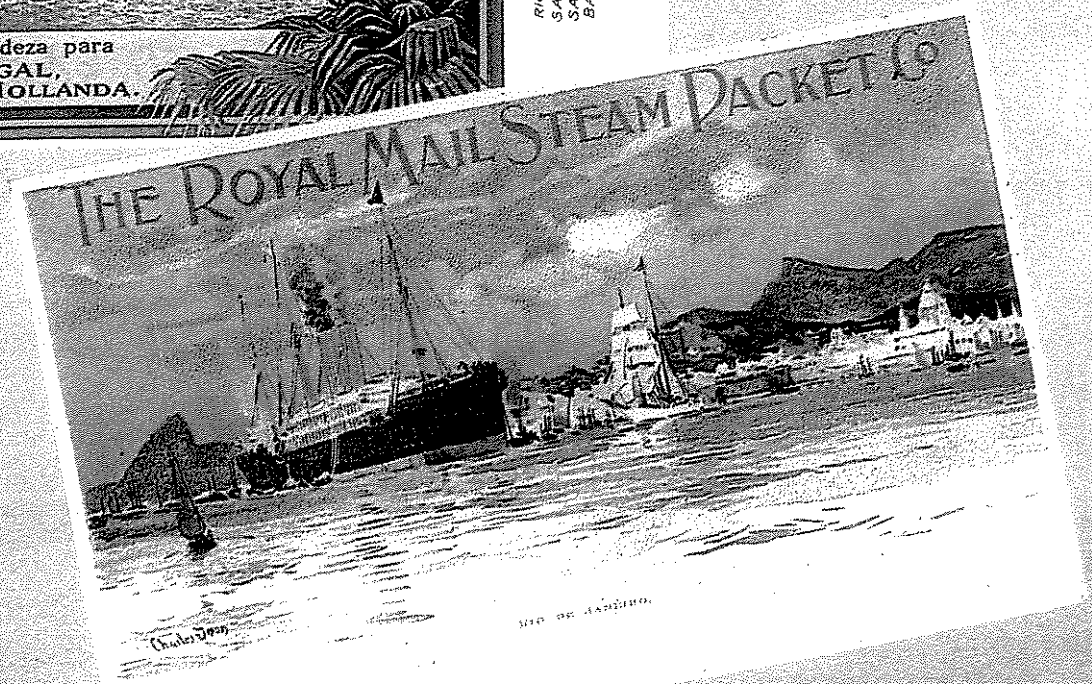




Rio de Janeiro: Conto de fadas. com praias maravilhosas.

PAINEL 17
□ COMPANHIAS MARÍTIMAS





Navios estrangeiros no belo cenário do Rio.

mediador entre um e outro nesta combinatória, embora os últimos venham atuar sensivelmente na demarcação dos contornos daquela.

Cabe qualificar historicamente o debate sobre a nação. Os caminhos dos nacionalismos no Ocidente, desde a metade final do século XIX, deram uma ênfase cada vez maior no componente nacionalista, para o qual a origem comum e o pertencimento e posse de um mesmo patrimônio lingüístico e histórico-cultural marcaram uma guinada rumo à valoração do povo-étnico (ver Hobsbawn/1998, p: 126). E as raízes deste povo foram identificadas nos focos vernaculares, reveladores de uma comunidade originária, alvo das investidas etnográficas dos folcloristas e também dos historiadores da nação. Ao mesmo tempo, como argumenta Gellner, este nacionalismo cada vez mais esteve correlacionado aos ditames do romântico populista defensor do princípio vitalista da ação e da exasperação dos sentimentos autênticos, das emoções, na contraface do que seria expressivo de uma racionalidade (Gellner/2000, pp: 128-30). Os esportes e os rituais de êxtase órfico, como as diversões, entram na cápsula das tradições nacionais e fazem parte do culto pátrio. A associação aludida nos interessa de perto, devido a sugestão sobre a conexão entre nação, cultura popular, sentimentalismo vitalista e entretenimento, porém vou me ater, antes, à questão em torno do povo-étnico. As primeiras décadas deste século, no Brasil, inclui a mesma valoração na discussão em torno da formação da nação. E essa se deparava com os impasses gerados pela modernização da sociedade, pelo viés do industrialismo, e com o redimensionamento da idéia de povo na conformação ente do povo-nação brasileira. A temática em pauta englobava modernidade, modernização, modernismo estético e nacionalismo e ancorava debates de rodas intelectuais e políticas na antiga capital da República (ver Gomes/1999, pp: 27-31), apesar de seu ponto de inflexão ter ocorrido na Semana de 22 em São Paulo, instante deflagrador da proposta artística moderna e nacionalista (Travassos/1997, p: 44). O problema consistia na difícil redefinição da categoria do popular, à medida que, como vimos, a ideologia do nacional vai dela depender para a obtenção de uma imagem homogênea do país, enquanto Estado-nação. Isto considerando, de um lado, a valoração atribuída à ruptura com as idiossincrasias de um passado colonial e, de outro, a identificação de parcelas significativas básicas deste "povo" com esse mesmo passado. Nos círculos intelectuais e políticos ocupados do tema o impasse, na verdade, era contemporâneo da efetivação de grupos de elites comprometidas com o dueto Estado e mercado, forças centrípedas sedimentadas desde o início do século XIX. O debate trazia, portanto, implícito o desenho de um novo arranjo sócio-estrutural, embora não se

tratasse da superação efetiva da heterogeneidade dos elementos oriundos do antigo regime, implicava no aumento das pressões visando ressignificá-los, na medida em que se quer submetê-los aos parâmetros de uma ordem altamente unificada. Vejamos melhor a aparente ambivalência.

Para retomar as indicações de Gellner, na sociedade industrial, a intensificação das transformações no plano produtivo, onde o conhecimento e o domínio da natureza são agora decisivos ao modo de socialidade, tem sua contrapartida seja numa geometria vertical da estratificação social ou na acelaração da comunicação entre os âmbitos cindidos agora em obediência à volatibilidade da aquisição de riqueza. Ao mesmo tempo, o exercício da comunicabilidade eficiente corresponde a imposição de unidade simbólica exigida aos quadros humanos embutidos no contexto nacional e o ingresso em uma nova sistemática cultural, a qual cobra dos símbolos seu deslocamento dos vasos auto-centrados na direção de compor atmosfera cosmopolita de significação, na medida em que uma cultura nacional granjeia o *status* de referente-mor da identidade coletiva da comunidade de sentido instaurada sobre terreno sócio-humano tão heterogêneo. Intelegibilidade e codificação são os dispositivos-chaves desde agora (Gellner/2000, pp: 114-20). Nesses termos, a ascendência no equilíbrio de poder nacional no Brasil das facções urbanas político-econômicas e culturais comprometidas com uma concepção de mundo de interventora e de transformação dos recursos naturais e culturais revelava uma racionalização de ordem mais geral e trazia em seu bojo as bases sociais das modernizações deflagradas em graus e setores diversos. As modernizações continham, entre as suas manifestações, o problema em torno do consentimento em relação ao comando exercido por essas elites sobre o conjunto territorial e simbólico da nação. Em outras palavras, a dominação racional-legal colocava em foco novas modalidades de fidelidade. A temática da cultura e da identidade nacionais são acolhidas como centrais e o nexo Estado e povo-étnico associado ao imperativo da comunicação abrangente passa a deter papel fundamental. A nação passa a constituir o parâmetro à formação de um "eu-nós" suposto na forja de um alinhamento simbólico nacional, referendador das memórias e disposições humanas situadas no território pátrio do Estado brasileiro. Se isto implicava em recorrer a núcleos de consenso herdados do passado colonial, com notáveis apelos sentimentais, na construção dos apelos nacionalistas, tal recorrência não pode ser reconhecida como um mero acoplar de móveis étnico-históricos tradiconais ao projeto nacional modernizante. Talvez seja o caso de considerar como as próprias modernizações encabeçadas pelo encadeamento geracional dessas elites ressou profundamente no

interior de diversas áreas da população nacional, principalmente as assentadas nos maiores centros urbanos, o que viabilizou, posteriormente, uma integração seletiva de símbolos populares no panteão da nação brasileira. Por isso, peço licença para abrir um parêntese e dedicá-lo ao retono mais detalhado à ocasião da Exposição de 1922, em comemoração aos cem anos da independência brasileira, no instante em que dá acesso ao conhecimento das ressonâncias da modernização turística sobre o campo dos símbolos com o avanço da sistemática do lazer e da diversão e do comércio de serviços afins.

Vale recordar, a princípio, que a organização do Touring Club e as inaugurações dos dois mais célebres hotéis na cidade (o Glória e o Copacabana Palace), durante a primeira metade deste século, ocorrem sob a justificativa, a princípio, de atender as demandas provenientes da realização da Exposição de 1922, a qual salta do projeto de pretensões internas para ser a publicização internacional de um "novo país". Nos termos dessa propaganda, há a reacomodação da paisagem continental físico e histórico-cultural brasileira, agora retomada como um terreno prenhe de recursos que apontariam ao futuro promissor da jovem pátria. É em tal situação que os símbolos e práticas culturais "nativas" identificadas ao homem comum (do "povo brasileiro") aparecem como representações da nação, parte do acervo da cultura nacional. O mais interessante é o fato de a exposição ter consistido em um laboratório à elaboração da fórmula almagamando traços da cultura popular, a imagem turística do país e entretenimento, já que folclore e paisagem tropical foram ressaltadas como símbolos nacionais, em forma de peças a serem contempladas como espetáculos cívicos e turísticos. Por outro lado, o evento no Rio de Janeiro detém a peculiaridade de deixar transparecer a situação na qual a questão da combinatória dos valores da nação e do sentimento de pertencimento do povo, no século XX, mostra-se projetada no terreno cada vez mais virulento das sociabilidades constituído pelo lazer e diversão das massas populares urbanas. Esta ia conjugando música, dança, brilho, excitação e negócios. No contexto que se delineia, ordenamento político-jurídico central, nação, símbolos identificados às camadas sociais subalternas e os aportes técnicos da cultura popular de massa estão decisivamente cada vez mais associadas à intervenção do poder público na configuração das sociedades nacionais. Contando para isso com a associação dos dispositivos técnicos-mecânicos de reprodução dos símbolos à extensão crescente dos fulcros onde se vão incorporar às sociabilidades do lazer os símbolos revestidos pela conotação de excitantes de energias coletivas autênticas, instantâneas. E isto nos traz de volta a associação entre nação, cultura popular, vitalismo e entretenimento descrita acima,

porque, em termos da sociedade nacional brasileira, a mesma fórmula vai oferecer os contornos da imagem da nação, ao longo deste século. Quer dizer, paisagens de natureza idílica coparticipam do mesmo ajuste entre religiosidade e festas populares caracterizadas pelo ludismo barroco e áreas edificadas datadas do período colonial (enobrecidas como patrimônios históricos nacional e da "humanidade") e a sensualidade. Além dos significados que realçam a espontânea criatividade do povo nacional e das diversas regiões, aliando exótico e pitoresco (comidas, bebidas, artesanato e hábitos como as danças, os ritmos musicais e as brincadeiras). Após o desengate em relação aos aportes intrínsecamente político-estatais tal alquimia simbólica será fundamental na composição da imagem turística brasileira, ao lado da montagem da infraestrutura de serviços, à concepção e ao planejamento, às estratégias de *marketing*, de administração e de publicização dos produtos turísticos brasileiros, tanto para o consumidor doméstico quanto para os visitantes de outros quadrantes do planeta.

A noção de popular guardará, às ulteriores metamorfoses e apropriações, tanto o embasamento étnico quanto as implicações do discurso raciológico, folclorizante e mesmo certo exotismo, ambas impunham, em consonância com as contingências geográficas, às populações negras e indígenas e às mestiças (e seus ambientes e produtos), identificadas ao popular-nacional, o caráter de alteridade à civilização ocidental moderna, ora tendendo ver na diversidade a desigualdade ora ressaltando-lhe a autenticidade, o apego à tradição ou a espontaneidade, sobretudo folclorizando-as. Portanto a realização da Exposição da Independência tem crucial importância aos objetivos deste estudo. Em razão de que, retrospectivamente, a partir dela se projetou à solidificação do nexo entre entretenimento e cultura popular no país. Numa breve síntese podemos descortinar a projeção aludida. Com o advento da ditadura de Vargas, adiantam-se os esforços do Estado nacional em assegurar o monopólio do sentido legítimo, cercando-se inclusive das vantagens que o impulso dado ao desenvolvimento da indústria da cultura e da comunicação social ampliada no Brasil passara a oferecer. Neste contexto a emergência do nacional-popular brasileiro terá o conteúdo de símbolos de apelo amplo e prosaico – samba, futebol, carnaval, baianas, mulatas e malandros, bananas e palmeiras, sol, praias e candomblé. O mais marcante está na simbiose realizada a partir das motivações políticas e ideológicas sob inspiração do populismo, na contrapartida da tão heterogênea quanto assimétrica e hierarquizante "aliança de classes" que dá sustenção ao projeto de um Estado nacionalista naquele período (ver Ianni/1991, pp:121-62), com símbolos associados às práticas lúdicas das

populações urbanas e rurais, com primazia daqueles identificados com os segmentos subalternos, de forte vinculação identitária étnica. A metamorfose desses símbolos em bens raros, ao serem transportados para o círculo das mercadorias culturais e quando conectados à linguagem dos mídias audio e audiovisuais de massa, dar-se-á na esteira da expansão mesma da industrialização do simbólico e da demarcação do zoneamento territorial do lazer e da diversão no país. Por outro lado, serão os mesmos símbolos veiculados publicitariamente como expressão do país tropical, no instante em que as políticas públicas inserem a atividade turística no cômputo do produto e da receita nacionais, a partir da fundação do Departamento de Turismo da Capital Federal, em 1933. Mediatizados pelo cinema, pela imprensa, pela indústria fonográfica, depois pela TV e a publicidade (turística ou não), os símbolos são incluídos e perfazem o fluxo mundial crescente de informações e imagens, cujos suportes físicos e materiais se vão estilizando no compasso da fixação de calendários e roteiros turísticos e de diversão de alcance globalizado. Ao mesmo tempo, passam a fazer parte de um memória da cultura popular de massa, translocalizada e mesmo transnacional.

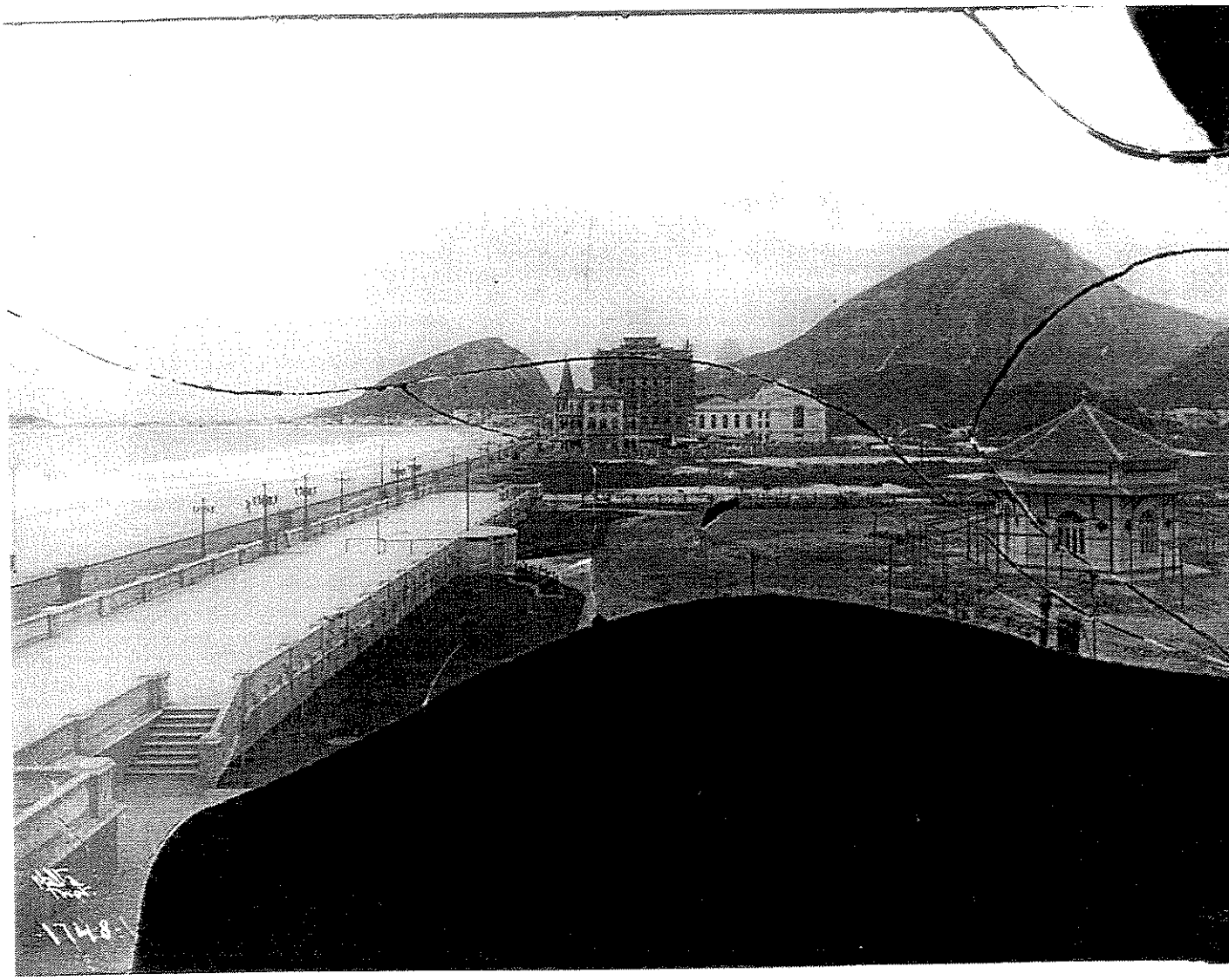
Por isso considero a Exposição Internacional de 1922 como espécie de laboratório socio-histórico onde de modo seminal se conduziu a alquimia entre modalidades das práticas significantes folclorizadas das populações subalternas, imagem da nação e campo do entretenimento e turismo. A mesma intuição demanda traduzí-la em uma inferência que preencha requisitos formais. Nesse sentido, atenho-me ao trânsito entre cultura popular e entretenimento, justamente fazendo uma breve avaliação histórica da natureza de eventos como a Exposição da Independência. Mostram Stallybrass e White que exposições e outros eventos desse gênero guardam vestígios da itinerância e informalidade das feiras populares do medievo europeu, nas quais estavam misturados fins diversos (comércio, diversão, etc). Os autores alertam, porém, que tal resgate ocorre a partir de uma contradição, diria, sugestiva. Afinal, se as feiras universais tornam-se elementos didáticos e que celebram o ímpeto revolucionário das novidades, em meio a atmosfera da modernidade industrial, igualmente, tratam-se daqueles espaços que ambientaram a articulação turística entre as lógicas do espetáculo (diversão, profissionalização e mercantilização), simulação e negócios – todos atrelados à promessa de um deslocamento virtual na realidade fabricada pela técnica – com as pluralidades étnicas e culturais (Stallybrass e White/1988 e Costa/1995). O que nos interessa é o enlaçamento subjacente a tais eventos, abarcando sistema cultura e de diversão, zoneamento do lazer e formações subjetivas propensas a

demanda por emoções autênticas. As feiras e exposições correspondiam a fóruns de diversão abertos à satisfação dessas demandas, dando visibilidade à exposição pública dos afetos. São essas as condições à recuperação de móveis sócio-simbólicos identificados a heterogeneidades étnicas e históricas, estranhas e exóticas em relação à cosmologia da modernidade. Os exercícios de resgate de alteridades já realizados pelos folcloristas ou pelo imaginário de transgressão da boêmia (absorvido pelos grupos artísticos e intelectuais), passam a ostentar o caráter de uma conduta institucionalmente regulada e compartilhada pelas classes médias urbanas da era industrial. Os móveis ecológicos e simbólicos ganham nos espaços dos "descontroles controlados" espécie de "áura", ao serem recobertos por uma camada semântica não apenas culturalista mas igualmente estetizante. Enfim são reconhecidos enquanto potencializadores de emoção verdadeira, estando na contramão da artificialidade proporcinada pela técnica. Portanto, a justificativa pelo interesse no acontecimento de 1922 decorre da natureza mesma do acontecimento, ou seja, natureza de megaevento, possível a partir da teia de complementaridades que o define como uma grande feira de imagens variadas, girando em torno da promessa do passatempo com decisiva participação das idiossincrasias socioculturais populares. E ainda, a realização da Exposição da Independência exultou a primeira iniciativa de articulação das atividades no campo do entretenimento no Brasil, para qual a atuação do Touring Club se mostrou básica à interligação entre os diversos ramos da atividade turística e de diversão, conectando serviços de hospedagem, transportes, alimentação e de passatempo. Ao nele imbricarem-se os tema do nacional e da diversão das massas, já embutidas aí as conformações tomadas pelos símbolos aninhados nos segmentos sociais subalternos, faz do evento no Rio de Janeiro sugestivo.

Como revela Mônica Pimenta Velloso, neste período ganham notoriedade discursos sobre a cidade do Rio de Janeiro a representando como impregnada por uma lúbrica atmosfera irreverente de indolência, hedonismo e sensualidade, enfim, de festa; na contrapartida, São Paulo é evocada como a sede do trabalho e capital movida por um espírito bandeirante, disciplinado, empreendedor e produtivista (ver Velloso/1996, pp:14-5). A leitura desses textos assumiria diferentes versões, dependendo de quem os enuncia. Sem dúvida, os discursos davam expressão a batalha travada, então, entre as duas cidades pela hegemonia política, cultural e socioeconômica do país. Mas não penso que se trata apenas de um embate motivado, do ponto de vista carioca, pela característica de uma intelectualidade imersa na máquina do Estado nacional. Sobretudo vejo

duas angulações distintas para o ideal de moderniade e repercutindo em dois diferentes projetos modernizantes, condicionados respectivamente por ambas experiências urbanas. Se em São Paulo já estavam lançadas as bases do industrialismo, concatenando capitais e recursos humanos no empenho de instalar um parque industrial e formar um mercado nacional; no Rio de Janeiro a posição hegemônica assumida pela natureza mercantil, imobiliária e financeira nas relações socioeconômicas irá fixar-se sobre o eixo da especulação e do comércio de imagens, sob a perspectiva de explorar os patrimônios naturais e culturais da nação. O projeto e as iniciativas do Touring Club estão diretamente relacionadas a essa base social.

A título de ilustração e canal para o desenvolvimento do meu argumento, tomo aquele que percorreu boa parte deste século como o ícone do empresariamento turístico no Brasil, o Hotel Copacabana Palace. Também erguido na ocasião da Exposição de 1922, tal qual o seu congênere e durante muito tempo rival em prestígio, o Hotel Glória, a construção do Copacabana Palace é produto da urbanização deflagrada tanto pela integração rodoviária da cidade, iniciada com a inauguração da Avenida Central, graças a construção da Avenida Viera Souto, quanto pela especulação imobiliária que acompanhou o deslocamento das funções de habitação das classes abastardas para a orla sul – ver reprodução a seguir. Situação que incentivou a expansão ali de um sofisticado comércio de prestação de serviços de diversão e do fornecimento de bebidas e alimentação prontas e contribui à sua valorização nacional e mesmo internacional, enobrecendo o bairro. O autor da idéia de construção do hotel e primeiro proprietário, Arnaldo Guinle, descende de uma família entre as muitas de imigrantes franceses chegadas à cidade na metade do século XIX, cuja influência fora sensível ao desenvolvimento do comércio de artigos de luxo e dos serviços de alimentação e hospedagem (Carelli/1994, pp: 128-31). A família Guinle enriqueceu com a exportação do café (chegando a arrendar o porto de Santos), fortuna que permitiu a Arnaldo a iniciativas de mecenatos a práticas artísticas populares e de pesquisa sobre o acervo cultural do país. Seu lance mais significativo terá sido o financiamento da viagem do grupo musical popular Oito Batutas a Paris, em 1922. Ora a presença desse grupo carioca na capital francesa compreende um dos marcos à construção da imagem turística brasileira, já acoplando cultura popular e entretenimento. Não quero introduzir a atitude do empresário, por isso, dentro de uma estratégia racionalmente elaborada para explorar a cultura popular com a finalidade de beneficiar suas empreitas comerciais. Antes, quero propor que ela corresponde a etapas de um imbricamento, comprometendo sítios, componentes simbólicos guardados pelas



classes subalternas, interesses de grupos dominantes e escolhas individuais várias; todos entretidos no movimento de modernização turística. Retomo a compreensão Miroslav Hroch, no instante em que o historiador contra perspectivas com prioridades unilaterais, argumenta que as nações envolvem nas suas construções também movimentos e agentes não diretamente internos a um plano politicamente conduzido e obedecendo a diretrizes econômicas do capitalismo, mas implicam mobilizações e combinatórias históricas distintas de fatores igualmente diversos (Hroch/2000, pp: 85-9). Diria, portanto, que a formação da nação brasileira, naquele estágio, sem dúvida, desempenha um papel básico à galvanização de grupos e classes, repercutindo como demiurgo mítico (o solo comum) e axial (a comunidade de sentido) dos elementos engatados na institucionalização dos valores da brasilidade, para o qual a questão da nacionalidade está engatada no contexto mítico da nação como território exuberante e povo culturalmente singular, e tem impacto sobre a coligação do ideário de Brasil com a sistemática cultural e de diversão. Fundamentada sobre o alicerce dessa aliança social, a instituição do entretenimento-turismo atuará na estrutura e estratificação de agências e grupos, na medida em que se rebate sobre a classificação dos móveis étnico-históricos e seus agentes, mas igualmente pode ser fator de recriação dos últimos. Compondo, enfim, um dos dispositivos com efeito sobre a formação da nação brasileira.

Uma vez mais a Exposição de 1922 é elucidativa, quando recupero o tema do espaço. Ora o engate entre o popular e o turístico no país mostra-se desde já indissociável da maneira mesma como o folclórico e o nacional estiveram combinados no tema da modernização da sociedade. Mas também observando esta última à medida que se verifica a reconsideração da narrativa nacional, por parte de faixas distintas das classes dominantes e suas elites culturais, políticas e econômicas, reconsideração com ingerência sobre a idéia mesma dos recursos típicos brasileiros, sejam os naturais ou os culturais. Nesse sentido, vale a pena lembrar que o ufanismo defendido pelos intelectuais afinados com as diretrizes do pensamento positivista, desde o final do século XIX, pactuará, doravante, com os desdobramentos da ênfase posta inicialmente no "tipo brasileiro" pelos adeptos no país da escola histórica alemã, situados no Instituto Histórico Geográfico Nacional. Já enunciado por Afonso Celso, no livro *Por que meuUfano do Meu País*, lançado em 1900, o subextrato de um e outro imaginário facultará a imagem de uma particular civilização, tendo na unidade territorial e racial seus fundamentos e caracterizada pela valorização de predicados como a grandeza do idílico torrão pátrio, a hospitalidade e senso de

ordem do povo, além da sua afeição à tolerância, doçura e desinteresse, entre outros (Chaui/2000, pp: 52-3). Deste modo, dois aspectos sobressaem na realização da Exposição e dizem respeito, respectivamente, ao enlace entre paisagem física e símbolos e práticas identificadas à categoria popular, na composição da sociedade-nação com a modernidade e às maneiras distintas, embora mutuamente relacionadas, de modernização (industrial e turística). É preciso conferir teor histórico à minha proposição. As notícias de jornais e revistas da época indicam que o local escolhido para o evento foi a área então ocupada pelo Morro do Castelo no Rio de Janeiro. Após a obra de devastação, o maciço montanhoso deu lugar à esplanada (também chamada de Castelo), onde foram erguidos 28 pavilhões *art-noveau*[xlii], abrigando as comitivas das nações convidadas e restaurantes. Também cervejarias, bares, sorveterias e confeitarias, além dos *stands* contendo as novidades industriais das diversas empresas. Contando ainda com um grande parque de diversões e uma arena para touradas, recebendo nos doze meses em que se estendeu mais de quatro milhões de visitantes. Contudo a espacialização do evento é emblemática. Porque apesar de organizada no rastro das suas congêneres já realizadas, desde o século anterior, na Europa e na América do Norte e mesmo a de 1908 no próprio Rio de Janeiro, a Exposição esteve naquela ocasião aliada às iniciativas de planejamento e jardinagem do espaço urbano carioca, dando ênfase às idiossincrasias do relevo local (mar e montanha). Assim, embora estivessem presentes em alguns dos pavilhões os signos que davam concretude à ideologia do progresso industrial, o grande destaque era o cenário preparado, às margens da Baía de Guanabara, tendo ao fundo o Pão de Açúcar (gozando já de alguma fama internacional, por obra dos viajantes desde o século XIX e pela inauguração do teleférico no ano de 1912), a recém-construída Avenida em formato de *boulevard* Beira-Mar, o "moderno" Hotel Glória, o Palácio Monroe e a Igreja de Nossa Senhora do Outeiro da Glória. Em consonância ao mesmo critério, selecionadas, as peculiaridades culturais e lúdicas locais e nacionais, igualmente, foram encaminhadas ao pólo de diversão da Exposição. A convite do pianista e compositor Eduardo Souto, nas instalações de bares e restaurantes, ali se apresenta como grande atração a combinação do maxixe com o jazz proposta pelo mesmo e famoso grupo de música popular de ascendência afro-brasileira Oito Batutas, composto entre outros, por Pixiguinha. Mistura artístico-cultural com entrada no circuito mundano do entretenimento e das reproduções da audialidade musical – a circunstância dessa apresentação, aliás, é singular por ser a primeira transmissão de rádio no país (Cabral/1997, p:88). Na composição desses traços simbólicos e materiais ganha plasticidade a aquarela

brasileira; de um país-nação exuberante em sua tropicalidade telúrica e continental; moderna e tradicional; civilizada mas prenhe de natureza.

Aquarela brasileira, já insinuada na comemoração dos 100 anos da independência nacional, em breve obtém contornos mais nítidos. No limiar da década dos anos trinta várias publicações jornalísticas começam a exibir insistemente fotos e ilustrações de cenários tropicais cariocas e os evocarem como imagens positivas de um país jovem, belo, alegre e sensual. Por exemplo, ao lado de uma figuração na qual uma mulher elegantemente vestida delicia-se entre palmeiras e outras frondosas árvores, posta-se um longo artigo intitulado "Rio: Cidade de Turismo", defendendo de modo contundente a vocação, agora "óbvia", da capital federal para a função turística. O redator para isto congrega o que considera lhes são os atributos "essenciais", e agrega aí os festejos carnavalescos:

> Que o Rio de Janeiro reune todas as condições naturais que são o requisito essencial de um centro de turismo, ni nguém constesta. Nenhuma cidade do mundo reune mais extraordinários panoramas. O Rio é a civilisação entre florestas; e a praia entre montanhas, é a cidade que deslumbrou Kippling. Mas estamos longe imensamente longe dos reservatorios do turismo. Em pouco mais de vinte e quatro horas, o inglês transporta-se dos negócios de Londres ao resplendor da Riviera. Em dois dias, a Europa pode ser atravessada no Orient-Express desde Paris a Napoles, a Atenas, a Constantinopla. O Egito é um subúrbio da Europa, como a Argelia, como o Marrocos. Em sete dias, os transatlanticos levam o americano de Nova York a Londres, a Paris ou a Berlim. As fascinações tropicais do Rio de Janeiro sofrem concorrência de cidades e de regiões mais acessiveis ao turista, mais preparadas na ciencia de atrair, e cujos gozos de arte e paisagem se podem obter sem os dispendios de uma longa viagem de doze e quinze dias. Esperamos pela era próxima dos transportes aéreos, dos dirigíveis e dos dox gigantes, que acabarão por integrar o Rio de Janeiro na órbita das excursões Cook e por oferecer aos turistas o *carnaval carioca* como hoje lhes oferece o sol da meia-noite, as ruinas de Pompéia e as pirâmides do Egito.
> Enquanto não pudermos aspirar á hospedagem dos frequentadores das montanhas suissas, dos lagos italianos, dos "cabarets" de Montmartre e da Feira de Sevilha, contentemo-nos em oferecer aos nossos vizinhos da Argentina e Uruguai o mais proximo, o mais belo, o mais fascinante paraiso do turismo sul-americano, o mais suave e luminoso inverno do planeta. (...) Enquanto, porém, a Quinta Avenida não se habituar a freqüentar a Avenida Atlântica e o Golf-Club, congregamos todos os nossos esforços para tornar agradavel aos nossos vizinhos do Prata a vilegiatura anual á margem da Guanabara. O que se espera para *fazer de Copacabana o bairro de prazer e luxo da América do Sul*? (O Cruzeiro/01-08-1931 – itálicos meus).

Como no texto transcrito antes, uma vez mais os vizinhos argentinos são chamados para afiançar o talento turístico do Rio de Janeiro mas agora é notória a insatisfação com os limites estabelecidos até aquele momento para os mesmos serviços na cidade, pois se quer galgar um outro patamar, ou seja, participar do filão dos grandes consumidores do produto turistíco. Produto este que além da já conhecida ênfase nos recursos naturais cariocas agrega desde já um novo

ingrediente, a festa carnavalesca. O conteúdo informativo da redação é o anteverso doutrinário de um movimento já em progressão, a ser observado sob um duplo aspecto: a planificação urbana (paisagismo) e a incorporação do colorido da festa ao mapa turístico da cidade. Passo a verificar ambos, separadamente.

Em relação ao primeiro aspecto, a já referida reforma urbana de Pereira Passos lançou bases para a integração do zoneamento da cidade por dispositivos viários e também à intervenção de determinadas áreas visando um tratamento paisagístico. Na pesquisa dos atos realizados pelo executivo local na época, no que concerne as obras de infra-estrutura, além das melhorias e embelezamentos (Reis/1977, pp:15-73), e, ainda, tendo em conta o deslocamento de interesse do capital imobiliário para as regiões litorâneas, onde se concentravam as moradias das classes sociais endinheiradas, percebe-se o tratando diferenciado conferido à Zona Sul nas políticas públicas de urbanização e abertura de avenidas (como a Atlântica e a Viera Souto, por exemplo). Será na metade final da década de vinte, na administração do prefeito Antônio Prado Júnior, o momento de deslanche de um projeto mais audacioso de remodelação e reforma urbana. São então chamados para compor a equipe de planejamento os arquitetos, urbanistas e engenheiros franceses, sob a liderança de Alfred Agache (na época, secretário geral da Sociedade Francesa de Urbanistas), Eugene de Groer, W. Planchon e A. Dufieux. Era a primeira iniciativa sistemática de aplicação no país da ciência do urbanismo, objetivando melhorar a edificação, a circulação e os descongestionamentos das vias públicas. Acoplava-se, ainda, o interesse de embelezar a paisagem urbana, recorrendo a um estudo criterioso das geografia e topografia. O projeto elaborado teve por baliza a noção organicista de "cidade jardim", para o qual a racionalização do espaço consistiria na síntese entre a distribuição goemetricamente regular das edificações e a valorização estética dos prédios e seu entorno mediante uma programação visual que permitisse harmonia de proporções, além da observância da relação entre utilidade e funcionalidade. No caso do Rio de Janeiro, o projeto mais uma vez está voltado para a área central, a da Esplanada do Castelo, onde seria erguida a ampla avenida ladeada pelas construções imponentes a serem ocupadas pelos ministérios da república. Mas a faixa litôrânea sul é o espaço priorizado. Aí o desenho do esquema das artérias para o trânsito de veículos obedeceu ao imperativo geométrico, porém esteve relacionado também à valorização do cenário de mar e montanha, pois "Deante dos atractivos do Rio, a obra do homem é, alias, de uma importância relativa. Cidade moderna, seria lamentavelmente vulgar, se a extremidade de cada rua não ostentasse o azul magnífico do mar ou a

luxuriante verdura da matta e se o relevo desegual do sólo não contrariasse o aspecto entrelaçado das artérias." (Agache/1930, p:84). Da mesma maneira, o projeto exalta o fato do verão em Copacabana ser uma "festa" para os sentidos e já ser visível nela a importância que assumiria para o turismo da cidade, sobretudo com a construção do Hotel Copacabana Pallace, que ajudou a tornar sua praia a mais freqüentada e fez do bairro o "*rendez-vous* elegante da sociedade fluminense (...)." Exatamente olhando para o futuro e de posse do mapeamento dos recursos cariocas, que o autor do projeto assegura a "vocação" turística do Rio de Janeiro:

> É se á fascinação do sitio, á immensidade do oceano de verdes vagas, ao encantamento da bahia resplandecente de luz, acervo surprehendente de uma vegetação exuberante, se acrescentar que, depois do embelezamento e do saneamento das ruas, a cidade ficou sendo, entre todas as regiões tropicias, aquela em que o homem branco pode mais facilmente aclimar-se, e onde é acolhido por um povo amavel e hospitaleiro entre todos, comprehende-se que esse adorável jardim, que é a capital do Brasil, o rio, esplendido scenário de sonho, se torne cada vez mais um grande centro do turismo mundial, a melhor estação de inverno para os que desejem escapar à banalidade de thermas ou das praias em voga e abandonar-se, ao mesmo tempo, a esse repouso unico que offerecem os dias de travessia sobre as calmas ondas do Oceano. (*Op. cit.*).

Embora a conjuntura resultante das descontinuidades políticas instauradas com a Revolução de Trinta, a publicação desse documento ocorre quando obras norteadas pelo projeto já haviam sido postas em execução e algumas das propostas ganhavam concretude, ainda que seu autor não estivesse mais na condução (Reis/*Op. cit.*, pp:89-103). Interessa-nos as obras relativas a Copacabana, pois na década de trinta as revistas de maior circulação chamavam atenção à paisagem do bairro como um *locus* para o consumo visual de nativos e turistas. Os títulos das reportagens são reveladores, como este da Ilustração Brasileira de 1937: "Copacabana: Paraiso do Verão". O texto ressalta a beleza da fimbria de áreia clara pressionada que "scintilla ao sol entre a imensidão do mar azul a fitta negra do asphalto.", tendo ao fundo os arrancha-céus ocupados por residências e hotéis e, no verão, era possuida por uma "avalanche humana". O cenário turístico da cidade começa a obter efetividade em respostas às pressões dos setores que dele angariam prestígio e poder político e econômico. Por isso o mesmo projeto urbanístico reconhece na favela uma nódua nesse mapa esplendido de sol e mar, indicando a necessidade de eliminá-las. Decididamente, trata-se de um dos lances na tensão entre pobreza/marginalidade e glamour turístico no Rio de Janeiro, em meio ao confronto entre classes populares e segmentos dominantes, fermentado desde o limiar do regime republicano (Zaluar e Alvito/1998, pp: 10-2 e Valladares/2000, pp: 16-8). Contudo essa tensão é peculiar desde já. Pois à imagem da nação do

vasto continente tropical brasileiro, vimos, cada vez mais está intrínseca aos símbolos identificados às faixas subalternas da população, do "povo". E a festa popular por excelência, o carnaval, também já despontava como um dos focos centrais desta imagem. Logo não poderia ser despresada na programação turística da paisagem urbana. O dado curioso é a característica de enfrentamento e complementaridade instaurada com a aliança interclasses forjada na cidade, durante este século, em torno da ascendência da economia do lúdico, parametrada pela destacado papel desempenhado pelo carnaval. Doravante procuro deslindadr o agrilhoamento referido. Vou tomar a década de trinta como ponto de partida analítico; já nesse período, mercado e estado aparecem comprometidos com um projeto turístico para o Rio de Janeiro.

Assim em 1932, atuando junto ao Departamento de Turismo do então Distrito Federal, os agentes reunidos no Touring Club tomaram como chave à atração de turistas estrangeiros ao país o Carnaval da cidade, ao lado de segmentos da geografia local já trabalhada para fins de paisagismo no plano diretor urbanístico. Para tanto se fez fundamental a apropriação realizada pelo Estado nacional dos festejos, no início da década dos trinta, a qual ocorreu justamente tanto pela inserção ao patrimônio simbólico da nação quanto pelo reconhecimento turístico da folia. A partir desta dupla recategorização, as iniciativas incitam a transformação das brincadeiras em eventos voltados à promoção da imagem da cidade. As lembranças da cronista Eneida de Moraes são elucidativas: "Em 1932, o Touring Club do Brasil juntava-se à Comissão de Turismo da Prefeitura e promoviam o carnaval de rua. Houve concursos de músicas carnavalescas, 'dia dos blocos', corso na Avenida Atlântica, batalhas de confete e inclusive o primeiro baile do Municipal. A Comissão de Turismo mandava pelo navio "L' Atlantique", para a França, quinhentos mil cartazes fazendo a propaganda do carnaval de 1933." (Moraes/, p:231). Por que o Carnaval se revela como este novo recurso à promoção turística do Rio de Janeiro? Dois termos convergem à compreensão da priorização desta festa. E ambos ressoam diretamente no engate entre os condicionantes do mercado e das incursões do poder estatal no zoneamento de um espaço consagrado ao lazer. Contudo o mesmo condicionamento, em relação ao carnaval, esteve conectado às transformações agudas na concepção da brincadeira, deslocando-a para o interior do espaço da diversão laica e controlada por especialistas culturais. O primeiro aspecto diz respeito à adequação dos elementos e recursos à modalidade de hegemonia sociocultural que se ia estabelecendo na cidade, e no país. E para identificar os critérios dessa adequação, o segundo aspecto da análise corresponde a que necessariamente haja o reconhecimento do conjunto de fatores intrínsecos à reacomodação da festa no conjunto urbano. Para os fins perseguidos nesta pesquisa me ocuparei apenas de dois

componentes ligados ao entretenimento. Chamo atenção ao fato de que à folia na área central da cidade são embutidos outros aportes de comercialização, os quais lhe irão render fundamentos à sua consagração como espaço capacitado a conferir publicidade a imagens, selecionadas de acordo com o critério da diversão das massas. Falo da introdução das companhias de cerveja, como a Brahma, e do crescente interesse dos hotéis localizados na então Avenida Central (e em suas imediações) para com a festa. Vejamos.

Inaugurada em 1888, pelo engenheiro suíço radicado no Brasil Joseph Villiger, aparece a Manufactura de Cerveja Brahma, Villiger & Cia. Logo em seguida, o suíço vendeu a companhia ao alemão Georg Maschke. Pelas mãos do novo proprietário, é ampliada a fábrica situada no centro da cidade, à Rua Visconde de Sapucaí. Com apoio de um novo sócio, o bem sucedido dono do restaurante Spatenbraü, no Largo do Rossio (hoje, Praça Tiradentes), o também alemão John Baptist Friederizi, o negócio se expande com a introdução de um gerador de gelo e à inclusão dos tanques de fermentação a vácuo, um e outro importados dos Estados Unidos. Já em 1897, com vista a incrementar a publicidade da cervejaria, é arrendado na região do Passeio Público um grande bar e restaurante. Ao lado disso, mas obediente ao mesmo ímpeto de expansão do negócio, iniciam-se então as exportações da bebida para outras regiões do país. Consolidada como uma importante organização empresarial, nas décadas iniciais do século XX, a Brahma estende seu patrimônio, aumentando o número de fábricas e dando implemento a uma agressiva política de aquisições de outras empresas do ramo, além de diversificar os produtos identificados por sua marca. Isto é, aos tipos de cerveja somam-se os refrigerantes, como o guaraná, a água tônica e outros (Fonte: Brahma/1951). Nesse período, a cervejaria Brahma começa a compor a cena festiva, na qual o consumo de bebidas e o sentido da situação carnavalesca estão implicados numa identificação, aproximados pela mútua referência aduzida do ideário em torno da alegria e da diversão. Através de leques, máscaras e outros adereços – ver ilustrações a seguir – a marca da companhia populariza significados de um imaginário sobre esta bebida, propalando-a na imagem do elixir da diversão e da sociabilidade excitante. Algo sugerido em canções como a seguinte composição do célebre Ari Barroso, gravada em 1935, com vista ao período da folia: "O Brahma Chope em garrafa/ Querido em todo Brasil/ Corre longe, a banca abafa/ É igualzinho ao de barril/ Chope em garrafa/ Tem justa fama/ É o mesmo Chope/ Chope da Brahma/ Quando o tempo desabafa/ É a Brahma Chope gelado/ De barril ou garrafa/ Desde maio até janeiro/ E de fevereiro a abril/ Chope da Brahma é o primeiro/ De garrafa ou barril/ Quem ao contrário proclama/ Diz uma coisa imbecil/ Inveja do Brahma Chope/ De garrafa e barril". É fundamental compreender a presença das respectivas marcas


BRAHMA
IMA
Cervejas da Brahma


BRAHMA

BRIEFRAUM
BERLIN


Bebam
FIDALGA
CERVEJA DA BRAHMA

e produtos como esses nas emissoras de rádio, por exemplo, na base de sustentação publicitária de muitos programas de auditório dedicados à promoção da música de carnaval, nas décadas de trinta e imediatamente seguintes. O procedimento do patrocínio fora mister para que a realização de outros eventos ampliassem o cenário da festa, congregando seletivamente a multiplicidade cultural e humana cariocas, até brasileiras. Os concursos de música carnavalescas, a eleição ou a promoção das disputas entre agremiações (blocos, escolas de samba, entre outras) estiveram (e estão!) no bojo das circunstâncias garantidas, em parte, pelo apoio econômico das empresas de bebidas.

Na trilha dos intercruzamentos afins, já na segunda metade da década dos dez, anúncios aparecem em jornais, ofertando conforto, segurança e comodidade aos potenciais clientes que se hospedassem em suas dependências para assistir das sacadas do prédio do hotel Rio-Palace a alegria das multidões. O próprio Hotel Avenida, em 1925, oferece suas instalações às brincadeiras momescas: "A nota chic deste anno vae ser a inauguração (provisoria) das terraces do Hotel Avenida com annexo salão de honra adaptado para dancing com uma série de festas ininterruptas – commodidades e conforto para exmas. familias – não é necessário traje de rigor." Eneida de Moraes (*Op. cit.*), em seu estudo sobre a memória do Carnaval carioca, assinala que os bailes de máscaras carnavalescas foram introduzidas na cidade em um hotel, o Itália, ainda na primeira metade do século XIX. A socióloga Maria Isaura de Queiroz (1992) reconhece nesse episódio o despontar do aburguesamento da folia no país. É certo assim que os hotéis se destacaram como elementos de mediação transculturais, em meio à rede societal alongada que se ia tecendo. A dinâmica imprimida advém da percepção dos dirigentes dos hotéis, ao longo deste século, à sensível importância da festa carnavalesca como motor capaz de mobilizar interesses de turistas. O que os levou a organizar concursos de fantasias de luxo em suas dependências, como aquele realizado no Hotel Glória, ou os bailes, tal qual aquele promovido pelo Copacabana Palace, aludido no início deste capítulo. O realmente decisivo consiste no significado das intervenções na festa, ou seja, o papel deflagrador de eventos que os hotéis desempenharam, redimensionando o perfil da folia. Capacitaram a inclusão de novas funções, concertando um quadro heterogêneo de agentes. Basicamente atraíram músicos,cantores ou de outros personagens paulatinamente celebrados como nodais à tradição carnavalesca da cidade – os desfilantes de fantasias de luxo, por exemplo. Os hotéis integram à cena festiva e forjam um espaço de atuação precário mais importante para agentes ingressantes no mercado de bens de diversão. Espaço igualmente estratégico, ao lado dos

jornais, no sentido de conferir visibilidade pública aos artistas da festa. Desta maneira, tais estabelecimentos passam a compor o sistema de entretenimento e lazer, alargado na cidade, ao contar com equipamentos vários (bares, restaurantes, casas de show, teatro musical e outros).

Em um e outro componente ressaltado acima estamos diante do engate material e simbólico com decisiva repercussão sobre os destinos turísticos da festa popular carioca. Pois, de um lado, está o despertar para o carnaval de rua (ao lado da paisagem idílica da cidade), do olhar tanto dos empresários do setor de hotelaria quanto daqueles demais setores do comércio de viagens e lazer. Vislumbram aí fatores que deveriam ser disponibilizados como atração de clientes brasileiros e estrangeiros. De outro, o deslocamento secularizador que fixa no tempo social do lazer a festa, apanhada pelo imaginário que a categoriza como instante devotado ao êxtase e aos excessos da carne mas também ao território de uma esfera devotada à auto-realização individual. Igualmente, o mesmo deslocamento viabiliza sua proximidade às práticas mercantis de consumo direto dos produtos ou da propagação das marcas aliadas às noções hedonistas identificadoras das novas situações da sociabilidade alegre da diversão urbana. É fundamental o trânsito ocorrido no sentido de apreensão do significado da idéia mesma de festa popular. Pois período que coincide com a instauração do regime republicano e o advento do novo século é, do ponto de vista da disputa entre as instituições inseridas em diferentes esferas de orientação do sentido das experiências humanas, no Rio de Janeiro, marcado pelo acirramento na competição entre as coordenadas atemporais da Igreja católica e aquelas de características seculares, como a política e, diria, o entretenimento. A emergência da importância do carnaval no calendário festivo urbano acompanha, traduz e concretiza a competição, na medida da ascendência do folguedo sobre e no destronamento de outras ocasiões afins, mas com laços diretos com a dominação religiosa, na relação visceral instaurada entre poder temporal e catolicismo no Império. Basta lembrar que, durante todo o século XIX, as celebrações da festa do divino detinham centralidade no imaginário festivo na cidade (ver Abreu/1990). A crescente popularização e o predomínio da folia carnavalesca apresentam ritualmente, neste século, uma outra estrutura social e simbólica cujos alicerces conjugam cultura de diversão, pacificação das relações sociais mediante o monopólio estatal do uso da violência e hegemonia do capital sobre os arranjos coletivos de reprodução material. Enfim, a ampla concertação em torno do carnaval oficializado, coadunando as instâncias reguladoras das atividades turísticas e do empresariamento dos serviços de hotelaria e comidas e bebidas prontas, mais as companhias provedoras de produtos incluídos na cultura da

diversão (como a cerveja), em direta consorciação com os esquemas publicitários das indústrias culturais e do mercado de agentes artísticos populares, consistiu, naquele momento, na figuração de um estágio já avançado de comprometimentos sociofuncionais e, ao mesmo tempo, as escolhas dos agentes mutuamente condicionados pela interação serão cruciais na montagem do campo do entretenimento na versão deste no Rio de Janeiro. Logo não é sem motivo que a ênfase da publicidade turística oficial, na década de trinta, incentivada pelo Touring Club, recaiu sobre o Baile de Carnaval Oficial da cidade, organizado desde então para ser realizado anualmente no suntuoso Teatro Municipal – até 1975. Mais tarde, sob auspício de empresas jornalísticas, como a revista O Cruzeiro, e do poder público, inicia-se o procedimento de convidar artistas e várias outras personalidades internacionais para o festejo. É o momento quando o papel dos *promoters* se torna crucial. Coube o pionerismo ao *playboy* Jorge Guinle, sobrinho do proprietário do Copacabana Palace e filho do presidente do Touring Club, responsável pela construção da primeira rodovia no país – a Rio-Petrópolis. Pago como "adido cultural", informal, do país nos Estados Unidos, Jorge Guinle trouxe artistas de Hollywood, cantores norte-americanos e milionários do *jet-set* aos bailes do Teatro Municipal (Guinle/1997, pp:171-85). Posteriormente, os convidados internacionais foram sendo conduzidos aos camarotes montados na avenida dos desfiles de escolas de samba, para onde se deslocou o centro da folia carioca nos anos sessenta, à medida que o evento ganha formato de um show de rua. A instrumentalização da celebridade gozada pelos convidados mantém o mesmo papel de chamar atenção da mídia às suas presenças no Carnaval e nas praias do Brasil, sobretudo Copacabana, a fim de potencializar visitantes turísticos à cidade.

O fato marcante é, portanto, como a modernização turística no país se engata aos destinos tomados pelos produtos rubricados como populares, tendo como destaque a festa popular, calcada numa aliança entre grupos e classes de pessoas tão heterogêneas e dipostas de maneira desigual na distribuição dos resultados monetários e simbólicos da festa. A esta altura é preciso acrescentar à análise a maneira como a sistemática cultural e de diversão seletivamente recolhe e agrega indivíduos de proveniências socioculturais heteróclitas. Por isso o Baile do Teatro Municipal não estava isolado na ecologia do Carnaval carioca; aproveitando uma tradição que se ia consolidando desde a década de vinte, o Touring Club também estimulou a solidificação dos concursos de músicas carnavalescas (sambas e marchas, principalmente). A partir daí percebemos o constante engate entre a produção musical popular e a emergência e consagração de um campo

gerenciado pela indústria cultural, mas com repercussão em âmbitos outros do entretenimento, como o do turismo. Por isto é fundamental a especificação de um repertório de músicas, no interior do qual o samba ganha primazia, à paisagem carnavalesca, dando-lhe contornos estéticos. Uma vez mais aqui, a extensão da modernidade se nutre do enquadramento nos seus esquemas das novidades fermentadas na cidade. Imediatamente se coloca o problema de indagar a respeito tanto do eixo institucional quanto do quadro de especialistas que alimenta essa realidade festiva de massas no país. O ponto até agora deixado elíptico é o encadeamento geracional e de grupos básico à formação do quadro de especialistas, como também à própria metamorfose da pioneira marcha *Abram Alas*, composta pela maestrina mestiça Chiquinha Gonzaga, em música de salão e daí vicejando a simbiose desse gênero musical com o mercado fonográfico e ao universo dos ídolos fabricados pelos programas de auditório radiofônicos. Quer dizer, o percurso da estilização inicialmente realizada pela compositora, a partir do ritmo "maxixeado" característico das músicas cantadas por negros, em 1899, até sua consagração como motor da alegria festiva país afora.

Segundo José Ramos Tinhorão, o papel desempenhado pelo ambiente mundano recém instaurado no Rio de Janeiro, no final do século XIX às primeiras décadas do século XX, foi crucial como fórum de negociação entre compositores e membros da indústria do disco e do comércio de entretenimento concentrados nos teatros de revista, chopes berrantes, cafés concertos, cassinos e cabarés, seguindo as pegadas de movimento similar na Europa, durante o século XIX, na linha dos *music hall* (Tinhorão/1998, pp:207-36). Ainda nos rastros do historiador, o deságüe deste caldeirão efervescente da música popular na cidade é o universo do carnaval de rua. E à medida que o ritual, nos anos trinta, imbrica-se aos canais da indústria da cultura saindo de sua fase embrionária na direção de afirmar um lugar no cotidiano urbano e nacional, a música carnavalesca consistiu no móvel mediador, pois trasladou agentes da brincadeira ao espaço formalizado da produção cultural mas também foi a base para o cinema, a indústria fonográfica, as emissoras de rádio introduzirem canais de distribuição do carisma da festa pelo ritmo ordinário da vida, no qual pessoas se vão reconhecer como público e celebram ídolos. Contudo todo esse movimento de mediação cultural se fez em conexão com o agudo remanejamnto operado no plano simbólico e dos valores pela intensificação do processo urbano no Rio de Janeiro. Quer dizer, a combinação entre uma população de massas concentrada e articulada pelos canais diversos de interdependências funcionais e da divisão do trabalho social, e ainda pelas vias de comunicação (e transporte), submete muitos dos parâmetros de auto-

centramento das classes e grupos sociais às demandas de democratização e secularização dos gostos. Neste ritmo, os grupos artísticos, de maneira geral, advindos das classes emergentes na estrutura urbana e sem vínculos com as prerrogativas nobiliárquicas da sociedade de corte do Império, poderão incorporar à sua prestação de serviços de entretenimento, nos ambientes das sociabilidades da diversão mundana, os quais eram fermentados pela freqüência das mesmas classes médias. Por outro lado, a atmosfera nacionalista estendida desde a década de trinta contribuí à conquista de legitimidade por parte dos produtores de bens culturais populares. Ou seja, embebidas pelo já diluido ideário boêmio e romântico, agora redefinido pela avidez do gosto pelas imagens visuais, sonoras e gustativas de apelo sensacional e exótico, era consagrada a estilização que os grupos de *status* artístico realizavam de símbolos e práticas até então consideradas pouco conspícuas, pois identificadas ao burlesco e aos excessos, afinal seriam oriundas de segmentos marginalizados (como o universo afro-brasileiro). O grupo Bando da Lua, que acompanhou muito da trajetória de Carmem Miranda, é bem ilustrativo. A princípio, tratavam-se de rapazes de bom nível de instrução formal e com acesso às novidades musicais norte-americanas mas também com razoável conhecimento dos registros mais eruditos da música européia. Participantes de batalhas de confete e de banhos de mar à fantasia, formaram um grupo musical ocupado com o samba e com as marchas carnavalescas, cujos produtos, pelas redes de vizinhança e parentesco dos seus integrantes, terão entrada seja nas reuniões mais informais da alta burguesia como também no convívio do então ditador Getúlio Vargas e seu círculo de poder.

A outra ponta na configuração desta cultura popular urbana consistiu nas já assinaladas transformações históricas aceleradas com o advento do regime republicano e com repercussões sobre a estrutura social e dos valores no país. O aprofundamento da inserção do país no mercado internacional e a extensão atingida pela concentração urbana, sobretudo no Rio de Janeiro, desde então, foram acompanhados da afirmação dos ideários de progresso material e civilização entre diferentes espectros dos segmentos dominantes. Agora, estas forças sociais hegemônicas identificavam o espólio colonial à maneira de obstáculos à elevação do Brasil ao panteão das nações civilizadas. No estudo sobre as dimensões da privacidade entre as populações afrobrasileiras, no período seguinte ao final da escravidão, relata Maria Cristina Cortez Wissenbach como tais pressões se traduzem em desconfianças em torno das expressões "negras", em um momento em que a cidade conhecia reformulações em sua morfologia humana na contraface do aumento significativo da concentração de ex-escravos e seus descendentes, ao lado

de amplo contingente de mestiços, em busca de oportunidades para obtenção de meios de sobrevivência, surgidas nas condições ascendentes da produção fabril e das atividades comerciais. Encerrados nas zonas periféricas de uma cidade que se metropolizava, esses novos segmentos subalternizados se mesclam na composição de uma rica diversidade sociosimbólica mas, ao mesmo tempo, viram-se diante da imposição de reposicionamento no contexto das tensões urbanas. Reposicionamento possível, em parte, à medida que o imperativo burguês de espaços laicos devotados ao ralacionamento público interfere na experiência citadina; em linhas gerais, a tática traduzir-se-ia pela recriação dos artefatos simbólicos no exercício de elaboração de suas identidades socioculturais e transferindo-as para as manifestações nos âmbitos públicos de sociabilidade. Sintetiza a autora: "Na vida em senzala, nos ajuntamentos de negros escravos e forros nas cidades, nas formações sociais de homens livres que se foram avolumando ao longo dos séculos delineou-se uma outra noção de privacidade, identificada menos à domesticidade e mais à sobrevivência, ampliada da intimidade às formas de associação e do convívio social, celebrada em expressões de identidade social, religiosa e cultural. Noção que muitas vezes levava a ser recomposto no espaço público o que havia sido desarticulado com o domínio escravista, reequacionado o que era tradicionalmente colocado nos limites de quatro paredes. Contraditoriamente ou não, a privacidade popular se orientava em direção ao mundo das ruas." (Wissenbach/1998, p: 130).

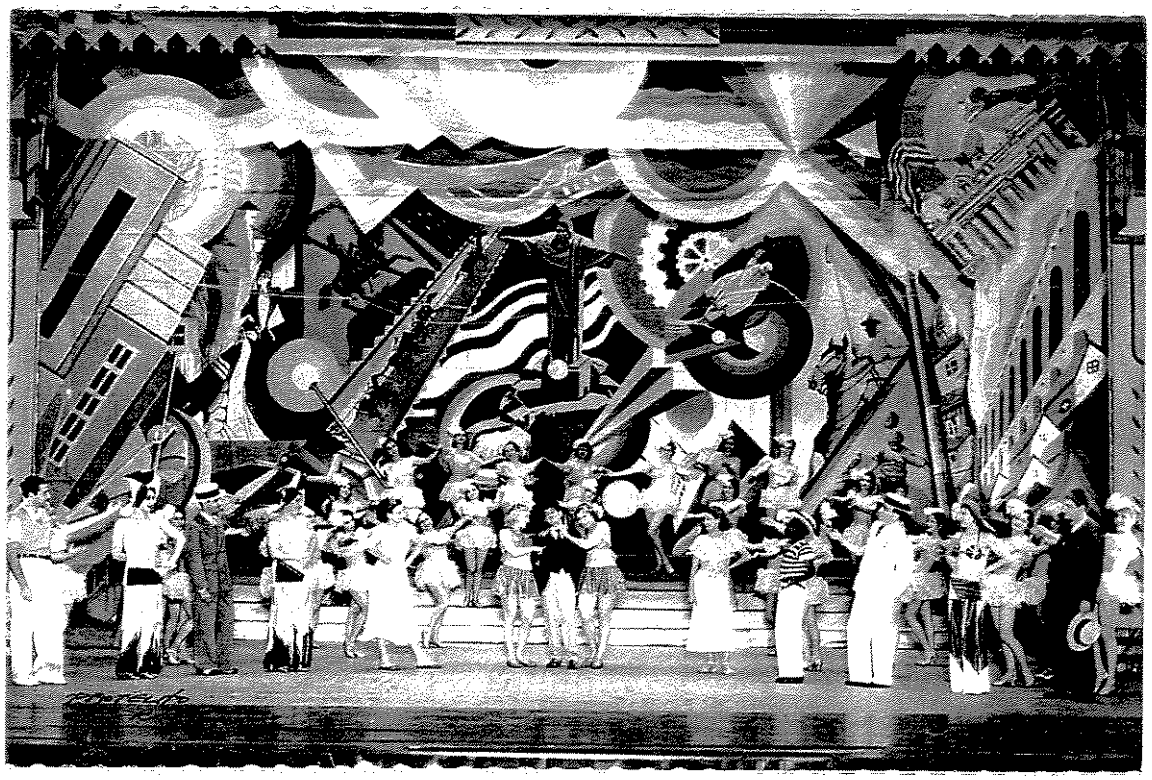
O caráter público assumido pelos cultos religiosos e das práticas híbridas, combinando o sagrado com a diversão, elaboradas no terreno colonial e recriadas no âmbito das ruas citadinas, durante o carnaval, no princípio do século, é demonstrativo desta tática, das quais as crônicas de João do Rio são um pioneiro documento de divulgação (ver Rio/1999, pp: 225-42). Da mesma maneira o é o deslocamento das atividades lúdicas para os espaços legítimos à exposição pública dos afetos, as redefinindo como práticas artísticas vinculadas ao gênero musical samba, nos zoneamentos do tempo do lazer. Justamente aquele da vida mundana das instâncias consagradas à cultura de diversão e do ambiente profano proporcionado pelas festas de rua (ver Farias/2000, pp: 177-238). No estudo sobre o percurso o Carnaval carioca entre a *Belle Epoque* e a era Vargas, empenhada em ressaltar as modalidades de "resistência" das classes subalternas e a circularidade entre os níveis culturais, a historiadora Raquel Soihet demonstra como a perseguição policial e a crítica de costumes exercida pelos porta-vozes das elites nos jornais contra a música e os instrumentos percusivos e de cordas (como o violão) dos "pobres" estiveram, paradoxalmente, na contraface da popularização das mesmas materialidades e símbolos nos espaços públicos plebeus, à maneira das festas populares (Soihet/1999). Mas por já agregar o sentido de festa popular,

universalista, laica e democrática, a folia carnavalesca terá ascensão como catalisador e cena pública dos encontros socioculturais entre diferentes grupos sociais, compactados no sítio urbano (Pereira/1994, p:202). Soihet assinala a importância do verniz afrobrasileiro para o Carnaval de rua no desenvolvimento do entretenimento na cidade, através da disponibilização de peças musicais para a gravação fonográfica: "A beleza e a repercussão das melodias dos ranchos contribuíram, por outro lado, para que os compositores se interessassem – quando o rádio e a indústria fonográfica ganharam impulso – em lançar marchas comercialmente, procurando captar o espírito da música produzida pelos compositores de ranchos (...) Completava-se, assim, o circuito de baixo para cima e de cima para baixo. Temas e artistas eruditos estavam presentes nessas agremiações; e suas melodias inspiravam compositores dos segmentos médios a produzir músicas de idêntico estilo. Configurava-se a circularidade cultural, fruto das estratégias e da resistência dos populares." (*Op. cit.*, pp: 94-5).

Ao longo das primeiras décadas deste século, com a mão direta do poder estatal e da iniciativa privada voltada para o setor de entretenimento, desde então o carnaval brincado nas ruas centrais da cidade atua à edificação ou ruína de carreiras artísticas, igualmente promovendo sociabilidades em torno de seus agentes. Enfim, o repertório de canções carnavalescas ascende ao *status* de parâmetro capaz de catalisar e ordenar as substâncias humanas capazes de produzir, gerir e emoldurar a festa popular. Isto porque, na contraface da popularização dos shows de cassinos (onde a matriz do samba é estilizada de acordo com o modelo dos musicais norte-americanos) e das revistas musicais, a introdução da gravação fonográfica elétrica conjuntamente à efetivação das emissoras comerciais de rádio, na mesma década, significaram todo um reordenamento sensível no âmbito do espetáculo. A racionalização monetária e técnica e administrativa das empresas prestadoras de serviços de diversão faz interface com a comercialização da música popular em geral, facultando as bases para que a profissão de artista popular ganhe relevância (Avancini/1996 e Lenharo/s.d), em acordo com as coerções de uma sociedade de consumidores emergindo conjuntamente à industrialização e acentuação do predomínio da concentração urbana e metropolitana no país. No entendimento de Lavina Ribeiro, a emergência do sistema radiofônico comercial consistiu na primeira ampla e efetiva referencialidade identitária para uma população em crescimento mas formatada já na moldura de uma cultura popular de massas. E o popular aqui equivale um lugar instável de interação, participação e socialização de públicos heterogêneos: "O rádio institucionalizou-se como mais uma estrutura de comunicação pública de largo alcance. Criou seus padrões organizacionais, seus gêneros e formas específicas de interação com o público. Os programas de auditório consistiram no espaço mais

imediato de comunicação entre o rádio e seu público. Seus gêneros privilegiaram formatos lúdicos, na forma de jogos e competições musicais." (Riberio/1998, p:263).

A "cultura lúdica do espetáculo" conforma assim as teias de emoção enredando empresa de comunicação, patrocinadores e platéias radiofônicas, no mesmo zoneamento do lazer. Episódio decisivo neste desenvolvimento do formato e das linhas mestras organizacionais da festa espetáculo no Rio de Janeiro, os primeiros concursos de música de carnaval surgem na década dos vinte, sendo o mais disputado o promovido pela casa fonográfica Edison, naquela época já consolidada como núcleo da reprodução da audiolidade musical popular no país. Em 1930, os Diários Associados, através da revista O Cruzeiro, estabelece também um concurso. Neste, entre outros, serão lançados o compositor e mais tarde produtor cultural e comunicador de rádio Ari Barroso (ver Cabral/ s.d., p: 96). Desde aí, a música carnavalesca vai jogar um papel importante na instauração das sociabilidades em torno da diversão, como o aparecimento dos fãs clubes, dos concursos de músicas, reis e rainhas do carnaval, entre outros, principalmente com hegemonia conquista pelo esquema empresarial implantado na Rádio Nacional, desde de 1940 (ver Sarodi e Moreira/1984). É deste modo que encaro o fato de que, em torno de nomes de produtores e empresários culturais como Carlos Machado, e de compositores ligados ao universo do show *business*, como Almirante, Lamartine Babo, Braquinha e o próprio Ary Barroso, passam a orbitar uma constelação de astros e de outros compositores, já ancorados na comercialização dos seus produtos artísticos para uma massa anônima, a partir da qual eram geradas as multidões de foliões embaladas por marchinhas e sambas. Público que viceja a celebridade de cantoras como Carmem Miranda, Dalva de Oliveira e outras que incluem em seus repertórios canções para a "grande festa". Emilinha e Marlene, por exemplo, ostentavam fãs-clubes enormes e aguerridos nas suas guerras pela primazia na farra momesca. Entre esses nomes, o de Carmem Miranda é aquele mais significativo, já que incorpora um personagem que passa a assumir de tal forma e de se mostrar capaz de concentrar e catalisar imagem da nação, matriz cultural popular e entretenimento. Espécie de ancestral mítico do personagem hoje desempenhado na conduta, discursos e desempenhos de agentes como Carlinhos de Jesus, trata-se de uma tipificação que constrange o delineamento dos tipos de inserção das habilidades culturais na imagem da cidade e do país, ou seja, quando o samba é transfigurado na cena carnavalesca enquanto ícone turístico telúrico e tropical, incorporado à memória visual, áudio e audiovisual da cultura popular de massas, tanto pelos espetáculos nos cassinos – ver reproduções a seguir – e pelo cinema quanto





em razão do trânsito no mercado fonográfico e nas mídias radiofônica e, depois, televisual. À consagração artística de Carmem Miranda concorreram essas – últimas – novas instâncias de legitimação das práticas culturais, as mesmas que iam aproximando planos socioculturais heterogêneos, tanto local quanto nacional e, ainda, mundialmente; condutas formal e informal; cultura e turismo. Os analistas costumam enfatizar apenas os laços da cantora com a política cultural nacionalista do Estado Novo, mediante o apoio à sua carreira pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), ou com a da "boa vizinhança" implementada pelo governo dos Estados Unidos para a América Latina, durante a Segunda Guerra – que a teria conduzido aos shows da Broadway e às telas cinematográficas, mediante os estúdios de Hollywood. Porém é incontornável o fato de a apropriação das suas habilidades artísticas por esses interesses políticos e nas interpelações ideológicas das razões de ambos estados nacionais possuir como suporte a já estabelecida conexão dos símbolos populares (o samba e a festa momesca) com os mecanismos burocráticos e estéticos presentes à industrialização do simbólico, na combinação entre o imaginário da nação e a memória popular de massa. Inclusive possibilitando assumir o posto de símbolo vivo de um Brasil alegre e sensual, racialmente democrático e dado à entrega aos apelos da natureza (ver Mendonça/1999, pp: 09-65 e Tota/2000, pp: 99-101).

Neste sentido a trajetória da artista se fez possível graças à tendência deflagrada desde o limiar do século XX no Rio de Janeiro, onde o esboço de empresariamento e comercialização dos bens culturais vai estar sempre mais na contrapartida do delineamento de um quadro de produtores artísticos e grupo de *status* (cantores, compositores, instrumentistas e outras modalidades de músicos) que concorrem entre si, movidos pela profissionalização e pelo sucesso, mas todos apoiados na ênfase posta no reconhecimento das suas habilidades enquanto pertencentes a um campo diferenciado, composto de especialistas detentores do monopólio dos recursos físicos e simbólicos à satisfação estética às imensas platéias anônimas, em expansão na cidade e no país – também em outras partes do planeta. Assim a festa cujas características massivas são estimuladas pela interferência do poder público e da iniciativa empresarial promovendo eventos, ainda pela produção musical lhe destinada, firma-se ela própria como um evento no qual se recriam as matrizes culturais do ritual carnavalesco, realizada desde o início deste século XX no centro da cidade. Tornara-se além do palco, também o bastidor onde pessoas pleiteando vaga nesse mesmo campo de produtores artísticos se interavam para negociar canções, num intercâmbio entre a brincadeira e a formalidade exigida pelo mercado cultural ampliado

apenas sendo esboçado. Modalizadas pelo significado institucional do entretenimento, as tipificações das ações como de ócio, aninhadas na brincadeira deflagradas no ritual momesco, estaram agora transformadas em componentes do tempo do lazer, espécie de anti-rotina enquanto dimensão da ilusão e da não-seriedade, na contraface da dinâmica produtivista da estrutura urbano-industrial e de serviços. As mesmas tipificações far-se-ão partes daquele lugar onde o lúdico está inteirado de maneira inextricável ao passatempo, logo estão doravante controladas pelas instâncias reconhecidas como competentes para produzir, administrar e comercializar a cultura.

B) UM PRODUTO TURÍSTICO BRASILEIRO, O CARNAVAL CARIOCA

No curso deste último item pretendo aprofundar o reconhecimento da característica tensa que informa a reciprocidade entre móveis culturais populares e instituição do entretenimento-turismo no Rio de Janeiro. A meta obedece ao objetivo de apreender a dinâmica modernizante aqui estudada, no que concerne à delimitação do lugar turístico carioca, onde a economia do lúdico ostenta a convergência numa mesma esfera de sujeitos e agências tão assimetricamente dispostos, porém recíprocos. Retomo a concepção da imagem turística da cidade, nosso fio condutor.

Ao final da década de trinta surgiram sinais efetivos tanto do investimento na divulgação turística do país quanto da alquimia que possibilitara a definição de um produto turístico brasileiro. Publicado em 1940, o livro *Un turista en el Brasil*, do espanhol Jose Casais é um documento no qual registra-se as impressões de um visitante europeu ao país depois dos primeiros resultados do movimento até aqui apresentado. Na época adido comercial da Espanha no Chile, Casais relata a viagem ao Brasil, em 1939. Começa descrevendo, como tanto outros, o Rio de Janeiro em razão da exuberência da natureza. Contudo a diferença marcante logo aparece quando informa que os principais transatlânticos que vêm à América do Sul ancoram em seu porto e, coroando – involuntariamente – os anseios dos redatores acima apresentados, define a cidade como a "capital turística por excelência", pois aqui "el forasteiro va de sorpresa en sorpresa, de admiración en admiración. La emoción turística es integral, vence los programas trazados, sobrepasa las previsiones de los 'guias'." (Casas/1949, p:19). A fala implicita, em meio ao olhar do turista satisfeito pela admiração proporcionada pela paisagem carioca, o planejamento previsto no

roteiro, concretização de um percurso ordenado pelas instâncias interdependentes que dão regularidade à instituição do turismo, embora se tratasse de algo ainda incipiente. É assim, então, que descreve o sentimento de segurança e hospitalidade que o acompanhou durante a estada na cidade, encantado com suas peculiaridades geográficas, culturais (a festa carnavalesca), sociais e alimentares: "Ante todo, el turista siéntese acompanãdo. Empreza a notar la gentil hospitalidad de un pueblo al organizar el viaje. Ya no más dejará de assistirle. En el Consuelado brasilenõ todas son facilidades para el futuro huésped. A bordo del navío recibirá instruciones que le ahorrarám contratiempos en el desembarque (...)." (*Op. cit.*).

E é dessa configuração tomada pelas interdependências funcionais do entretenimento, intrínseca à formação do lugar turístico do Rio de Janeiro, que o Carnaval carioca se vai centralizando como a cena telúrica de um país tropical. Para qual o ritmo do samba se destaca como sua "marca registrada" no intercruzamento das disposições cada vez mais mutuamente referendadas de práticas inscritas na matriz rítmico-musical popular com as entidades do turismo, do poder público e das agências do empresariamento da diversão. Um termômetro capaz de nos possibilitar avaliar tal tendência de enlace entre a festa, o entretenimento e a imagem da nação pode ser o debate a respeito da cultura popular tradicional nos anos cinqüenta. Na esteira do trauma gerado pelo holocausto, no pós-guerra frutificam os desdobramentos da política cultural da ONU, mediante a atuação dos membros da Unesco no país. Visando promover "a compreensão entre os povos", a partir da ênfase no resgate e preservação do patrimônio cultural (Maio/1996), uma espécie de projeto cultural internacional fora posto em prática, algo com sensível repercussão no desenvolvimento do imaginário folclorista no Brasil, ligado à ideologia da Comissão Nacional de Folclore. Como sugere Vilhena, esse movimento intelectual foi decisivo seja à interseção das práticas e símbolos populares com o imaginário sobre autenticidade e identidade nacional ou, ainda, para as intervenções políticas nesse plano (Vilhena/1997, pp:278-9). Paralelo a esse movimento, ocorre o esforço pioneiro de consagrar aos sambistas cariocas uma organização formal, com o fito de oficializar uma entidade que os representasse, algo expresso na Carta do Samba, documento resultante do I Congresso do Samba 1962, redigida com a participação do antropólogo e folclorista Édison Carneiro (*Op. cit.*, pp:280-1). A organização da entidade coincide com o momento em que fica patente o interesse do poder público local pelas escolas de samba, enxergando-as como elementos "folclóricos" fundamentais ao comércio turístico na cidade (Farias/1995, p:132). Deste modo, a aproximação entre o formal e o informal,

a cultura popular e o turismo, mediados pelo poder público, através da então recém-fundada Secretária de Turismo do Estado da Guanabara, começa a ganhar vigorosos contornos. Eis aí o alvo da polêmica detonada entre os estudiosos do folclore, nesse instante. Demonstra Vilhena, a polarização entre Mozart de Araújo e Renato de Almeida, de um lado, e Édison Carneiro, no outro, foi motivada por divergências doutrinárias no interior Conselho Nacional do Folclore. A celeuma vai girar em torno justamente do apoio ou não à oficialização, já que esta trazia como problema as conseqüências sobre a qualificação do produto folclórico. Seguindo ainda a reconstrução do debate realizado por Vilhena, enquanto Carneiro acreditava que a oficialização consistiria em um mecanismo de proteção da cultura das escolas de samba, na concepção de Almeida, por exemplo, a formalização institucional aproximaria essas entidades do "samba urbano", tocado nas emissoras de rádio e comercializado pela indústria fonográfica, e, assim, da indústria cultural e da sua vocação para a "moda" e a "diversão". Ou seja, é como se, incluso nas teias do mercado do simbólico, o folclore ingressasse em um âmbito espúrio, capaz de lhe sugar a autenticidade, ou seja, a aproximação com o Estado – e daí com as agências da cultura de diversão – é compreendida enquanto elemento que rouba ao folclórico sua natureza de cultura do povo: "Assim, se o folclore está em constante mudança – está, como sempre repete Almeida, 'em perpétuo vir-a-ser' –, a estruturação proporcionada pela sua oficialização violentaria essa característica e introduziria condicionantes externos na determinação de sua dinâmica. O folclórico seria tudo "o que não é oficial", e a forma de liderança exercida nas escolas de samba "emana[ndo] de autoridade constituída" afasta-a do domínio folclórico (...)" (*Op. Cit.*, p:281).

Sem entrar no mérito das posições assumidas no debate, além de deixar de lado as nuances que aí insinuam os distintos matizes do imaginário folclorista no interior da cultura brasileira, penso que o debate é revelador das linhas de forças sociológicas cujas dinâmicas agiaram na determinação contemporânea da cultura popular no Rio de Janeiro. Decididamente, nas décadas subseqüentes à Segunda Guerra à imagem turística da cidade acrescentou-se novos elementos, além daqueles relativos a paisagem de mar e montanhas[xliii]. As manifestações coloridas da alegria de multidões pelas ruas, embalados pelos ritmos das marchas sobretudo do samba, introduzem tons outros ao visual do Rio de Janeiro "Cidade Maravilhosa", capital tropical da brasilidade festiva, carnavalesca (Farias/1998, p:72). Como demonstra o estudo sobre a transferência e circulação de renda no turismo internacional no Rio de Janeiro, de José Augusto Guedes Falcão, o mesmo período é caracterizado pela afirmação da cidade como um endereço no mapa turístico planetário. Em seu trabalho, o autor revela como essa solidificação sintonizou a cidade com a

tendência do capitalismo em escala mundial de deslocar sua maior fonte de rentabilidade para o segmento terciário da economia, sobretudo àquele da produção e comércio de bens imateriais. E esta passa a se situar em um arranjo global de fluxos diversos mas em obediência a redes de permutas que conectam espaços diversos e heterogêneos aos princípios do lucro e da distribuição desigual da riqueza. Forma-se, portanto, um vasto território transnacionalizado, "(...) pela constituição de um amplo mercado de serviços, causa e conseqüência destas novas formas de organização do sistema produtivo ao nível mundial (serviços financeiros, corretagem, seguros, telecomunicações, transportes, viagens, publicidade, etc)" (Falcão/1992, p:27). É neste sentido que a produção e o consumo do espaço são reapreciados pelo concerto de agentes do capital como uma nova fronteira a ser explorada. Nela se dá a integração de novos mercados, nos quais a rentabilidade decorre das diversas formas de infraestruturação, da construção civil e comercialização de produtos vários mas também dos serviços de transportes, hospedagem, alimentação, diversão e outros. Assim, o espaço turístico, enquanto produto e objeto de lazer e entretenimento para massas de consumidores é encarado como "peça fundamental no processo de integração econômica atual, consolidando e/ou reforçando mecanismos de dominação característicos da relação centro/periferia. A atividade turística constitui uma via potencial para a consolidação desta forma de integração" (*Op. cit.*, p:35). Decididamente, conclui Falcão, no caso do Rio de Janeiro, a integração ao circuito do consumo turísticos dos espaços se deu pela concentração em pequenos circulos de proprietários e consumidores dos meios de produção (equipamentos e serviços) e, conseqëntemente, a renda proporcionada pelas atividades interligadas (*Op. cit.*, p:158). Chama atenção é que, nos rastros da diferenciação e sistematização institucional, vicejadas pelos pioneiros das iniciativa privada voltada para o turismo na cidade, ganha efetividade nesse instante um agrupamento empresarial importante ligado às atividades de hospedagem, diversão, alimentação e bebidas, agências de viagens, transportes, entre outros, apesar de reposicionado em funções complementares às exercidas pelos conglomerados hoteleiros e pelas operadoras hegemônicas no mercado mundial. Somados aos agentes diretamente representativos da cadeias empresariais internacionais, formam um grupo com razoável autônomia em relação aos demais setores da economia e também da esfera estatal mas com força para pressionar o poder público e o conjunto da sociedade, na medida em que os valores que defendem são acolhidos pelos canais de formação da opinião, como a mídia. E, deste modo, a "vocação" turística da "Cidade Maravilhosa" se torna um fator de desenvolvimento econômico, o que justifica a fundação de uma autarquia específica para

promover e administrar os negócios turístico na cidade; em 1972, é fundada a Riotur. Integrado por entidades de classe como a Associação de Hotéis (Abih), a Associação de Agências de Viagens (Abav) e Associação de Bares e Restaurantes (ABR), tal concerto joga nas estratégias de persuasão com o peso do resultado das suas atividades na composição direta do produto interno do município (acima dos 40%), do estado e mesmo do país[xliv] – em outra oportunidade procuro detalhar esta composição (ver Farias/1995, pp:127-8).

No interior dessas condições, no caso do Rio de Janeiro, ocorreu uma concentração espacial da base turística implantada. Porque se as questões históricas, vimos, desempenharam um papel importante, este fator só possui premência ao ser conectado a outros componentes sociológicos relativos à disputa entre grupos sociais em torno da ocupação de regiões da cidade. Vou tomar a questão da segurança pública como uma lente, já que ela tem sido a motivação para sugerir a decadência do turismo na cidade, durante a década de noventa, quando se acentuaram os episódios relacionados ao banditismo. A quem argumenta que, nesse período, o Rio de Janeiro teria deixado de receber 400 mil turistas estrangeiros e pela posição que ocupa como pincipal endereço turístico brasileiro, o reflexo em termos nacionais seria de 737 mil visitantes a menos (ver Trigo/2000, pp:32-33). É também a justificativa da "violência" o ponto do qual são erguidas plataformas calcadas na promessa de reinstaurar a "ordem pública" e reanimar a vocação turística carioca, alavanca que levou à eleição de César Maia à prefeitura, em 1992. O que tem por contrapartida o peso simbólico e financeiro dos números. De acordo com o estudo do Instituto Superior de Estudos Religiosos (Iser), os gastos com no combate à "violência" corresponderam a 5% do PIB estadual, algo em torno de US$ 2 bilhões, sendo que o montante diretamente relativo à segurança pública foi de US$ 571 milhões e quatrocentos mil, em 1995. Conjunto de somas que situa a cidade entre as que mais têm perdas e investe em violência pública na América Latina.

Sempre apontada por especialistas como uma das motivações do crime no continente, a desigualdade na distribuição da riqueza revela-se, no caso carioca, também na repartição dos bens de segurança pública. Por isso penso necessária a incursão, embora superficial, na correlação entre estratégias de ocupação do espaço urbano e o tema da segurança pública, já que ajuda a considerar quais fatores são decisivos à efetivação de uma área como propícia a fixar equipamentos e serviços turísticos. Mas, igualmente, para assinalar como esta modernização turística porta aspectos contraditórios, já que as atividades de entretenimento e turismo vão contar em grande medida com elementos simbólicos e materiais deste entorno excluído das regalias

sociais, porém recolhido pelos canais do espetáculo e tendo na festa espetáculo carnavalesca seu ponto de interseção com o parque turístico da "Cidade Maravilhosa". Pois as políticas públicas para o setor de habitação no país estiveram, nas últimas décadas, orientadas mais para a rentabilidade do capital, em detrimento da ampliação das moradias populares. Desarte, o planejamento urbano e as políticas lhe correlatas fizeram coro com a especulação imobiliária e com o *markentig* dos agentes privados imobiliários na confecção de expectativas de lucro extraídas sobre o uso e ocupação do solo urbano. Isto se deu em torno da escolha das áreas funcionalmente melhor situadas na estrutura de serviços e dotadas de infra-estruturas diversas para compôr o *habitat* dos grupos empresariais e interar-se aos nichos de convivência e sociabilidades dos segmentos sociais possuídores de mais recursos políticos, culturais e econômicos. O conflito se instala à medida que o anelado de fatores age pressionando os habitantes da cidade e demarcando onde uns podem desfrutar das regalias socialmente produzidas, enquanto outros se submetem à favelização ou suburbanização. E é preciso acrescentar, também nos arrebaldes e mesmo nas favelas ocorrem clivagens homólogas. É no rastro deste contexto de desigualdades e conflitos que os índices de criminalidade saltam desde a década de oitenta nas regiões metropolitanas do país, principalmente em São Paulo e no Rio de Janeiro (ver Zaluar/1998, pp:34-5).

Sem pretender reduzir o problema da criminalidade apenas à variável da assimetria na distribuição dos bens de cidadania, valho-me da pesquisa do Iser sobre o tema – estão as conclusões calcadas nos levamentos da Policia Civil e nas informações sobre óbitos da Secretaria Municipal de Saúde do Rio de Janeiro e no censo de 1991 do IBGE. Aí se demonstra que, durante a última década, o risco de homícidio é sete vezes maior em locais onde são raros os serviços públicos. Pontos urbanos que têm conhecido maior aumento da população em volume e velocidade que o restante do município – se a população carioca entre 1991 e 1996 cresceu 1,29%, o índice chega a 35,7 no Complexo do Alemão e no da Maré em 68,43%, segundo dados da Empresa Municipal de Planejamento. Ao se confrontar o perfil das taxas de homicídio com o mapa socioeconômico da cidade, os bairros da Zona Sul, onde predomina uma população de maior poder aquisitivo e nível de escolaridade, a média do número de homicidios se mantém próxima a zero – 19,5 em Ipanema e 4,3 na Gávea, por exemplo. A exceção são as favelas encravadas nesta área, por exemplo, no Vidigal a taxa é de 107,6 e no Morro do Chapéu Mangueira fica em 72,6. Bonsucesso, na Zona Norte, que concentra as favelas do Complexo do

Alemão, a taxa atinge 241,1. Na Zona Oeste, os números também são elevados em bairros como Santa Cruz (132,4), onde está situada a Favela de Antares, e Paciência (154,9). É preciso dizer, também, que bairros como a Vila da Penha, Meier, Maracanã, por exemplo, ostentam índices de excelência, ou seja, de baixo coeficiente de homicídios. Quer dizer, embora todos ocupem a mesma região Norte do Rio, os índices estatísticos sinalizam a uma paisagem bem diferente daquela de localidades como Barros Filho.

Portanto, a consagração do turismo em escala mundial tem por contraponto na cidade a terriorialização turística da Zona Sul carioca, em relação com o estocamento de terrenos e prédios (em média de 250 mil metros quadrados de área construída) por parte de incorporadores imobiliários, visando a rentabilidade do capital, na faixa da orla situada entre os bairros do Flamengo e da Barra da Tijuca (ver Almeida/1986, pp: 67-85). E a concentração se faz em acordo com um movimento seletivo, no interior do qual essa área da cidade apropria capitais culturais, financeiros e de segurança que a fizeram um fragmento dotado do poder de sintetizar a totalidade da imagem do Rio de Janeiro. Enfim, a articulação da exportação turística co-participa da manutenção da desigualdade social entre as zonas da cidade. Ocupada em suas margens por grandes empreendimentos imobiliários, principalmente, ou para habitação ou para fins de exploração do comércio de hospedagem, a orla sul é fixada como pólo turístico por excelência. Aí são instalados hotéis como o Nacional (1968), o Sheraton (1968), o Hotel Rio Othon Palace (1968), e o Intercontinental (1971). Mas é em Copacabana onde se concentram os endereços da maior parte dessas instalações. Em sua maioria, cadeias internacionais de hotéis ergueram altos edifícios ao longo da Avenida Atlântica. Em grande medida as novas construções foram beneficiadas pela legislação especial do município, a última votada na década de sessenta, sob a justificativa de incentivo ao turismo, a qual liberou o gabarito das edificações destinadas a estabelecimentos hoteleiros para além dos 12 pavimentos permitidos, elevando-os a três vezes mais. É exemplar a respeito o arranha-céu que abriga na cidade um dos 118 hotéis da rede francesa Meridien. Construída em 1973, numa área de 33 mil 500 metros quadrados, a torre de 535 apartamentos concentra serviços afins de alimentação, diversão, lazer, garagem e sua piscina no entrecruzamento entre as Avenidas Atlântica e Princesa Isabel favorece a visão global da famosa praia e os eventos que nas suas imediações acontecem. Poder-se-ia dizer que o perfil arquitetônico do prédio traduz a administração semiótica do espaço, articulando-o ao favorecimento às condições do olhar do turista. Sob esse ângulo, duas prerrogativas importantes

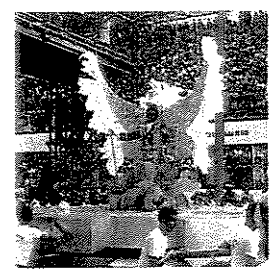
Le MERIDIEN

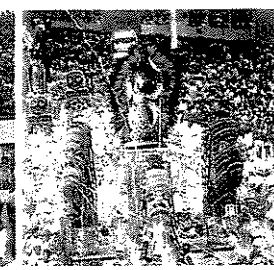
COPACABANA



RIO

The most centrally located hotel in Rio de Janeiro — city of sunshine, string bikinies and Carnival —, facing the fabulous Copacabana beach, close to the Sugar Loaf, protected by the Corcovado Christ.







496 rooms and suites — fully air conditioned with television and international direct dial telephone —, outdoor pool and beach service, Le Rond-Point bar, Café de La Paix, Le St. Trop' pool snack, Le Saint Honoré restaurant on the 37th floor, meeting and banquet facilities, business Center and shops.

dos produtos turísticos se tornam patentes, quais sejam, a definição de algo (bens e serviços) voltado para o consumo de exportação e a necessária combinação de articulação e diferenciação com o fim de se obter um conjunto de fatores capazes de atender demandas de conforto e segurança, mas também capazes de atrair o consumo pela particularidade que possua em fascinar. Com isso a predisposição turística se internaliza no entorno formando uma totalidade a partir de fragmentos ajustados à sua lógica do espetáculo. Seriam exemplos desse entorno o comércio de corpos implementado pelo esquema de diversão realizado nas *boites*, casas de shows eróticos, saunas e casas de massagem, agências de prostituição ou pelas atividades autônomas das "garotas" e "garotos" de programa e travestis no Calçadão de Copacabana, junto a meninas e meninos sem lar. Ou ainda, a agitação cosmopolita em torno do turismo *gay* que domina a situação de galhofa e descontração instaurada durante o percurso da Banda de Ipanema, no carnaval.

Os elementos assinalados compreendem signos, penso, numa relação de reciprocidade e oposição conformando o texto turístico, o produto. Entretanto, simultaneamente, os textos espaciais existem na aproximação de percursos históricos e biográficos que se intercruzam conflituosamente entre si e com a temporalidade hegemônica da modernidade-mundo. De um lado, por certo as pressões oriundas do concerto institucional do turismo se mostram assim um mecanismo social com atuação à cristalização de formas funcionalmente ajustadas ao comércio de imagens e de bens de prazer. Porém, simultaneamente, há a exigência deste ordenamento adequar-se às sazonalidades intrínsecas à paisagem e às modulações étnico-históricas do seu entorno, que o abastece de recursos. Por outro, o mesmo constrangimento vai ser incorporado como um esquema de apreciação e classificação dos espaços e um modo de orientação das práticas significantes, agindo na direção do emolduramento turístico deste mesmo entorno, o redirecionando para fins de lazer e diversão. Em relação ao moderno carnaval de rua dos blocos cariocas, assinalados no início deste capítulo, os sentidos da festa respondem às ingerências decorrentes da pressão do olhar turístico; reordenam-se seja os formatos da folia seja as tonalidades da matriz cultural popular do samba, motor rítmico-musical da ritualidade. Embora em ambos igualmente ressoem já sincronizações da brincadeira com o entretenimento, encadeamento ocorrido numa duração temporal mais alongada, como acompanhamos antes. Por isso a possibilidade de a distração funcionar como uma alavanca e um mercado de trabalho e consumo de serviços, catapultando o fluxo formidável de pessoas e valores econômicos, está na

singularidade assumida pela diversão diretamente vinculada à produção de excedentes na cena festiva carioca e, ao mesmo tempo, no modo como as disposições para o espetáculo deitam raízes na forma do próprio ritual e este marca decididamente a imagem turística da cidade, fazendo-se núcleo de extensa rede de reciprocidades.

Uma vez mais, a característica tensa e contraditória desse elo se manifesta nos impasses no relacionamento entre os grupos dominantes e subalternos, em se tratando da mobilização da matriz cultural popular intrínseca ao Carnaval da cidade nas estratégias de divulgação e exploração econômica das atividades de entretenimento e turismo. Vejamos a partir de um badalado episódio recentes, com desdobramentos reveladores desta tensão estrutural. Em fevereiro de 1995, os jornais acompanharam a luta simbólica travada entre os moradores da Favela Dona Marta, no bairro de Botafogo, e o secretário estadual da Indústria, Comércio e Turismo, Ronaldo César Coelho. O núcleo da pugna era a escolha da Favela como uma das locações para a gravação do videoclipe da canção interpretada pelo mega astro Mickel Jackson. Como a música denunciava as condições de exclusão das pessoas pobres e negras, o secretário considerou que em razão da projeção mundial do cantor, a exibição do videoclipe redundaria em danos para a imagem do Rio de Janeiro, afetando diretamente a dimensão turística desta mesma imagem. Argumentava que as cenas ressaltavam uma situação de caos urbano. Os moradores protestaram, entraram na justiça e ganharam a questão. O Curioso é que eram as favelas, fonte mítica e berço étnico do grupo guardião da tradição do samba, símbolo popular básico à diferenciação turística da cidade[xlv], outra vez, interditadas no plano do sentido, ao serem re-categorizadas e expressas à maneira de pletoras da barbárie, responsáveis pela infelicidade do Rio de Janeiro figurar como uma cidade violenta. A postura do secretário na verdade apenas dá voz a todo um conjunto de representações atualizadas sobre a pobreza na cidade e que ganha visibilidade porque responde aos anseios daqueles segmentos de maior envergadura política, econômica e cultural cujos interesses são afetados pela crise no turismo receptivo local. Mais concretamente. Atingidas pela redução no número de turistas e com a diminuição da realização de eventos na cidade, desde de 1992, entidades como o Rio *Convetion e Visitors Bureau*, reunindo os interesses da iniciativa privada ligada ao setor de entretenimento e turismo na cidade (como os da Abav e Abih), têm atuado no sentido de uma racionalização dos recursos locais para fins turísticos, isto é, sistematizar os procedimentos e assim veicular uma imagem renovada do Rio de Janeiro. A insistência recai no distanciamento dos excessos na ênfase sazonal, ou seja, na

temporada de verão, quando se dá a festa carnavalesca, marcada durante os anos oitenta pelos vínculos com a contravenção do bicho e estes com a corrupção e o tráfico de drogas. Simultaneamente, as mesmas lideranças daquele setor empresarial evocam dados da Embratur de 1996, para exigir maior atenção para o segmento de turismo de negócios, que captou US$ 5 bilhões e 300 mil para a cidade e a manteve na segunda posição no país, com 25%, atrás apenas de São Paulo, com 25% (Rumos do Desenvolvimento/1997, p: 37).

A ressonância dessas iniciativas e das exigências quanto a uma postura mais agressiva do poder público vai se dá mais efetivamente na segunda metade da década. Desde de 1997, além de aumentar o investimento em publicidade turística para o mercado externo, a administração municipal encomenda um amplo estudo sobre turismo na cidade. Realizado por uma equipe de 750 pessoas, trata-se do primeiro documento realmente voltado para a implementação de políticas públicas para a sistematização do turismo no Rio de Janeiro. O minucioso levantamento de dados socioeconômicos, ambientais, geográficos, demográficos e culturais, permite a análise identificar pontos frágeis e fortes do município com a finalidade da exploração turística. Os resultados foram reunidos na elaboração do plano *Rio Maravilha*. Coordenado pelos técnicos espanhóis Manoel de Forn e Joseph Chias – ambos responsáveis pela experiência de preparação de Barcelona para os Jogos Olímpicos de 1992 –, o projeto tem como proposta a coordenação de ações visando redefinir e fixar a imagem tanto do ponto de vista semiótico e gráfico (nos aspectos de sinalização da marca "Rio") quanto em relação ao que deve ser priorizado na paisagem da cidade, no que tange a divulgação. E isto se consubstancia na organização de roteiros que atendam também os "dias chuvosos". Além, ainda, da elaboração de cardápios bilíngües para os restaurantes, a criação da guarda capacitada nos pontos turísticos e incentivos para produções cinematográficas, publicitárias e musicais e a ampliação do turismo náutico. O interesse é o de ressaltar o Rio como uma grande metrópole tropical e plural culturalmente, dotada de diversas alternativas de consumo, destacando os museus, teatros, centros culturais, intensa vida noturna, equipamentos de diversão sofisticados (os parques temáticos), locais de compra, diversidade arquitetônica, parques históricos e nichos eco-ambientais, modalidades diversas de competições esportivas, centros gastronômicos, botequins, shows e grandes exposições, entre outros.

Ao folhear o documento fica patente que o seu objetivo se prende a premissa de que é necessário desconcentrar essa imagem do esquema mar, sol, montanha e carnaval, dando ênfase ao movimento "cultural". A premissa, portanto, é bem distinta daquela que norteou o Plano de

Ordenação do Turismo, em 1977. Aí o turismo de lazer era enfatizado, calcado na combinação de praia, samba, carnaval e futebol. Publicado na revista *Check In* da Varig, por ocasião da realização do XXV Congresso Brasileiro de Agentes de Viagem, o artigo do atual prefeito Luiz Paulo Conde expressa o deslocamento, estando este inscrito no projeto político e econômico do grupo que o apóia – e ao seu antecessor, César Maia – de preparação da "maior metrópole tropical" para o próximo século, ou seja, na inserção diferenciada no concerto das relações socioeconômicas da era da globalização. Embora ressalte o encantamento proporcionado por suas "belezas naturais" e em razão de como a vocação turística do Rio está soldada ao fato de ser uma "festa permanente – uma verdadeira e única 'Happening city'", faz questão de destacar a atitude laboriosa e obreira do "povo carioca": "Mas o Rio é também uma cidade que trabalha. Uma cidade solar que, com tantos atrativos convidando ao lazer e ao 'dolce far niente', é também o segundo pólo industrial do Brasil.(...) Desde de sua fundação, entretanto, o Rio, espremido entre o mar e a montanha, com pântanos e lagoas em sua faixa de terra, constituiu um desafio para o homem. O que não impediu aos cariocas, no decorrer de 432 anos, transformá-lo num aglomerado de ocupação humana sem igual" (Check In/1997, p:04). Segundo tal orientação e no bojo de um investimento que passou de cinco milhões para R$ 45 milhões direcionado a "melhorar a imagem da cidade", é lançada nacionalmente, ao ser veiculada em mídias impressas, durante o ano de 1998, a campanha "Rio Incomparável", parte do plano *Rio Cidade Maravilhosa*. Embora com certa morosidade, a atual correlação de empenhos começa a surtir alguns efeitos, sobretudo no que diz respeito à captação de eventos diversos e de razoável repercussão para a cidade, seja na área das feiras e encontros de negócios, seja dos congressos e seminários nacionais e internacionais temáticos e de categorias ou, ainda, a visita do Papa (1997) e a Cimeira Internacional (1998). Segundo o boletim de outubro de 1999 da *International Congress and Convention*, a cidade esteve posicionada em primeiro lugar na América Latina em número de eventos internacionais agendados, o que manteve o conjunto de hotéis vinculados às operadoras e agências de viagens com uma média de ocupação de 75% entre 1998 e 1999 e tem estimulado a construção de mil 200 novos quartos.

Nos dois últimos anos, porém, a atitude do poder público em relação à festa carnavalesca vem adquirindo outra direção. Os novos ajustes são interessantes porque o encadeamento dos posicionamentos dos executivos municipal, estadual e mesmo federal revela a importância socioeconômica e político-cultural do entretenimento em um Estado onde o setor de serviços representa 66,2% da composição do PIB (Exame/1998, p: 34). Mas os projetos e a alimentação

mesma, em grande medida, da mecânica turística e de diversão estão condicionados pelos elos com a economia do lúdico acionada em torno da folia carnavalesca e dos símbolos e valores identificados aos segmentos sociais subalternos. Fator que impõe o deslocamento dos sentidos da festa, já que a faz referida a outras expectativas e interesses e isto se faz mediante à intensificação sem precedentes do agrilhoamento de grupos, sujeitos e agências. Agrilhoamento que condiciona a percepção da realidade e exige um monitoramento cognitivo permanente por parte dos elementos dispostos assimetricamente no tabuleiro das trocas de funções. Quer dizer, os números oficiais fartamente veiculados em forma de previsões, estimativas ou amostragens na imprensa, a partir de dados colhidos em entidades como Abav e Abih ou a Riotur e Embratur, são mais que índices ou termos de mensura de uma realidade; correspondem a peças discursivas no interior de determinada combinação de relacionamentos sócio-humanos, aí adquirem a qualidade de instrumentos políticos. Tendo-os à mão, o empresariado pressiona o poder público sob a justificativa da importância de seus negócios para a geração de divisas e rendas e empregos para o município e o Estado. De posse dos mesmos números, por sua vez as esferas estatais respaldam a priorização dos gastos públicos em áreas e projetos destinados ao setor turístico, alegando a força deste setor em promover o desenvolvimento econômico, em detrimento de uma maior atenção aos programas de melhoria na infra-estrutura com direta repercussão na distribuição mais eqüitativa dos bens de cidadania. Da mesma maneira se insere a atitude dos dirigentes ao reivindicarem maior atenção por parte do poder público para os blocos de rua e das escolas de samba, amparados no peso de suas entidades para o comércio de diversão na cidade. É diante dessa tensão que o comportamento dos integrantes das esferas do poder público se mostra mais heurístico, já que as naturezas de representação pública dos seus papéis os fazem espécie de deságüe da negociação.

Para se iluminar como o grau de tensão na teia que pressiona o comportamento do conjunto das interações e alcança maior visibilidade na atitude dos membros inseridos na esfera de decisão do poder público, vale lembrar que o resgate do carnaval na agenda turística da prefeitura carioca ocorreu pela imposição de fatores diretamente envolvidos com a economia do lúdico. Para se ter uma idéia, somente o comércio cultural responde por 18% da população economicamente ativa do Estado (PIB Cultural – Vol. III/1999, p: 28). De acordo com os resultados dos estudos recentes do Ministério do Trabalho sobre o impacto da festa na economia da cidade, algo em torno de US$ 1 bilhão são proporcionados durante o ano e 300 mil empregos[xlvi] diretos gerados

pelos preparativos da festa e sua realização (Ministério do Trabalho/1999, pp: 68-72). Deste modo, entende-se a mudança de atitude do chefe do executivo local. Já que, de um lado, existe a incômoda a ascensão de outras folias no campo concorrencial do entretenimento-turismo, captando atenção, no que traz percalços seja à divulgação e prestígio nacional da imagem da cidade e mesmo internacional, seja para o acolhimento de recursos fiscais. Ilustro com a atitude das empresas fabricantes de cerveja. O caso da Brahma é significativo, pois, vimos, consiste ela em uma tradicional patrocinadora da folia carioca. Nos períodos pré-carnavalescos e nos carnavais de 1997 e 1998, deixando anódina a praça do Rio de Janeiro, a empresa se voltou para a divulgação em seus comerciais e na participação nas cotas de patrocínio do evento festivo de Salvador, onde, nesses dois anos, a média de consumo foi de 18 milhões de latinhas de cerveja nos seis dias de festa (Lima e Queiroz/1996, p: 34). Em 1999, há de novo um retorno ao mercado do Rio de Janeiro[xlvii], após intervenção direta do governo municipal. Por outro, o resultado de sucessivos levantamentos de dados obtidos junto a turistas estrangeiros durante o desfile das Escolas de Samba, prevaleceu a associação da marca Rio de Janeiro com o Carnaval e o "bom humor" do "povo carioca". Outro fator com decisiva contribuição à guinada foi a interferência do governo federal. Também de posse do levantamento da Embratur, de 1997, no qual 70% das viagens turísticas para o Brasil são motivadas pelo lazer e o Rio de Janeiro manteve-se como o local de maior concentração de turistas estrangeiros no país (uma média de 40% nos últimos três anos), sendo Carnaval da cidade a principal referência brasileira (ao lado do futebol e da paisagem tropical)[xlviii], por intermédio dos ministérios da Cultura e do Esporte e Turismo, mais a Rede Globo de Televisão, o evento no Sambódromo carioca foi incluído entre as situações comemorativas do 500 anos do Brasil[xlix].

Consideradas as interações entre essas pressões, passam a ser índices reveladores da mudança de atitude do poder público alguns episódios ocorridos nos dois últimos anos. Atenho-me à visibilidade dada pelos jornais ao tema do carnaval. Em 1998, os jornais noticiavam que, desde de 1992, a rede hoteleira do centro e da Zona Sul não apresentava uma média de ocupação como a daquela temporada carnavalesca, entre 80% a 98%. As notícias também se referiam aos gastos municipais com a festa terem saltado de R$ 6 milhões para R$ 8 milhões de reais, destinados aos bailes populares e sobretudo à primeira grande reforma do principal palco do Carnaval carioca, Sambódromo (recapeamento e pintura de 750 metros da pista, e 86 banheiros recuperados). Davam atenção ao fato de todos os ingressos para os dois dias de desfiles terem

sido comercializados com uma semana de antecipação, quando nos anos anteriores às vésperas do evento apenas 70% haviam sido vendidos. Ao fim da festa, os mesmos jornais divulgaram os boletins da Abav e da Abih a respeito da receita total de U$ 100 milhões, gerados no mesmo período. No ano seguinte, mostraram-se mais evidentes as ações do poder público municipal; a Prefeitura se voltou para a execução de maiores investimentos na festa, afora aqueles já destinados aos desfiles de escolas de samba. Isto se manifestou na tentativa de resgatar o pólo da folia de rua – o centro da cidade. Deste modo, deu-se atenção à infraestrutura, com a melhoria dos serviços: aumento do contingente policial, diversificação das unidades sanitárias, melhoria da iluminação, sonorização e dos módulos de arquibancadas na Avenida Rio Branco e da Praça da Cinelândia, com seus bailes populares coloridos pelo passeio dos grupos de mascarados (os clóvis) e grupos caricatos, de fantasias originais ou dos recentemente ressuscitado encontro belicoso entre os blocos de embalo, os tradicionais rivais Cacique de Ramos e Bafo da Onça. Local também aonde foi instalado uma ostensiva decoração aérea, como a mais de dez anos não acontecia, cujos motivos tiveram por tema justamente os cem anos de Carmem Miranda; vimos, o tropical mito e signo do carnaval e do samba carioca – ver reproduções a seguir.

Se intrincadas a outros indicadores, as mesmas notícias revelam um movimento alongado e amplo de incentivo, por parte do poder público, ao conjunto do carnaval na cidade. Pois se em 1996, o poder público local promoveu 74 bailes populares, em 1999 foram 240 eventos, o que exigiu a contratação de 870 artistas; eventos espalhados tanto pelo centro e áreas suburbanas como pela Zona Sul, para integrar um panorama variado e aberto a tendências e públicos diversos que vêm emergindo nos últimos anos. Deposita-se ênfase nos ascendentes desfiles de blocos e bandas, sobretudo em Copacabana e Ipanema, ou se procura motivar a iniciativa privada (donos de casas de espetáculo, como a Metropolitam, ou de hotéis do porte do Copacabana Palace) a resgatar do ostracismo o requinte dos bailes fechados ou dos desfiles de fantasia. Ainda são encampadas à programação as situações respaldadas em outros estilos musicais (à maneira do chorinho, o *rock* e o *funk*). Principalmente, os shows realizados sobre os Arcos da Lapa, sob a denominação de "Rio Folia". O incentivo é inserido nas estratégias de divulgação turística, segundo a proposta de mostrar que, no Carnaval do Rio, há "folia para todos os gostos". Nos dois últimos anos, a festa foi incorporada ao calendário do plano *Rio Incomparável*. No período do ano 2000, quando se trabalhou com a expectativa de 300 mil turistas (sendo 200 mil estrangeiros e 100 mil domésticos) visitando a cidade, a Prefeitura anunciou aumento de 67% nos





investimentos, passando para R$ 16 milhões 500 mil. Deste montante, R$ 7 milhões 500 mil couberam às Escolas de Samba, em obediência ao acordo com a Liga Independente das Escolas de Samba para a realização de um desfile monotemático em homenagem aos 500 anos do Descobrimento do Brasil. Os R$ 8 milhões 500 mil restantes foram gastos com as 260 demais atividades carnavalescas prevista na programação oficial. E então, perfazendo um panorama heterogêneo mas sistemático, os eventos são divulgados pelos jornais e emissoras de rádio e nos materiais impressos para turistas, distribuídos pelos hotéis e agências de viagem.

A oportunidade da comemoração dos 500 anos do país atualiza os laços históricos entre a folia local e a imagem e o imaginário em torno da formação nacional brasileira, mas igualmente do modo como o mecanismo do entretenimento-turismo co-habita o enlaçamento, embutindo uma densidade tensa de grupos e interesses que referencializam esta identidade. No fato desta comemoração é heurística a escolha do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro como um momento-chave nas celebrações. Veja bem. A um só tempo, seja pelos nativos e turistas que tomaram as dependências do Sambódromo ou em cadeia nacional e transnacional de televisão, tratou-se de instante no qual a nação se deu como espetáculo para aos seus próprios e, igualmente, aos de outras nacionalidades. O espetáculo de cores, múltiplas formas e movimentos, sons e matizes humanos foi proporcionado pela festa que, ao longo deste século, ganhou o *status* de "marca registrada" do país, ao lado do futebol. Ali, o Brasil se expõe como uma pátria telúrica, encantadora e vital; unida e coesa em torno da atitude carnavalesca dos seus filhos. Mas, além disso, o carnaval é também a vitrine onde a mesma nação se oferece ao mundo como produto turístico e de entretenimento, fonte irresistível de uma alegria incontida, "brasileira". Cada vez mais, a tessitura dos laços entre a nação e a festa é interpelada pela ênfase posta no significado da cultura de diversão e do turismo para os destinos da sociedade nacional. Assim, aparecem com maior nitidez as motivações para a acentuada importância conferida ao conjunto do evento nessa mesma ocasião da comemoração. Pois a retomada do incremento à vocação turística da cidade está embaralhada à disponibilidade de recursos vários empregados na renovação da confluência de esforços no sentido de otimizar a histórica característica do Carnaval carioca como imã de visitantes. E torna urgente a abertura de canais para o trânsito e o equilíbrio entre agentes que, embora compactados na mesma teia relacional, na arena da concorrência, estão dispostos a defender suas posições.

Por isso é sugestiva a seguinte situação. Durante a última temporada carnavalesca, no interior da revista Ensaio Geral, órgão informativo da Liga das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (Liesa), a diagramação traduziu o significado político decisivo à arrumação de interesses de distintos grupos sociais coligados pelas reciprocidades acionadas em torno da economia do lúdico na festa carnavalesca carioca. As duas páginas utilizadas para as mensagens de saudação aos foliões trouxeram, para um plano de complementaridade administrativa e executiva, os pronunciamentos do prefeito da cidade, do governador do Estado do Rio, do secretário municipal de turismo e do presidente da Liesa. Arrumadas na retranca de uma mesma seção, as falas apressam-se em tornar evidente o empenho concertado de esforços visando proporcionar um momento digno da fama e do peso da festa para a cidade e o país. Vejamos alguns trechos, a começar pelo prefeito Luis Paulo Conde: "Ser palco de uma das maiores festas populares do mundo já é motivo de orgulho para a Cidade do Rio de Janeiro. E no ano 2000, comemorando os 500 Anos do Descobrimento do Brasil, vamos oferecer uma verdadeira e criativa aula de história e cultura brasileiras (...). (...) Tal incentivo, de caráter extraordinário, pela primeira vez dado pela Prefeitura aos reis do Sambódromo, visa garantir o inédito desfile temático dos 500 Anos de Descobrimento do Brasil. Mas, nunca é demais lembrar, o Carnaval não é apenas o desfile das escolas de samba. Haverá folia nos quatro cantos da Cidade, que se divertirá com bandas e blocos e em 260 bailes populares. É para esta festa magnífica, o Carnaval 2000, sem dúvida o maior de todos os tempos, com presença de 300 mil turistas do país e do estrangeiro, que convoco os cariocas em geral, os nascidos aqui e os adotados. Viva o Rio." O Governador Anthony Garotinho trouxe a ocasião da festa para junto da recuperação do fluxo turístico na cidade: " O Carnaval é, por excelência, o primeiro grande momento da Cidade do Rio de Janeiro. Tenho que comemorar, junto com a população, um dado muito significativo: a volta do turismo maciço, principalmente internacional, nesta época, registrando a melhor média nos últimos 10 anos. (...) Este ano, o Carnaval promete ser ainda mais especial, com todas as Escolas homenageando em seus enredos os 500 Anos de Descobrimento. Eu vou estar lá na Passarela do Samba, conferindo de perto o espetáculo. E convoco a população para se juntar ao Governo do Estado e à Prefeitura do Rio na tarefa de receber turistas do mundo inteiro com simpatia, alegria e segurança." Já o secretário municipal de turismo Gerard Jean Bourgeiseau e o presidente da Liesa Luiz Pacheco Drumond insistiram, respectivamente, no efeito dos esforços conjunto para o sucesso da festa: É com enorme satisfação que constatamos terem sido superadas todas as previsões feitas para o Carnaval do Ano 2000. Nada acontece por acaso, muito menos o sucesso anualmente alcançado por esse consagrado evento, internacionalmente reconhecido como o Maior Espetáculo da Terra. Na verdade, tudo resulta de muito trabalho, de muita dedicação e, em especial, do esforço conjunto da Prefeitura da Cidade do Rio de

Janeiro, tanto diretamente, como através da Secretária Especial de Turismo e da Riotur, e desse fantástico mundo do samba (...). No que reitera o Presidente da Liesa: "Nunca as Escolas de Samba trabalharam com tanto esmero. Afinal, nos próximos dias as atenções de todo o país e do mundo estarão voltadas para o Rio de Janeiro. O desfile dos 500 Anos tem tudo para ser um dos mais belos e emocionantes de todos os tempos. (...) desde já agradecemos ao governador Anthony Garotinho, ao prefeito Luis Paulo Conde e ao secretário especial de Turismo e presidente da Riotur, Gérard Bourgeiseau, pelo apoio prestado às Escolas de Samba. O esforço de todos, certamente, se materializará na avenida."

Em razão dos valores monetários mobilizados, o empenho dessas autoridades para com a folia recebeu atenção de diferentes veículos jornalísticos. A divulgação da imprensa relega ao segundo plano as diferenças políticas, por exemplo, entre os componentes deste concerto, em benefício do caráter de "grande negócio" de entretenimento e turismo assumido pelos festejos, no tocante à economia do Rio de Janeiro. O conjunto de reportagens publicado no Caderno "Viagens e Negócios" do jornal Gazeta Mercantil é bastante elucidativo. A partir do título "Folia carioca volta para as ruas", são destacados os rendimentos da festa para os diversos ramos econômicos, sobretudo para a rede hoteleira. O texto indiretamente assinala como o interesse a cada ano maior do poder público em mapear as manifestações populares que têm oxigenado a folia carnavalesca local está na contrapartida de esforços de otimizar o principal e histórico produto turístico do Rio de Janeiro: "O Rio de Janeiro pretende que o último Carnaval do século seja aquele em que, depois do afastamento de duas décadas, os cariocas voltem a participar intensamente da festa. Apesar de o *core business* (o principal negócio) do Carnaval continuar a ser o desfile do Grupo Especial das Escolas de Samba, a prefeitura decidiu adotar a estratégia de distribuir mais recursos para a realização de concursos de fantasias e foliões originais, eventos musicais em coretos e bailes populares na rua e os desfiles espontâneos das bandas e blocos de sujo na Zona Sul e nos subúrbios.O objetivo é trazer de novo à cena os foliões, protagonistas do Carnaval, e proporcionar para os turistas e a população outras opções de diversão, além dos desfiles oficiais das escolas de samba." (Gazeta Mercantil/24-02-2000).

Ora a aspiração para ampliar o leque de "opções de diversão" voltadas aos turistas e habitantes da cidade, antes de tudo, requer o retorno do "folião" às ruas, ou seja, o agente não especializado e figura-chave da aquarela carnavalesca. Na verdade, a iniciativa do poder público, em associação com segmentos do empresariado do ramo de entretenimento e turismo está escudada na propensão demonstrada nos últimos anos de recrudescimento de práticas aninhadas no âmbito do espaço não privativo da festa, ou seja, a "rua". Vê-se que para o tipo de meta evocada nos esforços governamentais, a racionalização dos recursos culturais para fins turísticos

da cidade, não está isenta e capacitada para prescindir do *corpus* dos móveis étnico-históricos que compõe a tradição carnavalesca carioca, seminada nas atitudes e memórias de grupos detendo graus variados de formalidade jurídica e mesmo institucional. Da mesma maneira, a compactação dos mesmos móveis na contabilidade da economia do lúdico exige dos seus agentes a incorporação de uma competência fundada sobre o *ethos* e na disposição para o espetáculo, seja para os jogos de efeitos visuais e sonoros, seja para administração e gerenciamento sistemático dos artifícios que ativam seu potencial de diversão pacificada. A recriação dos sentidos da festa ocorre, portanto, na interface com a modalização presente ao agrilhoamento multifacetado de sujeitos e agências na brincadeira; modalização a qual incorpora símbolos e práticas significantes na formatação de grupos dotados de *status* à luz do carisma reconhecido pela atividade de entretenimento desenvolvida, mas também exclui elementos socioculturais desautorizados a pertencer às fronteiras pacíficas e estéticas da folia espetáculo. Não se trata de uma exclusão indiscriminada, ou melhor, a discriminação incide sobre os procedimentos dos acontecimentos e não nos conteúdos das práticas, de acordo com característica reticular do elo entre a festa e as implicações da sociedade de consumidores. Já que os teores das posturas carnavalescas são reciclados no movimento contínuo entre o rito e o ritmo do cotidiano urbano dos agentes. Neste último, os mecanismos sociais aqui descritos plasmam os âmbitos privados e assim contigenciam o terreno à exteriorização dos afetos, à concretização da memória, enfim, à realização das experiências, na dialética coletiva e individual que as envolve.

Para finalizar este capítulo volto à cena despojada da folia de rua, tomo agora algo típico do folclore carnavalesco carioca, a saber, as hordas de clóvis (mascarados), em grande maioria compostas de adolescentes oriundos das regiões periféricas da cidade e por muito tempo associadas tanto à desordem quanto à delinqüência. E, por isso mesmo, saudados como focos de resistência à estandartização provocada pela comercialização da festa, já que teriam mantido o terreno instável e diferenciado do lúdico (ver Zaluar/1978). Transportadas à área central do Rio, principalmente, pelos vagões dos trens da Central do Brasil, nos últimos anos são as hordas aceitas no concurso do "folião original", organizado no grande palco montado pela Prefeitura na Cinelândia. Ou ainda têm permissão do poder público para tomar as dependências da Avenida Rio Branco, onde estão concentrados alguns dos principais eventos do carnaval de rua. Aí, no seu passeio saltitante, emitindo frases idiossincráticas acompanhadas de coreografias intrínsecas à cultura dos bailes *funk*[1], as "galeras" podem chamar atenção dos turistas, que fotografam os

bandos. E também das equipes de reportagens dos jornais, motivadas pela busca de imagens generosas capacitadas a preencher os extensos cadernos especiais dedicados à folia nos periódicos. Ou, ainda, ganham lugar nas peças de divulgação turística da cidade, embora seus membros permaneçam anônimos, velados pelo atributo das máscaras. A aceitação estará condicionada ao seguinte acordo tácito: as hordas devem primar tão-somente pela cena das cores aberrantes e brilhos impactantes, presente aos trajes volumosos. A mudança do nome da fantasia condiz com a transformação no primado orientador do comportamento dos bandos. Antes, a roupa era denominada de "bate bola", em referência às antigas bexigas (de plástico ou de couro), presas por cordões, usadas então para abrir caminho, quando arremessadas virilmente no chão ou mesmo sobre o corpo das pessoas, em meio à multidão festiva[ii]. Chamadas, hoje, pelos integrantes de "rodadão", as indumentárias demandam elevada disponibilidade de dinheiro para compra do tecido sedoso (lame, por exemplo) e exigem tamanha elaboração – seja na concepção quanto na confecção, ostentando nas longas capas negras ou roxas, delineadas por minúsculos quadriláteros espelhados (emoldurados por miçangas e paetês), enormes brocados em forma de caveiras ou dragões, tendo às mãos sobrinhas ou bandeiras. São diferentes dos solitários foliões fantasiados ou pequenos grupos do Carnaval de Veneza. Mas semelhantes ao padrão organizativo vigente, por exemplo, nas alas das escolas de samba, ao estarem compactados pelo tirocínio que norteia a mesma programação visual que os uniformiza cromaticamente e no desenho dos figurinos. Os cordões formados por mais de 20 componentes, com primazia masculina, oferecem-se como um objeto de extraordinário efeito plástico, na competição estética com as demais hordas. Ao mesmo tempo, agora e ali, os "rodadões" devem restringir a agressividade dos gestos à perfomance artística, adequada à rememoração mimética daquele personagem de feições grotescas, devido à horripilância dos traços fisionômicos identificados à morte nas festas afins do medievo europeu. Ainda hoje permanece a fantasia habitando a tropical paisagem momesca, enquanto parte da memória atualizada no desempenho lúdico e espetacular desses agrupamentos juvenis suburbanos – ver reproduções a seguir.

Nesse sentido, a incorporação dessa conjuntura relativa à observação das últimas três edições da festa carnavalesca carioca à socioanálise (dos elementos que têm, por afinidades eletivas, contribuído historicamente à institucionalização do ajuste entre carnaval e entretenimento) até aqui realizada, soma elementos ao empenho de descortinar e compreender as figurações tomadas pelo leque de interdependências constitutivo do âmbito de interação do

Carnaval 2000
Folião Original

RIO. INCOMPARÁVEL

Concurso que objetiva incentivar a participação e a criatividade do folião anônimo. Aquele que sai à rua para fazer a alegria de quem passa.

Domingo, 5, e Segunda-Feira, 6 de março
Praça Floriano, Cinelândia, às 15 horas
Categorias Adulto e Infantil

Terça-Feira, 7 de março
Praça Floriano, Cinelândia 17 h
Categorias Grupo e Clóvis

Os grupos satirizam políticos, personagens famosas, pessoas da comunidade e fatos marcantes da atualidade. Os clóvis revivem uma fase romântica do carnaval de rua. São bandos de mascarados, fantasiados como palhaços (clowns), e que usam nas mãos bexigas de boi, que são batidas violentamente no chão, para provocar barulho. Eles não falam para não serem identificados. Comunicam-se através de mímica.





Os goril
"Konga
Anchiet
botaram mu
gente pa
con

"Hoje,
a alegria
do palhaço
na tristeza
dá um laço
e faz minha
escola canta





entretenimento-turismo com as matrizes culturais populares, aporte central da modernização turística na cidade. Modernização que aí, acredito, é flagrada na sua característica de imiscuir-se às idiossincrasias dos espaços e contribuir para o delimitar de uma territorialidade de permutas sociais bem particulares, numa dinâmica civilizatória de interpenetrações e do estabelecimento de interdependências funcionais. Ou seja, o território e o ambiente resultantes compõem uma zona onde são estabilizados os agrilhoamentos da marginalidade e informalidade com os instrumentos da rentabilidade financeira do capital; ainda os combinando aos aportes formais dos aparelhos estatais e das instâncias empresariais. Territorialidade onde ócio e negócio intercambiam no interior de uma economia específica, notabilizada pela exploração e administração do lúdico[lii]. Diria está posto desde aí o esquema de uma economia de festas, que se enraizara localmente; festividades obedientes ao padrão organizacional e estético da festa espetáculo, cujo formato recolhe da carnavalidade carioca elementos agora partes de um modelo cosmopolita, incorporado e ajudando a redefinir também outras realidades afins, no país, na territorialidade do lugar do entretenimento e turismo.

NOTAS:

[i] Diferente das últimas décadas dos 70 e 80, quando predominavam as canções rotuladas pelo chamado rock Brasil ou constitutivas do *pop* internacional, na atual década os gêneros de música popular identificadas a estilizações de tradições regionais do país dominam boa parte dos horários nobres das programações das emissoras de rádio FM. Fato importante, pois este segmento da mídia radiofônica comercial é aquele, nas três últimas décadas, que absorve o maior volume dos investimentos publicitários e possui vínculos mais intensos com a indústria fonográfica e com outros setores do setor de entretenimento, como as casas de espetáculos, ora em expansão no país, além de sua audiência abarcar amplos leques dos segmentos jovens da população. Quanto a expansão das casas de espetáculos, na última década o número desses espaços tem se ampliado de modo bastante generalizado, como a inauguração do Metropolitan (atualmente renomeado de ATL Hall), na Barra da Tijuca no Rio de Janeiro. Ou, ainda, a expansão da rede Rock in Rio Café, do empresário Roberto Medina, para outras localidades brasileiras – além do Rio, Salvador e Porto Seguro. Por se constituir no maior mercado, facilitado pela concentração da riqueza e da renda, expresso no poder de compra de segmentos da sua população, a cidade de São Paulo é hoje bastante emblemática. Sede de casas já consagradas como a Tom Brasil, Palace e Olímpia, Via Funchall e Bourbon Street a cidade conhece agora a inserção de empresas do ramo financeiro no setor do entretenimento. Assim o mercado de show e espetáculos - que em 1998 movimentou R$ 60 milhões – ganhou, em setembro, um empreendimento da ordem de R$ 34 milhões, a Credicard Hall, estando sua administração a cargo da empresa mexicana CIE, em sociedade com a empresa local VR (numa composição acionária na qual se incluem, ainda: a Musiarte, a NRA, o banco Icatu e a Koema Participações imobiliárias).

UNICAMP
BIBLIOTECA CENTRAL

[ii] As seguintes recorrências às reportagens veiculadas por esse jornal se justificam na medida em que ele se tem consagrado como um elemento midiático de publicização dos interesses dos diversos ramos empresariais no país e, ao mesmo tempo, vitrine das oportunidades e alternativas à remuneração do capital.

[iii] Weber delineia que as utilidades consistem em probabilidades cuja aplicabilidade pode ser de caráter geral ou particular, além de presente ou futura, no exercício de um ou mais agentes que as consideram importante "como meios para os fins desses agentes (ou desses agentes)" e assim "orienta suas atividades econômicas". As utilidades, acrescenta o autor, tanto se concretizam em serviços prestados por objetos (coisas) ou pela relação direta entre pessoas. Deste modo, os serviços também se constituem em bens, porque se revelam "úteis", alvos do desejo e da crença numa relação sociais cujos agentes compartilham do mesmo sentido econômico (Weber/1992, p: 40).

[iv] Durante o ano de 1999 foram diversas as notícias a respeito da, cada vez mais crescente, percepção quanto à conexão entre cultura e diversão como viés de investimento e fator poderoso de remuneração do capital. O segmento esportivo é aquele de maior abrangência. As corridas de carro da Fórmula I são um exemplo. Responsável pelo comando do espetáculo, a empresa Fórmula One Administration tem como previsão para 1999 gerar US$ 200 milhões em lucro, a partir de uma receita de US$ 400 milhões (Gazeta Mercantil/12-07-1999). Mas o futebol constitui o carro-chefe. A combinação entre transmissão televisual e a presença de públicos nos estádios atuou para que os negócios no futebol europeu saltassem de R$ 455 milhões em 1992 para R$ 1 bilhão e 600 milhões no ano de 1998. A reforma dos estádios esteve na contrapartida do ingresso de novidades como o *merchandising* e o licenciamento comercial, além da cessão de espaços para conferências. O salto dos lucros tem contraface na gestão empresarial dos clubes e de suas entidades dirigentes. Algo que permitiu, no ano passado, a entrada do clube inglês Manchester United para o mercado de ações. Parte hoje do patrimônio do mega empresário australiano do setor de comunicações, Rupert Murdoch, o clube é o mais popular naquele país e detém 36% do faturamento entre as entidades que compõem a Liga Inglesa, centro de movimentações em torno de R$ 2 bilhões e 300 mil em 1998, com um crescimento estimado em 23% em relação ao ano anterior (Gazeta Mercantil/27-05 e 06-08-1999). Por razões, diria, etnohistóricas, o futebol no Brasil concentra a maior parte das intervenções afins. A primeira iniciativa de porte no sentido do empresariamento do futebol brasileiro se deu, em 1992, na parceira entre a empresa italiana Parmalat e o clube paulistano Palmeiras. Pelo contrato, a empresa não apenas patrocina, com sua logomarca nas camisas do uniforme do time; introduziu executivos na administração da área de futebol do clube, introduzindo a preocupação tanto com o controle orçamentário e a gestão de recursos. Seu perfil de investimentos em sete anos ficou em R$ 35 milhões, já a trajetória de lucros deslocou-se dos R$ 220 milhões aos R$ 1 bilhão e 100 milhões em 1998. O time de futebol saiu de um jejum de 19 anos sem títulos para acumular seis grandes campeonatos (regionais, nacionais e continentais) (Gazeta Mercantil/16-06-1999). Sem dúvida tal parceria marca um divisor de águas na relação entre futebol e capital no país e teve contrapartida política institucional na aprovação da lei federal, conhecida como Lei Pelé, que impõe a transformação dos clubes esportivos em entidades empresariais. O instrumento legal fornece garantia a vigência dos contratos em um mercado no qual as marcas dos times são compradas por grupos financeiros e as firmas de marketing esportivo fundem ídolos, torcida, paixão e lucros nas peças publicitárias. Desde de então as iniciativas de co-gestão entre clubes e grupos do setor financeiro (o antigo Excel, Hicks Muse Furst & Taste, entre outros) se multiplicaram, expresso em valores monetários nos R$ 500 milhões que circularam em 1998. Assim o futebol ocupou o lugar dos parques temáticos de lazer no centro do entretenimento no país e inter-relaciona investimentos diretos nos clubes, construção de estádios ou a comercialização das transmissões televisivas ou ainda a transação de jogadores nacional e internacionalmente. E os jogos do campeonato brasileiro atraíram uma verba publicitária de R$ 60 milhões em 1999 (Gazeta Mercantil/07-06, 05-08 e 14-09-1999). Novas mídias como a Internet favorecem os negócios, à medida que agências publicitárias passam a ser

contratadas para divulgar o clube, ou melhor, sua marca (grife) no espaço transterrritorial das infovias (Gazeta Mercantil/19-06 e 08-09-1999).

[v] Os novos contornos no mercado turístico, decorrentes da recente desvalorização do real promovida pelo Banco Central em janeiro de 1999, participam do cenário cada vez mais propício aos investimentos em áreas de alguma forma afetadas pelo turismo interno, como o circuito festivo. Isto em razão de que o aumento do custo das viagens internacionais, motivada pela pressão do câmbio sobre a cotação do dólar, tem ressoado sobre a reorientação de interesses das instituições financeiras para o setor. Por exemplo, o braço turístico do Banco do Brasil, a BB-Tur, cuja representatividade 2,5% se dá em um mercado de dez mil empresas, vem redefinindo suas prioridades com a finalidade de obter um crescimento 15% em relação a 1998 e faturar R$ 178 milhões e 25 mil, na atividade de operar o agenciamento de viagens internas doméstica e estimulando a entrada de estrangeiros no país. Certamente o dado conjuntural é relevante, mas, igualmente, sua importância ganha realce caso seja inserido, por um lado, como falarei de maneira mais detalhada adiante, nos esforços governamentais para alavancar o turismo como uma fonte de geração de divisas e renda interna, e o aumento da população economicamente ativa sem o recurso a altos investimentos no setor de infra-estrutura. Ao se tomar o consumo como motor dessa dinamização do desenvolvimento socioeconômico, o que procuram argumentar as vozes governamentais é o fato de o turismo envolver a integração de 52 setores da economia. Por outro, existe por parte dos segmentos empresariais e do poder público a percepção da urgência do Brasil integrar-se ao potencial de recursos disponíveis em diferentes partes do planeta a serem canalizados para o rendimento do capital. Daí porque o presidente da BB-Tur insistir na necessidade de melhor divulgar o país e ativar parcerias com operadoras na Europa e nos Estados Unidos, mas também em outros nichos: "Também temos interesse em outros países mais distantes. Estudos mostram, por exemplo, que os aposentados japoneses têm aproximadamente US$ 1 milhão em conta corrente e estão dispostos a viajar pelo mundo" (Gazeta Mercantil/08-07-1999).

[vi] É interessante estabelecer comparações com outras sociedades nas quais fenômenos afins se verificam. Tenho em mente, sobretudo, a Espanha e a Itália. Reconhecidas também como "híbridas" e "semitradicionais", as festas populares e suas características folclóricas detêm importância para essas sociedades-Estados nacionais e vinculam-se decisivamente às suas pautas de exportação de bens turísticos e serviços. A respeito, o seminário tematizando a festa, realizado na Universidade espanhola de Menéndez Pelayo, em março de 1995, quando antropólogos, sociólogos e historiadores discutiram a permanência destacada dos eventos festivos populares no contexto da "modernidade avançada", chama atenção tanto pelo número absolutamente majoritário da contribuição de especialistas italianos e espanhóis quanto a relevância que os fatos festivos assumem nas tentativas de compreensão da atualidade nacional e transnacional.

[vii] Aliás, a empresa, como veremos adiante, que mantém todo um setor departamental especializado em promoções afins, patrocinou a edição bem cuidada e bilíngüe (inglês e português) de um livro explicativo do evento, contendo fotos coloridas, descrevendo e apresentado os elementos e personagens do ritual, além do seu contexto geocultural.

[viii] A combinação entre os capitais culturais e financeiros viceja modos de celebração de estilos como parâmetros a estilos de vida de feixes de grupos. Revistas como Caras e Ricos e Famosos dão publicidade à intimidade dos "novos ricos" alçados pelo sucesso no universo do show business. Por outro lado, tanto as agências do mercado financeiro quanto profissionais autônomos dedicados ao ramo dos serviços de "private banking" – atendimento personalizado para administração do patrimônio de clientes especiais – reconhecem entre os maiores alvos "atletas, pagodeiros e igrejas" (ver Gazeta Mercantil/03-11-1999).

[ix] A noção de ritual é empregada observando a interpretação que Mary e Max Gluckman realizam a respeito dos "rituais seculares". Para os autores, nesses rituais o que está em questão é a característica dramática e performática do evento, na sua potencialidade de envolver emocionalmente os participantes, porém sem o vínculo com qualquer obrigatoriedade emanada de um ente metafísico, mas calcado nos efeitos do espetáculo. A reflexão de ambos recorre ao teatro e aos jogos olímpicos. Parece-me interessante à medida que a categoria de rituais seculares pretende descrever situações dotadas de grau acentuado de densidade simbólica, tendo por contrapartida uma rotina cotidiana já engendrada pelos processos de secularização, emancipação das esferas das experiências humanas e racionalização das orientações dos sentidos, ao lado de complexas estruturas de organização e divisão do trabalho (Gluckman e Gluckaman/1977, pp: 227-43). Alguns autores têm dedicado atenção a situações afins, em termos do tema do teatro e das práticas de diversão; sobretudo o trabalho de William Beeman está dedicado a compreensão antropológica das propriedades dos rituais corporificados no teatro e no espetáculo, como instituições. Assim, o autor atento ao problema da criação cultural, observando tanto os específicos gêneros de teatro e espetáculos quanto as estruturas de um e outro (Beeman/1993, pp: 369-93; ver ainda, principalmente, Bauman/1977, pp: 37-58 e Turner/1992).

[x] Um episódio ocorrido durante as celebrações da sincrética entidade de Nossa Senhora dos Navegantes/Iemenjá, em Salvador, em fevereiro de 1997, embora o festejo não se inclua diretamente no campo de observação empírica, ilustra a problemática assinala. O presidente da Associação dos Pescadores do Rio Vermelho, responsável pela organização dos festejos, explicando o motivo de inovações na figuração da alegoria de um peixe incluído na cerimônia, em entrevista a telejornal da TV Bahia, sentenciou: "Todo ano procuramos mudar, para não haver repetições nos presentes, pra não cansar o público" (02/02/1997). Neste dia chovia e o mesmo presidente mostrava-se temeroso em relação à possibilidade da chuva vir a prejudicar a "maior afluência do público" (idem - grifo meu). A fala do agente parece deixa transparecer a sintaxe da festa, tendo o seu motor de significação na perspectiva cosmopolita, notória na preocupação com um público, distinto do grupo especializado na organização, e situada na relação entre ambos pela circunscrita na mediação expressivo-comunicacional e de acordo com os limites do território de entrecruzamentos da troca de prestação de serviços de lazer e diversão com as instâncias do espetáculo audiovisual, o comércio turístico, mas também motivada pela "reinvenção" da tradição local.

[xi] O anacronismo se deve ao fato de que a distinção entre significado e sentido corresponde à vigência de uma concepção discursiva de linguagem vinculada ao cânone retórico, gradualmente secundarizado nos estudos da linguagem e do simbólico, com o advento e o predomínio dos modelos de análise centrados no problema do signo, como o lingüístico e semiológico, de inspiração saussereana, e o semiótico, a partir da contribuição de Charles Sanders Pearce (ver Todorov/1996, pp: 65-151).

[xii] Indico o percurso bibliográfico realizado para esta pesquisa. David Kertzer apresenta uma convincente síntese quanto a importância das análises de ritual, partindo do estudo da cena do poder político (ver Kertzer/1988, pp: 01-14). Já Daniel Coppet desenvolve argumentos sugestivos sobre as condições postas pela perspectiva sociocultural do Ocidente na emergência das análises de ritual no interior das ciências sociais (ver Coppet/1992, pp: 01-10). A bibliografia naquilo que abrange a uma interpretação do carnaval como um ritual de passagem remete ao cânone constituído pelas inferências de Roberto da Matta (ver Matta/1973, pp: 121-68 e 1975, pp: 34-66), no diálogo deste autor com o problema dos rituais de passagem (ver Van Gannap/1978 e Gluckman/1962, pp: 01-52) e com as elaborações do mesmo tema por Victor Turner, ao introduzir nos seus estudos das "ações simbólicas" as categorias de "liminaridade", "communitas" e "antiestrutura" (ver Turner/1962, pp: 124-74; 1974, pp:23-59, 1974, pp: 169-215 e 1975, pp: 145-61). Para uma crítica do viés adotado por Matta, ver Ortiz (1980, pp: 09-44) e Queiroz. (1992, pp: 214-25). Daniel Febre oferece uma interpretação interessante a respeito da contribuição de Matta para o estudo do ritual (ver Febre/1988, pp: 03-7).

[xiii] O mesmo procedimento é adotado pelo jornal, e outros veículos afins, quando se voltam para as diversas festas populares realizadas ao longo do ano. Para manter a atenção no carnaval, basta observar o tratamento reservado pelo Caderno Bom Viagem, também de O Globo (15/02/1998). Sob o título "Carnaval, a hora é esta", uma longa reportagem expõe detalhadamente o roteiro da folia nas cidades do Nordeste do país. Então, o periódico informa sobre reservas e compras de passagens nos vôos das companhias aéreas para as cidades de maior repercussão carnavalesca, isto é, Salvador e Recife. Em seguida, expõe as atrações, além dos recursos de conforto oferecidos aos turistas nessas capitais, como também mapeia os eventos de maior envergadura. E, como não poderia deixar de ser, a retranca "serviços" , no caso da capital baiana, enumera a atração de cada um dos blocos de rua, endereço e telefone das sedes, preços e formas de pagamento das vestes necessárias para integrar a brincadeira. Já para Recife (e Olinda), a mesma modalidade de retranca assinala os dias e locais de concentração das atrações. Por outro lado, como já sugerido, o próprio procedimento está na contraface da gestão planejada articuladamente entre promotores das festas de ruas, poder público e agentes do mercado do entretenimento.

[xiv] Uma vez mais, a comparação entre a festa carioca e uma outra afim contribui ao delineamento do processo que temos em mente ressaltar analiticamente. Pois também no caso das folias em Recife e Olinda – redefinidas como complementares na política turística do Estado de Pernambuco –, a divulgação é ostensiva quando destaca a variedade e o volume de atrações no interior do mega festival. A implicação quantitativa interfere como vetor persuasivo e sedutor capaz de assegurar a qualidade de farta diversão. Vejamos o que diz o Caderno Boa Viagem de O Globo: "Todo mundo sabe. O Clube de Máscaras 'O Galo da Madrugada' arrasta mais de um milhão de foliões pelas ruas de Recife, no sábado de carnaval, o que lhe rendeu inscrição no Livro Guinness dos Recordes, como o maior bloco carnavalesco do mundo. Todos sabem, também, que Olinda e Recife têm um dos carnavais mais populares do país. Como se isso tudo fosse pouco, a folia de Pernambuco ainda tem outra característica, que faz dele uma festa extremamente especial: segundo os folcloristas, é o mais diversificado do país. Afoxês, maracatus de baque solto (africanos), maracatus de baque virado (os rurais, movimentados por caboclos de lança), grupos de bumba-meu-boi, la ursas, blocos de pau e corda, clubes de frevo, caboclinhos, uma profusão de 'burras' e 'bois', escolas de samba e bonecos gigantes se cruzam nos dias de Momo, transformando as ruas num imenso e imperdível caleidoscópio." (O Globo/15-01-1998).

[xv] Lembro, a propósito da mesma relação entre cultura e condições sociais, a observação de Roger Bastide, ao falar sobre o estudo do folclore: "O folclore não flutua no ar, só existe encarnado numa sociedade, e estudá-lo sem levar em conta essa sociedade é condenar-se lhe apreender apenas a superfície" (Bastide/1959).

[xvi] A apropriação da categoria weberiana de carisma e sua inclusão neste contexto analítico se deve tão-somente ao interesse de trazer à luz o quadro classificatório e cosmológico da modernidade, ao que parece herdado das religiões universais, que esquadrinha o real de acordo com dimensões dicotômicas – a efeverscente extra-cotidiana e a outra morosa, cotidiana. Concepção e classificação reelaboradas nas ciências sociais, por exemplo, na distinção entre "comunidade" e "sociedade" proposta por Tönnies, cujo fundamento está na separação entre emoção comunitária e racionalidade societária (ver Giner/1996, pp: 83-98). Huizinga é um claro exemplo da incorporação dessa classificação, quando, ao falar do jogo, descreve-o como algo que "lança sobre nós um feitiço: é 'fascinante', 'cativante'. Está cheio das duas qualidades mais nobres que somos capazes de ver nas coisas: o ritmo e a harmonia" (*Op. cit.*, p:13).

[xvii] Faço referência ao percurso do modelo de ordenação das práticas momescas cuja matriz foram as grandes sociedades carnavalescas, inspirando-se nos clubes burgueses, se espraiando posteriormente pelos ranchos, escolas de samba e blocos, em meio a ajustes às condições sociológicas e aos esquemas simbólicos dos grupos e classes sociais atravessados (ver Queiroz/*Op. Cit.*, pp: 51-9).

[xviii] Uma vez mais comparando a situação atual dos festejos carnavalescos no Rio de Janeiro com outro congênere e, ainda, com a festa de São João em Caruaru (e poderia estender a Parintins e Barretos), há similaridades a serem ressaltadas – para adiante retomá-las de maneira mais exaustiva. No evento do Agreste pernambucano, de um modo geral, as pessoas com quem conversei, moradores da cidade, demonstram orgulho pelo tamanho da repercussão atingida pela festa local, porém mostram desconforto ao se referirem a multidão que invade a cidade na mesma ocasião. Reclamam da falta de espaço e do distanciamento entre o "povo" da cidade e seu festejo provocado pelo "crescimento" tanto dos aparatos institucionais e administrativos quanto da especialização organizacional e dos mecanismos econômicos mobilizados. Em Salvador, a tensão entre o orgulho pela fama gozada hoje pela "sua" folia e os queixumes quanto às vicissitudes contidas nessa celebridade vai à mesma direção. Uma pessoa do meu ciclo de amizades chegou a comentar, quando lhe perguntei como fora sua participação na folia, em 1998: "Sei-lá. Não gostei. O carnaval de Salvador cresceu muito. A gente não tem mais espaço pra pular; é tanta gente".

[xix] A visita à escola de dança e a entrevista com Carlinhos de Jesus (cujos alguns trechos são transcritos abaixo) ocorreram no dia 24 de junho de 1998.

[xx] Em outros dois textos trato com mais detalhe desta temática (ver Farias/1999 e 2000). Ainda a respeito, a recente a releitura feita por Cacá Diegues da peça *Orfeu do Carnaval*, de Vinicius de Moraes, se concretiza exatamente à luz do mesmo problema, pois a narrativa persegue o caminho do jovem negro e belo, compositor de sambas, sobretudo de sambas-enredo, Orfeu da Conceição. Morador contemporâneo de uma favela carioca, o rapaz alcança retorno financeiro e fama em toda cidade graças ao seu talento musical – algo em comum com o personagem mitológico, capaz de encantar musas e até a plasticidade de Apolo. Isto o torna espécie de parâmetro rival ao do seu amigo de infância, o agora temido chefe do narcotráfico na comunidade, o também jovem, porém branco, Lucinho. Numa das cenas, às vésperas do carnaval que consagraria o músico popular, um duelo: com um violão às mãos, Orfeu desperta emoções ao entoar uma canção; flagrado em seus afetos despertos pela música, mas, logo, trancados pelo sentimento da vaidade ferida, o antigo companheiro ofendido saca o revolver e atinge uma lâmpada, assustando os presentes e deixa patente: "Este é o meu talento".

[xxi] Integram, assim, o contingente de 12 milhões pessoas inscritas na economia informal no país, gerando anualmente em torno de R$ 12 milhões e 800 mil, segundo dados recentes do IBGE; sendo 20% deste montante proveniente do ramo das diversões. Mas, por outro lado, co-participam, em um plano mais amplo, da situação de precarização do emprego. Mostra Marcio Pochmann, em um estudo sobre o emprego no Brasil entre os anos 1990 a 1997, que nesse período foram eliminados no país dois milhões e 47 mil empregos de carteira assinada. No caso da região metropolitana do Rio de Janeiro, o número situa-se nos 311 mil e 856 de vagas dispensadas (Pochmann/1998).

[xxii] Curiosamente, a onda contemporânea do pagode igualmente ganhou um programa semanal na mesma rede de televisão e igualmente se revelou um fiasco, do ponto de vista da audiência. Na mesma ocasião, aproveitando o sucesso das duplas sertanejas, a Globo introduziu o programa *Amigos* à grade semanal da sua programação, levando em conta a boa aceitação da versão de final de ano do mesmo programa. E, também, o fraco resultado de audiência decretou o fim do projeto.

[xxiii] A discussão em torno do vestir dos sambistas, na verdade, é algo recorrente. Os pagodeiros "mauricinhos" de alguma forma atualizam um modo de conduta que marcou o lendário grupo de samba Nosso Samba, com grande repercussão nacional nos anos sessenta e setenta, matriz desse tipo de agrupamento normalmente portando temos e apresentando determinada coreografia, ou como se falava na época, "passo marcado". Mas atrás do Nosso Samba um longo encadeamento de outros grupos se estende,

contendo o Grupo Portelinha, protagonizado por Paulo da Portela, tendo por imperativo negros bem vestidos, com pés e pescoços cobertos, de fraque e cartola. O que o aproximava da postura do famoso grupo Oito Batutas, no qual Pixinguinha, Donga e outros se destacavam (ver Farias/2000).

[xxiv] Ortiz evidencia as contradições implicadas na territorialidade da modernidade-mundo: "Os países do "Sul" (eufemismo criado pelos burocratas do "Norte") dificilmente poderiam ser comparados ao desempenho da Tríade – América do Norte, Japão e Europa ocidental. Esta não é porém a questão central para nossa discussão. Importa entender como a modernidade-mundo se reproduz de maneira diferenciada no conjunto desses países. (...). O espaço geográfico do consumo nos países do "Sul", não é homogêneo, ele concentra riqueza e pobreza em determinadas áreas. Aos executivos globais interessam as "core área", nas quais se encontram uma população com um potencial de consumo próximo ao dos níveis internacionais. São nesses espaços, e em determinados segmentos, que os objetos da modernidade-mundo, automóveis, telefones, geladeiras, eletrodomésticos, se concentram. (...). O "Terceiro Mundo" não está excluído da sociedade mundial. (...) A modernidade-mundo nos países do "periféricos" é perversa, selvagem, mas, real. A globalização provoca um desenraizamento dos segmentos econômicos e culturais das sociedades nacionais, integrando-os a uma totalidade que os distancia dos grupos mais pobres, marginais ao mercado de trabalho e de consumo. (...) As desigualdades intra-nacionais não contradizem o movimento de convergência dos hábitos de consumo. A mundialidade da cultura penetra os pedaços heterogêneos dos países "subdesenvolvidos", separando-os de suas raízes nacionais. (Ortiz/1994, pp: 203-4).

[xxv] Creio elucidativa a seguinte ilustração. Recentemente reeditado pelo Senac de São Paulo, o Guia Histórico das Viagens e Turismo no Brasil, de autoria de Luiz Gonzaga Godoi Trigo, pretende oferecer ao leitor "as mais diversas informações sobre como se constitui no país a infra-estrutura do turismo (...)". Lidas suas 246 páginas, ricas em informações cronologicamente dispostas, fica a impressão de uma filosofia da história a disposição do turismo. Pois tudo quanto faz referência a viagens, estrutura de transportes e comunicação, patrimônio natural e cultural, além, é claro, dos dados sobre estabelecimentos de hospedagem e serviços culinários, é engendrado como antecipações do implante definitivo da estrutura de turismo e entretenimento no Brasil (ver Trigo/2000.).

[xxvi] Logo, existe a região onde estão acopladas natureza e civilização no eixo do Rio-São Paulo e suas vizinhanças, com as grandes festas (carnaval e révellion em Copacabana); o grande universo étnico-histórico e místico do Nordeste, com suas folias de rua, folguedos coloniais, manifestações sincréticas de devoção religiosa e os seus idílicos cenários tropicais; a área do circuito *country*-caipira dos rodeios-shows englobando o "interior" do Centro-Sul (pelos estados de São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Goiás e Mato Grosso do Sul); os santuários ecológicos da Amazônia (o Pantanal mato-grossense é aproximado pelas normas desta sintaxe ao campo semântico e iconográfico amazônico, a despeito da sua geomorfologia, mas em consonância às homologias visuais-ambientais), onde a cultura "cabocla" e as modas da viola de cocho conferem os tons folclóricos, cada vez mais realçados pelo grande "duelo" festivo do Festival do Boi-Bumbá na cidade de Parintins. E, finalmente, a fronteira sul, destacada pelas paisagens subtropicais reelaboradas pela ação dos gaúchos e das colônias de imigrantes europeus e o cenário paradisíaco da Ilha de Florianópolis, com destaque para o festival da cerveja, em Blumenau, no mês de outubro.

[xxvii] Voltando à pesquisa sobre emprego no país na década de noventa, desenvolvida por Marcio Pochmann, os números revelam que os ramos da indústria e da construção civil tiveram um coeficiente de 76,7% do total na diminuição dos empregos assalariados registrados, equivalendo a um milhão e 800 mil postos (*Op. cit.*).

[xxviii] Algumas vozes são representativas da maneira como é construída tal percepção. Gerente do mais importante pólo de formação de profissionais para a área de turismo no país – o Centro de Educação em Turismo e Hotelaria do Senac São Paulo – e professor titular da área de turismo na Puc-Campinas, Luiz Gonzaga Godoi Trigo se destaca como importante intelectual orgânico do setor. Isto se dando seja pelo papel didático e doutrinário desempenhado na publicação de diversos livros em favor do reconhecimento do turismo, enquanto parte do "universo do lazer", como uma alavanca fundamental à geração de renda e empregos em um país, ao seu ver, dotada de tantas potencialidades, além ainda de mecanismo fundamental à inserção diferenciada do Brasil no concerto internacional; seja os esforços que empreendeu de racionalização das atividades, contribuindo ao transporte de técnicas e informações de outras partes do planeta, propondo novas classificações das tarefas e refletindo sobre os modos de conceituar os produtos turísticos, sistematizando os elementos no sentido de constituir uma totalidade integrada, eficiente administrativa e economicamente. Na última década, Trigo explanou os percalços conhecidos pela sociedade nacional com efeitos direto sobre o turismo: sucessivas crises políticas, instabilidade econômica, aumento da violência urbana (sobretudo no Rio de Janeiro, "portal de entrada do país"). Reclama então a necessidade de descentralização das atividades no setor e a urgência de investimentos na infra-estrutura (hotelaria, alimentos e bebidas, segurança, transportes, comunicações, turismo receptivo), *marketing* e formação de mão-de-obra especializada" (ver Trigo/1998, p: 32).

[xxix] Nos últimos anos, uma luta interna ao âmbito conjunto da Federação do Comércio do Estado de São Paulo (FCESP), Sesc e Senac evidencia a ascendente hegemonia que os ramos de serviços têm alcançado em relação aos demais da área do comércio. Fundada em 1995, a Federação das Empresas de Serviço do Estado de São Paulo (Fesep) reclama da falta de representatividade no interior da FCESP para as 25 mil empresas e 12 sindicatos filiados. A batalha jurídica contra o recolhimento fiscal das empresas para a FCESP compõe parte do esforço de criar uma confederação nacional para os serviços, contando com federações similares organizadas no Rio de Janeiro e em Minas Gerais.

[xxx] Em documento de 1999, a WTTC descreve a América do Sul como uma das regiões de maior crescimento no planeta até 2.020, algo como 4,9% ao ano.

[xxxi] A respeito das aproximações entre turismo e comemorações religiosas no Brasil, principalmente para o que se refere à romaria à Basílica de Aparecida do Norte, em São Paulo, ver Oliveira (1996, pp: 262-72).

[xxxii] No conjunto das reflexões sobre o lazer, um vasto repertório de argumento se referencializa na tese de que a industrialização, a partir do ocidente europeu do século XIX, conjuntamente à consolidação do mercado de trabalho e de mercadorias, acarretou toda uma ordem de transformações inclusive no âmbito das diversões. Tratar-se-iam, desde então, de formas de diversão mercantilizada, imposta pela natureza mesma das sociabilidades possíveis no capitalismo. De sorte que o zoneamento do lazer é definido funcionalmente como o "outro" racionalizado do mundo cotidiano do trabalho. O tempo do lazer tornara-se, simultaneamente, uma atividade econômica (com produtores e meios de produção de diversão) e espécie de "catarse", implementada com a finalidade de retirar os sujeitos do seu dia-a-dia sufocante, levando-os a ambientes idílidos, para então devolvê-los, reabilitados, às engrenagens produtivas. O historidor Eric Hobsbawm chama atenção à afinidade existente entre o pionerismo inglês no setor de turismo e entretenimento e o fato de ser a Inglaterra a primeira sociedade industrial. E insinua as motivações que estimularam segmentos esclarecidos (intelectuais e profissionais liberais) desta última a práticas "extenuantes", como o alpinismo e as longas caminhadas, quando se retiravam para "cenários inspiradores" (Hobsbawm/1982, p:219). Certamente, acentua o autor, o imaginário dentro do qual o lazer passa a consistir na "felicidade", no "tempo da satisfação", resultaria de uma soldagem ideológica anterior; a ideologia do descanso está, supostamente, concatenada ao tipo de "fetichismo da mercadoria" que prevaleceria nesse setor da vida coletiva e aos modos de controle exercido pela ordem social dominante burguesa e sua concepção de mundo produtivista.

[xxxiii] Os mesmos autores, a partir da pesquisa etmológica realizada por Franklim, revelam que a expressão francesa *hôtel* começa a sofrer uma ressemantização no curso do século XVII. Paulatinamente deixou de possuir uma polissemia, que o tornava capaz de designar seja a residência do rei da França, especificada pelo incomparável luxo, seja o local que dava abrigo aos oficiais e soldados (*hôtel des invalides*), ou ainda o *hôtel-Dieu*, direcionado aos doentes. Outras designações existiam: *hotel -de-la-Monnaie* na qual imprimia-se a moeda e o *hôtel de Ville*, sede da municipalidade. Já no limiar do século seguinte se dissemina o sentido do *hôtel* como entendido pelos senhores, enquanto o espaço de um quarto mobiliado, alugado durante suas viagens: "Assim, por extensão, o termo aplicou-se às casas abertas ao público que alugavam temporariamente quartos mobiliados, os hotéis hoje conhecidos, e que pretendiam frisasse o nome e excelência das instalações e a qualidade dos serviços oferecidos, capazes de proporcionar aos hóspedes um estado semelhante ao encontrado nas mansões senhoriais, os verdadeiros ***hôtels***. Com o tempo a palavra popularizou-se, a ponto de abranger qualquer estabelecimento que alugasse quartos, seja como atividade única, seja como anexo de cabarés, tavernas, casas de pasto (...). Todavia, jamais deixou de o luxo e o conforto marcarem a idéia de hotel, distinguindo0s de outras casas de hospedagem" (*Op. cit.*, p:51 – em negrito no original).

[xxxiv] Alain Corbin mostra o decisivo papel desempenhado pela literatura de ficção, nas décadas iniciais do século XIX, na popularização das praias, falésias e cavernas. Ao mesmo tempo, seja na França ou na Inglaterra as revistas marítimas popularizam os conteúdos referentes à "cena litorânea", em seus diversos planos. Os sentimentos de prazer da classe ociosa vão assim encontrar nesses cenários espaços de materializações dos anseios de hedonismo (Corbin/1989, p: 245)

[xxxv] A pesquisa nas fontes primárias jornalísticas do período de publicação do guia nos revelou diversos anúncios oferecendo serviços de restaurantes, bares e cafés. Casas como o Café Lamas, no Largo do Machado e o Bar Nacional, na Rua 13 de Maio no centro. Os informes dos serviços assinalam o horário de funcionamento dos estabelecimentos e seus respectivos atrativos e características, como a existência de piano e outros instrumentos musicais, por exemplo.

[xxxvi] Além das oito nacionais, o guia também informa a presença de sete outras companhias de navegação estrangeiras, sendo três francesas (Chargeus Reunis, Compagne des Massageries Maritimes e Societe Genérale des Transports Maritimes a Vapor), três inglesas (Liverpool, Brazil and River Plate Mail Steamers Company, Pacific Steam Navigation Company e a Naval Mail Steam Packet Company) e duas italianas (Servizio Porstale Italiano e Rocco, Piaggio e Viglio).

[xxxvii] Nesta Avenida aparece o primeiro anúncio luminoso no país: um grande cubo, armado em paredes de papel seda, contendo algumas velas, que acesas permitiam ler o nome do filme *Gioconda*. Nota-se que a localização do hotel nessa área enobrecida da cidade é indicativa de como o ramo de entretenimento se organiza mediante o intercruzamento de atividades afins, engatadas numa modernização que deslancha nos planos cultural e econômico. O estabelecimento foi erguido sobre a base construída pela companhia de eletricidade Light três anos antes para abrigar a estação circular de bondes, onde duas galerias cruzavam-se. Entre estas a Cruzeiro se destacava pela grande concentração de casas comerciais, sobretudo bares e restaurantes como o Franziskamer pertencente a cervejaria Brahma, e ainda estar na imediação do café Jeremias e das igualmente luxuosas confeitarias Lalet e Colombo. Com capacidade para 500 hóspedes, o Hotel Avenida passou a ser divulgado em cartões postais, nos quais a fachada do prédio era acompanhada de uma legenda em francês que identificava o estabelecimento como: "Le plus important du Brésil". Outros cartões exibiam o luxo e comodidade dos seus interiores, enquanto outros o situavam nas imediações iluminadas da Avenida Central, com suas edificações neoclássicas e ecléticas.

[xxxviii] A seqüência no estabelecimento de entidades patronais nesse circuito interdependente de atividades irá seguir com a fundação da Federação Brasileira de Hotéis, na década de trinta, e da Associação de Agências de Viagens, na década dos sessenta. E, ainda, com as ligadas ao setor de alimentação pronta. Além daquelas entidades voltadas aos ramos de transportes, como a Associação Brasileira de Transportes Coletivos (Abrat).

[xxxix] Bastante elucidativo é o empenho da entidade em construir o Monumento Automobilístico na Serra da Araras, no Estado do Rio, como uma das suas primeiras iniciativas. Ato em linha de continuidade com a implantação no país de representações de conglomerados ligados ao transporte automotivo, como a Ford e a Goodyear.

[xl] Quedas d'água inseridas na área do primeiro parque natural do país, o das Cataratas do Iguaçu, criado por lei federal em 1937.

[xli] Vale transcrever o cenário narrativo elaborado pelo autor para apresentar seu ponto de vista: "O Rio, para o argentino, já é um habito, já é um vício. E compreende-se. O inverno, em Buenos Aires, é insuportável: quatro graus, três graus, dois graus abaixo de zero. É humidade que nos oprime o corpo e neusrasteniza a alma (...) É verdade que ha teatros, ha cabarets, ha exposições, ha festas - como aqui não ha. Ambiente europeu de requintes de gente endinheirada, acostumada ao *que é bom*. O argentino goza, mas o nariz protesta. E a garganta. E a cabeça: ai, que peso! Venha uma aspirina. Cama. O argentino, um belo dia, resolve embarcar.
Chega ao Rio: vinte gráus, vinte e cinco gráus. Não acredita. Pensa que está sonhando - caramba - esto no es invierno!
(...)
O argentino vai gostando cada vez mais. Começa pela temperatura, que já de longe o reconcilia com o Creador, e o deslumbramento da entrada da barra, e vai seguindo pelo resto, tudo o encanta - a Avenida, os jardins da Gloria, a Beira-Mar, aquele Flamengo luminoso, a curva de Botafogo, o tunel - que trabajo, agujerear esta montana de piedra!
O automóvel vira a direita – Copacabana! Ai o argentino fica mudo...Retoma o usa da palavra ao chegar ao hotel, murmurar, com sua pontinha de despeito amigo, ante a imponencia daquela fachada: – suertudos: estos brasileiros, tienen tudo...
O argentino instala-se e começa a viver...
Não precisamos fazer cerimonias, toda franqueza. Ele mesmo nos põe á vontade. Depois de ter apreciado tudo o que viu até ahi, continua a apreciar o mais. Gosta de nossa comida, pela-se pelo nossso maxixe e pelas nossas modinhas, regala-se com as nossas frutas, compra todas as aguas marinhas que vê, acha o idioma - muy dulce (só os ãos e ões que delicia!) e nos garante que somos muito finos, muito educados e muito instruidos...
(...)
O argentino experimenta, e fica maravilhado. Se pudesse comprar o nosso clima, as nossas praias, o Corcovado e o Pão de Assucar, comprava. Não póde - vai se embora, porque não tem outro remedio. Chega a Buenos Aires, faz de nós uma propaganda, que a gente fica até com orgulho de ser brasileiro. No ano seguinte, está aqui outra vez, firme, em companhia de três ou quatro famílias amigas.
O que se dá com os argentinos, podia acontecer com os extrangeiros em geral. Quando ocorre um argentino vir ao Brasil, fica nosso amigo e nunca mais abandona. Mas ele vem por acaso, porque lhe pareceu bonita a cidade, quando passava para a Europa ou por sugestão de algum conhecido. Porque propaganda oficial na Argentina é coisa que não existe. Nem na Argentina nem em nenhum outro logar. O argentino que aqui aporta pela primeira vez, fica espantado. Está claro que já ouvirá falar da nossa "natureleza". Isso é coisa velha. Mas quando vê que o Rio é uma grande cidade, uma metrópole, com formidáveis avenidas asfaltadas, hoteis magnificos, gente de boas maneiras e febre amarela só na lembrança – fica envergonhado de não nos ter conhecido ha mais tempo.Culpa dos governos, que acham

que turismo é bobagem e propaganda mero pretexto para dar emprego a alguns cretinos evernizados.(...)" (*Op. cit.*).

[xlii] É bem verdade que alguns dos pavilhões, como o das indústrias, foram erguidos em outras áreas do centro da cidade – Praça Mauá e Largo de São Francisco.

[xliii] É sugestiva a respeito a pesquisa de Elysio de Oliveira Belchior sobre a trajetória dos cartões postais nas primeiras décadas deste século no Rio de Janeiro. Já que no material iconográfico apresentando pelo autor, referentes ao intervalo entre os anos dez e trinta, os elencos das imagens mobilizados para representar o espaço da cidade circunscreviam-se, em grande medida, às paisagens naturais (Pão de Açúcar, Corcovado, Praia de Copacabana, etc) ou às novas ambiências proporcionadas pela reforma de Pereira Passos, como as Avenidas Central e Beira-Mar. A população da cidade está ausente das cenas urbanas cariocas. Apenas na década de quarenta o povo, nas praias ou no carnaval, tomar-se-á um motivo de divulgação turística. Também, em semelhante ocasião, os cartazes publicitários da mesma Companhia Cervejaria Brahma começam associar seu produto ao cenário idílico do Rio – ver ilustração a seguir.

[xliv] Para se ter uma idéia da valoração gozada pelo e do significado material do setor de hospedagem e alimentação no Estado do Rio de Janeiro, vale observar que, entre os 20 principais hotéis do país, cinco estão sediados em seu território, sendo as duas primeiras posições ocupadas, respectivamente, pelo Othon e o Rio Sheroton. Algo similar também ocorre no ramo das agências de viagens, no qual as empresas fluminenses se situam entre as seis primeiras, inclusive a de maior envergadura nacional, a Abreutur (Fonte: Balanço Anual Nacional – Gazeta Mercantil/30-06-1999, p: 340).

[xlv] O sentido da favela no Rio de Janeiro transcende o significado de uma zona periférica e pobre; nela estão entremeados imaginários que a define também como espécie de quilombo, sede da resistência cultural e étnica popular, alternativa ao padrão e modo de vida do "asfalto" (ver Zaluar e Alvito/1998, pp: 07-24). Uma reportagem da revista francesa Geo, de fevereiro de 1999, atualiza esta mítica. Descrevendo o cenário cotidiano das favelas, as agruras dos seus habitantes diante das condições materiais tão precárias, o texto do periódico relata como do interior desses espaços infelizes o samba conquista com democrática alegria as expressões e vence as barreiras sociais, seja no desfile das escolas de samba, seja na onda do pagode que toma de assalto as casas de dança freqüentadas pela juventude das classes médias: "La fource de la samba eu Brésil est celle d'um cri. Um cri profond, de vie. Bien sûr, la misère fait de la musique um défoulement et du carnaval um espace de revê. Mais elle rempli aussi um rôle social. L' école de samba ressemble lês vieux du morro, de la favela, des femmes au visage use qui dansent, heureuses, des touristes et des fils à papa...Elle refuses la lutte de classes...Parce que les vrais sambistas n'ont pas besoin de tracer de frontiére autour d'eux. Ils vivent déjà sur même île: celle de la favela et de la musique. Celui qui n'past né dans la samba ne la dansera jamais bien. Avec des pas plus et standardisés, le pagode, cousin moderne de la samba, semble éliminer les frontières sociales". (Geo/02 de 1999, p: 85).

[xlvi] As faces desse mercado, em grande medida informal e temporário, são diversas, poderia apenas citar algumas como os artesãos que fabricam adornos para desfiles de escolas de samba ou bailes de fantasia, os ocupados com a confecção de fantasias também para os desfiles, aqueles que dão aulas de samba para turistas, em hotéis, academias ou quadra de escolas de samba e ainda as vagas abertas em empresas que fornecem alimentação nos diversos pontos de venda durante a festa.

[xlvii] As campanhas publicitárias da cervejaria são exemplares. Por exemplo, na temporada carnavalesca de 1997, o comercial da Brahma focou as duas folias: de um lado, a multidão sob os Arcos da Lapa, embalada pela célebre marchinha carnavalesca "Abram Alas"; de outro, a massa que pula em torno do trio elétrico. Já em 1998, o slogan "sabor irresistível do verão número" ficou restrito à voz da cantora Margareth Menezes, ao som de batuques de negros sobre um trio elétrico percorrendo uma das ladeiras do

Centro Histórico de Salvador. No último ano, embora a narrativa fosse ambientada em um campo neutro, uma praia qualquer, amigos (com dicção carioca) decidem veranear, organizando um peculiar bloco de sujo, preocupado apenas em manter-se sentado em volta de mesinhas, onde seus integrantes bebem - mas fantasiados irreverentemente no melhor estilo da folia de rua do Rio de Janeiro, ao som da percussão do samba.

[xlviii] A conclusão está calcada nos dados junto a pesquisa Gallup/Seleções, de 1997, que perguntou aos principais – em grandezas numéricas – grupos de turistas estrangeiros o que lhes chamam atenção no Brasil. Para os argentinos: 1) trópicos, 23%, 2) Carnaval, 20%, 3) futebol; americanos: 1) futebol, 18%, 2) trópicos, 3) carnaval, 3%; franceses: 1) futebol, 39%, 2) carnaval, 38%, 3) música, 23%.

[xlix] Já como resultado do acordo firmado entre a Prefeitura, o governo estadual e as entidades ligadas ao Rio *Convetion e Visitors Bureau* e a Embratur, lançada em dezembro de 1999, num circuito abrangendo mídias impressas e televisuais, uma peça promocional da cidade chama uma vez mais atenção ao calendário extenso e diversificado de acontecimentos para a temporada do verão 1999/2000. Desta vez, porém, a propaganda coloca em destaque o samba e o carnaval. Ao mesmo tempo, outras forças empresariais, entrelaçadas no mercado do turismo e com peso na teia de interdependências funcionais de alcance globalizado do entretenimento, têm se voltado para o resgate dos signos carnavalescos cariocas de uma tradição popular brasileira dentro das estratégias de retomada do Rio de Janeiro como referência turística nacional. Por exemplo, recentemente, nas suas mensagens de final de ano, a Varig veiculou em cadeia nacional de televisão um anúncio no qual meninos de diversas regiões do país exibiam suas respectivas culturas folclóricas e encerrava com crianças negras vestidas de branco, realizando uma roda de samba, do alto de uma montanha, frente para o Pão de Açúcar e sobre a Enseada de Botafogo.

[l] Descritos como verdadeiros rituais de uma "linguagem da violência" intrínseca a um universo simbólico associado às fraturas sociais das grandes cidades brasileiras, os bailes *funk* condensam redes de sociabilidades que se espalham por áreas diversas das favelas e bairros periféricos da cidade, compondo as "galeras". Formadas por adolescentes, de maioria negra e mestiça, tais galeras estiveram, no início da década, identificadas à barbárie urbana – a exemplo das ondas de saques nas praias, chamadas de "arrastões". Tendo obtido algum sucesso no mercado cultural e inserido nos ambientes de sociabilidades de jovens freqüentados pelas classes médias, houve certa diluição da estigmatização étnico e social da cultura *funk* (ver Herschmann/2000). O mais interessante é que, embora alguns analistas os considerem expressões de um corte com a tradição cultural brasileira, nos últimos anos os símbolos da cultura *funk* conhecem uma dialética com outras modalidades mais tradicionais da cultura popular urbana, como o pagode e o carnaval. São exemplares, não apenas a coincidência entre as hordas de mascarados e as galeras, mas a integração de funkeiros às alas de comunidades de diversas escolas de samba.

[li] Nos eventos carnavalescos dinamizados em torno dos palanques armados em praças e largos, principalmente em determinados bairros da Zona Norte e Oeste do Rio de Janeiro ou em cidades da região metropolitana (Praça Seca, Taquara, Madureira, Anchieta, Ricardo de Albuquerque, Nilópolis, entre outros), embora a tendência dos "rodadões" também adquire aí grande proporção, ainda é comum encontrar os bandos de "bate-bola", sobretudo entre os garotos de menos idade. É interessante, portanto, observar que é, entre os grupos formados por adolescentes, possuidores já de maior disponibilidade de recursos monetários e ao poderem se deslocar para as áreas mais centrais da cidade, que a mesma tendência tem encontrado aceitação mais evidente.

[lii] Promoção conjunta da Associação de Hotéis do Rio de Janeiro e do jornal O Globo, desde de 1975, o festival pirotécnico durante as comemorações do ano novo, na Praia de Copacabana, se firmou como não apenas um dos grandes eventos turísticos locais, mas também nacional e mundial. Notabilizado como o "Révellion no Rio", pelo investimento na queima de fogos e a paralela divulgação, a festa ano a ano vem

reunindo maior número de adeptos, tornando-o o segundo evento mais conhecido e rentável da cidade, após o carnaval. A edição mais recente, embalada pelas estratégias dos agentes turísticos em definir a última passagem de ano como a "virada do milênio", e escolhido pelo governo federal para marcar o início das comemorações pelos 500 anos de descobrimento do Brasil, esse révellion passou a estar envolvido em cifras gigantes, que levaram o Jornal Gazeta Mercantil (16-12-1999) reconhecê-la como um importante fator para a geração negócios. Isto se justificaria pelas estimativas que contabilizaram a presença sobre as areias da praia de três milhões de pessoas, vindas de diferentes locais do planeta. Entre outros, foram gastos US$ 1 milhão na cena pirotécnica de 18 minutos. Quatro grandes palcos foram montados para shows de diferentes estilos e ritmos musicais. Na Avenida Atlântica, oito mil lugares foram ocupados nos restaurantes e bares e 3 mil e 100 nos 62 quiosques distribuídos no Calçadão, entre o Leme e o Posto Seis. A Associação de Ambulantes calculou dois mil camelôs presentes ao evento comercializando cerveja e refrigerantes e água. Nas festas realizadas nos hotéis e no Forte somaram-se três mil e quinhentos convidados. Transmitidas as imagens da festa por uma rede global de emissoras de televisão por assinatura, que dedicou toda a programação para mostrar os "principais révellions do mundo", uma frase da repórter mexicana responsável pela cobertura foi sintética: "O Rio de Janeiro comprova, mais uma vez, sua competência em organizar grandes festas."

PARTE - 2
AS FESTAS DOS LUGARES

CAPÍTULO III
A CIDADE, UMA ESTAÇÃO E SUA FESTA DE MULTIDÕES – PAISAGEM E PODER NA FOLIA BAIANA

E se a visão que uma criança tem da natureza já pode comportar lembranças, mitos e significados complexos, muito mais elaborada é a moldura através da qual nossos olhos adultos contemplam a paisagem. Pois, conquanto estejamos habituados a situar a natureza e a percepção humana em dois campos distintos, na verdade elas são inseparáveis. Antes de ser um repouso para os sentidos, a paisagem é obra da mente. Compõe-se tanto de camadas das lembranças quanto de estratos de rocha.

Paisagem e Memória (Simon Schama/1996, pp:16-7)

No alongado desta segunda parte, o estudo da cultura popular na contemporaneidade brasileira a partir da correlação de elementos étnicos-históricos, modernização turística, economia do lúdico e entretenimento-turismo, acompanha seletivamente as transformações que ora colocam festas laicas identificadas regionalmente mas com apelos nacionais e mesmo internacional. Por isso, e na medida em que o local de entretenimento e turismo, é fulcro da análise, quando neste trabalho se faz referência ao re-ordenamento do espaço urbano para uma paisagem com fins de entretenimento e turismo, e não se faz coro com a literatura sociológica ocupada do tema, empregando a expressão "urbanização turística" (ver Mullins/1991, pp: 327-332), a opção conceitual obedece à diferença observada nas condições dos espaços aqui estudados. A categoria de "urbanização turística" prima pela deflagração, a partir das atividades

turísticas, de um processo de concentração populacional, implantação de infra-estrutura e o estabelecimento de outras atividades econômicas e de meios de vida específicos. A ênfase estaria posta no mercado de consumo de serviços de prazer, com a presença fundamental do capital imobiliário e da indústria da construção civil; aí a própria manufaturação de bens se subordinaria à especialização urbana. Embora considere esta uma tipificação problemática, quando propõe a "urbanização turística" como motor de uma "nova forma urbana", talvez tenha validade, por exemplo, no trato com as experiências das cidades da Costa de Ouro da Austrália, estudada por Mullins (Mullins/1994, pp: 591-607). Já que o autor observa aí grau elevado de homogeneidade decorrente do fato de a origem da localidade está diretamente comprometida com a intervenção dos vetores acima enumerados. Em relação a Salvador – e aos demais sítios urbanos focalizados nesta pesquisa –, o mesmo parâmetro conceitual se mostra inadequado, porque se trata aí de observar o movimento de rescalonamento seletivo de recursos existentes em planos diversos na cidade para uma espécie de fim *a posteriori* que os inscreve no chamamento de uma natural "vocação" turística. Rescalonamento estando, muitas das vezes, transversal à difusa totalidade urbana de "todos os santos e de todos os pecados", herdeira mais célebre da duplicidade mística e sensual de uma civilização barroca, forjada sob o domínio senhorial e escravocrata dos engenhos de cana-de-açúcar da Colônia, no litoral nordestino. Portanto a questão é saber sobre qual terreno das vicissitudes sócio-históricas são eleitos os elementos que comporão este segmento especializado hegemônico e como este se impõe à maneira de uma imagem consensual ao conjunto desigual de Salvador, onde a festa carnavalesca traduz os intercruzamentos.

O REMAPEAMENTO DA PAISAGEM URBANA

Ocupado do olhar sobre a paisagem no Ocidente, o historiador Simon Schama identifica a última não com a matéria bruta da história geológica, mas a enxerga como sedimentações das relações humanas que moldam e são, igualmente, emolduradas por esse espaço ambiente já prenhe de significados, na contrapartida das modalidades mentais de classificar e categorizar (Schama/*Op. cit.*, pp: 21-4). A um só tempo obra e efeito, a paisagem se atualiza nos sentidos que a formata e conhece a maneira como esses penetram e trasladam, incluem ou eliminam móveis. Na permanência da sua aparência, a paisagem é então algo capaz de dotar de naturalidade os históricos encadeamentos coletivos de complementaridade e conflito. A cidade como paisagem é a memória das intervenções, mas também o *locus*, o altar onde se celebra as reciprocidades e a

arena das lutas que consagra ou esmaga modos de atuar sobre a lembrança e de possibilitar o acesso ao conhecimento proveniente da memória. A paisagem urbana guarda na textura os sinais dos jogos de poder – os confrontos e apropriações que tecem a tela apreendida como a cena legítima. Nesse sentido a paisagem urbana consiste em uma maneira de arrumar o espaço e traduz as trajetórias na construção de hegemonias sociais. Não se trata de entender essa dimensão do espaço tão-somente pelos seus aspectos geológicos e arquitetônicos, mas reconhecer na perenidade dos eventos coletivos – como o carnaval – um elemento paisagístico também. Em termos dos objetivos desta tese, se quer tocar a paisagem urbana contemporânea de Salvador e observar como as sedimentações resultantes de acúmulo de experiências humanas são re-mapeadas no interior de uma moldura turística, principalmente desde a década dos setenta. E isto leva a reconhecer as alianças forjadas nos movimentos das relações sociais e a qualidade mesma deste processo, no qual se intercruzam motivações políticas, econômicas e culturais. Detenho-me na hipótese sobre o referido intercruzamento, ao longo deste primeiro item. A finalidade está em demonstrar as condições e o tipo de lógica social amalgamados no delineamento do lugar de entretenimento turismo de Salvador.

Tomo inicialmente o aspecto político, já que nos remete ao palco das decisões com impacto direto sobre o terreno coletivo. E considerando a maneira como os grupos de poder, diante dos seus interesses e das respostas às pressões sobre seu comando e na dominação exercida, detêm posição estratégica na evolução de uma tendência e no acolhimento de determinados valores e suas manifestações – no caso a valoração da paisagem turística. A figura de Antônio Carlos Magalhães está no centro do leque de alianças que introduziram em novas condições facções das elites oligárquicas do Nordeste no cerne dos setores de comando político-institucional do Estado nacional, sobretudo após o advento da Nova República, com a fundação do Partido da Frente Liberal, em meio ao contexto da redemocratização do país. Isto se fez ao longo das três últimas décadas, seja adaptando o perfil tecnocrático assumido pelas instâncias estatais de poder, desde a fase dos governos militares, às soluções de pressão na nomeação para cargos estratégicos de nomes integrados ao escopo dos seus escolhidos ou com a montagem de uma grande bancada legislativa dotada de amplas bases eleitorais municipais e estaduais, porém com repercussões decisivas nas esferas federais. Base controlada mediante instrumentos de represamento e distribuição de recursos capazes de tornar possível a eleição ou não de candidatos (deputados, vereadores, prefeitos, governadores e senadores). Nesse sentido os mecanismos políticos co-participam das alianças coligando estas facções, oriundas muitas das vezes de bases agrárias

estagnadas, aos segmentos de ponta do capitalismo transnacional, como os seguintes ramos: financeiro, de telecomunicações e entretenimento (Almeida/1999, p: 210). O que favoreceu a reafirmação da dominação tradicional, calcada nas práticas de apadrinhamento, clientelismo político e mandonismo, na contraface da não democratização dos bens de cidadania, mas agora conectada às modalidades de mercantilização do consumo cultural e turístico, que vem justamente redefinindo a inserção regional do Nordeste na economia mundial, em meio à descentralização marcante do novo perfil dos equilíbrios de poderes no interior do Estado-nação brasileiro. E nesse cenário que alguns estados, principalmente a Bahia, são reverenciados como modelos de "modernidade" na gestão da coisa pública comprometida com a desregulamentação das funções do Estado e à abertura para o mercado global. Aí onde grupos sociais emergentes se encadeiam a elites tradicionais na reafirmação de valores regionais e, também, estão na contraface da flexibilização dos padrões coordenadores da acumulação ampliada do capital. Em tais condições, muitas atividades sociais são inseridas monetariamente na mesma dinâmica acumulativa. O que, por sua vez, possibilita intuir alguns dos caminhos que têm facilitado o acesso das paisagens e símbolos da cultura popular "regional" nordestina aos circuitos do turismo e do entretenimento. Vejamos em que medida.

Inaugurada em 1987, a direção da TV Bahia, afiliada à Rede Globo de televisão no Estado da Bahia e principal braço do grupo empresarial vinculado à economia de signos e espaços[i] comandado justamente pelo ex-governador da Bahia e atual senador da república Antônio Carlos Magalhães, concentrou esforços na fase inicial de sua existência em definir elos que aproximassem a emissora de uma "regionalidade baiana"; ou, segundo as palavras da própria direção, a intenção era molda-la, dar-lhe uma "cara da Bahia"[ii], porque sua imagem "estava restrita à de repetidora da Globo e faltava identidade entre o veículo e a comunidade." Por outro lado, o período entre o encerramento das festas de final de ano e o início da quaresma significava, segundo ainda o comando da empresa, decréscimo acentuado dos negócios no mercado publicitário local, no andamento da diminuição do interesse dos anunciantes em relação à programação televisual. Em vista disso, no ano de 1992, é lançado o *Projeto Verão*, com "objetivos institucionais e de captação de anúncios". Em resumo, a intenção compreendia "aumentar o encaixe, aquecer o mercado e criar um diferencial, mostrando que eventos populares e festas tradicionais também são fórmulas de faturamento". Do ângulo institucional, o pretendido era "(...) integrar o veículo à comunidade, tornando a TV mais baiana e de criar novas opções de lazer para a população e os turistas, numa época em que o fluxo turístico aumenta muito". As ações implicadas ao projeto consistiram na organização do "(...) Projeto 12 e

Meia, com shows de artistas emergentes; o Projeto Pôr-do-Sol. com shows de música popular; o Projeto Axé Music, com shows dos grandes blocos de Carnaval de Salvador; a Caminhada Axé, desfile de grupos artísticos e culturais da Bahia e festas tradicionais, clipes dirigidos por videomakers locais mostrando o melhor da cultura popular baiana".

A idéia vingou e, no mês de outubro de 1997, numa grande festa realizada na área reformada do Centro Histórico de Salvador, na região do Pelourinho, fora lançada a sétima edição do *Projeto Verão*. Na ocasião, tratou-se de verdadeira confraternização festiva. Quer dizer, o tema da festa, nodal ao tipo da estratégia de *marketing* e conjunção de esforços e interesses essenciais ao projeto, obteve reforço simbólico e material na situação, naquele instante instaurada. Ali estavam, além de autoridades políticas-administrativas e figuras ligadas a ramos empresariais diversos – que iam desde aqueles do mercado publicitário regional e nacional a representantes das atividades turísticas transnacionais –, artistas famosos e grupos populares culturais locais e agentes (repórteres, fotógrafos e cinegrafistas) de mídias de alcance nacional e internacional. O encerramento marcou o início de outro "festivo verão na Afrobahia", com o show da banda musical do bloco afro Olodum, assistido por uma multidão na Praça Castro Alves. O agrupamento de músicos e dançarinos do Olodum se destaca como exemplo maior do cosmopolitismo atualmente definidor da "Bahia" e da sua "cultura popular", afinal despontavam , na ocasião, entre os artistas brasileiros que mais faziam apresentações no exterior e se situavam no *ranking* das peças fonográficas mais executadas fora do Brasil[iii]. Enfim, o bloco afro seria a síntese desta Bahia "descoberta" e incentivada pelo *Projeto Verão*:

> A Bahia é um mito no imaginário do mundo. Sendo um estuário de etnias portadoras de culturas tão ricas, tem, nessa mistura, a essência de sua magia e um encantamento sedutor que contagia a alma de quem pisa seu chão. Bahia – geografia em forma de mulher. Viajar no corpo de suas cidades é palmilhar a sensualidade das ladeiras e curvas; perder-se nos recantos recônditos de suas ruas coloniais e perceber a silhueta de suas praias docemente beijadas pelo mar, que faz declaração de amor no vai-e-vem das marés. Musa maior de todos os verões, é nesse período do ano que ela se faz radicalmente bela. Encanta-se mais para encantar mais ainda. Intensificam as cores, os ritmos, os cheiros e prepara, com incomparável esmero, uma festa para todos os sentidos. O Projeto Verão é a grande festa da Bahia. É a pimenta de cheiro, a pitada de sal, o tempero que veio dar mais gosto ao que já era bom demais. Em sua sexta edição de sucesso, dividido em vários sub-projetos, cobre de ponta a ponta a grande folia baiana e vem se consagrando como o melhor espelho dessa imensa alegria. (Projeto Verão/ TV Bahia, Salvador: 1996 – grifos meus).

Não nos deixamos enganar pela maciez das aparências. Adepto então da administração de Lídice da Matta, logo oposto ao grupo do senador Antônio Carlos Magalhães (os "carlista") – grupo dominante da cena política estadual –, o bloco Olodum tem sido marginalizado em relação

às modalidades de apoio público. Não obstante, penso que o sociologicamente decisivo consiste no peso conferido à cultura popular como expressão desta entidade mítica, a "Bahia"; mítica no instante em que comparece como um contexto discursivo auto-referente e referencializador das condutas, indiferente às contradições cravejadas na história secular. A importância sociológica consiste no entendimento de que a iniciativa da direção da emissora de televisão em promover e divulgar esta Bahia e sua "cultura" tornou-se possível dentro de um processo de duração alongada, que estou chamando de modernização turística. Neste primeiro item estarei ocupado em evidenciar as linhas gerais desse processo ao engendrar o espaço da cidade em meio ao alargamento das relações sociais de um concerto de grupos; retomarei o tema da cultura popular no seguinte item, no sentido de compreender o anverso, isto é, a configuração assumida pela mesma modernização turística na experiência sócio-cultural de Salvador. Ao estar na interface entre um e outro aspecto, vou percorrer os caminhos da restauração do Parque Histórico do Pelourinho: o conjunto arquitetônico composto pelo casario colonial daquela região, centrou-se como o núcleo da tropical paisagem afro-baiana. E ali se manifestam os dispositivos acionados na crescente projeção nacional e fora do país de um conjunto de práticas artístico-lúdicas musicais e coreográficas potencializadoras do Carnaval de rua de Salvador, nos últimos anos. A temática do espaço insinua o rebatimento do processo de modernização turística na peculiaridade de, na sua dinâmica, intersecionar modos de vida e produção na circunscrição dos lugares de entretenimento-turismo, para o qual o estatuto da sociedade de consumidores é uma chave decisiva. Decisiva se quiser considerar, hoje, a esfera do consumo como um campo de sentido com incidência sobre o desenho das identidades e nas lutas pela afirmação destas.

Vou tomar por referência, a princípio, o vetor étnico, aquele de maior visibilidade na identificação desse específico espaço de imbricamentos. Algo indicativo a respeito é o episódio de gravação neste local do videoclipe da canção-denúncia *They Don't Care About Us*, cantada pelo mega *star* da música pop mundial, Michael Jackson – sob a direção do também negro norte-amaricano Spik Lee, celebrizado por seus filmes sobre o conflito racial nos Estados Unidos. Ocorrido em fevereiro de 1996, o encontro entre o Michael Jackson e a banda musical do Olodum deixa claro se tratarem de afinidades estéticas resultantes de historicidades que ambientaram parcelas das realizações culturais de modo geral, e os afro-americanos em particular, como bens simbólicos de lazer/diversão, sobretudo a rítmico-musical e a dança. Contando com a percussão da bateria e a plasticidade dos bailarinos do Bloco, a peça audiovisual, em seus personagens e cenário, desvenda uma situação protagonizada pela modalidade de música

que marca a presença africana nas Américas, com a diáspora provocada pelo comércio de escravos. A escolha desses lugares para a gravação do videoclipe (já que o outro, vimos, foi à favela situada no Morro Dona Marta, no Rio de Janeiro) sugere o encontro no qual as temáticas da afirmação da consciência étnica e a do protesto contra a exclusão social ocorre associado a uma sempre sincrética e mutante "cultura negra", configurada no traço rítmico-musical e percussivo (do samba e do samba-*reggae*) e nas técnicas corporais de manifestação coreográfica da expressão humana, não restritiva ao grupo étnico negro, mas incorporada como ecumênico elemento artístico-lúdico de diversão e a partir daí, instrumento de aquisição de *status* vinculado a um estilo de viver, ao se produzir e consumir cultura. Livio Sansone percebe com precisão as interferências deste intercruzamento sobre os fenômenos étnicos na cidade. Atenta para o *ethos* compartilhado, atualmente, entre os jovens negros e mestiços pobres de Salvador, onde identidade negra e cultura negra não compartilham de um mesmo campo semântico e de sentido, além de ocupar distintas posições de valorização e na balança de poder (Sansone/1994, pp: 64-5). Para o antropólogo, a centralidade ocupada pelo Pelourinho, diante de algumas das convicções dessa geração, advém da visão de negritude aliada ao "uso conspícuo do corpo negro, o lazer, o consumo de que eu falei anteriormente, a exploração da cidade durante o lazer, a rua, são momentos diferentes. São momentos nos quais tentam adquirir aquele *status* que não alcançam em outros momentos" (*Op. Cit.*, pp: 66-7). Embora concorde com a premissa do autor, creio ser necessária complementá-la. Vale lembrar, inicialmente, o quanto diferença no tratamento devotado pelo poder político estadual às gravações do videoclipe, deixa entrever duas conjunturas distintas no trato das elites com as agências sulbaternas da cultura popular. Afinal, o espaço do Pelourinho é, a um só tempo, o principal cenário e a cena da simbiose que impulsiona a economia do lúdico na Bahia contemporânea, no ajuste entre símbolos de uma matriz cultural popular negra com o mecanismo do entretenimento. Dois aspectos devem ser considerados. De um lado, a área é acolhida pelo estilo de vida ancorado no jogo das aparências e na devoção ao hedonismo do instante, traço de conduta interno à esfera do consumo. Estilo de vida apropriado pelos ideais de novos grupos sociais, que fazem das práticas de consumo (no conluio da utilidade com a diversão), maneira de afirmação identitária e distinção grupal, mas também canal à visibilidade e ao comércio das práticas culturais classificadas como marginais. De outro, a correlação é viabilizada no quadro de uma sociedade assentada em amplas interdependências e sempre mais organizada pela conjugação da formalização monetária do consumo com a abertura a modos de sociabilidades mais informais, fazendo da cena pública *locus* de exposição estilizada dos

sentimentos e emoções individuais, enfim, espaços de culto às personalidades (Featherstone/1997, pp: 15-55).

Deixo o tema do estilo de vida como um pressuposto à análise. Cabe identificar os fatores subjacentes à primazia gozada pelo espaço do Pelourinho. O protagonismo do Pelourinho no interior da contemporânea paisagem urbana de Salvador tem por suporte o *status* de "gueto quilombola" e patrimônio da humanidade, básico à constituição do moderno significado daquele sítio arquitetônico. Significado derivado, em parte, da atmosfera romântica e de boêmia que impregna o modo de classificar e perceber o local. O mesmo significado que, ao mesmo tempo, o desconcerta de toda a geografia da região central de Salvador, ao estar tematizado como espaço de diversão e consumo cultural. A hodierna semântica vem a reboque, curiosamente, do longo processo que tanto fragmenta a região central da cidade quanto marginaliza partes dos seus segmentos. Os últimos, até o século XIX, constitutivos do foco gerencial e concentrador da riqueza proveniente, sobretudo, das atividades agrárias (açúcar, tabaco e cacau), articulando as aristocracia e burguesias locais ao secular comércio internacional e ao intercâmbio com a civilização européia, mediante serviços portuários, além de pólo atrativo para imigrantes e meio de vida para descendentes do contingente negro escravizado (Braudel/1987 e Ubiratan/1994). Alguns autores (ver Santos/1994, Franco/1994 e Sampaio/1994) já assinalaram o conjunto de transformações que a "esvazia", ao deslocar diversas atividades econômicas, administrativas e culturais daquela região para novas áreas urbanizadas da cidade, à medida que Salvador conhece a metropolização, desde os anos cinqüenta, no rastro da modernização econômica, devido à industrialização, e das transformações políticas e culturais visando adequar a cidade ao perfil do tipo de sociedade moderna em acelerada expansão no país, desde a década de trinta (Risério/1995, p: 14). No caso da Bahia, a chama fabril modernizadora fora atiçada com a consolidação da prospecção de petróleo no Recôncavo e esta alcançou suportes mais efetivos com a criação dos pólos petroquímico de Camaçari e do industrial de Aratu (nos entornos das fronteiras municipais). Com íntima vinculação com essa rotação no plano produtivo, o perfil complexo de grupos e classes sociais inscritos na estrutura social urbana esteve na contrapartida de novos e especializados centros de produção industrial, abastecimento, comércio, serviços e habitação, viabilizados pela implantação das igualmente novas redes de circulação viária (as vias de vale), interligando áreas distantes, principalmente as litorâneas aos núcleos mais antigos da cidade, e da disseminação de novas formas de transportes e comunicação (carros, telefones, ônibus, etc). Algo emblemático é abertura da Avenida Paralela, em 1969, estendendo as

comunicações urbanas para o então desocupado litoral Norte, na mesma ocasião quando o shopping-center Iguatemi era projetado na também desabitada região de confluência dos bairros do Caminho das Árvores, do Itaigara e da Pituba. A mesma região, hoje, consiste no pólo financeiro e comercial de luxo da cidade. Assim a reformulação da geografia social da cidade redefine também o papel do antigo centro. O até então espaço nobre – a área da Avenida Sete de Setembro, Rua Chile e suas adjacências – passa a comportar atividades comerciais e de serviços diversas voltadas aos consumidores de poder aquisitivo mais modesto (Franco/1994, p: 37). Contudo, a parte referente à região denominada Pelourinho/Maciel, já excluída do dinamismo comercial, conhece a conciliação, da deteriorização física, ecológica, social e econômica com uma semântica inscrita no imaginário, que a estigmatiza como zona marginal[iv]. O dado curioso fica por conta do quanto o advento do meio técnico-científico[v] e o incremento do desenvolvimento econômico capitalista na cidade insuflam o mesmo impulso de mudança social aludido acima na direção de fatias dessa área da paisagem urbana. Precisamente porque o setor cultural, agora articulado ao comércio de serviços e significado, ganha relevância socioeconômica.

Como desenvolverei adiante, é preciso reconhecer, portanto, que a situação de entronização dos ramos do setor de serviços, com relevo dado ao comércio de bens intangíveis, e da redefinição do paradigma urbano em torno dos lazeres, instaurada nesse período, não ocorreu em um vácuo, já que, apesar de modo bem mais tímido, inicialmente, a aceleração da modernização turística foi uma contrapartida às modernizações industrial e comercial. Por isso, entendem Gomes e Fernandes, as políticas de preservação do patrimônio histórico-arquitetônico de Salvador (e no país como um todo), são implementadas sob o mesmo invólucro político-econômico, inserindo-se na política de turismo e consumo cultural, agora incorporada aos projetos de desenvolvimento econômico nacional. Do ângulo institucional, incluí-se nesse mesmo contexto a fundação da Embratur e no plano regional a reorganização, em 1972, da Empresa Hotéis Turismo do Estado da Bahia S/A (Bahiatursa) em empresa de turismo estatal, articulada ao Conselho Estadual de Turismo (Gomes e Fernandes/1994, pp: 50-1, Ferraz/1992, p:38 e Mello e Silva/1996, p:131). Sendo este o nicho de administração do Sistema Estadual de Turismo e responsável pela formulação do Projeto de Turismo do Recôncavo Baiano, tomando Salvador como o principal pólo receptivo e alvo dos principais investimentos. Obedecendo a uma das suas metas, o Aeroporto Dois de Julho foi ampliado, alcançando o *status* para receber vôos internacionais. Momento ainda em que se realiza a transferência das linhas de ônibus

interestaduais da pequena rodoviária situada na região do Sete Portas para o novo e maior terminal do Vale do Camurujipe, com intuito de fazer frente ao aumento da demanda de passageiros, gerada após a pavimentação, nos anos sessenta, da rodovia Rio-Bahia (BR 316), que interligou de maneira mais efetiva o Estado ao Centro-Sul do país. Vale reconhecer que, nesse momento, o turismo interno dá saltos significativos, no compasso da ampliação da renda dos setores de classe média no Sudeste do país e da melhoria na infra-estrutura de transportes, acompanhada da incorporação de novas tecnologias de locomoção. Posto em execução, já no início da segunda metade da década dos anos setenta, com reflexos seja nos segmentos de hospedagem e do comércio de alimentação e bebidas, seja nos esquemas de divulgação e comercialização do espaço, o projeto teve como saldo a fixação da Bahia como o maior mercado receptor de visitantes domésticos. Entre 1979 a 1986, em paralelo com a divulgação do Estado em 53 países, o número de leitos passou de oito mil e 500 para 16 mil e 200 e o número de vagas de emprego no setor cresceu 80%, isto é, atingiu 80 mil postos de trabalho (Gaudenzi/1999, p: 141).

As administrações do prefeito Antônio Carlos Magalhães, durante ainda a segunda metade dos anos sessenta e como governador em duas gestões (1979-1983 e 1981-1985), foram decisivas ao deslanche do programa turístico baiano, pois ocorrem, num plano mais abrangente, quando algumas transformações importantes estão sendo efetivadas no perfil da aquisição capitalista em âmbito mundial e cujos significados que a acompanha estão na contrapartida dos novos arranjos de equilíbrio de poder entre os grupos sociais intra e intersocialmente. A territorialidade do lugar de entretenimento e turismo resulta e manifesta os novos alinhamentos. O tema imobiliário é heurístico. Verifica-se, nesse mesmo período, o crescente deslocamento dos investimentos para o setor de empreendimentos imobiliários, sintonizado com a intensificação da primazia financeira e nas atividades terciárias e da ampliação do consumo de serviços e mercadorias, viabilizando uma série de construções ligadas a essa rotação socioeconômica (ver Sorkin/1992, pp: XVIII-XIX). Deste modo são erguidos *shoppins-centers*, avolumam-se construções destinadas à moradia e diversão das novas classes médias e das burguesias incorporadas ao novo perfil da estrutura social da cidade (e no restante do país). A questão da mercantilização do solo ganha, assim, componente financeiro sem precedentes; beleza natural e conjuntos monumentais (condomínios) passam a compor um dueto que aproxima poder público, iniciativa privada empresarial e rentabilidade, combinando turismo, atividade imobiliária e setor cultural, com atuação aguda na valoração do que passa a ser considerado recursos ao redesenho da paisagem urbana. Mas em

lugar de intervenções globais, desde os anos setenta a Secretaria da Indústria e Comércio vai primar pela delimitação localizada das interferências no setor turístico-imobiliário, contando com os investimentos do Banco Nacional da Habitação e do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico, de acordo com o objetivo de adequar partes específicas da cidade ao papel turístico e de lazer (Sampaio/1994, p: 110). O resultado é um descolamento das áreas eleitas da geografia da cidade e sua incorporação num mapeamento outro que as aproxima mais do nacional e mundial, enquanto área temática de entretenimento e turismo. Diria, apoiado em Sorkin, algo semelhante a algumas das características "ageográficas" das paisagens urbanas contemporâneas, isto é, onde a adição das ações de finalidade privatizante redunda no desarticular os novos espaços das teias históricas e simbólicas da cidade. E nas quais a exclusão e inclusão ocorrem por "edição e montagem" de fragmentos da cidade, de acordo com os ditames do mercado imobiliário e dos aportes financeiros (Sorkin/*Op. Cit.*). Porém não devo exagerar nesta fluidificação, adiante veremos o quanto o desenho da cidade turística acolhe e está cravejada por diversos dos teores étnico-históricos urbanos. Portanto, mantenho a hipérbole apenas com o fito de circunscrever as fronteiras do território em delimitação. Deste modo, são os seguintes os primeiros índices, nos anos setenta, da reformulação almejada do perfil urbano: a ocupação de fatias da orla marítima por complexos hoteleiros, propriedades, em sua maioria, de cadeias transnacionais tais como o Othon e o Meridien, e empresas prestadoras de serviços de recreação, lazer e alimentação, entre os bairros da Barra e Ondina. Além, ainda, daqueles empreendimentos visando o incremento do turismo de negócios a construção do Centro de Convenções nas imediações da Praia de Stiep (Silva/1988).

A reformulação consistia na adequação de Salvador aos parâmetros de uma cidade especializada em atividades – para repetir a terminologia da época – do setor terciário da economia, isto é, às atividades de serviço e comércio. Os defensores desta proposta argumentavam que, após a implantação do parque industrial nos municípios situados em seu entorno, a capital teria se tornado uma cidade dormitório. Caberia então incentivar alternativas de emprego e renda não diretamente comprometidas com a dinâmica produtivista. Nesta época ganha contornos o corpo do grupo ocupado seja da intervenção doutrinária visando constituir um consenso sobre a razoabilidade desta perspectiva ou tomando às mãos a tarefa de provar a faticidade das propostas. Ligado ao grupo de Antônio Carlos Magalhães, o nome do economista Paulo Gaudenzi é aquele de maior expressão, à medida que atuou na área turística como administrador (nos setores público e privado), professor e redator de artigos sobre turismo em

jornais (de Salvador e São Paulo)[vi]. Responsável por uma coluna no Jornal da Bahia, na década de setenta, Gaudenzi enfatizava as perspectivas de desenvolvimento econômico contido na exploração do turismo no Estado, ressaltando de modo atávico os dotes locais, ou como ele mesmo denomina, os "dengos da Bahia". Reproduzo a seguir um trecho sintético das suas idéias:

> Não é somente a opinião dos que aqui nasceram, mas de todos os que a conhecem, que os contornos desta terra são realmente grandes e envolventes, capazes de embriagar seus filhos e cativar, para sempre, seus visitantes. É cantada em prosa e verso pelos seus admiradores, nativos e forasteiros. Suas imagens transformam-se em obras de arte, em auréola de um amor transbordante. Ela é, por si só, poesia.
> Não só as palavras formam a força encantada da Bahia. Existe, também, um potencial turístico de primeira grandeza que, se for explorado com sabedoria e imaginação, certamente, fará consolidar sua posição de maior pólo turístico nacional no que se refere ao mercado interno e, sem dúvida, o segundo preferido pelos turistas estrangeiros, ficando, apenas o Rio de Janeiro, à sua frente.
> O turismo no mundo de hoje, vem se desenvolvendo, basicamente, através da busca do sol, das terras quentes com praias e dos monumentos históricos. Outros aspectos são, também, importantes complementos, tais como o folclore, comidas típicas, vida noturna e artes.
> Na Bahia, e especialmente em Salvador, as manifestações culturais, os elementos históricos e a paisagem associam-se para criar um encanto e um potencial turístico de alta qualidade. Convém ressaltar que a sua força de atração manifesta-se inseparavelmente do seu povo, na sua tradição e nos seus bens culturais e paisagísticos. (Gaudenzi/*Op. cit.*, p:89).

O trecho explicita a combinação de fatores que, na visão do autor, confere teor diferenciado ao produto turístico "Bahia". Os aspectos naturais, étnicos e históricos são correlacionados numa mesma textura paisagística, cujas imagens visuais e dos textos de catálogos, guias e outras mídias publicitárias incumbir-se-ão de tornar algo de concreto no modo de conhecer e apreciar o espaço urbano de Salvador como imã de todos os sentidos, seduzidos pelos cheiros e cores de uma cidade-festa. Vejamos no texto abaixo, extraído de uma matéria da revista turística Axé Bahia, de 1979, como a redação compõe a cena de uma "Bahia" mística e religiosa, mas, sobretudo descontraída, entregue aos feitiços de sua gente deflagrados pelo verão e já alvo dos olhares encantados dos visitantes:

> Um mês antes do início oficial do verão, no sol de quase dezembro, já dá pra sentir algo no ar: mais alegria, roupas leves e coloridas, o sol forte, as praias cheias, os primeiros turistas. É tempo e começar a poupar para as férias, tomar pé nas mil e uma programações, fazer roteiros, e, fundamental, ir pegando "uma cor" para melhor se integrar ao clima da cidade. Toda expectativa e preparação são poucas. Afinal, são três meses de festas seguidas, até a explosão final, no carnaval.
> Os berimbaus, atabaques, agogôs, agora ressoam mais forte. Os capoeiristas se esmeram mais nas suas jogadas. Blocos, cordões e afoxés iniciam ensaios. E os trios elétricos a cada ano em maior número, fazem os primeiros testes nas ruas sob um céu azul e um sol de mais de 30 graus, a cidade

começa a gingar, tal qual o povo, nesses dias mais avesso ao trabalho do que nunca. Não há tempo a perder, muito menos pra desmentir a fama de preguiçoso. Importante mesmo é não sair do ritmo.
Nem os que vivem dessa maré furtam-se à festa. É tempo de muito trabalho para comerciantes, barraqueiros, pescadores, mas nada impede o gracejo, o sorriso, a camaradagem com o freguês, um golinho de "pinga" numa hora mais folgada, às vezes até uns pulinhos atrás do trio. Fica garantida, no entanto, a mercadoria - frutas da estação, peixe fresquinho, o caranguejo bem limpo, cerveja no ponto, acarajé pelando, o berimbau colorido, as contas de acordo com o santo, folhas para afastar os maus fluídos.
Nos bares e praias o baiano vai tomando o jeito da estação. No começo de dezembro a guerra está declarada, e salve-se quem puder. Tem início, efetivamente, a maior festa do Brasil: o verão baiano. Santos, orixás, tudo é pretexto. O que o baiano gosta mesmo é de brilhar, quem quiser pode dizer que é devoção ao Sol. São mais de 120 dias de homenagens fervorosas.
As festas de largo são um capítulo à parte nessa história. Elas são a manifestação mais forte do espírito festeiro do baiano, e que mantém o pique da cidade e das pessoas até o Carnaval. Hoje em dia são mais de quinze festas: Da Ribeira a Itapoã. De dezembro a fevereiro. Como um daqueles ternos de reis de antigamente, que só acabavam depois de passar em todas as casas da cidade, de animar a todos, velhos, crianças, pretos, mulatos, brancos, gente bem e pau-de-arara. Em função do Senhor do Bonfim, Iemanjá, Iansã ou Nossa Senhora da Luz, às vezes até dispensando os pretextos, como é o caso da Ribeira. Os largos fervem, por semanas, tomados de barracas, sons, bebidas, andores, flores, um espetáculo pra turista ver e rever. E eles já começam a ser parte da festa, com suas figuras inconfundíveis.

Antes de prosseguir, é preciso ter em conta que as idéias, além de sintetizar valores socialmente formulados, quando encorpadas por grupos com expressão na estrutura social e dotados de efetividade nas decisões sobre os destinos coletivos, fazem-se instituições e programas, mobilizando politicamente recursos humanos, simbólicos e materiais. Observa-se nos dois trechos citados, o quanto, entre os elementos evocados, passa a ganhar acento nas estratégias discursivas e no esforço de racionalização turística da paisagem que as anima, o modo de ser do "povo". Isto em razão de que este seria o nicho dos traços diacríticos essenciais da identidade baiana – a baianidade, tecida ao longo da experiência histórica deste primeiro conglomerado significativamente urbano do país. No acento folclorista (e folclorizante) do recorte turístico das práticas culturais populares, identificados aos afrodescendentes, a ênfase cai sobre os símbolos e cultos religiosos, nas iguarias culinárias e naquelas manifestações lúdicas, ou seja, o ciclo das festas de largo, momentos sincréticos em que o enlace do sagrado e profano celebraria o espírito (o modo de ser) alegre do povo baiano[vii]. O próprio Gaudenzi sublinha o potencial contido na "Afrobahia": "A Bahia, além de receber grande parte da preferência do turismo interno, tem grandes chances no internacional, especialmente, naquele oriundo de nações européias. Essa possibilidade não está somente em sol e praias, mas, acima de tudo, no seu legado cultural, na sua vida ligada aos costumes afro-brasileiros que a individualiza no Brasil." (*Op. cit.*, p:91).

A individualização da paisagem aludida está diretamente relacionada ao emaranhado intertextual de narrativas que conforma um imaginário sobre a "boa terra" da Cidade da Bahia –

aquele que a reverencia como mito de origem da nação brasileira e candinho de comunhão das raças miscigenadas ou berço das forças arcaicas de uma matriz simbólica sincrética e telúrica. O acervo de imagens da baianidade já constituídas, por exemplo, nos escritos de Jorge Amado, nas canções de Caymmi, nas esculturas de Mário Cravo, nas ilustrações de Caribé e nas fotografias de Pierre Verger, é então semantizada em outro contexto de significação, agora na intertexualidade da imagem Afrobahia. Papel realizado tanto pelas novas narrativas musicais, quanto pela intervenção da mídia turística. Ou seja, o foco discursivo turístico retoma os significados que emolduram imaginários sobre a criatividade, os valores românticos, telúricos e a vitalidade da "Bahia", mas agora os estende sobre a potencialidade de concretizar um espaço idílico, onde a distração e o prazer são critérios da convivência. Há neste sentido um encontro seletivo entre essa ressemantização e o tema mesmo da identidade coletiva baiana. As facetas políticas, as lutas culturais e os aportes socioeconômicos passam estar situados no peso adquirido pela esfera do consumo e da cultura diversão seja localmente ou na rede ampla dos entrançamentos intersocietais. Em termos mais concretos, o relevo cada vez mais dado à baianidade vem a reboque das soluções encontradas pelos grupos políticos reinantes para redimensionar sua dominação diante do remanejamento dos valores provocados pela entrada em cena de novos sujeitos, sobretudo às lideranças dos movimentos culturais negros, cujas entidades vão assumindo crescentemente maior importância na arena festiva e musical de Salvador, já um dos recursos da economia do lúdico e do comércio turístico na cidade. Chico de Oliveira percebe o movimento no interior do qual há o deslocamento da imagem da Bahia e como os símbolos da memória africana passam a deter então decisiva importância socioeconômica e política, mas tal valoração está acoplada ao signo da Bahia turística. O autor, contudo, não leva em consideração justamente a expansão da intervenção do entretenimento na experiência urbana:

> Reenviado ao seu local aparente de origem, o mito se incrusta na consciência social dos novos 'pares' sociais das classes médias do Centro Sul: as próprias classes médias baianas, surgidas do nada, se encarregam de propagar o mito da 'baianidade', da 'cultura' baiana, do lugar em que o lúdico substitui e dá as costas para a 'racionalidade' paulista e capitalista. O resultado é constrangedor: por cima da ampla massa de dominados, para quem antigamente os 'terreiros' dos cultos afro-cristãos eram um lugar de resistência ao massacre da vida quotidiana e as festas dos santos a única possibilidade de equilibrar magros orçamentos com as necessidades mentais – e essas festas mesmas não eram senão um signo da estagnação social e do seu sutil apartheid – surgem agora novos grupos sociais cuja super-representação é transformar Salvador num imenso teatro. (Oliveira/ 1987, pp: 111-12).

Talvez, transformar a cidade num "imenso teatro" possa ser compreendido como o movimento da modernização turística, no mapeamento e na demarcação da fronteira do território do lugar de entretenimento e turismo. E o a "teatro" diga respeito ao papel de protagonista desempenhado (na tendência observada) pelo espetáculo como modo de orientação das condutas. Porém não se trata o movimento observado de um impulso retilíneo; atrelada por demasia aos objetivos de uma facção política e ao seu projeto de desenvolvimento econômico, a racionalização da paisagem de Salvador para fins de entretenimento conhece descontinuidades em seu percurso. A luta em torno da administração estadual, em 1986, favorece a transferência das rédeas para o grupo ligado a Valdir Pires e os conflitos gerados desde então resultaram em dificuldades em planos vários do poder executivo baiano, inclusive no setor de turismo. As conseqüências estão traduzidas no declínio do fluxo de visitantes para a Bahia, rebaixada da segunda à oitava posição no *ranking* turístico entre as unidades da federação, em 1990. Situação acentuada pelo desinteresse em relação ao setor turístico, desinteresse demonstrado no decorrer da administração federal na segunda metade da década de oitenta e pela inconstância das políticas econômicas no país no período, ao lado da espiral inflacionária. Fatores esses com reflexo na diminuição dos investimentos no setor e no decréscimo do número de viagens turísticas domésticas e de estrangeiros. Situação de fragilidade interna que ocorria, por sua vez, olhando de um ângulo mais amplo, em uma conjuntura da competitividade global na qual alguns novos destinos desferem políticas agressivas visando lhes re-posicionar no mercado turístico mundial, articulando à maior e mais eficiente divulgação dos seus atrativos, a melhoria dos serviços, dos equipamentos e dos acessos, preços competitivos e flexibilização do seu produto ao caráter segmentado dos consumidores. Aspectos somados com direta incidência na valorização desses destinos nos roteiros das operadoras, em detrimento daqueles onde a falta de uma maior integração entre os segmentos envolvidos na teia turística os torna vulneráveis. Basta considerar o caso da Austrália e de outras áreas da Ásia Oriental e Pacífico que, no conjunto, saíram de apenas 1% do fluxo e 2,9% da renda nesse mercado, em 1960, para respectivamente 14% e 18,3%, no ano de 1990 (Queiroz/1995, p: 106).

Por isso, quando eleito para o quadriênio 1991-95, uma vez mais Antônio Carlos Magalhães apresenta como meta revigorar o programa turístico estadual. E tal retomada elege como prioridade inicial a restauração do centro histórico, na fatia do Pelourinho, justamente porque aquela área concentraria os suportes da baianidade, ou melhor, da "afro-bainidade". Na verdade, o que se lançava mão era daquela pedra-de-toque do programa turístico local na década

de setenta. A proposta de restauração veio no bojo do compromisso firmado no XIX Congresso Nacional de Agentes de Viagens, em 1991, realizado em Salvador. E obedecia a diretriz traçada pelo novo grupo de técnicos incorporados no estafe tecnocrático, ocupado com a elaboração intelectual da gestão governamental. Tendo por horizonte os critérios de um projeto liberal quanto as desregulamentação e diminuição da presença do Estado na economia, estava esse grupo francamente orientado à lucratividade do capital, mas embasado em teorizações sociológicas e econômicas que consideram as transformações socioculturais e econômicas marcantes da contemporaneidade como evidenciadoras de uma "fase pós-industrial". Ao fazer parte das engrenagens da administração estadual, o novo quadro intelectual põe em prática, idéias afins. Entre as quais estava, obedecendo a critérios de intervenção cirúrgica e de assepsia social, a "recuperação" do Centro Histórico, dentro de um projeto maior de integrar Salvador ao novo perfil da economia capitalista mundial, ancorada no comércio cultural, turístico e de informação-alta tecnologia (ver Suarez/1990). A estratégia era a de descentrar espacialmente os setores e deslocar o foco de interesse da orientação da economia região metropolitana de Salvador e do Recôncavo da industrialização para a dimensão terciária – desde os anos cinqüenta concentrada nos ramos da química, petroquímica e metal-mecânica, e entre esses, só o setor petroquímico representou 59% do valor bruto da produção industrial (Fidelis/1990, p: 51 e Oliveira/1991, pp: 45-6).

Contudo a plataforma de objetivos do então novo executivo baiano fazia ressoar reorientações no plano nacional e internacional. A transferência da sede da Embratur do Rio de Janeiro para Brasília é emblemática das reivindicações em favor da descentralização do foco turístico nacional do espaço carioca, evocada por segmentos do empresariado de entretenimento e de representantes dos respectivos poderes públicos locais e regionais. Pressão que ganha insumos provenientes de argumentos que alegavam como a situação de insolvência administrativa e de insegurança pública no Rio de Janeiro tornara-se um entrave à entrada ao fluxo de turista ao Brasil. Por exemplo, em 1994, a revista *Conjuntura Econômica* apresentou entre seus artigos o de Ib Teixeira demonstrando em que medida o "avanço exponencial da violência (no Rio de Janeiro)" estava "bloqueando a entrada de turistas (no Brasil)" (citado por Trigo/2000, p: 32). Tanto as manchetes de revistas internacionais como a *Time*, quanto à caracterização dessa cidade como "área perigosa", pelo Departamento de Estado americano, somaram-se às investidas favoráveis a uma maior atenção do governo federal a regiões como a Amazônia, o Pantanal mato-grossense e sobretudo o Nordeste, definidas silogisticamente como "tranqüilas", logo propícias ao melhor desenvolvimento de atividades turísticas. O que as lideranças envolvidas nos esforços de

reivindicação da descentralização e formuladoras de programas regionais de turismo pleiteavam era a melhoria da infra-estrutura viária, de aeroportos e de hospedagem, acompanhada da maior autonomia das rotas, até então subordinadas a tomar a "cidade maravilhosa" como núcleo de referência e distribuição.

Nesse contexto ganha fôlego a Comissão de Turismo Integrado do Nordeste. Elaborado por este grupo, um conjunto de metas passa então a co-participar do esforço para o desenvolvimento da "vocação" turística nordestina. É preciso esclarecer que o reconhecimento da importância depositada neste desenvolvimento se dá desde a segunda metade da década de oitenta, em meio à crise fiscal generalizada do Estado, nos níveis estadual e nacional, que decide a falência da intervenção estatal no sentido de promover grandes investimentos, dirigidos em sua maioria para o setor industrial, de acordo com a política de substituição de importações. O deslanche da política turística ocorre notadamente com os governos federais desta década, no ajuste entre desregulamentação, descentralização e transnacionalização das atividades econômicas. Ao mesmo tempo, o interesse na "vocação" turística da região vem na contrapartida da desilusão com os projetos de desenvolvimento industrial executados desde a década de cinqüenta. Entre 1990 e 1994, o PIB industrial da região decresce de 12% para 8%, na contramão da maior concentração no Sudeste (Bacelar/1997, p: 25). Além disso, em grande medida, a industrialização, em pólos como o petroquímico de Camaçari e industrial de Aratú, se fez em resposta ao empenho de integração visando a formação de um mercado interno hegemonizado pelo Centro-Sul do país e na base de conglomerados empresariais nacionais e multinacionais, logo sem vínculos com os estamentos e elites locais, num processo de transferência de renda perverso para as finanças públicas regionais e para os segmentos de trabalhadores (ver Guimarães/s.d. e Fidelis/*Op. cit.*, p:133).

O turismo aparece parte das estratégias que são compreendidas como alternativas à acomodação do papel das elites no plano das suas localidades e, ao mesmo tempo, no intento de galgar um posicionamento diferenciado na escala da sociedade nacional, mediante o projeto de uma inserção diferenciada da região, pela especialização em atividades precisas, na economia globalizada. Assim, a aposta no turismo como alavanca para o desenvolvimento regional, mobiliza segmentos sócio-políticos e enseja um imaginário em torno do que seria um novo ciclo econômico nordestino – baseado na resposta às brechas e demandas externas. Logo, se foi decisivo o aval do governo federal, em consonância das diretrizes do Plano Nacional de Turismo (1992), coube a SUDENE, em 1993, a iniciativa de tomar as rédeas das ações visando tornar o

Nordeste mais "competitivo internacionalmente" no ramo turístico e promover a correção das desigualdades regionais (Rodrigues/1996, pp: 147-62). E isto se consubstanciou com a assinatura do Programa de Desenvolvimento do Turismo do Nordeste (Prodetur-Ne) por empresários e representantes do poder político da região. O mesmo empenho marcou a formulação da Agenda Nordeste, apresentada em abril de 1995, enquanto um conjunto de metas para o desenvolvimento turístico regional e contou já com um empréstimo do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) da ordem de U$S 1 bilhão 267 mil, suplementado por recursos do Banco do Nordeste. A contrapartida da ênfase setorial na região, nas palavras do presidente da Associação Interamericana de Hotéis, o empresário José Otávio de Meira Lins, estaria nos termos mesmos que definem a "vocação turística" nordestina e seriam evidentes por si mesmos: "O clima (dias de sol por ano), a temperatura média da água do mar, a rede hoteleira, a oferta de serviços ao turista, são extremamente vantajosos em relação a qualquer região do país. Ao lado do patrimônio histórico (nas igrejas e sítios históricos) e da cultura popular (na cerâmica e na estilização do carnaval)" (BrasilTuris Jornal/agosto, 1995, p: 05). Caberia ao Estado, enfim, retirar os obstáculos à implantação e à expansão dos espaços turísticos, facilitando sua integração ao mercado mundial. Na verdade, como sugere Guimarães Neto, não se trata da inclusão do conjunto da região, mas de fragmentos desta, os quais seriam originados da maneira como se deu a homogeneização do Nordeste no concerto do Estado-nação e no interior da qual algumas áreas periféricas cumprem funções especializadas, como as turísticas (Guimarães Neto/1997, pp: 48-9). Além disso, no discurso técnico sobre potencial turístico nordestino, não é considerado que, historicamente, embora implique em alguma diversificação das atividades econômicas, o turismo responde como conseqüência de outros indutores, o que limita de antemão a promessa de enxergá-lo como força suficientemente capaz de estruturar o desenvolvimento regional. Ainda mais não se é levado em conta a situação subalterna do arranjo socioeconômico mais amplo da economia da região e do país (Benevides/1998, p: 77). Não obstante, amparado nos interesses das facções das classes dominantes regionais, em meio às pressões econômicas e políticas nacionais e globais, o ideário em torno do desenvolvimento turístico ganha *status* de programa e é priorizado na agenda das políticas públicas. De uma tendência, enfim, a vocação turística se faz concreta no horizonte coletivo. Os aportes fiscais e monetários, na base dos investimentos estatais, dão visibilidade a essa concretude. No caso do Programa de Desenvolvimento Turístico do Nordeste (seção Bahia) – Prodetun Bahia –, os investimentos iniciais giram em torno de 150 milhões de dólares, divididos entre o governo estadual e os fundos provenientes do BID. No cômputo geral do

montante investido, o turismo baiano somou U$S 326 mil, entre 1991 e 1994, cabendo desse total 40,9% à região de Salvador. As melhorias processadas na rede de transportes da região estiveram no compasso de aplicação de tais recursos e vem a reboque do aumento do fluxo de passageiros, sobretudo no setor aeronáutico e rodoviário. O Aeroporto Luis Eduardo Magalhães, por exemplo, conhece aumento considerável dos pousos e decolagens de vôos internacionais: de dois mil 52 (1990) chega a três mil 226 (1990), embora haja um decréscimo das chegadas e partidas nacionais (Mello e Silva/1996, p: 136).

Os resultados obtidos tornam o Estado da Bahia espécie de paradigma ao desenvolvimento turístico no país. É elucidativa a fala do Presidente da Embratur, durante a inauguração da ampliação da estrutura do Hotel Transamérica em Salvador: "Desde o governo de Antônio Carlos Magalhães, o Estado vem demonstrando que entende o turismo como fator de desenvolvimento econômico, de geração de empregos e de renda. O turismo não é coisa para amador, e este estado tem sorte de contar com homens públicos como o governador Paulo Souto que dá a importância exata para esta atividade (...). São investimentos que colocam a Bahia como estado de referência no Brasil em termos de aposta no crescimento da atividade turística e demonstram que Paulo Souto é um dos governadores mais competentes da história." (Diário Oficial da Bahia/02-12-1997). A última administração Antônio Carlos Magalhães, e dos membros que corroboram sua orientação e lhe sucederam na administração estadual, permitiu ao Estado reconquistar o segundo lugar no *ranking* do número de visitantes. Segundo dados referentes a 1993, durante todo esse ano Salvador recebeu dois milhões e 400 mil turistas e foi gerada uma receita de 450 milhões de dólares. No verão de 1994 o número subiu para um milhão e 500 mil turistas e a receita ficou em torno de U$S 254 milhões. A meta do governo estadual, tendo em vista o potencial ainda não explorado, é atingir os quatro milhões desses visitantes, proporcionando um ganho de U$S 1 bilhão. Neste sentido, a Bahiatursa tem investido uma média anual de U$S 20 milhões com divulgação (Gomes e Fernandes/1994, p: 47). Em 1997, por exemplo, atraiu uma totalidade de três milhões de turistas, situando-se abaixo apenas do Rio de Janeiro (com quatro milhões). Um conjunto de procedimentos foi canalizado no sentido desta reconquista. Além de investir na recuperação e consolidação de destinos consagrados como Salvador e Porto Seguro, as políticas públicas têm incentivado novos destinos dentro do programa de interiorização das rotas chamado "Caminhos da Bahia". Para isso, três importantes estradas turísticas foram abertas: a Linha Verde, ligando na direção do Litoral Norte a capital baiana a Sergipe (1994), a via Nazaré-Valença (1996) tendo seu desfecho no balneário de Morro de São Paulo e em agosto de 1998 foi a vez da estrada Ilhéus-Itacaré, no sul da Bahia.

Da mesma maneira, ainda no que se refere aos transportes, o mesmo Aeroporto Luis Eduardo Magalhães passa por ampliação tanto do seu terminal de passageiros como pela duplicação da pista de vôo. E dois novos aeroportos foram construídos, na cidade de Lençóis, na região da Chapada da Diamantina, e em Canavieras, próximo a Ilhéus.

De acordo com seus gestores, a finalidade do projeto é o de tornar a Bahia o principal destino turístico do país em 2005, cumprindo uma agenda de investimentos para atrair seis milhões de visitantes (ver Gaudenzi/*Op. cit*, p: 122). Agenda está orientada para o segmento da prestação de serviços de lazer e turismo, com nítido predomínio de empreendimentos orientados para a remuneração do grande capital concentrado no setor imobiliário e financeiro. Para constatar basta se observar mais de perto dois entre os maiores empreendimentos: o Aeroclube Plaza Show e o Complexo Sauípe. Vejamos um e outro com mais detalhe, já que estão postos numa situação assimétrica e de subordinação, mas em interdependência os fatores sócio-humanos e geográficos do lugar aos aportes financeiro, relação crucial à e elucidativa da modernização turísticas. Financiado pelo Desembanco, o Aeroclube Plaza Show foi inaugurado em outubro de 1999, após conhecer várias paralisações, motivadas pelas ações na justiça contra o projeto; ações movidas pelas lideranças comunitárias do bairro vizinho da Boca do Rio, denunciando prováveis danos causados ao patrimônio ambiental da orla marítima pela obra. Ainda assim, com apoio dos governos municipal e estadual, o Consórcio Parques Urbano (formado pelos grupos Nacional Iguatemi, Virrat e Ciacop) saiu beneficiado pela decisão judicial. Circundado por uma região que agrega 70% da renda total da cidade e 44% da capacidade hoteleira, o Aeroclube possui 120 empreendimentos entre bares, restaurantes, cafés, boates, lojas de discos, de brinquedos e artigos de praia, porém todos obedecendo ao princípio do "festival center", implicando este na elaboração de uma cidade cenográfica com "atmosfera de festividade". Atmosfera proporcionada pelos shows de cantores e bandas da música carnavalesca baiana, durante a programação de ensaios que se estende de dezembro até o carnaval.

Bem mais arrojado nas ambições, o Complexo Sauípe, situado a 90 Km de Salvador, compõe uma tendência planetária e nacional de ascensão dos *resorts*, isto é, hotéis afastados das cidades e encravado em áreas de riqueza ambiental e que se constituem no fim mesmo das viagens, hoje comum no México e Ilhas do Caribe. Resultado de inversões de uma instituição financeira – a Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil (Previ), o complexo situa-se na Costa do Coqueiro, no hoje valorizado, do ponto de vista imobiliário, Litoral Norte da Bahia. Ocupando uma área de 17 milhões de metros quadrados, dos quais apenas um milhão são

de área construída. Esta última é constituída de cinco hotéis (quatro de padrão cinco estrelas e um de quatro estrelas), estando três a cargo da operadora francesa Accor e os demais são responsabilidade da norte-americana Marriot. Computados, ao todo, o conjunto, quando concluído, terá mil e 650 apartamentos. Nesse número constam seis pousadas administradas pela operadora Sauípe Hotels & Resorts. O complexo obedece a um único padrão temático de decoração, isto é, existem as pousadas: Carnaval, Maria Bonita, Cabriela, Casa da Torre, Pelourinho e Aldeia. Igualmente temático, o centro comercial Vila Nova da Praia se inspira na arquitetura das cidadezinhas nordestinas e nele funcionam restaurantes, lojas e bares (tematizados pela "música baiana"). Completando o cenário, o setor esportivo compreende um campo de golfe de 66 hectares, com 88 buracos, preparado para abrigar torneios internacionais; 15 quadras de tênis; um centro eqüestre e quatro quadras poliesportivas. De acordo com as expectativas da programação de *marketing* do projeto, o público-alvo, além de paulistas e outros sulistas do Brasil, e argentinos, são principalmente os turistas norte-americanos e europeus os mais aguardados. O que levou a Fundação Odebrecht – cuja construtora realiza as obras – a organizar cursos para formação de mão-de-obra, segundo padrões aplicados no Caribe, e, com aval do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), a reciclar e "educar" (em termos de higiene) artesãos, doceiras, por exemplo, visando adequar seus produtos às exigências dos seus futuros consumidores.

Em um e outro empreendimento tanto o padrão quanto o arranjo simbólico-ideológico internos à materialidade da modernidade-mundo incorporam seletivamente elementos da baianidade. Como disse no início deste item, a reforma do Parque Histórico do Pelourinho, porém, consiste no epicentro desta interseção e foi o ponto de partida dessa agenda de modernização espacial para fins turísticos, na segunda era administrativa do grupo carlista. Ao permitir a transição que faremos na nossa trajetória analítica, volto ao espaço do Pelourinho, porque aí, acredito, estão sintetizados os termos da aliança entre o projeto político do grupo carlista, os dispositivos institucionais da sociedade de consumidores e a cena de uma afro-Bahia festiva. A princípio, não é difícil perceber que, além de compor as manobras da construção da memória nacional que se realiza também nas práticas de grupos diversos em relação ao patrimônio histórico (Fonseca/1997, p: 21), o ânimo da restauração do Centro Histórico soteropolitano esteve igualmente no escopo do processo de racionalização turística da paisagem urbana em acordo com o primado empresarial e mercantil. Os lances desse movimento estão catalisados pelo empenho em transformar a região composta por imóveis coloniais,

compreendida entre o Terreiro de Jesus até o Pelourinho e ruas adjacentes, num centro turístico. Assim é criada em 1967 a Fundação do Patrimônio Artístico e Cultural. Sem muito sucesso, igualmente outros 20 planos e projetos com o mesmo objetivo foram concebidos (Gomes e Fernandes/1994, p: 52). Mas em 1984 a área é reconhecida pela ONU como um dos patrimônios históricos da humanidade (Bomfim/1994, pp: 65-6). E o interesse das políticas públicas – em muito ancoradas nas verbas provenientes do Fundo Nacional Para Restauração das Cidades Históricas, na década de setenta – acabam dando insumos ao investimento simbólico realizado por parte de grupos artístico-culturais negros no Pelourinho. Como demonstra Tânia Fischer, aquele passa ser um espaço simbolicamente denso, onde 165 associações civis passam a disputar vaga nos seus seis quilômetros. Destas, fora as demais, de natureza sindical, setenta estavam vinculadas à cultura, ao esporte ou ao lazer em geral, fixando o local como ponto de encontro da diversão de jovens pobres, sobretudo os afrodescendentes. Deste modo, um novo perfil se delineava, pois indo à direção contrária da estigmatização, eram disseminados dali "os valores positivos da raça negra e da riqueza cultural da comunidade do Maciel/Pelourinho" (Fischer/1993). Ao mesmo tempo, a região do Parque Histórico do Pelourinho consiste em um local cuja trama sócio-histórica já havia celebrado como reduto da boêmia e da prostituição; cenários às peripécias literárias de muitos dos personagens de Jorge Amado – como as do malandro "Vadinho" de *Dona Flor e seus dois maridos* ou aquelas de "Pedro Arcanjo", anti-herói mestiço de *A Tenda dos Milagres*, inspirados nos valores do que seria a "alma baiana", galhofeira, despojada, sensual, libertária, mas mística e sincrética. Poder-se-ia propor que a estetização literária teve também repercussões sensíveis sobre a densidade mítica do espaço[viii] e seu acomodamento nas políticas turísticas.

O salto à reforma não se deu apenas pela notoriedade mítica desfrutada pelo espaço na materialização do ideário da baianidade. O perfil socioeconômico de baixa renda e das condições insalubres de higiene dos lares ali situados, manteve-se como justificativa para o entrave dos programas de valorização urbanística da região do centro histórico, fazendo malograr o projeto de incentivo público ao capital imobiliário e de implementação de serviços de lazer e diversão, idealizado pela prefeitura de Salvador no limiar da década de oitenta (Bomfim/*Op. cit.*, pp:126-27). Exatamente por isso, na concepção de enobrecimento, básico ao tipo de execução do projeto de revitalização do Parque do Pelourinho em etapas, promovido no início dos anos noventa, pela intervenção do Estado através do IPAC e do CONDER, uma crítica permanente diz respeito à exclusão dos seus moradores na época, mediante a remoção de 525 famílias dos antigos prédios.

De posse do solo, o Estado da Bahia promoveu a "higienização" da área, valendo-se dos direitos jurídicos que o garante intervenção no espaço, com a política de tombamento para fins de restauração. Deste modo, se o poder público dificultou a presença dos velhos habitantes, apoiou com empréstimos, incentivos fiscais e financiamento empresarial a instalação de empresas no intuito de formar ali uma zona de comércio e prestação de serviços sofisticada. O caráter das atividades econômicas ali pretendidas esteve e permanece orientado pela estratégia de reforçarem o ambiente de comércio cultural e de diversão, antes de qualquer coisa (ver Sampaio/1994). E este se dinamiza nas lojas, restaurantes, bares, livrarias, ateliês, escritórios, fundações, entre outros, abarcando 15 quarteirões re-urbanizados e 296 casarões coloniais restaurados, obedecendo à programação visual, na qual prevalecem as cores quentes (amarelo, vermelho, azul, ocre e verde) compondo um cenário capaz de materializar os significados da baianidade e síntese do mapeamento específico da paisagem urbana promovido pelos agentes da modernização turística[ix]. Agora não se trata de um Pelourinho enraizado nas vicissitudes da diáspora africana na América ou dos desencontros das descendências africanas no cerne da sociedade nacional e sim numa afro-baianidade alegre e festiva, compactando a "modernidade" do entretenimento à "tradição" musical e lúdica da "Bahia" mítica – o que ganha concretude em realizações como o "Projeto Verão" da TV Bahia.

Os conceitos de "enobrecimento" (*gentrification*) e "paisagismo", de acordo com a base canônica formulada por Sheron Zukin, são mobilizados nesta análise para elucidar modalidades de apropriação cultural. No que tange ao entendimento da paisagem urbana como a formatação material da assimetria nas relações de poder econômico e cultural, as apropriações são exercidas a partir da capacidade que as forças decisórias (capital, ordenamento político e instâncias intelectuais) tenham para "impor múltiplas perspectivas à paisagem e vendê-las para o consumo visual" (Zukin/1996, pp: 206-7). Para a autora, o enobrecimento vai corresponder na transformação do vernacular em paisagem estética. Já o paisagismo consiste na articulação entre sonho e controle social, inspirada na arquitetura das estações balneárias fundadas no bojo de uma "civilização de hotéis". Trata-se, assim, de "um cenário, uma fantasia privada compartilhada e um espaço liminar que faz a mediação entre natureza e artifício, mercado e lugar" (*Op. cit.*, p: 212). O interessante é destacar, para os nossos objetivos, a partir de ambas as categorias, os elementos nodais à arrumação hegemônica da paisagem da cidade. Qual seja, o tripé interdependente formado pelo enobrecimento do patrimônio histórico-arquitetônico (Pelourinho), do paisagismo aplicado à natureza idílica (criação do parque de lazer, gastronomia, esporte e diversão em torno do Dique

do Tororó, a recuperação para fins de entretenimento e turismo dos parques de Pituaçu, Costa Azul e do Abaeté), a incorporação, quando redefinidos como diversão de multidões, dos aspectos lúdicos da festa popular situada na região central da cidade, mediante o predomínio da cultura popular cujos agentes da musicalidade motivadora do acontecimento identificam-se como produtores de bens artísticos de diversão para públicos ampliados (seja na celebração festiva ou pela mediação do aparato técnico do mercado áudio-sonoro), somaram positivamente na direção da valorização turística da cidade e de faixas costeiras do Estado da Bahia, tendo por epicentro a sua folia de rua e perfazendo o espaço dominante no contexto da cidade, embora seja conflitivo e excludente em relação a outras espacialidades e agentes que o atravessa – ver reproduções a seguir.

Igualmente intrínseca a esse quadro de elaboração para fins de entretenimento-turismo da materialidade e da rede simbólica inscrita no espaço urbano é o modo como, também, muda-se as referências à regulação de uma ordenação (simbólica) da passagem dos acontecimentos, que abarca a disjunção entre os tempos ordinário e festivo. A sazonalidade do verão comparece, agora, como o tempo singularizado pela rubrica da tropicalidade e co-participa da tematização festiva e da especialização funcional de determinadas práticas lúdicas e espaços como de lazer e turismo na cidade. Algo assim é sugerido pelo conteúdo dos diferentes discursos de divulgação turística da cidade: "Em Salvador, uma cidade de alegrias coletivas, as multidões lotam as ruas e as praias, irmanadas na alegria do carnaval e na permanente festa do mar." (BrasilTuris Jornal/ julho,1996, p:12). Mais preciso é um dos textos da revista Turismo & Lazer, editada pelo governo do Estado da Bahia. Com o título "Salvador da Bahia: atração dos Trópicos e encantos culturais", o número veiculado no primeiro semestre de 1996 tem na capa três fotografias. A maior, uma das praias da orla soteropolitana tomada por banhistas à luz do forte sol. No alto, no canto direito, o recentemente reformado casario colonial do Centro Histórico, na região do Pelourinho. Na parte de baixo, à esquerda, baianas em branco, tendo à cabeça seus potes de água de cheiro e flores, durante a romaria em comemoração aos festejos do dia do Senhor do Bonfim. O parágrafo de abertura do periódico realiza a síntese desses espaços justapostos:

> Em meio a uma atmosfera calorosa e hospitaleira, Salvador oferece muito que ver e fazer, nos quatro cantos da histórica, mística, tropical e encantada capital da Bahia. Principal porto do hemisfério sul até o século 18, Salvador foi capital do Brasil colonial, daí guardando riquíssima história e arquitetura. Formado de brancos, negros e índios, seu povo mestiço é alegre, criativo, musical, rico em folclore e manifestações culturais. A natureza foi pródiga na criação das suas belezas, onde despontam a Baía de Todos os Santos, os 50 quilômetros de praias, e seus vários

SALVADOR
BAHIA

parques ecológicos. O governo estadual considera prioritário o turismo e, dedica atenção especial à segurança dos visitantes, às telecomunicações, ao treinamento de mão-de-obra, à construção de estradas e saneamento dos pólos turísticos". (p: 03).

Deste modo, se a temática da festa supõe um espaço, também, igualmente, conjuga-se na convenção reguladora da sucessão de acontecimentos, na temporalidade. O verão, no caso baiano, é precisamente este tempo que se vai espacializar especializando o lugar enquanto sítio de diversão. Nas peças da publicidade turística, um e outro são narrados e remetidos ao mesmo sentido do acervo de imagens da memória visual-sonora do entretenimento (filmes, músicas, romances, telenovelas, publicidades e depoimentos de celebridades) que os corroboram como conformadores de cenários de novidades, onde imperam alegria e prazer, a serem vividos como experiência única compartilhada individual e coletivamente, vicejando histórias de vidas e acalentando afetos. Por isso, a referência ao campo do entretenimento em Salvador está diretamente associada ao calendário sazonal da estação quente no hemisfério Sul e às canções carnavalescas do *axé music* a tem como pano de fundo. Detenho-me um pouco mais no tema do calendário. Este se presentifica em diferentes momentos históricos e circunstâncias socioculturais, ao incluir-se nos dilemas da humanidade em ter de lidar (individual e coletivamente) com a percepção e divisão do tempo. Isto segundo o ritmo cósmico universal, mas de acordo com as suas fórmulas específicas de medir e apreender o tempo nos marcos dos seus imperativos simbólicos, das suas arquiteturas socioeconômicas e do caráter político e ideológico que as conforma. Principalmente, no que tange ao antes, ao depois e o agora em relação à concatenação das atividades com a ausência e presença da luz do sol e das alterações climáticas em função das rotações da Terra no sistema solar (Le Goff/1984, pp: 45). O calendário é, antes, um marcador social, capaz de ordenar o cotidiano e o andamento da vida pública, conferindo unicidade às práticas sociais e vicejando imagens mentais e percepções sobre o quadro da sucessão de eventos constitutivo do tempo. Fator decisivo à sua relação com as diversas formas de poder, já que manipulá-lo significa intervir, por meio das memórias coletiva e individual, no curso das ações e no âmago dos sentimentos das pessoas, de modo a controlá-las numa concepção homogênea de modo de vida. A distinção entre tempo do trabalho e tempo do repouso ou aquela correspondente às estações do ano – combinação entre efeitos climáticos e temporalidade –, possibilitada pela instituição do calendário, vai interessar em razão de sintonizar com a articulação entre lazer e verão no espaço festivo do lugar de entretenimento e turismo.

Volto, então, a paisagem urbana de Salvador. Pois as altas temperaturas e as praias da cidade compõem o cenário envolto pela atmosfera simbólica e as mediações discursivas que as fazem signos de prazer, algo extensivo também à cultura popular urbana, irradiada do Pelourinho. E todos os elementos estão fundidos, quanto aos sentimentos e aos significados, na folia brincada nas ruas do centro da cidade. O que se compartilha é uma mesma crença baseada no poder do verão em despertar emoções excitantes e convidar ao deleite do corpo, ao deslocar o indivíduo a uma temporalidade não-rotineira da ociosidade do tempo da não-produtividade, quando a vivência é interpelada pela "efervescência" tropical. Claro que toda uma estrutura produtiva e de serviços, vimos, forma-se para garantir esta extraordinariedade. Além do que, o *ethos* turístico é compartilhado, muitas das vezes, pelo próprio da cidade: indivíduos trabalham durante o dia e diverte-se à noite ou nos finais de semana ou, ainda, nos interstícios do ritmo da vida cotidiana laboral. Ao mesmo tempo, um trabalho do lúdico o perpetra como fonte de valores econômicos. Nota-se então a tensão e o entrecruzamento entre os calendários festivos e cotidianos nesse contexto do entretenimento e turismo.

Deste modo, se a festa profana e solar define o tema da paisagem turística soteropolitana pela apreensão sensorial simbolicamente estruturada em um ajuste com a modalização turística da paisagem urbana, que a toma como fonte de alegria, é notável como a musicalidade carnavalesca baiana mostra-se fundamental. Afinal ela não apenas informa, mas é constitutiva da do território da Afrobahia; costura o que a topologia geográfica dispersa, ou seja, o mar, o Centro Histórico prenhe valores da tradição baiana colonial e a folia de rua. A musicalidade, ao ser determinada forma estética de excitação rítmica, impõe-se igualmente como uma narrativa, convidando à brincadeira. É ilustrativa uma das canções da Banda de música baiana Araketu: "(...) Vôa gaivota, vai levar esta mensagem: Que o Araketu vai pessar pela cidade/ Alô você!, chegou o Araketu, tem festa meu amor/ Tem, tem, tem festa na cidade/ Vem, vem, ver meu bem/ E fique a vontade/ E pra se dar bem é só deixar o som te levará/ Olê, lê, lê, o Araketu já chegou e anunciou: um novo dia já chegou (...)". Emolduradas nas formas musicais de ênfases percussivas, mensagens como essas participam do intenso fluxo narrativo que se espraia pelo rádio, TV, livros, materiais fonográficos ou são veiculadas em cartões postais, revistas, jornais e anúncios de publicidade, segundo estratégias de comunicabilidade dos gêneros culturais da cultura popular de massa, e estabelecem "um substrato comum para milhares de pessoas no globo, compondo o relevo de uma intertextualidade que forma e exige um sujeito competente para co-participar do seu círculo hermenêutico" (Mira/1995b, p: 13). Musicalidade que permeia e é penetrada pelo zoneamento do lazer e do tempo livre de um

modo geral, além de dialogar com os estilos de vida dos agentes e grupos que apropriam seletivamente tais *locus*. Espécie de elemento mediador, esse repertório musical intercruza as lógicas da produção e a do ócio no delineamento de uma imagem cultural afro-baiana. Entendendo esta última enquanto dispositivo crucial hoje na diferenciação da paisagem da cidade na arena do comércio de signos e, ao mesmo tempo, imã na galvanização de planos socioculturais vários, interpenetrados mutuamente pela disposição à prestação ou ao uso de serviços de diversão e turismo. A observação da publicidade turística e dos demais mecanismos de divulgação da cidade permite esclarecer o argumento. Recorro a dois exemplos. O seguinte trecho de uma reportagem dedicada ao Brasil da revista francesa Geo, ressalta aspecto peculiar à música baiana: "Ici, culture noire signifie spectacle et musique. Bahia fournit chaque anée de nouveaux tubes et de nouvelles stars nationes ou internationales au show-business brésilien. L' une de ces stars, Carlinhos Brown, provient d' une "invasão", l'un des innombrales sans-logis brésiliens. De retour de tournées européennes et américanes en compagnie de son groupe Timbalada formé avec des jeunes de son quartier, les poches bourrée de dolars, il a décide de lancer um programme "social" ráhabilitation urbaine et de formation de jeunes: à la musique." (Geo/02-1999, pp:97-8). Algo similar, porque ocupado da conexão entre cultura popular e diversão, aparece neste trecho de um folheto endereçado a clientes da Companhia de Aviação Varig: "Já o Nordeste brasileiro é conhecido pela beleza de suas praias e pela alegria das pessoas. Salvador tem um dos Carnavais mais animados do Brasil, além de ser o reduto da cultura africana. Seja num ensaio do Olodum no Pelourinho, seja na festa da Timbalada no Candeal, não faltam opções para você se divertir. Na hora do descanso, as praias de Itapoã e de Piatã podem ser boa opção."

Resta compreender em que medida a notabilidade assumida pela atmosfera de festa e a primazia concedida à matriz musical afro-baiana na configuração da baianidade se ajustam na territorialidade do lazer turístico. Certamente, os vários ângulos e nuances da questão desta identidade cultural não estão restritos às fronteiras turísticas da paisagem baiana e ultrapassam os limites do conjunto de objetivos deste estudo. Por ora quero assinalar o quanto é chave às estratégias e na construção dos discursos publicitários de exposição do produto turístico Bahia esta "qualidade de ser baiano", para a qual confluem ideologias e apropriações simbólicas diversas, emoldurando uma singular imagem de um espaço sociológico, histórico, geográfico e antropológico. Volto a outro exemplo, extraído da pesquisa das fontes publicitárias, o BrasilTuris Jornal faz o seguinte uso: "Baianidade é o que atrai à Bahia e lhe dá o toque próprio, diferente e diferenciado do que existe no Brasil." (1996, p:05). Meu argumento, no entanto, é que isto se dá ao consistir tal qualidade no horizonte simbólico e sócio-humano possível à institucionalização do

turismo e na consagração do espetáculo como modo de orientação das condutas na experiência de Salvador. Justamente porque compartilha do sentido das ações, das afirmações e justificativas e da produção daqueles que são reconhecidos como os verdadeiros oficiantes do rito da baianidade, o Carnaval, isto é, os músicos (cantores, compositores e instrumentistas). Uma canção, entre tantas, expressa: "(...) Eu vou atrás do trio elétrico, vou/ Dançar ao negro toque do agogô/ Curtindo a minha baianidade nagô/ Eu queria que esta fantasia fosse eterna/ Quem sabe a paz vence a guerra/ E viver será só festejar." A questão central a ser enfrentada é a de apreender a maneira como esses elementos compartilham do mesmo princípio da estetização, ou da conduta turística, contrapartida do "olhar do turista", ávido em desfrutar de sentidos não-rotineiros. Daí se reitera a importância em compreender a situação festiva carnavalesca na interface com essa dicção rítmica musical, isto é, no que ambos, sincronizados, podem dizer sobre a configuração da paisagem turística de Salvador.

A FOLIA E OS "NÉGOCIOS BAIANOS"

O sociólogo Milton Moura deixa a seguinte pista, a respeito da sincronia assinalada antes: "Na era da globalização, a cidade do Salvador, que nunca se especializou em produzir mercadoria alguma por muito tempo, torna-se ela própria mercadoria, principalmente no seu Carnaval, enquanto representação de uma coreografia entre mundos. Qualquer um de seus artistas anseia por integrar-se aos circuitos globais do sucesso. E qualquer um deles, para fazê-lo, terá que participar desta viagem." (Moura/1998, p:11). Antes, porém, atravesso algumas outras interpretações mais recentes sobre o Carnaval baiano, motivado em encontrar sinais à elucidação do problema enunciado acima. E percebo no conjunto delas um lugar-comum: é ponto pacífico que se trata de uma festa de massas, tanto pelo agrupamento de multidões quanto pela simbiose das práticas lúdicas de matizes étnicos e sociais diversas com os aportes da indústria cultural. Algo assim, concluem os intérpretes, implica em uma notável reciprocidade de ingredientes humanos e simbólicos díspares e conflitantes, combinados numa operação de adição coletiva, que faz da folia carnavalesca o núcleo de negócios inseridos na órbita dos "negócios baianos", ou seja, no leque de produtos de lazer e turismo comprometidos com o jeito lúdico-artístico da afro-baianidade. As fragilidades desta perspectiva são detectáveis apenas ao se ressaltar suas inegáveis potencialidades analíticas, faço a seguir o reconhecimento de um e outro, para em seguida apresentar minha proposta.

De acordo com Elizabete Loiola e Paulo Miguez, para assegurar o título de a "maior festa popular do mundo", a folia carnavalesca de Salvador apresentou números extraordinários, na versão de 1994. Os três circuitos que a constituem, quando somados, abarcam uma extensão contígua de 10 quilômetros, além da ocupação de mais nove quilômetros de ruas que lhe são transversais e paralelas. Espaço ocupado durante cento e vinte horas ininterruptas, em cinco dias. Tempo no qual realizaram-se 462 shows. Para isso foram mobilizados três mil artistas, tendo por base 78 trios elétricos (tanto independentes quanto os dos blocos). A platéia chegou, nos momentos mais concorridos, até um milhão e 500 mil pessoas, das quais entre os 630 mil visitantes existiam 64 mil turistas estrangeiros. Multidão distribuída ou nas 161 entidades recreativas, agregando ao todo 150 mil desfilantes, ou nos magotes daqueles que brincaram na "pipoca" – isto é, o folião sem trajes específicos brincando fora das cordas dos blocos. Esta massa utilizou o serviço de mais de dois mil e 61 pontos de venda de comidas e bebidas, sem esquecer dos dois mil vendedores ambulantes. A estrutura incluiu ainda 40 unidades sanitárias, 15 postos de atendimento médico e 20 outros de orientação e atendimento em geral. A segurança contou com um contingente de nove mil policiais, foram encarregados dois mil trabalhadores da Companhia de Limpeza Urbana na coleta de mil e 500 toneladas de lixo e foram dispostos 330 fiscais de saúde pública, cujo desempenho resultou na inspeção de dois mil e 700 pontos de venda. Finalmente, o serviço de ônibus funcionou 24 horas diariamente (Loiola e Miguez/1995, p: 344). Diante dessas cifras, os autores argumentam que o Carnaval consiste hoje na maior fonte de renda e emprego para a população de Salvador. Por isso ambos se referem à "economia" e à "indústria" do carnaval, delimitando o período que se estende da segunda metade dos anos oitenta ao início da presente década aquele em que são definidos os contornos de "megaevento", atualmente característico da festa. E o momento quando as "possibilidades de negócios ampliam-se *pari passu* com a complexificação da estrutura organizacional dos atores. O Carnaval passou a ser visto como um negócio estratégico pelos arranjos institucionais públicos e privados que se desenvolvem em seu entorno" (*Op. cit.*). No entender de ambos, o motor da progressiva reordenação organizacional (calcada no binômio empresariamento e comercialização dos serviços espacialmente situados nos circuitos da folia) estaria na emergência dos blocos de trio:

> O aparecimento dos "blocos de trio" dá lugar a um novo salto de escala no Carnaval baiano, acompanhado por um processo inovacional correspondente. Esses "blocos" produziram uma versão elitizada do Trio Elétrico – privatizando o Trio Elétrico com suas cordas, os "blocos de trio" introduzem uma hierarquia social na ocupação do espaço público da festa, de resto já presente na sua composição, que obedece a um determinado padrão sócio-econômico-estético-racial. Adicionalmente, apropria-se do repertório estético criado pela "reafricanização" do Carnaval, dando

> lugar à chamada "*axé music*" e à utilização do abadá como vestuário; organizam-se como empresas, privilegiando a dimensão de mercado e fazendo do Carnaval um produto com um ciclo de realização que ultrapassa os limites da festa e da cidade, e, no limite, estimularam outras entidades, particularmente os "blocos afro", a se jogarem em aventuras organizacionais, estendendo a sua afirmação também ao jogo do mercado. (*Op. cit.*).

Concluem então que, embora esteja implícito nesse movimento "um jogo de luta permanente pela hegemonia e pelo poder produzindo ganhadores e perdedores, que têm os seus papéis periodicamente alternados" (*Op. cit.*, p: 345), a relação de "sinergia" estabelecida traz contribuições positivas para a cidade. Ainda que não enunciem, aquela se traduziria nos dividendos monetários e o impulso na ocupação do potencial de mão-de-obra proporcionado pela interdependência de fatores de diversão e do turismo. Não vou me ater por agora à conclusão e na controvérsia em torno dela; é mais interessante descortinar a premissa sociológica que os orienta. Estão convencidos de que a moderna festa baiana é uma das cortinas que se abre à percepção da instauração da nova sociedade "pós-industrial, pós-fordista, do conhecimento ou do aprendizado" instaurada e esta não mais estaria alicerçada sobre o primado do trabalho, cuja lógica estaria em crise. "No bojo dessa crise, que é essencialmente a crise de um padrão de desenvolvimento, insinuam-se novas tendências de organização produtiva, experimentando-se novas formas de regulação e interação entre os atores, novas lutas sociais são travadas e conseqüentemente novos caminhos sociais são trilhados. As janelas de oportunidades abertas demandam requisitos produtivos muito pouco valorizados até então, como é o caso do Carnaval da Bahia" (*Op.cit.*, p:349). As "janelas da oportunidade" consistiriam na certeza de que a festa carnavalesca baiana dinamiza uma "economia lúdica" (baseada na produção de bens e serviços simbólicos), enredada aos seus móveis estéticos e imbricações societárias próprias, cujo volume dos números e a magnitude dos valores lhe autoriza reivindicar a categoria de megaevento. Assim, os autores advogam a passagem para o estágio do que chamam de "carnaval-negócio". Mas o eixo empresarial seria a contraface de um agrupamento de redes organizacionais ("redes sistêmicas"), permutando decisões conjuntas e esforços no sentido de produzir, apropriar e reelaborar "valores e bens simbólicos produzidos difusamente no tecido social, porém em movimento uma verdadeira máquina de inovações que, paulatinamente, vem fazendo do *Carnaval* da Bahia o maior evento festivo de massa do Brasil" (*Op, cit.*). O entrelaçamento dar-se-ia na combinação circular de redes "primárias", "secundárias" e "terciárias". Deste modo, se os blocos de trio e os blocos afros extraem da comercialização suas fontes principais de emolução e por isso orientam suas atitudes no sentido da adequação mercadológica da produção, isto depende da competência dos atores (intermediários) em apropriar, reelaborar e difundir "valores e bens simbólicos originados a partir

das *redes primárias* que conformam o tecido social." Conseqüentemente o conjunto da população urbana, sobretudo a massa negro-mestiça, conhece os benefícios da articulação entre a experiência simbólica e a mercantilização, numa encantadora confluência do ócio e negócio. Deixo que os autores concluam:

> Nos cinco dias (a possibilidade real de se multiplicar esse número é, razoavelmente, grande) de *Carnaval* baiano, centenas de milhares de pessoas pulam, bebem e trabalham ao som dos Trios Elétricos, "afoxés" e "blocos". Os seus sons seduzem inclusive os que nele trabalham, sendo emblemática imagem do vendedor ambulante com o seu pesado "isopor" à cabeça carregado de cervejas e refrigerante, pulando atrás do Trio Elétrico, mas também vendendo seu produto. Como se o *Carnaval* baiano permitisse a afirmação de uma lógica de sobrevivência que recusa a dicotomia entre prazer e trabalho, e que, de alguma forma temos nos versos da música de Caetano Velloso que abriu o ponto seis desse trabalho: "Bahia minha preta/ como será/ se tua seta acerta e chega lá?/.../ comprar o equipamento/ e saber usar/ vender o talento e saber cobrar, lucrar." Resta saber se o *Carnaval* não seria um arco para esta seta" (*Op. cit.*, pp:349-50).

É preciso reconhecer a engenhosidade do modelo teórico que norteia a análise, na medida em que ao postulado funcional e sistêmico da teoria das organizações é inserido o esquema antropológico das redes sócio-simbólicas[x], conferindo flexibilidade suficiente para anexar categorias como as de diversidade, escolha e conflito e proporcionar mobilidade às noções de consenso, equilíbrio homeostático e ainda mais a de desempenho de papéis pelos atores sociais. Méritos que garantem ao modelo universalidade para explicar fenômenos afins em outras situações socioculturais, como a da festa baiana, notabilizada pelas mestiçagens em planos vários. Aos méritos somam-se as dificuldades, no instante em que o mesmo ponto de vista é inserido numa estratégia discursiva mais ampla e ganha voz pública na retórica das elites do segmento reinante nas esferas de poder regional e conforma uma ideologia. Por exemplo, a respeito do fator de multiplicação de renda e de ocupação da mão-de-obra na cidade, durante a versão de 1999, do Carnaval baiano, o atual prefeito Antonio Imbassahy ressalta a combinação entre paixão e negócio, capaz de alavancar a economia local:

> Foi um grande carnaval. Tivemos a felicidade de ver toda a população comemorando os 450 de Salvador, que é um caso de paixão. Vimos as pessoas emocionadas nas ruas, praças e avenidas, num clima da mais absoluta tranqüilidade, energia, felicidade e muito axé. (...)
> A indústria do Carnaval emprega milhares de pessoas e gera renda para nossa cidade. Só nos dias do Carnaval, são gerados 135 mil empregos diretos e indiretos, o que revitaliza a economia de Salvador. O Carnaval deste ano, por exemplo, movimentou R$ 400 milhões, o que significa 15% a mais do que o registrado no mesmo período do ano passado. E não são só os blocos que faturam. Dos dois milhões de foliões que foram as ruas, 850 mil vieram de outras cidades, estados e países. Com isso, a ocupação dos hotéis registrou um crescimento de 15%. (Festa & Folia/abril-maio-junho de 1999, p: 07).

A festa, sob esse ponto de vista, proporciona conforto em um Estado onde, numa população de 11 milhões e 900 mil habitantes, 70,5% (em 1990) recebe até dois salários mínimos, a taxa de alfabetização permanece nos 35.6%. Por sua vez, 35,9% dos lares não contam com serviço de abastecimento de água encanada, a coleta de lixo atinge apenas 41% dos domicílios e a rede de esgotamento sanitário restringe-se a 6,9% (Fonte: IBGE 1991). E, por outro lado, justifica a concentração dos esforços em investimentos com envolvimento com o setor de lazer e turismo. Do mesmo modo, mostra-se um fator alternativo para o mundo do trabalho na Bahia, onde a introdução da terceirização, como parte da reestruturação do processo produtivo industrial nas empresas instaladas no Pólo Petroquímico de Camaçari, contribui para a complicação do problema em torno do emprego na região metropolitana de Salvador. Aí o índice de desemprego mantém-se como o mais elevado entre as dez maiores capitais do país, ao longo da última década. Coincidindo com a fase de reestruturação no Pólo, segundo dados ainda do IBGE, entre 1989 e 1994, cai o índice de trabalhadores com carteira assinada de 54,11% para 45,28%; já os que trabalham na informalidade saiu de 41,74 para 51,13 (ver Druck/1999, p: 226). E no município de Salvador a indústria oferece apenas 5,0% das vagas, cabendo 70% ao setor de serviços (PDDU-Salvador/1999). No interior desse largo segmento existe toda uma gradação decorrente da categoria e da localização na qual se encontram, interessa-nos identificá-la. Para se ter uma idéia, se 45% dos vendedores ambulantes, situados em áreas como as imediações do terminal rodoviário urbano da Lapa – o de maior circulação na cidade –, têm uma média de dois a quatro anos de estudos, 27% dos barraqueiros das praias da Orla marítima chegam a ostentar 11 anos de escolaridade; enquanto a renda de 27% dos primeiros é de até um salário mínimo, 16% dos últimos ganham acima de dez salários mínimos. A Orla marítima destaca-se na cena informal da economia urbana, agregando comerciantes oriundos das camadas médias e a clientela composta por turistas e cidadãos locais de melhor poder aquisitivo. Já os ambulantes servem as necessidades da população de baixa renda que recorre aos ônibus endereçados às periferias metropolitanas (Santos e Pedrão/1996, pp: 50-1).

E a importância da situação socioeconômica local para os objetivos deste trabalho está no quanto a modernização ampla do Estado da Bahia atravessa a expansão da festa carnavalesca, a aproxima dos aportes do entretenimento-turismo mas a dispõe diante de forças contraditórias. Afinal, a taxa de 36% de crescimento econômico experimentado entre 1980 e 1995 traduz como o posicionamento da Bahia no sexto produto interno bruto do país manifesta a dubiedade

estrutural, que Inaiá Maria Moreira de Carvalho localiza, em termos do espaço da região metropolitana de Salvador, na acentuação do quadro de contraste e na redução da capacidade de intervenção do setor público (Moreira/1997, p: 81). Pois a adição do parque industrial orientado para os bens intermediários e ao complemento da produção do Centro-Sul, com a implantação de pólos agroindustriais dedicado ao plantio de grãos no cerrado e, ainda, com a fruticultura em áreas irrigadas na região de Juazeiro, no Vale do São Francisco, possibilitou a emergência de segmentos sociais na cidade capazes de se comprometer com um consumo dispendioso como de diversão e lazer. E intervem, ainda, na diferenciação/institucionalização de múltiplas práticas de reprodução material da vida e do modo assimétrico como os grupos sociais dela se apropriam, mas viabilizam a ascendência de valores identificados a exposição pública dos afetos – fundamental aos caminhos tomados pelo carnaval local, como veremos. Para entender a presença desta clientela é preciso reconhecer alterações na morfologia e estrutura sociais. As fontes estatísticas ajudam a elucidar: se a formação de novos segmentos esteve no andamento da expansão da materialidade econômica, correspondeu ao perfil de concentração da renda em âmbito regional e nacional. De acordo com dados do PNAD/IBGE, calculados pela Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia, houve uma redução de 54,4% para 44,5% na participação no conjunto da renda no Estado da Bahia da classe de rendimentos representando 47% da população economicamente ativa e que ganhava até um salário mínimo, no período 1993-95. Na mesma ocasião, consistindo em 51,7 do mercado formal de trabalho, a participação da classe de rendimentos dos que recebem de um a dez salários subiu de 41,9% para 51,7%. No entanto, na Região Metropolitana de Salvador, os 10% mais ricos ficaram com 52,6% do total da renda gerada, incluindo aí as classes de rendimentos com mais de 20 salários mínimos mensais. Por outro lado, os 10% mais pobres apropriaram-se de apenas 1,3% da renda (ver Borges e Proserpio/1996, p: 8-9). É notável, além do recrudescimento da concentração da renda, a ascendência de um segmento intermediário, alvo das estratégias imobiliárias, antes referidas, mas também das novidades culturais agora vicejadas no zoneamento do lazer, aonde a sistemática do entretenimento se vai definindo como mecanismo predominante.

Voltando à festa e aos modos de compreender e representá-la, temos, portanto, duas facetas igualmente ideológicas na apresentação do seu formato contemporâneo. De um lado, a expressão distorcida da realidade social e que entra nos esquemas eleitoreiros de um grupo político hegemônico. No entanto, por outro lado, o modelo explicativo manifesta não apenas o arranjo faccioso de um modo de representar o movimento das relações sociais; trata-se da maneira como

o discurso é encampado e, ao mesmo tempo, dá forma a uma intersecção de longo perfil entre grupos. E o intercruzamento se faz, muitas das vezes, à revelia dos posicionamentos político-partidários e sim pelo comprometimento com determinada perspectivação da realidade e esta ressoa a aliança interclasses proporcionadas pelas novas acomodações na estrutura social antes assinalada. Neste caso, uma vez mais o fator propalado, mas agora como termo galvanizador, é o ideário em torno de um modo de desenvolvimento econômico não industrial e produtivista, o qual se projeta desde as formações discursivas sobre as relações sócio-humanas e procura as modelar, enfim, as informa de acordo com o seu projeto "alternativo", no curso da construção de uma hegemonia política e cultural. Quer dizer, o próprio discurso compõe a parafernália de coação na apreensão do fenômeno. Em se tratando dos artífices aqui comentados, o modelo teórico de análise que empregam no estudo tanto funcionaliza quanto sistematiza, no formato compacto da festa espetáculo, o que existe de contraditório na situação de adensamento e confluências do carnaval.

Deste modo, a sociedade pós-industrial desempenha o papel de uma solução mítica – no caso a Bahia tradicional e pós-moderna – ultrapassando contradições, quando seus arautos sugerem modos de coesão mais democrática entre pluralidades, graças à característica flexível do esquema atrelando esfera do consumo intersocietal e a diversidade produtiva local. A perspectiva das redes sistêmicas não problematiza a maneira como é estruturado o feixe de relações, no que tange à assimetria entre cada um dos aspectos heterogêneos e como a desigualdade viceja hierarquias e exclusões. Em outros termos, categorizada a festa carnavalesca como um "megaevento", ponta de lance de um conjunto extenso, porém equilibrado de negócios que movimenta uma economia do lúdico, são legitimados os mecanismos institucionais de controle acionados historicamente nas interdependências sócio-humanas pelo concerto de agentes e grupos estabilizados diante de outros subalternos. Mas isto se faz ao tempo em que se afirma o próprio feixe hegemônico de grupos e seus sujeitos como uma gramática e uma entidade metafísica, isto é, a sociedade pós-industrial ou pós-moderna, fonte do sopro transformador, modernizante, motor da consagração do carnaval como o núcleo da paisagem turística de Salvador. Tendo assim a concordar com Isteván Mészáros, quando toma a ideologia como forma de consciência social, intrínseca às sociedades divididas em classes, tornando-se, por conseguinte, um modo de consciência prática decisiva nessas condições de convívio humano (Mészáros/1996, pp: 21-22). A intervenção ideológica, portanto, corresponde à particularidade dos grupos na construção dos seus posicionamentos identitários e também nas tentativas destes na

direção de totalizações que se aliam às práticas dos poderes articulados ou em confronto no jogo de conflitos e equilíbrios sociais. Algo que remete aos esforços e estratégias dos grupos sociais em fazerem-se legítimos e organicamente articulados ao projetarem o futuro condizente com sua dominação presente.

O problema em relação à festa em Salvador traz, no entanto, um ingrediente há mais além do ideológico, pois se negligenciam as assimetrias entre os elementos que entram no jogo de reciprocidades na conformação de um mercado de bens culturais no Carnaval da cidade, Loiola e Miguez sublinham algo de premente, a saber, a própria reciprocidade, quer dizer, a intensificação das trocas entre as pessoas e grupos na cidade e como esta tem no evento um demiurgo plugado aos mecanismos da sociedade de consumidores. Ou seja, vem à cena o tema das próprias relações sociais, de cuja uma das configurações é o discurso que as quer cristalizar, no instante mesmo quando as expressa e representa como a "maior festa popular do mundo". Ao mesmo tempo, emerge a questão da formação dos sujeitos, acompanhando a dinâmica de universalização do modo de orientação específico (dirigido ao mercado dos bens simbólicos) por entre diferentes extratos sociais e dimensões étnicas e raciais. Segmentos cada vez mais colocados em conexão para a realização da festa espetáculo, em razão da densificação das interdependências e interpenetrações sociofuncionais. Estando as últimas figuradas num raio que vaza a cidade como uma unidade em-si-mesmada.

Posso agora retomar a sugestão de Milton Moura. Outro analista da cena baiana contemporânea, no andamento das reflexões do autor sobre as amplas transformações socioculturais, ele atenta ao conjunto de elementos que repercute, hoje, na produção coletiva animada em fazer de Salvador uma mercadoria sedutora pelos seus encantos africanos (Moura/1998, p: 11). Procura daí discutir esse traço da orientação mercantil internalizado à paisagem urbana, observando com propriedade que existe um esforço do grupo político hegemônico em reforçar a identificação de Salvador e da Bahia em geral com um lugar mítico de totalização e a festa concorre como o pólo desta estratégia. Entende, porém, que a sofisticação da folia se enraíza na "complexificação do trabalho em produzi-la, seja no âmbito dos agentes estéticos, seja naquele dos órgãos governamentais, seja no espaço dos diversos setores empresariais em efetivar negócios com a folia. O Carnaval é, portanto, um trabalho que envolve um imenso número de sujeitos" (Moura/1999, p: 04). Complexidade esta que penetra e inclui a tensa polaridade estrutural entre "negros" e "brancos" encravada no cotidiano da cidade, arrumando-a tanto estética como organizacional e economicamente no contexto da sociabilidade festiva, graças à textura artístico-

lúdica. O argumento da homogeneização defendida por Moura parte do entendimento de que a "modernização" deflagrada na cidade, desde a década de cinqüenta, penetrou a fundo no modo mesmo de perceber e reordenar as diversidades locais, ao impactar a estrutura social e os universos simbólico, em meio à atualização dos tradicionais padrões de dominação socioeconômica, política e racial. Movimento no qual seria decisiva a configuração dos ambientes de sociabilidade de lazer investidos pela mediação da indústria cultural, como o próprio carnaval. De acordo com as suas palavras:

> É significativo que os foliões uniformizados troquem entre si os abadás de diferentes blocos, independentemente de serem blocos de trio ou blocos afro. É significativo também que os artistas, *cordeiros* e seguranças costumem passar de uma entidade para outra em sua prestação de serviços. A escalada da homogeneização em função de processos que escapam às especificidades estéticas das entidades carnavalescas desafia os esquemas analíticos tradicionais, apontando para a complexidade do binômio abordado neste texto. Os movimentos podem ser bruscos, ora sutis, sem que isto signifique serem mais violentos ou mais suaves.
> Enfim, desfila a música do jovem negro-mestiço, partilhando o sucesso e o triunfo do Carnaval moderno, em cima do trio elétrico. Seja "o trio do Eva", seja o "trio do Araketu". É a universalização do trio como veículo para chegar às multidões, sendo importante, neste processo, o vocabulário referido ao grande signo da negritude. Integra-se diferencialmente a sociedade baiana no Carnaval, em cima e em torno do trio elétrico tal como reconfigurado pelos blocos de classe média de componentes quase sempre brancos, a grande alegoria da baianidade feliz. (Moura/1996, pp: 191-2).

Há na observação de Moura decisiva percepção a respeito da maneira como a homogeneização na experiência contemporânea baiana, cada vez mais, tem no eixo estético e organizacional da festa espetáculo carnavalesca um dos seus mecanismos mais importantes. Procurarei explorar mais detidamente o argumento, porém a perspectiva do autor negligencia a seguinte consideração. Se o encadeamento organizacional e estético, interno à folia e do gabarito das pressões decorrentes da intensidade e extensão tomada pela malha de interdependências que a constitui, constrange a inserção desse mesmo repertório afro-baiano e o grupo que o produz na sua espacialidade, isto se dá no compasso da especificidade assumida pelo ritual como festa espetáculo de proporções massivas e, ao mesmo tempo, ponto nevrálgico de uma rotina que habilita tanto os sujeitos artísticos quantos as platéias da festa. Uma vez mais há que se articular sociologicamente o sensível deslocamento do sentido das práticas na folia à territorialidade transocietal que se forma em Salvador, com o cruzamento entre políticas públicas para o setor turístico, as transformações no perfil do comércio imobiliário, a comercialização do lazer/entretenimento, o mercado de bens de cultura e a consagração de novos sujeitos. Desde este feixe instaura-se uma rotina urbana que sincroniza o concerto de grupos sociais mais

estabilizados com aqueles emergentes e outros ainda estigmatizados pela rubrica de marginal. Rotina possibilitada em grande medida pela modernização industrial, mas quero propor: rotina viabilizada também pela modernização turística, no anverso da expansão para raios cuja amplitude estão bem além do local e do nacional da dinâmica socioeconômica e cultural da cidade, concatenando a paisagem de Salvador ao perfil da sociedade de consumidores. Ao mesmo tempo, tal concatenação ganha concretude na medida em que atravessar e estiver penetrada pelas idiossincrasias cotidianas do local, numa consorciação básica à delimitação do lugar turístico. A modernização da folia momesca local é heurística das inferências postas pelas novas condições à produção material e pelos novos meios de orientação das ações e de transporte dos símbolos sobre as memórias coletivas e individuais.

Apenas considerando o argumento assinalado, posso concordar com a interpretação de Antonio Godi quanto a ascensão e o prestígio alcançado pela produção musical carnavalesca identificada aos afrodescendentes na cultura carnavalesca baiana. Inspirado em Benjamin e Adorno, Godi sugere também a aliança entre a metropolização e a modernização industrial no delineamento de novas coordenadas espacio-temporais, sendo a conexão o núcleo à transformação das sociabilidades urbanas, agora condicionadas pelas "variáveis tecnoculturais", dando acesso a legitimações "inusitadas", caso dos blocos afros (Godi/1998, p: 73). Por isso o autor elege dois aspectos ao seu ver cruciais. O primeiro diz respeito à normalização da reprodução mecânica dessa produção, em acordo com as bases tecnológicas e mercantis, respectivamente, da indústria e do mercado fonográfico, implantada na cidade desde os anos setenta com o aparecimento de estúdios, como o da gravadora WR (*Op. cit.*, p: 86). Já o segundo, em confluência com o anterior, se refere à efetivação de um cotidiano permeado pela veiculação massiva da música popular, seja mediante as emissoras de rádio FM seja com a convivência cada vez íntima dos sentidos humanos com os equipamentos eletrônicos de áudio-reprodução e também os audiovisuais, contribuindo para que a música tenha peso acentuado na construção e redefinição das identidades individuais e coletivas (*Op. cit.*, pp: 87-93). Se o olhar do autor é sensível aos aspectos, diria, mais peremptos do movimento pelo qual se efetiva a relevância da música na paisagem da cidade, ele não leva consideração o peso da transliteração dos sentidos e dos papéis dos agentes na festa carnavalesca sobre as transformações socioculturais, embora Godi os detalhe competentemente. Isto o leva a subestimar o processo quando, referindo-se a dissolução das escolas de samba locais no interior do aparecimento dos blocos de índio, na metade final dos anos sessenta, afirma que a festa carnavalesca em Salvador "esteve aí na

encruzilhada do carnaval brasileiro: ou podia ter seguido o rumo carioca e virado um carnaval espetáculo, como o desfile das escolas de samba, mas acabou virando um carnaval participativo, a partir do surgimento dos 'blocos de embalo' e uma progressiva e ativa adesão de um número cada vez maior de foliões de rua" (Godi/1991, p: 55).

Há um aspecto decisivo no plano sociológico e se mostra, penso, equívoco no seu argumento, qual seja, a não problematização das categorias de uso cotidiano. Volto à fala do atual prefeito. Em seu discurso, alardeia o fato de o Carnaval baiano ter incorporado (nos dois anos da sua administração) um *know-how* de organização e profissionalização, o qual o elevou a um patamar de profissionalização internacional; nos seus termos: "(...) uma condição que antes apenas o Rio de Janeiro possuía". Então, sem oferecer explicações a respeito dessa combinação entre participação e profissionalização, o chefe do executivo local defende justamente a natureza popular da festa em Salvador para a elevá-la à condição de o "Carnaval do Brasil por excelência", afinal "aqui gente de todo o país (e de outros países) invade as ruas para participar, para brincar e construir um Carnaval que é, de fato, o mais popular do Brasil. O sucesso deve-se muito à efetiva participação do povo nas ruas" (Festa & Folia/abril-maio-junho de 1999, p: 07). Sendo o carnaval uma instituição, consiste em uma regularidade histórica manifesta nas atitudes de grupos de pessoas, ou seja, no modo específico e com razoável homogeneidade como essas dão expressão aos seus afetos e projetam expectativas segundo condições e dispositivos de controle; ainda, negociam o reconhecimento do sentido dos seus atos em acordo com o comportamento e as grades de classificação vigentes nessas esferas de correlação e regulação coletivas. E isto se faz numa dialética de mudança e permanência de significados. Assim a classificação popular em relação a festas como a carnavalesca, obedece a um duplo registro histórico: de um lado, a incorporação da perspectiva folclorista na compreensão desses eventos, para a qual a origem no seio do homem comum, subordinado aos laços comunitários, evoca uma espontaneidade pré-moderna e pré-industrial; por outro, a importância assumida pela idéia de cidadania herdada da Revolução francesa e o seu imperativo público de participação universal e igualitária, independente de quaisquer ingerências de ordem socioeconômica, étnica, entre outras. No Brasil, com o advento do regime republicano e, sobretudo, com o fim do trabalho escravo, o problema em torno do popular emerge nos debates políticos e intelectuais, nas pautas de reivindicação dos grupos representativos das populações subalternas ou nas modalidades de exclusão e distinção dos segmentos dominantes. Nesse sentido o popular se faz um parâmetro de mensuração dos coeficientes de espontaneidade e/ou de universalidade presente a uma situação, porém tal

parâmetro terá usos específicos a depender das estratégias sócio-discursivas que o manipula. Ora a dicotomia estabelecida entre "carnaval espetáculo" e "carnaval participação" – aliás, igualmente, "a maior festa popular do mundo" –, resulta da convenção estabelecida na maneira como foi construída a distinção da folia local diante da versão carioca, na competição turística entre as duas cidades[xi]. A que se questionar justamente uma e outra classificação e, além disso, a própria dicotomia, imprensando-as sobre os mundos sociais que as supõem, ou seja, a própria instituição do Carnaval baiano e a estrutura social e o horizonte cotidiano que o dinamiza. Entendendo este como o anelado social disposto em um encadeamento geracional, dentro do qual grupos humanos dão seqüência a uma regularidade institucional, mas o fazem de acordo com os lances de deslocamentos e novos posicionamentos na teia das funções da qual são condição e resultado.

Seria a composição de um desses lances, em se tratando da festa baiana, a qualificação "carnaval participação". Mas ela ocorre (a composição) em que medida, de acordo com quais forças mobilizadas à sua realização e por que assume tal direção? Vejo no argumento do próprio Godi alguns traços sinalizadores. Lembra ele: "A formação dos blocos de índios tem uma relação direta com as escolas de samba, na medida em que são os componentes destas que os criam, buscando evitar o excesso de trabalho e gastos que as escolas exigiam, assegurando ao mesmo tempo a continuidade do samba e a ruptura na quebra com o formalismo das escolas de samba, dando lugar à liberdade, prazer, divertimento e também à 'agressividade' dos blocos de índios'" (*Op. cit*). Nota-se a ausência daqueles suportes políticos, socioeconômicos e mesmo estéticos coligados em torno do comércio de diversão e turismo, aliados ao movimento de adições e interseções simbólicas e materiais da tradição do samba carioca, que viabilizaram a hegemonia do modelo organizacional das escolas de samba no Rio de Janeiro. Daí porque o esquema burocrático de departamentalização e a sistematização do processo produtivo da festa por estas entidades não encontram bases para "evitar o excesso de trabalho" entre os baianos. Os blocos de índio – também inspirados nos similares cariocas e mantendo o estilo da percussão das escolas de samba – ganham adeptos de uma massa negra que "convivia com a marginalidade e o desemprego" (*Op. cit.*, p: 57) e vão para o enfrentamento com os valores e os aparelhos de segurança física e ideológica da elite branca que os oprime, ao divertirem-se informalmente nas ruas. Mas quais são essas ruas cujo trânsito participativo dos blocos de índios motiva estardalhaços contra as "multidões de negros violentas" na imprensa e incitam a intervenção policial (*Op. cit.*, p: 63)? As mesmas do centro que já serviam de circuito para os trios elétricos, como reconhece o autor: "O momento de maior crítica aos blocos de índios se deu justo na época da explosão do chamado 'carnaval participação', com o sucesso dos trios

elétricos e o fortalecimento de entidades carnavalescas organizadas por segmentos bem situados social e economicamente, a partir da segunda metade dos anos setenta." (*Op. cit.*).

Fica, então, em suspenso a compreensão da natureza contraditória desse "carnaval participação", que ajuda a dissolver traços identitários e institucionais e promove a definição de novos de caráter étnico-regional, porém exclui da sua quadratura o que não coaduna com o emblema pacifista da brincadeira, mesmo com o auxílio do uso da coação física pelo Estado. Isto, se não for problematizado a sua configuração e formato, tendo o trio elétrico como pólo. Neste sentido, irei à contramão da maioria dos intérpretes recentes do Carnaval baiano. Perpassa-os como ponto de partida a idéia de Antônio Risério (1981, pp: 11-2) de que, ao se entrecruzarem, mestiçados, dois eixos marcam, nos anos oitenta, a reorientação estética e organizacional do evento, a saber, a "africanização" da festa baiana, isto é, a definição do caráter étnico da musicalidade afro, com o trio elétrico. De posse desse argumento, muitos dos autores da literatura sobre a presença social e estética do negro no Carnaval de Salvador define uma espécie de narrativa mítica, prestigiando os heróis civilizadores. À luz do transporte seletivo dos ideários que nortearam a luta dos ativistas negros nos Estados Unidos, desde os movimentos de reivindicação dos direitos civis e da emergência no Brasil de atitudes anti-racistas ancoradas na reidentificação étnico-cultural (ver Guimarães/1995, p: 43), os intérpretes vasculham a caminhada da origem dos blocos afros, com a fundação do Ilê Aiê (1974) e seu empenho em resgatar uma África pré-diáspora e pré-colonial, passando pela difusão modalizada do parâmetro, seja com o aparecimento, entre outros, do Olodum (1979) empenhado em denunciar a contemporânea situação infeliz da população negra, seja do surgimento do Muzenza, compromissado com o *reggae* e o ideário de Bob Marley, até a consagração de modos mais efetivos e positivos que sagram a inserção dos afrodescendentes no escopo urbano e nacional – a banda Timbalada e a banda/bloco Araketu[xii]. Algo notável, como o quer Goli Guerreiro, na importância dos seus símbolos à especialização de Salvador como núcleo mundial produtor de música (ver Guerreiro/1997, pp: 97-122).

Não desconheço o fundamental mérito dessas lutas em favor da conquista do direito aos bens de cidadania, em meio à reelaboração das identidades étnicas e da auto-estima da população negro-mestiça (Morales/1991, pp: 72-92). Contudo o aspecto político da situação de contestação à cultura de classe (branca e burguesa) pela afirmação étnica, não deve obliterar a compreensão da amplitude do processo que traz a "negritude" para o centro de uma "baianidade" festiva e musical, pois ao contrário permanecem ocultas as razões do caráter dúbio do evento ou ainda do

tipo de integração social sugerida por Moura, apontadas acima, e os fatores que as trazem para junto do entretenimento e turismo. Antes de qualquer coisa, evitando a reificação das singularidades étnico-culturais, a mudança de estágios e no andamento do processo de fabrico de identidades étnicas e raciais deve ser correlacionada com a própria ampliação dos fatores sócio-históricos; fatores que tanto atuaram na desagregação quanto na homogeneização dos traços das memórias africanas na sociedade-nação brasileira. Ou seja, a diáspora da escravidão, no acomodamento material e simbólico subalternizado na situação colonial e do Império, diante da dominação senhorial européia e cristã, interferiu na integração marginal dos afrodescentes no bojo da cidadania homogeneizadora e universalizante da sociedade nacional, desde o advento do regime republicano. Desde este momento, a re-atualização e a reinvenção da identidade étnica africana em Salvador estão atreladas ao pertencimento à comunidade política e imaginada genérica e ao primado da unidade estatal da Bahia. Daí porque se trata da identidade afrobaiana, da qual apropriações diversas são possíveis no quadro de negociações envolvendo facções diferentes dos grupos sociais urbanos, numa cidade cravejada de desigualdades. Mas, igualmente, como a integração esteve restrita ao plano propriamente da articulação dos símbolos na conformação de uma cultura intrínseca a entidade "Bahia", a incorporação ascendente das camadas etnicamente referidas como negras não obedeceu a critérios distributivos do produto coletivo, mas tem ocorrido seletivamente, priorizando indivíduos, quando vinculados aos móveis lúdicos e religiosos compatíveis com o ente telúrico baiano. Enfim, a individualização dos agentes esteve na contraface da sua inclusão nas esferas especializadas e no perfil assumido pela sistemática cultural e socioeconômica local e intersocietalmente.

Para melhor detalhar o que estou propondo, vou recorrer justamente a questão da presença dos traços africanos na chancela do lugar turístico da Bahia. Vejamos. Quando escreve, ainda nos anos quarenta, sobre os "contrastes" da terra brasileira, Roger Bastide se detém no vigor dos rituais dos cultos afro-brasileiros em Salvador, numa cidade onde 71,21% da população eram compostos de negros, embora tal percentual estivesse sujeito aos rigores das pressões evangelizadoras desde a escravidão. Demonstra especial interesse no sincretismo entre campos religiosos distintos. Ou seja, a manutenção, sob a fina camada dos elementos tomados de empréstimo da cena católica, dos fundamentos religiosos africanos, apesar da diáspora negra promovida pelo comércio escravo. Atribui a conservação ao modo específico como os negros adaptaram e recriaram sua cosmologia e o panteão divinos na América portuguesa. A vigência das trocas atlânticas entre os continentes, durante as fases coloniais e do Império na formação

brasileira, teria colaborado na efetivação, porém não de modo decisivo, haja vista os deslocamentos na maneira de realizar as cerimônias na Bahia, em ralação à matriz africana. "Mas se a religião pôde adaptar-se sem mudanças, foi porque se viu apoiada por toda uma sólida organização, bem estruturada, a das confrarias de filhos e filhas de santo." (Bastide/1969, pp: 74-5). O sociólogo francês encontra nessas instâncias as bases sociológicas ao que, mais tarde, denominou "religiões em conserva", em oposição ao rumo tomado pelo vodú haitiano. Há todo um debate sobre a memória coletiva no estudo do sincretismo afro-brasileiro, retomado por Bastide, que agora não será observado – visto adiante, no Capítulo V. Por enquanto, quero reter e ressaltar o quanto à conservação da memória africana, quando adaptada, será convertida em uma das matérias-primas de diferenciação local na confecção do produto turístico Bahia. Isto porque na sua apreensão sociológica amparada no lastro da escuta histórica da formação social brasileira, o autor percebe como o folclore traduz o campo de lutas culturais deflagradas desde à época colonial; campo onde os afro-brasileiros mais que proporcionarem um sincretismo com os valores e práticas portuguesas, mas estabeleceram táticas de sobrevivência incutidas na ocupação re-interpretativa dos períodos de lazer e das reuniões nas confrarias religiosas (Bastide/1974, pp: 16-20 e 80). Penso ser possível tornar a conclusão de Bastide útil à elucidação do problema contemporâneo.

Já observamos o lugar-chave do candomblé ou das festas profanas atravessadas por elementos religiosos negro-baianos no preparo do que, Gaudenzi, chama de "os visgos da Bahia", assim, compondo o calendário turístico e o mapa dos ícones desse lugar de entretenimento-turismo, estando esses traços culturais galvanizados às demandas de consumo de diversão e cultura, na forma de bens espetáculos (Ortiz/1980a, p:58). Acredito que isto ocorre no desdobramento da (entre outros fatores) ambientação desses símbolos e práticas num patamar de plausibilidade pública, tarefa realizada em grande medida pelo discurso folclorista sobre a cultura popular, o qual teve respaldo nas táticas de sobrevivência das gerações dos grupos de afro-brasileiros responsáveis pela sedimentação e efetividade das instituições lúdicas e religiosas associadas à tradição colonial baiana. Valores, símbolos e práticas, sobretudo a partir dos anos trinta, cada vez mais reconhecidas intrínsecas às tradição e cultura da nação brasileira. Vimos na Introdução, qual foi a atmosfera sócio-política para esta incorporação. Sem dúvida, a obra *Casa Grande e Senzala*, de Gilberto Freyre, consiste em um marco, afinal o elemento étnico negro é enaltecido como fator não apenas constitutivo, porque fundamental à formação do caráter nacional. Contanto vejo, pontualmente, maior relevância nos estudos com claros fins folclorista, por exemplo, do baiano Arthur Ramos – antropólogo que ocupou a direção do departamento de

Ciências Sociais da Unesco, na década de quarenta. Também da década dos trinta, muitos dos trabalhos do autor enfocam a influência da cultura negro-africana por toda a América. Apoiado em amplo material histórico e etnográfico sobre a composição e distribuição dos africanos traslados para o Brasil, Ramos cataloga e descreve o que então é apresentado como um rico manancial de crenças, costumes, folguedos, danças, cânticos, literatura, cultural material, etc (ver Ramos/1979, pp: 177-235). A importância desta ascendência do debate sobre a presença do negro na cultura na brasileira e o longo encadeamento de discursos por ele informado, penso, assinalam a ambigüidade característica do percurso das gerações da população negra ao longo do período republicano. Fase em que a mudança no *status* jurídico e político não encontrou respaldo na integração efetiva de amplos contingentes dessa população nos instrumentos formais de educação e do trabalho na sociedade urbano-industrial e de serviços, mas reanimou em novas bases a tradicional dominação racial reforçada pelos instrumentos de coerção ou aliciamento eleitorais (Fernandes/1972, pp: 99-100). O dado ambíguo decorre da seguinte modulação histórica, articulada à delimitação de um lugar institucional lúdico-artístico a vários dos traços dessa cultura negra, desde a sua ressignificação como arte folclórica. Ou seja, tanto a síntese discursiva folclorista ou as interpelações ideológicas várias de que tem sido alvo tais expressões culturais especializadas pavimentaram um caminho de valorização dessa arte folclórica afro-brasileira no interior da totalidade simbólica nacional. Mais ainda, abriram caminho ao seu traslado para uma dimensão na qual expressão e produção culturais se referenciam mutuamente.

Para tanto é preciso lembrar que, urdidos na ideologia da democracia racial de uma pátria tropical miscigenada, os símbolos e práticas das culturas negras são acoplados no plano das políticas culturais do Estado central e das unidades federativas. De acordo com Livio Sansone, em se tratando da Bahia houve a convergência entre a atuação de historiadores e antropólogos e as agências do poder estatal no desenho de uma imagem positiva da "Afrobahia". A construção de uma pureza Yoruba facultou a interpenetração entre as categorias de "comunidade negra" e "cultura afro-baiana", estando ambas diretamente vinculadas aos símbolos de uma ancestralidade africana cultivada por seus legítimos descendentes. Enquanto uma categoria de entendimento e modo de classificação, o termo pureza traz no seu bojo uma seletividade ideológica presidida por critérios amplamente alicerçados nos valores modernos da civilidade e da perenidade identitária. Em tal medida, as práticas inscritas no sistema religioso do candomblé, mais as iguarias da culinária local e a música de percussão plasmaram os pontos nodais do folclore afrobaiano (Sansone/2000, pp: 94-6). Se, por um lado, tal urdidura contribuiu na persistência da submissão do conjunto da

população negra, na medida em que as reivindicações pela igualdade política e jurídica, atreladas ao ideário da democracia, são vertidas na acomodação dos seus membros dentro de uma cidadania de maior ênfase no apelo cultural, porém socioeconomicamente inferiorizada no sistema desigual das classes[xiii]. Por outro lado, trouxe alternativas de profissionalização a membros da mesma população de afrodescendentes, com a ampliação da modernização turística da cultura popular. Melhor seria dizer, uma e outra faceta estiveram mutuamente referendadas pelo sentido conferido aos usos e tipificações dos significados étnicos e mesmo das discriminações raciais, numa negociação na qual a aura folclórica e a disposição para o espetáculo são moedas mobilizadas para o trânsito na sociedade de consumidores. Para voltar aos argumentos de Sansone, no desenvolvimento desta tendência para o estético a crescente valoração do "corpo" negro, a partir dos anos setenta, direciona a questão da identidade étnica para outros planos de legitimação como a indústria do lazer, da música e do turismo. A abertura para novos aportes de mercantilização simbólica está, portanto, ancorada cada vez ao tráfego global das culturas na contemporaneidade (*Op. cit.*, p:99). Ainda assim, é a moldura de uma brasilidade tropicalista o ambiente da mesma ascendência estetizante. Como sugere Nádya Castro, o imaginário nacionalmente compartilhado de uma Bahia indolente, habitada por gente negra preguiçosa, tem por contraface a imagem da terra do ciclo anual de festas, sedutora em razão do frescor do clima e da atmosfera lúbrica proporcionada pela comida, música, tambores e dança dos mesmos negros (Castro/1998, p: 29). É segundo tais parâmetros, que presumo: sendo constituinte do tecido urbano (enquanto patrimônio cultural popular), ao portar-se na vitrine em que consiste a festa carnavalesca da cidade, cujo emblema é a musicalidade amplificada eletronicamente pelo trio elétrico e que transita pelas vias do mercado fonográfico, o repertório rítmico-melódico identificado aos afro-descententes torna-se o "canto da cidade"[xiv] e catalisa alguns dos insumos decisivos à imagem que frisa o *marketing* turístico da paisagem de Salvador. O problema é definir dentro de quais limites se dá o posicionamento deste "canto", trazendo junto seus elaboradores e intérpretes.

No conjunto das interpretações assinaladas sobre o lugar dos afrodescendentes no Carnaval é naturalizada, para ser enaltecida, a qualificação desses sujeitos como artistas, especializados produtores estéticos de bens de prazer e diversão na festa carnavalesca, no bojo de um mercado do simbólico em adiantado delineamento. Creio ser este um fator relevante, desde que problematizado e decomposto analiticamente. Ao meu ver, essa qualificação artística age na inserção diferenciada e seletiva, isto é, de acordo com critérios de diferenciação individual, de

segmentos da população negro-mestiça no evento e na rotina urbana, além de proporcionar insumos simbólicos e humanos à formatação do produto turístico baiano, comprometendo esses segmentos (e, talvez, largas proporções da população subalterna) como caudatários do projeto turístico do Estado, no instante em que são identificados como "coisas da Bahia". Trago um exemplo. Durante o verão de 1998/99, o governo do Estado, por intermédio da Bahiatursa, lançou uma campanha promocional do que seria típico como diferencial da Bahia. A campanha "isso é coisa da Bahia" chegou às diversas mídias – ver reproduções. Ao lado de outras estrelas e traços da paisagem do Estado, Carlinhos Brown e o grupo de pagode É o Tchan! foram apresentados e se pronunciavam como vedetes que dão cores ao verão baiano. No caso de Brown, sua destacada presença na música popular no país e na onda *world music* são fatores capitalizados na afirmação de um espaço de promoção cultural popular, com nítido fundamento no mercado de diversão. Deste modo, em 1997, encabeçando os esforços para a execução do projeto, inaugura a sede-quadra do Bloco Timbalada, no sopé da favela do Candeal Pequeno, no Bairro de Brotas – onde nasceu o artista. Identificado a sociabilidade cosmopolita da festa carnavalesca, mas ativado durante todo período nativo do "verão" (iniciado no mês de outubro até logo após o Carnaval), o *Gheto Times Square* já consiste num ponto de referência turística soteropolitano. Os termos do comprometimento com os ritmos e instâncias reguladoras da sociedade de consumidores se fazem neste encadeamento no qual o idiossincrático e o cosmopolita estão umbilicalmente referendados. Alguma coisa assim é sugerida na fala do presidente e líder do bloco Olodum, João Jorge, durante entrevista à publicação Dados & Análise, na edição dedicada ao turismo na Bahia: "Eu queria dizer que o Olodum tem sido o embaixador turístico da Bahia. É um Estado que tem uma vocação turística muito grande. Durante algum tempo ocupou destaque no cenário nacional, depois perdeu e agora volta a recuperar. Por onda temos passado, temos chamado as pessoas a conhecer a nossa terra. Não falamos só da pobreza e das dificuldades, falamos também da grandeza do nosso povo, da nossa gente. A atividade do turismo para nós é prioridade, porque vai criar oportunidades de emprego em meio a profunda crise que estamos vivendo. Não só o Olodum será beneficiado como diversos setores da comunidade de Salvador. Nossa expectativa é que sejamos um importante pólo de atração internacional para divulgação da Bahia." (Análise & Dados/1993, p: 75).

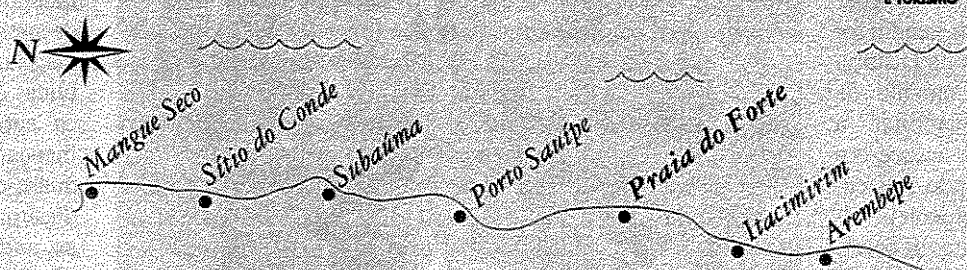
Acima sugeri não se estar diante de um consenso sobre a presença dos traços estéticos da negritude na imagem turística de Salvador, já que a modernização turística não faz desaparecer as idiossincrasias históricas do lugar, mesmo as potencializa. De um lado, é notória a permanência dos elementos simbólicos da afro-baianidade como espécie de verniz numa cena dominada pelos

Na Bahia, o sol é só mais um astro.

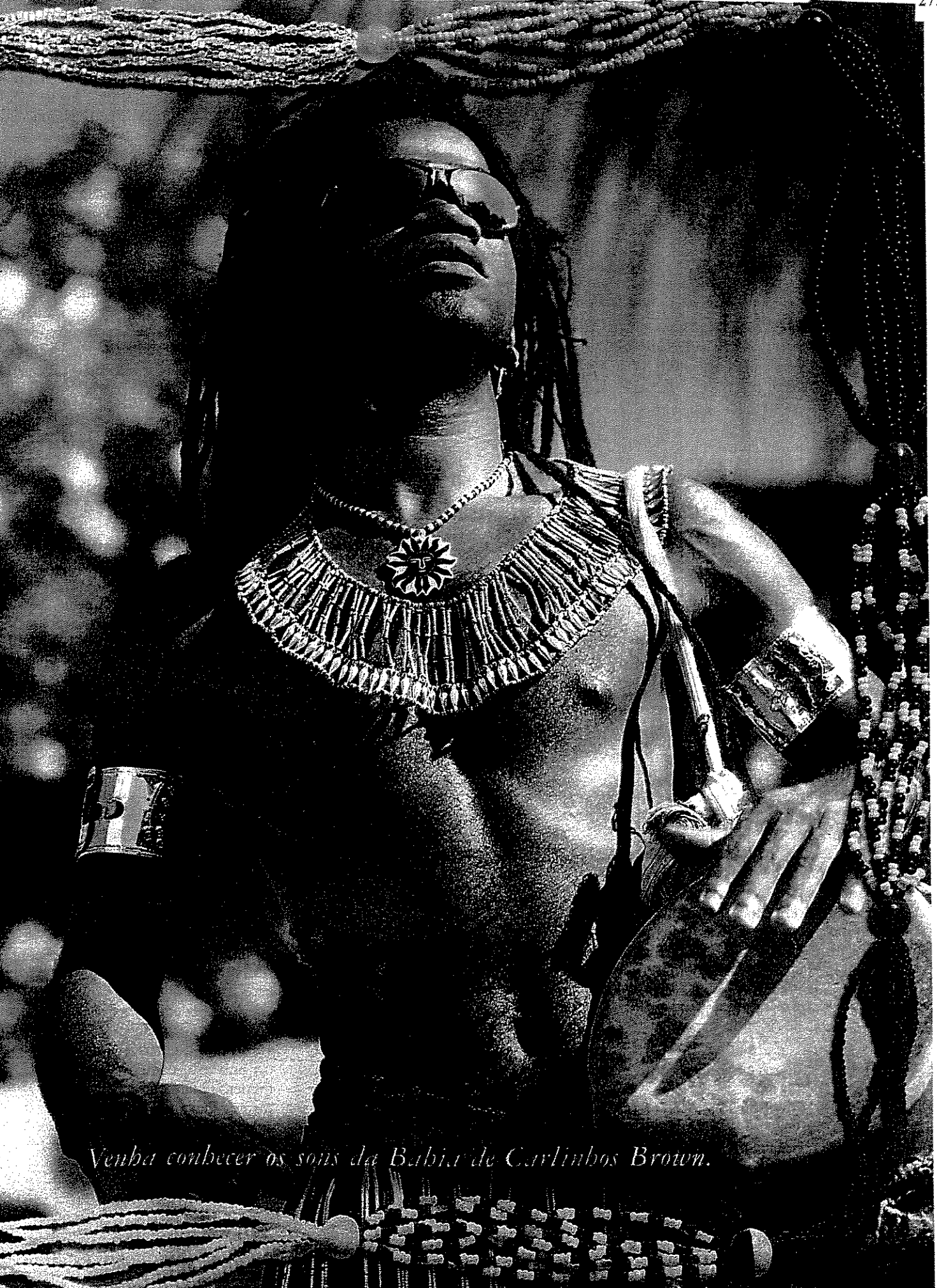


Bahia. O Brasil nasceu aqui.

GOVERNO DA BAHIA
SECRETARIA DA CULTURA E TURISMO



Costa dos Coqueiros. Um paraíso ecológico só pra você.



Venha conhecer os sons da Bahia de Carlinhos Brown.

valores da dominação étnico-racial branca. Vele lembrar, entretanto, entre as estrelas da *axe music*, os que são categorizados como negros representam uma minoria, como é o caso das bandas Ara Ketu, Timbalada e É o Tchan!. Por outro lado, não é raro o enfrentamento sócio-racial resvalar nos objetivos de fixação da marca de diversidade étnica e festiva ao produto de turismo, cultura e lazer baiano. Por exemplo, em declaração para o jornal A Tarde, o presidente da seção Bahia da Associação Brasileira da Indústria Hoteleira e do então recém-criado Salvador *Convention and Visitors Bureau*, Walmar Hupsel, atribuiu a queda de 8,5% na taxa de ocupação dos 44 hotéis classificados como turísticos na cidade, no período de janeiro a setembro de 1996 (considerando igual período de 1995), a ausência de infra-estrutura de hospedagem e aos serviços deficientes nos ramos de alimentação e entretenimento. Acrescenta que a cidade teria perdido a característica de "terra hospitaleira" e isto se deveria ao excesso de identificação do produto turístico baiano com os símbolos afro-baianos: "(...) Acho que houve uma exploração muito grande da negritude e todo mundo acha que Salvador é uma festa. Antes, a imagem de Salvador era símbolo de luz, praia, música. A idéia que todos fazem da gente é a de que a gente se veste, por exemplo, nos dias normais, igual como no carnaval. Lá fora, pensam que aqui só festa." (A Tarde/22-11-1996).

Diante das contradições manifestas sejam nas tendências à complementaridade ou a exclusão e distinção, considero mais adequado propor a existência de um mesmo eixo de reciprocidades sócio-humanas, sobre o qual vem ocorrendo a homogeneização das práticas e símbolos na conformação desta vitrine festiva em Salvador, isto é, a especificidade assumida aí pelo processo de modernização turística das experiências socioculturais, considerando as confluências do processo no contexto brasileiro. Nesses termos, à construção da imagem da Bahia se intercruzam, entre outros fatores, a recomposição do poder nacional, no plano político e econômico, na medida em que a intensificação interna das trocas (mercado interno) estava na contrapartida de interdependências mais extensa na sociedade-nação. Algo que viabiliza a sucessão de lances das elites locais em promover a reinserção do Estado nas esferas de decisão da sociedade nacional, a partir dos anos quarenta, depois de um longo período de hibernação. Posteriormente, a prospecção de petróleo no Recôncavo baiano e a luta pela instalação do pólo petroquímico fermentam ainda mais uma política cultural de delineamento da identidade da Bahia, da sua diferenciação e proeminência. Desde então, a perspectiva de uma Bahia dinâmica, empreendedora e industrial esteve na contraface de uma terra capaz de preservar suas raízes, de guardar as origens da civilização e tradição brasileiras (ver Rubino/1998 e Almeida/1999).

Recorro outra vez ao viés da história do turismo no Brasil, na medida em que nos ajuda a compreender a concatenação entre mercado interno, cultura brasileira e a montagem da imagem turística da entidade Bahia. Vimos no capítulo anterior que, já nos anos trinta, promoção do Touring Club, partiam do Rio de Janeiro pioneiras excursões pelo Brasil. Estavam incluídas em um esforço de integração do país, visando o desenvolvimento econômico nacional mediante a exploração das atividades ligadas ao ramo do turismo. As iniciativas do Touring tiveram reflexos nas posteriores disposições do Departamento de Imprensa e Divulgação (DIP), no final da mesma década, quando foram formulados os primeiros roteiros turísticos do país e as iniciativas da propaganda nacionalista investiam na invenção de uma tradição brasileira, cujas origens estariam enraizadas na Bahia. E, ainda subordinado à propaganda do governo Vargas, dá-se início a planos de divulgar as regiões brasileiras. Por exemplo, a revista Rio Ilustrado, de acordo com o projeto implementado pelo DIP de "mostrar" o Norte para os leitores do eixo Rio-São Paulo, traz em setembro de 1940, uma reportagem dedicada a "apresentação da Bahia". São então destacados os monumentos ao Visconde de Cairu e ao Dois de Julho, ao lado do Elevador Lacerda, além do Mercado Modelo – recentemente reformados. Outra foto traz um trecho das obras de construção da rodovia Bahia-Alagoas, parte da Transnordestina (hoje, eixo norte da BR 101), que seria conectada à rodovia Rio-Bahia, recentemente iniciada – como assegura o texto da revista.Por outro lado, a imagem da "pequena notável" Carmem Miranda, em sua fase nos Estados Unidos, irá basear-se no traje da baiana, identificada à canção *O que a baiana tem*, de Dorival Caymmi, e *Quindins de Yayá*, de Ary Barroso – autor da célebre *Na Baixa do Sapateiro*, cuja letra saúda a capital baiana como a "Terra da felicidade"[xv]. Ainda, o filme de Walt Disney *Alô, amigos*, produto da Política da Boa Vizinhança, narra as peripécias do Pato Donald na América Latina e no Brasil: ele parte do Rio de Janeiro, ciceroneado pelo frajola papagaio Zé Carioca, para render-se aos encantos de uma típica baiana, sambando no adro de uma igreja de Salvador. No mesmo rastro, nos anos trinta, quarenta e cinqüenta se acumulam músicas enaltecendo as belezas, mistérios e encantos baianos: *A Bahia Te Espera*, de Herivelto Martins e Chianca Garcia; *Você já foi à Bahia?*, de Dorival Caymmi; *Bahia com H*, de Denis Bream; *Exaltação à Bahia*, de Vicente Garcia e Chianca de Garcia, entre outras.

O dado mais concreto deste primeiro mapeamento turístico que inclui a Bahia é, uma vez mais, o livro *Un turista en el Brasil*, do espanhol José Casais. Pois, respaldado nas informações fornecidas pelo Departamento de Propaganda e depois de percorrido o Rio de Janeiro, ele dirige-se para Salvador, onde se delicia com a cozinha baiana nos restaurantes ou com as iguarias

oferecidas nos tabuleiros montadas nas ruas, bebe da água de coco e dos refrescos para abrandar o forte calor e descreve as jangadas em Amaralina. Impressionado com a atmosfera barroca, o visitante fala das 365 igrejas da cidade, com destaque a devotada ao Senhor do Bonfim; cita as ordens religiosas e é tomado de emoção pela procissão marítima de Montserrat. Mas acaba por se deixar cair nas "festas africanas" e aí é tomado de encantos pelo sincretismo religioso das danças, da música e do colorido das vestes nativas[xvi]. Encerrada sua estada em Salvador, segue para região do cacau e de lá para o Vale do Rio São Francisco, até as cidades históricas e coloniais de Minas Gerais. Sua descrição sinaliza para os intercruzamentos que doravante irão compor a imagem turística da Bahia. Nesta, vão ganhando relevância sutilezas de algo popularizado como "boa terra"; seja a simplicidade envolvente da sua natureza, um convite ao desprendimento, ao ócio, seja o modo de ser original do povo, vivaz, crente, lúdico e apreciador da beleza. A Bahia comparece à maneira, assim, como Antônio Risério define as músicas de Dorival Caymmi, de uma utopia tropical, onde a gente do povo torna a existência um culto permanente à celebração da alegria[xvii]. A cidade de "todos os santos e pecados", dotada de tantas reminiscências de antanho, variados modos de vida e de produção, é paulatinamente posta nos discursos musicais e literários no interior de um imaginário específico de alteridade. A Bahia é um espaço-entidade descontínuo em relação ao Brasil homogeneizado pelo esquema industrial-produtivista, cuja sede estava na ânsia capitalista das fábricas com seus operários ligeiros na metrópole paulistana – a mesma "sampa" por onde flanou o baiano Caetano Velloso, encantado até no repúdio à "(...) força da grana que destrói coisas belas (...)". A textura da urbanidade prenhe das lembranças vivas do regime da Colônia desponta agora dando suporte a uma memória nacional, que a recolhe como ninho originário dos valores místicos e telúricos distintivos da nação. E o movimento da modernização turística se faz decisivo no instante em que penetra essa textura, contribuindo na sua disposição no interior da moldura da paisagem-espetáculo e a fazendo alçar vôo, integrada no mapa dos roteiros de viagens de lazer.

É factível conceber a invenção da alteridade, vital à imagem do ente mítico "Bahia", acoplada no alargamento e à intensificação das interdependências funcionais no país. Das quais as bases materiais da instituição do turismo no país tornaram-se um fator importante para alicerçar as representações, mas para que o entendimento turístico e espetacular atingisse plausibilidade e re-classificasse os móveis étnico-históricos, além do entorno natural. Isto ocorre não só pela propaganda, mas com a abertura de estradas que ganha fôlego na década de quarenta, na contrapartida do estreitamento da integração da sociedade nacional e da formação do mercado

interno. Em relação ao governo do Estado da Bahia, o interesse pelo turismo terá maior visibilidade com as primeiras iniciativas de dotar a capital com uma infra-estrutura hoteleira de maior envergadura e isto se dá em 1952, com a construção, na então área nobre do Largo do Campo Grande, do Hotel da Bahia – inspirado em similares do Rio de Janeiro e São Paulo. Porém, apenas com o Plano de Desenvolvimento do Estado da Bahia (1959-1962) aparece o primeiro sinal realmente efetivo de inclusão do turismo nas metas das políticas públicas estaduais. Desde a década dos sessenta, muitas das iniciativas do governo baiano estarão, ainda que oscilantemente, orquestradas ao balbuciar do processo de modernização turística das paisagens e recursos culturais baianos. Deste modo, tendo sensíveis repercussões sobre os planos simbólico e fisico-material, ambos mobilizados para compor a moldura da paisagem turística. O incentivo do Departamento de Turismo local vai recair nesse instante para o acontecimento cultural de maior concentração de pessoas na cidade e já contando com razoável prestígio e repercussão nacional, a procissão do Senhor do Bonfim. Desde então, é ampliado o longo cortejo das baianas carregando à cabeça potes de barro, contendo flores e água de cheiro, entre o bairro do Comércio e o adro da igreja, arrastando multidões e fazendo do percurso uma extensão do ambiente profano e sagrado da festa do Largo da Igreja do Bonfim. Situação festiva onde as "coisas de negro" faziam o diferencial da paisagem soteropolitana.

Vimos no item anterior, sob quais condições apenas na década de setenta surgirá um projeto turísticos para a cidade, no rastro de uniformização nacional dos dispositivos jurídicos e administrativos do turismo, ao lado do estímulo fiscal e dos investimentos nas atividades econômicas lhe articuladas. Sendo os últimos representados pela fundação da Embratur. Agora a interferência do poder público ganha outro perfil, pois na ausência de um empresariado mais numeroso e articulado e de uma acumulação de capitais capaz de fazer frente ao montante dos investimentos em infra-estrutura, promoção de eventos e divulgação, coube ao Estado se antecipar à supressão das carências e vasculhar os recursos a fim de preencher as programações divulgadas na promoção da paisagem turística da "Bahia", em certa medida ainda desconhecida. O segundo aspecto merece agora maior relevo, porque esse posicionamento vai corresponder ao desempenho de novos atores, na contrapartida da ascensão de novos sujeitos e entidades vinculadas ao entretenimento, como os planejadores dos roteiros turísticos. Faço uso agora da metáfora do jardineiro, com a finalidade de enfatizar a atuação e os comprometimentos a que estavam submetidos os planejadores da paisagem turística baiana. Compreende Zygmunt Bauman, pertinente à dicotomia da qual parte os exercícios de poder na modernidade, ou seja, a

instauração da polaridade entre ordem e caos, que o "jardineiro" consiste naquele personagem, o esteta, responsável pela geometrização do real. Deve dividir, classificar e localizar. Quando se trata de uma dicotomia, o outro é a condição da afirmação do que a ele se opõe, embora argumenta o autor que não se trata de uma relação simétrica, já que o outro é o objeto da estratégia e está sujeito à intervenção cirúrgica do planejador; o outro é o refugo, a ambivalência que anima a vigilância do "jardineiro" (Bauman/1999, p: 23).Tal qual o "jardineiro", aos planejadores do turismo na cidade coube, então, mapear a paisagem urbana e reconhecer o que nela havia de potencial para concorrer na verdadeira bolsa de negócios envolvendo os espaços que são as feiras e congressos do setor. Rituais esses controlados pelas operadoras, espécie de dispositivos institucionais do capital, responsável pela inserção e distribuição dos pacotes para as agências e de alocação dos destinos das viagens nos roteiros turísticos.

Como reza os manuais da literatura especializada, uma zona turística deve reunir serviços e infra-estrutura atrelados a atrativos convincentes. Entre esses, a organização de eventos (feiras, festivais, exposições e etc) tem especial importância, pela capacidade de ter efeitos multiplicadores sobre o mercado de trabalho e à renda gerada (Procópio/1995, pp: 21 e 37). Acompanhado o caso brasileiro, a conceituação do turismo de eventos se mostra imprecisa, porque nos deparamos com eventos, a um só tempo, organizados e resultado de combinações não estritamente planejadas. Quer dizer, para tomar de empréstimo as terminologias técnicas, em muitos dos acontecimentos turísticos brasileiros estão combinados o turismo de eventos com o turismo cultural, aquele cujo foco são os resultados da produção material e simbólica de uma coletividade. O Carnaval carioca é ilustrativo, desde já, em razão da combinação entre turismo e festa popular, e se tornou, creio, paradigmático a outras regiões do país, detentoras de características semelhantes, como Salvador. Pois a folia brincada na área central, entre o Largo do Campo Grande e a Praça Castro Alves, concentrava já significativo número de pessoas, viabilizando um importante embora temporário comércio de bebidas e comidas, ou aquecendo setores mercantis estabelecidos e com reflexo na rede hoteleira e de bares e restaurantes. Fatores com potencialidades eleitorais interessantes para os grupos políticos locais, mas também de relevância econômica para os esquemas fiscais da prefeitura. Mais que isto. Era alvo de uma divulgação nacional, sobretudo a partir da canção de Caetano Velloso *Atrás do trio elétrico só não vai quem já morreu*.

Diante do fenômeno do carnaval, o problema posto aos "jardineiros" da paisagem baiana para fins turísticos seria inicialmente de tomar às mãos a tarefa otimizar os seus recursos de

acordo com uma regularidade que os possibilitasse compor um produto turístico "exportável", competitivo quanto a oferta de serviços e infra-estrutura para acomodação e trânsito dos visitantes consumidores. Algo que demandava, por sua vez, construir um diferencial discursivo, afinal a capital baiana não era a única nem mesmo a primeira cidade a possuir como predicado o tripé carnaval, sol e mar. A diferenciação se fará justamente pela distinção entre o "carnaval-participação" e o "carnaval-espetáculo", a partir dos móveis, símbolos e práticas que transitavam na festa local. Em um texto de divulgação do Carnaval de Salvador, de 1986, convidando potenciais visitantes à programação para os dias de folia, está evidente a opção de distinção e como a festa é posicionada justamente na condição de alternativa ao modelo carioca dos desfiles espetáculos. O trio elétrico pelas ruas se torna o ingrediente básico para a consagrar a festa como o "maior carnaval de rua do país", onde é "só entrar na multidão. Não há ingresso, permissão especial ou qualquer tipo de controle. Nas ruas de Salvador não há roteiros, todos participam, ninguém conhece ninguém, não há tabus, normas roteiros pré-estabelecidos. Vale tudo. Transforma-se num imenso palco, onde o espetáculo é o todo". Porém não se trata de uma escolha aleatória nem de uma classificação espontânea; a opção responde a pressões provenientes do encadeamento social na cidade, o qual se ia enraizando nos modos de realizar a brincadeira. O que nos obriga, antes de identificar as ingerências do poder público na formatação do Carnaval Baiano, percorrer analiticamente a combinatória de elementos que fizeram da folia mais interessante à reelaboração turística do espaço urbano visando a paisagem turística de Salvador, suplantando outros aspectos étnico-históricos como as festas de largo.

Embora tenha conhecido o desenvolvimento do modelo veneziano de carnaval (ver Queiroz/1992, pp: 50-3), este não encontrou, em Salvador, bases similares para se disseminar e ser incorporado por diversos grupos – o que resultou em certa homogeneidade dos hábitos carnavalescos no Rio de Janeiro, decisiva à sua comercialização turística[xviii]. A observância da estrutura socioeconômica ajuda a compreender a diferença de percurso nas transformações de uma e outra festa. Na capital baiana, estando a aceleração da industrialização subordinada à prospecção e refino do petróleo, na década de cinqüenta, isto configurou um estágio tardio e concentrado da presença da racionalidade de mercado e do trabalho. Segundo Maria da Graça Druck, ainda que tenha contribuído para o aumento do êxodo na direção da cidade, esta industrialização não resultou em alterações a princípio profundas em um contexto de trabalho "fragmentado, segmento, diferenciado, muito hierarquizado, com baixíssimos níveis de remuneração, onde se combinam formas tipicamente assalariadas de trabalho com as formas até de trabalho mercantis"

(Druck/*Op. cit.*, pp: 171-2). O mesmo onde tinha predominância o trabalho por conta própria (ambulantes, vendedoras de acarajé, outros prestadores de serviço, etc) e na contrapartida de uma elite voltada para a agro-exportação ou para o setor mercantil e bancário, estando numa faixa intermediária os pequenos comerciantes. Em certa medida, o âmbito da folia agrega e expressa esta multiplicidade dispersa de modos de vida e de produção, embora todos atravessados monetariamente pela lógica do lucro. Os muitos espaços da festa eram núcleos isolados, por motivações econômicas e raciais. Desde a perseguição dos jogos do entudro e a introdução do modelo do carnaval veneziano, no qual prevalece o desfile de préstitos de grandes carros alegórico, pranchas e corsos, na metade final do século XIX, ou mais tarde com o passeio dos fantasiados, em blocos e cordões, esse formato se concentra na área nobre compreendida entre a Rua Chile, a Piedade, a Avenida Sete de Setembro e o Campo Grande, com a predominância da população de pele branca (Fry e outros/1988, p: 252). Aí se encerrava uma divisão nítida entre os que se exibiam e aqueles que os contemplavam postos nas calçadas, muitas das vezes sentados, sobretudo as famílias abastardas, moradoras das imediações. Algo distinto se dava no instante em que o modelo do préstito "civilizado" mestiçava-se à folia dos batuques, dos grupos uniformizados e afoxés (integrados por negros, em grande maioria). Não obstante, tal situação estava restrita, sobretudo pela vigilância policial, a área da Baixa do Sapateiro, Largo de São Miguel e Terreiro de Jesus, região de comércio, habitação e sociabilidade popular (ver Viera Filho/1997, pp.:39-57).

De acordo com diversos intérpretes (ver, por exemplo, Risério/1981 e Góes/1982), os mesmos anos cinqüenta marcam um corte, isto porque seria o momento em que Dodô e Osmar estavam fundando a moderna folia baiana. Ou seja, fundamentavam as bases para a unificação desses pólos estanques na edificação espacial e simbólica do Carnaval da Bahia, como hoje o conhecemos. São identificados como espécie de heróis civilizadores, ao serem descritos como os arquitetos-inventores do motor desta festa, ou do seu formato. Em 1950, lançavam às ruas – entre a Rua Chile e a Praça Castro Alves – a lendária "fobica", carroceria metálica montada sob um velho *ford* 1929, distribuindo som amplificado através das duas cornetas dispostas nas partes da frente e no fundo do automóvel, alimentadas por uma bateria, e arrastando as primeiras multidões, sinalizavam na direção do palco-móvel, do veículo sonoro-visual do trio elétrico (Nascimento/1994, pp:78). Mais ainda. Pela capacidade de incluir heterogêneos magotes humanos e simbólicos, o trio elétrico poderia justapor segmentos distintos da população, independente de qualquer mestiçagem, apenas os atraindo pelo convite a lancinante brincadeira.

Dodô e Osmar estavam, portanto, dando forma à verdadeira "usina sonora" que fomentaria o modo de inclusão das assimetrias e diferenças socioculturais e cuja semantização o vai caracterizar como uma democrática situação de participação massiva, a qual dará tom próprio à carnavalidade local. Acontecimento possível, ainda antes da modernização industrial da cidade, pelo trânsito mais intenso das informações neste século, com a maior eficiência dos transportes e dos meios de comunicação. Os dois homens percebem algo de fundamental na modernidade, qual seja, a importância da técnica como dispositivo galvanizador das relações sociais estendidas espacio-temporalmente. Nesse caso, eram os sensíveis impactos sobre a percepção e os ritmos humanos, quando são alvos da propagação da reprodução mecânica da audioalidade musical em um ambiente urbano já dotado de densidade populacional. Então, em parte ambientados no âmbito da diversão, como músicos amadores, e sendo originários, respectivamente, das áreas mecânica e eletrônica, já haviam traduzido para os seus moldes o princípio do som eletricamente amplificado e antecipavam a solução que notabilizaria a guitarra elétrica, ao elaborarem o pau elétrico, o qual depois seria rebatizado, por Armandinho (filho de Osmar), de guitarra baiana, em 1975. Paramentados com essa parafernália que possibilitava otimizar sem microfonia o som das cordas, formaram a "dupla elétrica" no carnaval de 1950 e realizam a leitura acústica muito própria do frevo pernambucano, inspirados que estavam pelo grupo de naipe de metais As Vassourinhas (em passagem por Salvador, naquele ano). Exemplar do raciocínio de adições e interseções da moderna cultura popular, o resultado é uma sonoridade excitante que ganha popularidade e ajustar-se-ia à mítica do "carnaval participação" (*Op. cit.*, p:77), incorporada como semântica ideológica à festividade, ressaltando-lhe a natureza democrática e a extensividade participativa numa situação social definida pela clivagem hierárquica dos grupos sociais. O aparato do trio elétrico é o suporte do mito da folia baiana, entendendo o mito como o ponto de origem norteador das condutas pela sua exemplaridade atualizável. As palavras seguintes corroboram o discurso mítico e atentam ao papel desempenhado pelo trio elétrico: "Quanto à festa propriamente dita, o Trio Elétrico provocou uma verdadeira revolução, criando uma forma de "brincar Carnaval" com as pessoas pulando – o que quer dizer dançar com movimentos simples e livres – ao som do Trio, que se deslocava pelas ruas da cidade, o que praticamente eliminou a figura do espectador, do público nos festejos carnavalescos, definindo assim o caráter participativo como traço distintivo do Carnaval baiano." (Loiola e Miguez/*Op. cit.*, p: 343)

Já batizado de trio elétrico, pela introdução de um terceiro componente à banda musical, porém que logo sairia, a invenção demonstra cedo a vocação tanto de compactar multidões

magnetizados pela propagação da música, quanto de introduzir a mercantilização dos símbolos festivos. Ou melhor, a comercialização veio no andamento do seu vertiginoso potencial em mobilizar grandes massas pela eletrificação da expressão musical amplificada e constituir espécie de laboratório estético, onde paulatinamente estilos musicais vários são incorporados, conformando no seu hibridismo estético uma extensa rede sócio-simbólica (Nascimento/1994., p: 341). A eficácia do artefato do trio e sua viabilidade econômica estão subordinadas à eficiência que demonstrem seus agentes em otimizar recursos sonoros na confecção de novidades e daí formar ávidas platéias, a partir de pessoas oriundas de situações socioculturais distintas. Ainda na década de cinqüenta, são firmados os primeiros patrocínios com empresas locais e nacionais diretamente interessadas com eventos de diversão massivos; isto é, as companhias fabricantes de bebidas, como a Fratelli Vita, a cervejaria Antarctica e a Coca-Cola. A possibilidade de servir como suporte para anúncios comerciais, quanto na execução de *jingle* publicitário, irá confirmá-lo como poderosa mídia e fazê-lo parte de um negócio capaz de movimentar altas somas, atreladas a grandes entidades empresariais (*Op. cit*, p: 82).

O reconhecimento e o aperfeiçoamento do trio elétrico (como uma poderosa mídia) são contrafaces do seu prestígio, acompanhando a maneira como seus artífices o redimensionam, num encadeamento de lances no qual a racionalização econômica tem por contrapartida as experiências estéticas asseguradas por inovações tecnológicas na construção da legitimidade dos agentes (artistas e empresários) do móvel como detentores do monopólio dos segredos da alegria. Do ponto de vista histórico, este movimento alquímico de experimentações adicionais estéticas e organizacionais pode ser assim descrito. O palco móvel é deslocado para a base formada por pequenas camionetes e depois caminhões de dois a três eixos, dotando-os de até doze cornetas. A partir de 1960, com o afastamento de Osmar, Orlando Tapajós toma a frente do negócio e a cada ano investe no aumento do veículo e da sua capacidade de amplificação sonora. Ao mesmo tempo impõe-se como um hábil empresário do novo veículo carnavalesco, vicejando o delineamento de um mercado de trabalho e de prestação de serviços na esfera do trio elétrico. Ocorre nessas condições o retorno de Dodô e Osmar, em 1974, agora com o reforço dos filhos do último, já integrados aos negócios do carnaval como instrumentistas profissionais em outros trios. Nesse regresso, novidades importantes são introduzidas na carroceria montada sobre uma carreta, acentuando-lhe a característica de palco às performances artísticas, de clara inspiração nos cenários dos shows da música *pop*. Pois além das doze cornetas de som, as laterais do veículo ganharam luzes fosforescentes e a percussão realizada por seis músicos. No ano seguinte,

contando com 28 cornetas e caixas de som, é a vez da introdução do contrabaixo de cinco cordas e da bateria, ao lado dos primeiros ensaios de um vocal no trio elétrico. Na década de oitenta será o trio Traz dos Montes o núcleo de aperfeiçoamentos decisivos, como os instrumentos transistorizados e as colunas de caixa de som capazes de propagar de modo definido a voz do cantor.

A seqüência encadeada de transformações inscritas no trio elétrico sinaliza a singularidade assumida pela configuração da folia baiana em torno da musicalidade voltada para a diversão, no imperativo de deslocar massas dançantes. O trio elétrico, enquanto palco sonoro-visual móvel de extraordinária popularidade, propicia a instauração de um sentido teatral de show na festa (montado na disjunção entre produtores e platéia). Expressão e produção cultural se intercruzam. O que converterá a cena carnavalesca em uma soberba vitrine para exposição de um já significativo quadro de agentes profissionalizados ou em busca da profissionalização artística. Ao mesmo tempo, incita a maior especialização desses agentes, como músicos (cantores, instrumentistas e compositores) carnavalescos, fator decisivo ao incremento da oferta e do aperfeiçoamento de bens culturais festivos. O profissionalismo vai aliar-se às novas condições da circulação da expressão simbólico-artística, como vimos, tanto pela consolidação da segmentação dos gostos, caudatária do sistema radiofônico comercial de faixas médias (FM) e dedicado sobremaneira à música com vistas aos públicos mais jovens, quanto pela implantação de um pólo local de produção fonográfica e publicitária (Godi/1997, pp: 86-9), desde os anos setenta. Ainda nessa década, nos rastros dos artistas tropicalistas, o grupo dos Novos Baianos consagra-se na realização de shows sobre os trios elétricos, no andamento da projeção nacional de sua carreira. A especialização da função do cantor é correlativa à implantação das caixas de som ligadas à mesa de som com 16 canais. Conhecido em praças como São Paulo e Rio, Moraes Moreira é o primeiro cantor contratado exclusivamente para atuar sobre o mesmo espaço. A reboque das estilizações do frevo pernambucano, realizadas no início da década de setenta por Caetano Veloso, letristas como Fausto Nilo, Abel Silva e Antônio Risério, além do próprio Moreira e do grupo Novos Baianos, ao lado das mestiçagens realizadas na guitarra por Armadinho entre o *rock'n'roll* e o *acid rock* com ritmos locais, deram continuidade a essa dicção carnavalesca. Gradualmente, as canções se destacam como *hits* nas emissoras de rádio e no mercado do disco nas regiões Sudeste e Sul e atrai a Salvador um contingente expressivo de jovens de outras partes do país[xix].

Importante, porém, aos objetivos desta pesquisa, é o fato de que o trio elétrico se firma como um negócio de entretenimento, com seus empresários e profissionais (músicos e técnicos) e

cujo mercado é o carnaval, mas se estende à prestação de serviços ao longo do ano e em outras praças no Estado e no país (mesmo no exterior). Da mesma forma, mais que um repertório, a situação instaurada com o trio define uma dicção musical singular movida pelo imperativo de demandar a participação fremente das platéias. Dicção que se vai especificando como identificadora da folia local, com decisiva importância conferida à modalidade de artista popular recém-formada, o cantor de trio. Delineai-se a cena moderna da festa baiana, com seu palco, artistas e público-folião, num arranjo onde a civilidade da brincadeira se encadeia à profissionalização/comercialização e ao pré-requisito do espaço do espetáculo, que redefine as heterogeneidades ali soldadas como partes do móvel show popular de rua. Reconstruindo a memória daquele instante, Moraes Moreira ressalta os contornos do formato que se desenhava, mas enfatiza o fator que se torna parâmetro à atuação do cantor de trio, como artista popular. Ou seja, como vimos no Capítulo II, a habilidade em estimular e saber conter os impulsos afetivos da platéia:

> O cantor de trio tem que ser um animador, um condutor da massa, é a pessoa que além de levar a massa, tem que ter uma capacidade de administrar uma briga que, por exemplo, aconteça lá embaixo. (NR: cantarola: "Parou por quê?/Parei porque vi violência, parei porque vi confusão"). É uma arma que a gente tem, e o cantor tem que ter essa habilidade de identificar e acabar com os tumultos. As pessoas se animaram muito quando me viram cantar. A figura do puxador sugerindo as músicas causou uma resposta imediata. A voz, definitivamente, foi algo que acrescentou muito ao trio. A evolução do trio acontece a partir daí. (A Tarde/22-01-2000).

Na esteira da efetivação do formato estético e organizacional-empresarial em torno do trio elétrico, em 1986, é firmado o primeiro contrato entre um bloco (Os Internacionais) e uma banda musical, a banda Chiclete com Banana[xx]. Desde esse instante, acelera-se o enlaçamento do empresariamento/profissionalização da participação seletiva na festa (enquanto artista popular) com o consórcio das outras modalidades do entretenimento gerenciadas pela indústria cultural. Fatores concentrados na transferência da dinâmica da festa do trio elétrico independente para o dueto banda musical e bloco de trio. Formada por jovens músicos apreciadores do ritmo *rock* – a princípio chamava Scorpius do Rock –, a banda Chiclete com Banana dava continuidade ao aperfeiçoamento da dicção musical herdada dos pioneiros, mas agora há um esmero em letras relatando o modo divertido e festivo do "ser baiano" e incluem novidades ao introduzirem ritmos caribenhos, alem do *reggae* e da "levada" (como era identificada, então, a percussão dos blocos afro). As reproduções fonográficas das suas canções ganham espaço nas emissoras de rádio da cidade e no Estado, logo estendidas a outras áreas do Nordeste. Outros similares empreendimentos ocorrem e os blocos de trio passam a ter nas bandas o emblema atrativo de

novos e mais participantes no quadrante móvel entre suas cordas, como também de anunciantes de maior envergadura financeira e no elo com agências de viagens. Desde o final dos anos oitenta, nomes fazem-se marcas, como Netinho e a banda do bloco Beijo, Márcia Freire e a banda do bloco Cheiro de Amor. Ao mesmo tempo, no andamento do crescimento desse ramo artístico-empresarial, produtores musicais da cidade, com ligações com gravadoras e mídias locais, vão incentivar jovens talentos que atuavam em outros planos do mercado artístico. É o caso de Daniela Mercury, a princípio lançada solista do trio elétrico da rede de supermercados Paes Mendonça. Por outro lado, a partir da coordenação do espetáculo para o significado da diversão popular, a expansão do mercado de trabalho do carnaval tanto exultou a introdução de inovações, tendo por condição a integração de uma pluralidade de símbolos e massa humana para alimentar as expectativas de novidades por parte da sua clientela, quanto reiterou o imperativo da cristalização das soluções simbólicas em formas, bens culturais identificados a produtores profissionalizados.

É deste modo que a Banda Acordes Verdes, ainda na metade inicial da década de oitenta, terá uma inserção a ser mais bem detalhada. Isto na medida em que muitos dos elementos musicais mais tarde padronizados como repertório da folia baiana encontrará nesta formação espécie de catalisador e também canal de intermediação. Tratava-se de mais uma banda integrada por jovens músicos cujo projeto era galgar a posição de protagonistas sobre o trio elétrico, porém o fato de serem semiprofissionalizados mesmo em alguns dos casos amadores, ou seja, sem os compromissos efetivos dos artistas mais consagrados com o mercado do Carnaval, possibilitou aos integrantes da banda proceder a um deslocamento de importantes conseqüências. Pois substituem nos seus shows o já fragilizado frevo eletrificado, por algumas novas tendências. A princípio propagado entre a rede de jovens das classes médias citadinas, o inovador repertório alcançou maior divulgação ao ser gravado em disco e daí chegar à programação das emissoras de rádio. Lançado pela gravadora local WR, em 1996, o primeiro disco, *Magia*, do instrumentista e cantor Luiz Caldas, membro da Acordes Verdes, é o registro da justaposição de alternativas musicais proposta em torno do *reggae*, salsa e a *fricote*.Identificando esta última como a mais autenticamente baiana, seu autor e intérprete a define como:"Uma música baiana pra pular, música da alegria, sem a obrigação da tropicália; uma música com todo o direito para se requebrar." (A Tarde/22-01-2000). O *long play Magia* atinge a cifra de 500 mil cópias vendidas, ultrapassando as fronteiras estaduais e sendo veiculado no eixo Rio-São Paulo, seja no rádio ou na televisão,

acompanhado das bossas coreográficas presentes nas performances de Caldas (danças como a da galinha, por exemplo).

Caminho semelhante percorre a jovem cantora Sarajane, cujo início da carreira está relacionado à gravação da música *Cadê meu coco*, de outro integrante da banda Acorde Verdes, o então desconhecido compositor Carlinhos Brown, em 1984. Comemorativa dos 15 anos da *axé music*, uma recente reportagem do jornal A Tarde, ouviu a cantora. Sua fala reitera a importância da matriz cultural popular afro-baiana para a renovação e elaboração das novidades musicais posteriormente concentradas sob o rótulo de *axé music*. Porém a cantora também chama atenção para o tipo de mediação que sua presença teria propiciado. Como ressalta, o fato de ser branca ajudou a contornar as dificuldades de expressão mais ampla das musicas e danças de "negro". A seu ver, a contingência de ser uma jovem loura possibilitou sua apresentação em instâncias da cultura de massas, como as redes nacionais de televisão, sediadas no Sudeste, nas quais lançou as músicas de "gueto" de Salvador: "Comecei aos 13 anos, logo estava cantando as tais músicas de preto, mas como eu vim assim de olhinhos claros, branquinha, o público de classe média passou a consumir as músicas e danças que a gente ia fazendo porque já não era só coisa de preto, era uma branca que fazia música de preto e dançava com a graça deles" (*Op. cit.*). À arquitetura da moderna folia baiana comparece, portanto, não somente um entrelaçamento de redes de sociabilidades, porém modalidades antigas e novas de exclusão ou de inclusão seletiva na festa, por meio de critérios de classe e sócio-raciais. E igualmente os dispositivos de inserção seletiva de indivíduos sócio-racialmente referidos e alvo às táticas de reconhecimento de segmentos subalternos; os dipositivos agora são deslocadas sobre o eixo estético e profissional/empresarial da festa espetáculo e de uma classe média emergente que reconhece no entretenimento um campo de trabalho e uma forma legítima de diversão e construção identitária.

O palco móvel do trio elétrico converte-se, assim, no laboratório à elaboração de um estilo musical dançante e de letra despretensiosa, cujas estruturas rítmica e melódica aliam influências da salsa, do merengue, do *reggae*, do pop-*rock* e do frevo. Ao longo da última década, a mescla de ritmos e soluções melódicas vai consubstanciar o mesmo repertório da *axé music*. Tendo suporte nos selos criados pelos principais blocos de trio, como *hit* fonográfico, o *axé music* se consolida, acumulando cifras milionárias de peças fonográficas vendidas – uma média de 10 milhões de dólares –, tornado-se espécie de insígnia da festa baiana, consagrando nacionalmente cantores e bandas de matizes sócio-raciais diferentes, como Daniela Mercury, Netinho, as Bandas Chiclete com Banana, Durval Lélis e Asa de Águia, Cheiro de Amor, Mel, Timbalada, Araketu e

Eva. Mais recentemente, o fenômemo do *pagode baiano* projetou grupos como o GeraSamba, depois o É o Tchan! e a Companhia do Pagode. E ainda agregando cerca de quatro mil músicos na sua engrenagem de produção e circulação (Lima e Queiroz/1996, p: 42). Se esse repertório musical tem contribuído na atração de turista para a cidade e para consolidar alguns blocos carnavalescos locais como emblemas e centro de uma rede de sociabilidade de alcance nacional, com ramificações em outros países, os artistas mais prestigiados da *axé music* são exemplares da maneira como o movimento impulsionado delimita papéis e posições mas que giram em torno da combinação entre a festa, o mercado de bens simbólicos e os mecanismos do entretenimento. De um modo geral, durante seus shows em outras cidades ou apresentações em programas de televisão, os artistas "baianos" fazem convites para os locais visitarem o Carnaval de Salvador. Outras vão mais adiante. Por exemplo. A cantora Daniela Mercury incentiva a estada de em média 700 personalidades artísticas, políticas e empresarias na festa, abrigando-as no camarote dotado de ar-refrigerado, anualmente montado numa das margens da Avenida Oceânica, no bairro de Ondina. O espaço conta com serviços de *buffet*, segurança e comunicação computadorizadas e de outras comodidades, além de um tabuleiro e a tradicional baiana de acarajé. Ivete Sangalo e a banda Chiclete com Banana são proprietários de blocos comerciais, respectivamente, Cerveja e Cia e Camaleão (e o seu alternativo, Nana Banana). Atualmente, a banda É o Tchan!, também, possui bloco próprio e, ao ter comprado outra banda, a Companhia do Pagode, formam, ao lado de outras bandas de menor expressão, uma *holding*, a Bicho da Cara Preta, comprometida com a realização de shows e à organização de eventos de diversão no país, sobretudo na Bahia. Em torno desses pólos atratores orbitam compositores, empresas de organização de eventos que dão suporte às bandas e artistas solos, produtoras de vídeo, agências de promoção e publicidade. As quais terceirizam suas atividades e embutem no esquema do mercado do carnaval empresas de iluminação e sonorização, maquiadores, cabeleleiros, coreógrafos, bailarinos, vidraceiros, encarpetadores, escritórios de engenharia, fornecedores de alimentação e bebidas, empresas privadas de segurança, transportes e empréstimo de equipamentos, de limpeza, entre outras, numa coordenação de contratos juridicamente reconhecidos e formas precárias e informais de serviços e trabalho, com impactos formidáveis sobre a receita econômica do Estado da Bahia. Por exemplo, no período de dezembro de 1999 a março de 2000, a cidade de Salvador recebeu 1 milhão e 200 mil turistas, gerando um receita direta de US$ 337,6 milhões e impactando o PIB estadual em US$ 650 milhões. O período de carnaval concentrou 800 mil da totalidade dos turistas no verão e, durante os dias do evento, a

receita proporcionada foi de US$ 90 milhões e o impacto no PIB de US$ 180 milhões (Fonte: Secretária Estadual da Cultura e Turismo/junho de 2000).

Para que a dinâmica artística e empresarial seja animada pelo motor das relações em torno do trio elétrico, em grande medida um fator crucial ao redimensionamento contemporâneo dos negócios na festa é a efetivação dos blocos comerciais, já que nessas associações ganha substância um segmento empresarial no setor de diversão, na cidade. Sob esse aspecto, penso que o recente desenvolvimento econômico, diria, industrial-produtivista foi duplamente favorável. De um lado, como salientamos antes, por ter alavancado grupos capazes de consumir entretenimento; por outro, desengatou os interesses e capitais de atividades econômicas tradicionais. Ou seja, a decadência da lavoura cacaueira, base da economia baiana durante grande parte deste século, esteve aliada ao desvio da atenção do Estado para o setor industrial, que em entre 1960 e 1994 sai dos 12% para responder por 34% da composição do PIB estadual; contrapartida, no mesmo período, o setor agropecuário cai de 40% para 13,8% (Menezes/1995, p: 45). Esta concentração expôs a cultura cacaueira à concorrência internacional e a queda nos preços no mercado mundial, estando seus produtores despreparados em termos técnicos e organizacionais. Vítima da praga da vassoura de bruxa, a cultura do cacau perde terreno nas pautas de exportação e deixa de ser um alvo atraente para os investimentos daqueles grupos não integrados ao setor secundário. Pois o desenvolvimento industrial foi dirigido para o setor de bens intermediários e complementares à produção do Sudeste do país, inviabilizando a verticalização produtiva, o que proporcionaria a multiplicação da produção local de bens e de um empresariado industrial regional (*Op. cit.*, p: 45-6). Penso que o carnaval preencherá em parte esta lacuna, quando sinais animadores de rentabilidade partirem das conexões entre o mercado fonográfico, o turismo e o comércio de diversão. Os blocos comerciais se tornam o canal do traslado de interesse e investimentos, a princípio pela presença desses agentes nos seus quadros de diretoria, depois pela criação de empresas que passam a administrá-los ou mesmo os compra. O saldo da transferência de capitais está no ingresso de pessoas com competência gerencial e administrativa adquirida em outros ramos da iniciativa empresarial, sobretudo jovens, que enxergam no Carnaval baiano um mercado capaz de assegurar-lhes a progressão das carreiras. Atenho-me à trajetória de Carlos Augusto Peixoto, 29 anos. Formado em turismo, atuou no cargo de gerente de agências de dois importantes bancos até assumir em 1996 o posto de sócio-gerente do bloco Eu Vou!. Ao seu ver, o ingresso no bloco foi um retorno às suas origens profissionais, "como cursei Turismo, a área do entretenimento sempre foi para mim uma grande opção de futuro". Do ponto de vista

sociológico, a transferência de investimentos e de grupos identificados com uma mentalidade empresarial consubstancia a racionalização econômica e administrativa da festa e, também, indica as linhas de força que terão peso nos rumos da sua formatação, isto é, sua categorização como um produto de entretenimento e turismo. É emblemático, o ponto de vista de Carlos Augusto sobre a consolidação das "marcas" dos blocos:

> O Bloco Eu Vou! é administrado por uma empresa onde o serviço tem que ser o melhor possível para que seja oferecido um produto de qualidade para o associado. Esse trabalho começa logo após o Carnaval e vai até o Carnaval seguinte. É um trabalho de consolidação da marca para que este se torne líder de mercado. O Eu Vou! era visto no mercado, até então, como uma marca forte, mas sem ser um produto definido. O que nós fizemos foi aliar esta marca forte a um alto padrão de qualidade nos nossos serviços, juntando a isso grandes atrações do mercado da *axé music*. Assim, ficou mais fácil para o associado saber e confiar no produto e concebê-lo não apenas como um bloco, mas ter uma afinidade com a própria marca. No ano passado, apesar de termos mudado três de nossas atrações, o nosso associado tem se apresentado extremamente fiel. (O Resumo/janeiro -1999).

Desarte, a incursão de pessoas como esse diretor e o projeto de vida empresarial que o anima no universo do carnaval reportam a dois aspectos sociologicamente fundamentais que envolvem a maneira como o entretenimento ganha vigência e é legitimado como mecanismo social regulador e orientador das ações e exteriorizações humanas. De um lado, para o adensamento deste corpo empresarial e administrativo-burocrático a seleção incide em grande medida sobre os membros de uma classe média recente, não diretamente comprometida com alguns dos valores e práticas defendidas pelos segmentos estabilizados, entre os quais o elitismo enclausurado em associações fechadas, como os clubes carnavalescos. Para isto contribui a interferência de outros dispositivos de socialização, como a televisão, as rádios, e a cultura *pop*, por exemplo. Ora, por outro lado, isto permitirá a conquista do espaço da rua por intermédio da modalidade aberta de exclusão sócio-racial, o próprio bloco com suas cordas delimitativas, agora, porém, incorporando atitudes mais despojadas, inspiradas e recriadas a partir das manifestações dos segmentos sociais mais pobres. É sobre a mesma esteira que, no âmbito estético, várias bandas musicais e diversos cantores oriundos dessa mesma classe média se dispõem, como Sarajane, a cantar e mesclar símbolos elaborados pela nichos mais jovens dos afro-descedentes. As soluções tanto administrativas quanto estéticas estilizaram traços das elites e das classes populares e darão o perfil da moderna folia baiana, hegemonizada pelo paradigma empresarial do bloco de trio.

Os blocos comerciais surgem, sobretudo, nos anos sessenta[xxi], em sua maioria a partir dos ciclos de sociabilidade de jovens das escolas mais tradicionais e universitários. O contexto

carnavalesco era aquele quando contingentes significativos das classes médias já haviam abandonado às ruas, restringindo sua participação na folia aos bailes em clubes, como o Baiano de Tênis, Associação Atlética, Sírio Libanês, Espanhol, Cruz Vermelha, Itapagibe, Império, São Salvador, Comercial e Iate Clube. O primeiro bloco a se estruturar nos moldes de uma associação recreativa sem fins lucrativos foi Os Internacionais, seguido pelo Os Corujas. Sendo ambos os modelos para os demais que se constituíram e irão sendo distribuídos em categorias lideradas por entidades representativas: Associação de Blocos de Trios (ABT), Associação dos Blocos de Salvador (ABS), Associação de Blocos Alternativos (ABA) e Associação de Blocos da Barra (ABB). Suas apresentações vão ganhar o mesmo espaço da Avenida Sete e Carlos Gomes, na região que se estende da Praça Castro Alves à região do Largo da Praça do Campo Grande. Se no começo prevalecia entre os associados dos blocos o circulo masculino de amizades, o predomínio declinará com a pressão exercida por levas maiores e anônimas de pessoas advindas das novas classes emergentes, dispostas em ingressar nas passeatas, algo que deu contornos mais plurais ao contingente. Fator demográfico e morfológico que acentua os aspectos burocráticos e as divisões departamentais nessas entidades, já que se tratavam de pessoas interessadas em desfrutar da diversão das ruas, contando com as comodidades e os serviços de segurança, garantidos pela territorialização do espaço tenso da festa, agora demarcado pela corda.

Da mesma maneira, ao longo das décadas de sessenta e setenta, sobre os blocos incidiu a disputa por maior prestígio junto ao poder público, à imprensa e aos potenciais patrocinadores e adeptos, traduzida na incorporação de novidades, como a bateria de músicos profissionais, a homogeneização diferenciada a cada ano das indumentárias (fantasias) durante o trajeto, os carros alegóricos e adereços de mão e a incorporação do trio elétrico e das bandas de artistas populares. Enfim, a racionalização administrativa e monetária das entidades, que as transformou em espécies de empresas carnavalescas, embora estejam isentas do pagamento de imposto – já que são juridicamente associações recreativas –, está enraizada no aumento dos custos para fazer frente aos acréscimos descritos e na aquisição de sedes próprias, onde foi aninhado um corpo de funcionários voltado para o gerenciamento cotidiano das exigências à realização segura e confortável da brincadeira. Além dos shows e festas realizadas em clubes nobres da cidade, a alternativa mais eficaz consistiu na cobrança pelo ingresso dos foliões nas fileiras dos blocos, mediante a compra dos trajes. O que teve sua contrapartida na emergência de esquemas de publicidade, de parcelamento (em forma de carnês) na venda das roupas e no oferecimento de

serviços de comidas, bebidas, além de sanitários e serviços de segurança aos associados durante as passeatas. O que, por sua vez, logo revelará o bloco como um rentável negócio.

Por outro lado, a combinação de todos esses fatores vai ter por ideologia a proposta de que a participação no instante extático coletivo da festa, motivada pelo sentimento de alegria, esteja resguardada de infortúnios que a própria convulsão da brincadeira poderia despertar. Mas o discurso é conivente com o modo sectário como os setores de elite e mesmo as pequenas burguesias locais, durante as décadas iniciais deste século, tomavam o espaço público na folia momesca. É preciso acrescentar que as regras de inserção nos blocos de trio se aproximam bem mais das confrarias das sociedades tradicionais que aquelas regentes das entidades num contexto democrático. Vejamos sumariamente. Com o crescimento da suas bases sociais, entre as classes de rendimentos médios e mesmo entre as altas, as entidades terão suas sedes, em sua maioria, em áreas nobres da cidade (Barra, Graça, Vitória e Pituba). Das estruturas administrativas informatizadas situadas em suas sedes, os maiores blocos de trio concatenam, então, teias cada vez maiores de relacionamentos que articulam emissoras de rádio FM, agências de viagens, cadeias de hotéis, empresas de aviação, casas de shows, entre outras, a pessoas de partes diferentes da cidade, do estado, do país e mesmo do planeta. No entanto, um conjunto de procedimentos burocráticos atua para selecionar quem irá integrar a multidão que, organizadamente, vestindo os abadás com a identificação respectiva, brinca em torno do trio elétrico, durante a folia. Porque, exceto os sócios, os convidados e os turistas (que compram seu lugar na brincadeira como parte de um pacote de viagem), os demais participantes passam por um processo cujos intermediários – os "comissários" (remunerados de acordo com o número de adesões que obtém) – são os agentes que preenchem fichas coletando informações gerais do anônimo interessado. Tais dados são avaliados pela direção e só então, é aceita a participação de determinado candidato. O resultado proporciona uma cena, a princípio, inusitada para uma cidade de maioria populacional negra e mestiça, já que, posto no saguão de entrada junto à recepção nas sedes, um quadro de fotos exibe jovens brancos, quase na totalidade, aproveitando o espaço de diversão da passeata carnavalesca[xxii].

Com esse perfil, novos blocos-empresas de carnaval começam a surgir: Camaleão (1978), Cheiro de Amor e Eva (1980), Pinel (1981), Beijo e Tiete Vips (1982), Mel (1983), Pike (1985), Crocodilo e Frenesi (1987), Patropi (1989), Pinote (1991) e ganham importância na festa, principalmente, na segunda metade da década de oitenta. É quando suas direções elevam à enésima potência a sua característica de apropriação do espaço público com a implantação da

corda, que estabelece uma distinção física e simbólica entre público e desfilantes, num ato de vontade de explicitação da diferença entre o componente do bloco e o anônimo folião de rua (o "pipoca"), mas sem a perda da efervescência festiva (Ortiz/1980, pp: 22-23). Intermediando ambos estão seguranças e "cordeiros" (em sua maioria, jovens negros), os quais atuam como especialistas na manutenção da "unidade carnavalesca" dos blocos. Isto é, do espaço vital festivo de diversão, com conforto e segurança garantidas ao folião; pessoas de um modo geral de pele clara, dos segmentos sociais locais de maior poder aquisitivo e turistas (Nascimento/*Op. cit.*, p: 83). Os blocos mais formalmente organizados e com uma base financeira melhor solidificada – apoiados, sobretudo, em grandes empresas patrocinadoras – sofisticam a passeata ambulante, incorporando os chamados carros de apoio (dotados de banheiro e bares/lanchonetes ou mesmo espaços privilegiados para assistir e brincar), que seguem o do trio elétrico com a banda musical. Ambos, nesta década, passam dispor de extensões formidáveis: 26 metros de cumprimento e 3 metros e 26 cm de largura. Concebidos, os trios elétricos, segundo o projeto resultante do ajuste de funções do engenheiro e do *designer*, são capazes de ostentar uma base de amplificação acústica de 100 mil *watts*. E são espaços à introdução de novidades para fins de efeitos cênicos audiovisuais, como potentes canhões de luz ou imensas telas panorâmicas de TV, apresentando videoclipes das bandas que estão tocando no instante da festa. Ainda, alguns, possuem estrutura para abrigar verdadeiros estúdios musicais e viabilizar gravações de peças fonográficas ao vivo. O que ocorreu no carnaval de 1997, ano em que a banda Chiclete com Banana gravou todo um *c.d.*, durante algumas das suas apresentações nos trajetos da folia.

Concomitante ao aumento permanente do número de blocos – na verdade, acrescentados os alternativos (fórmula encontrada pelos grandes blocos para driblar a restrição de suas presenças na folia há apenas três dias), são quase 60 blocos –, no decorrer das duas últimas décadas, atraídos tanto pela música baiana quanto em razão das comodidades oferecidas pelos blocos, houve o aumento da quantidade de associados, oriundos de diversas partes da cidade, do país e do mundo. Nesse movimento, emerge a preocupação com o "visual" dos trajes, no que tange ao uso das cores e emprego das formas. Por iniciativa do Bloco Eva, o conjunto esportivo de shorte, camiseta e boné batizado com o termo africano "abadá" substitui as fantasias e mortalhas[xxiii]. E traz com ele a novidade estética do grafismo empregado na padronagem dos tecidos, com a integração de um novo agente, o profissional em *design*, a quem cabe a tarefa de articular forma e função do objeto com princípios que se tornam imperativos, a saber, conforto, fascínio, utilidade e mercantilização. A justificação da troca seria oferecer maior comodidade para o agente da

brincadeira, em meio ao calor tropical da folia. Porém a característica esportiva do traje sintoniza com a média de idade das pessoas que são clientes dos 22 maiores blocos (Fala Garoto, Tchan!, Eu Vou, Nú Outro Eva, Nana Banana, Bróder, Gula, Ara ketu, Acadêmicas, Jheremmias, É Massa, Interasa, Papa Léguas, Pinel, Cheiro de Amor, A Barca, Coco Bambu, Eva, Camaleão, Crocodilo, Coruja, Timbalada), entre 18 e 30 anos[xxiv]. A inovação coube justamente ao bloco Eva, cuja banda musical consagrou-se, nesta década, como alvo de atenção de segmentos da população adolescente e jovem, base dos dois mil 500 componentes que desfilam em média nessas associações e são recrutados, sobretudo, além de Salvador e cidades do interior baiano, em São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e na Argentina. Outra novidade mais recente, em sintonia com a sua platéia, consiste na tendência em contratar diferentes atrações musicais (locais e mesmo cantores de outros estilos e de outras regiões do país) para ocupar os trios nos diferentes dias, dividindo espaço com as bandas de pagode baiano e da *axé music*. A mídia do *out-door*, comerciais na TV e nas emissoras de rádio FM, *sites* na internet, a realização de shows ou com a publicação de jornais especializados, como O Resumo, são os veículos mais utilizados nas campanhas publicitárias integradas às estratégias dos blocos em busca de novas inscrições, ao lado da montagem de *stand* de vendas nos principais *shopping-centers*. Vejamos, à título de ilustração, um desses textos publicitários, referente ao bloco Pinel, publicado em O Resumo, de janeiro de 1999:

> O Bloco Pinel se prepara para o Carnaval 99 de cara nova. Agora sob a administração dos jovens e competentes carnavalescos Bruno Mello, Tiago Fernandez, Geraldo Magalhães e Rodrigo Mello, o bloco do maluco promete aprontar mil e uma na avenida.
> Para 99, o Pinel traz para seus associados o melhor mix de atrações do Carnaval baiano: Ara Ketu, Pimenta N'Ativa e Jammil e Uma Noites. É o primeiro bloco tradicional baiano a inovar, levando para a avenida uma atração por dia.
> Mas as inovações não ficam por aí! Não tem Beca nem Parangolé, a fantasia do Pinel é a "Camisa de Força". A fantasia traz o estilo de camisa de beisebol americano, adaptado para a folia momesca, oferecendo beleza, conforto e qualidade aos seus foliões.
> Para completar, é tradicional com preço de alternativo! Por apenas R$ 260,00, o associado Pinel desfilará Domingo, Segunda e Terça no principal circuito do Carnaval baiano.
> Cada dos loucos não pára e tem movimentado a cidade com eventos sociais de primeira linha, além de levar seus gatos e gatas para as melhores festas da cidade. É Pinel novo! É festa na avenida!

As novidades se integram à estratégia de *marketing* dos blocos, muitas das vezes encomendadas a empresas especializadas. Dirigida para os adolescentes e jovens das classes de rendimentos médio e alto, e notório predomínio dos brancos, essa estratégia permite o seguinte efeito: as publicidades e divulgações jornalísticas, pelas revistas e televisões, em torno dessas

entidades, viabilizam o acesso de novos integrantes-clientes, na medida em que se consolida a imagem de suas passeatas (muitas das vezes de sete horas) como ambientes seguros e abertos à sociabilidade alegre, dotados de conforto e formados por "gente bonita" – ver ilustrações a seguir. Lugar para comportamentos mais despojados e a exposição pública da intimidade é reconhecida como índice de liberdade, sem, no entanto, implicar em modos agressivos. É também o espaço propício aos encontros divertidos, onde poderão ser travados relacionamentos amorosos mais cálidos, mas não necessariamente sexuais. Parte do corpo de alunos de um tradicional colégio de Salvador no segundo grau escolar – entre 1995 e 1997 –, Henrique Oliveira se tornou integrante do quadro de "comissários" incumbidos de vender abadás do bloco Eva, para a folia de 1998. Hoje estudante do curso de Direito na Universidade Federal da Bahia[xxv], ele informa em seu depoimento para o autor (em 20/08/1998) que a entidade contratou os serviços de um consultor de *marketing* de São Paulo para ministrar uma palestra de como proceder junto aos clientes. No seu relato se definem alguns dos critérios da intermediação entre o bloco e os clientes, mediante a atuação do "comissário":

> É...eu conheci um cara que era diretor social do bloco Eva. Porque têm o comissário, o diretor social, quer dizer, cada bloco tem sua hierarquia (tem diretor de eventos...). E o diretor social é um grau acima do comissário. E eu tenho um amigo que ele entende bastante de vendas. E ele era comissário também. Vendeu tanto e aí ascendeu a diretor social. Então ele estava procurando amigos, desde que ele soubesse que tivesse influências, que conheciam pessoas. Aí ele me chamou: "Henrique, você quer ser comissário?" De certa forma, se comissário de bloco tem um certo *status* para os adolescentes, porque tem os contatos, é que você que tem os ingressos, você recebe certas promoções, como comprar abadá mais barato. Então eu aceitei e assim, que saiba, é assim, em geral que acontece. Têm comissários que ascendem a diretor e eles procuram pessoas que tenham influência, tenham condições de passar pra frente. O comissário, ele ganha a cada venda, mas a comissão é irrisória – a cada dez conjunto de abadas que você venda, você ganha um. Enquanto diretor, não. Ele ganha uma comissão de 10% a 20% das vendagens. A vantagem de ser comissário é o *status*, é estar envolvido com a imagem do bloco. Ele (o diretor social) me procurou porque sabia - eu estudava no ISBA (Instituto Social da Bahia), é uma instituição grande. Ele era meu amigo. Sabia que eu era aluno do ISBA, que era aluno do ACBEU, um curso de inglês que tem muita gente, e também por um coisa de amizade. Ele tinha expectativa que eu vendesse. E além do mais, a gente tinha uma comunidade.(...) É uma coisa. Eu sou uma pessoa – eu não gosto de falar...Eu sou uma espécie de líder, então todo mundo conhece.

Cadastrado nos arquivos cibernéticos da entidade, em meio à rede de comissários e diretores sociais, o comissário faz parte do quadro de vendedores e, ao mesmo tempo, divulgadores do bloco. Negócios e círculo extensos de amizades estão confundidos na estratégia dos blocos, quando integram jovens como Henrique no seu quadro de comissários (ver Pinto/1999). Ele assinala qual o princípio que define a relação do bloco com a clientela,

TELEBAHIA
CELULAR


CHICLETE CAMALEÃO
GOVERNO DA BAHIA
TELEBAHIA CELULAR
Bompreço
Tim
NovaStar
2000
28D
CORDA ASSEVERA
03D

descrevendo uma espécie de ritual no qual o carnaval passado é resgatado pelos seus resultados em termos de vendas, para daí planejar o próximo. Henrique participou de um desses rituais, no auditório da Casa do Comércio (sede da seção baiana do Senac, em Salvador), em março de 1998:

> Depois do carnaval, eles fazem uma reunião, que é do tipo assim: uma pós-venda. Nessa reunião você reordena os comissários, mostra as vantagens para os comissários. Dão o material, material do Eva – uma camisa e uma pasta, com esse material de trabalho (fichas de cadastramento dos candidatos a associado). Aí eles fazem propaganda. Fazem uma aula, eu tive uma aula, velho, de *marketing*, de como se comportar em relação ao Eva. Eles colocaram a coisa assim: isto aqui não é uma família, nós estamos aqui para vender. Agora de uma maneira competente. O cara - palestrante – era um excelente orador. Ele disse: "Eu não virei com essa história que 'isso aqui é uma família...'. Isto aqui não é uma família. Todo mundo que está aqui tem uma relação com o bloco de interesse. O que é necessário é desempenhar o seu papel da melhor maneira possível, com competência."

Reflexivo e crítico da situação, lembra qual o perfil desejado da clientela:

> "Eu acho uma coisa horrível a seleção, como eles fazem. De botarem três mulheres iguaizinhas, como se fosse uma agência de modelos. Se ainda fosse uma loura, uma morena e uma negra de cabelos crespos, menos mal. Mas colocar três mulheres brancas de cabelos pretos. É um padrão mesmo, padronizado. E eles selecionam e eles deixam subentendido que eles selecionam, brabo! Eles não falam pra gente mas deixam no ar que o Eva. No Nu Outro (bloco alternativo do Eva) só dá avião. E no Eva fica subentendido que só modelos.

A concorrência acirrada que se deflagra em torno do lugar nesse espaço do cortejo dos blocos contribui para a elevação do valor monetário do conjunto indumentário vendido pelo bloco, cuja variação vai dos R$ 150 a R$ 500 (A Tarde/29-01-1998). Da mesma forma, o *marketing* permite que os blocos estendam os serviços em eventos fora do Carnaval de Salvador, como as micaretas itinerantes durante o ano e os festejos de São João, pelo interior do Nordeste. Fatores, somados à estrutura administrativo-burocrática "enxuta" e "flexível", permitem níveis de rentabilidade bastante elevados. Pois dificilmente o quadro permanente de diretores e funcionários ultrapassa o número de 15 membros. Os demais integrantes têm ligação precária com o bloco, resultado da terceirização de serviços contratados de acordo com as circunstâncias, quando podem chegar até a 800 pessoas, como durante o carnaval – entre técnicos, músicos, as bandas, personalidades artísticas, seguranças, fiscais, vendedores, recepcionistas, garçons, médicos e técnicos em enfermagem (Miguez/1996, p: 78). O dueto entre marcas dos blocos e público jovem sinaliza, porém, ao fato de a estratégia de *marketing* não simplesmente corresponder à resposta aos caprichos e sagacidades de uma racionalidade empresarial. A

dimensão sociológica da situação está subjacente à perspectiva segmentar adotada nessas estratégias, justamente a priorização dos jovens. O pressuposto do estilo de vida, acima deixado em suspenso, deve ser agora incorporado à análise.

A característica flexível do capitalismo contemporâneo, para David Hervey, põe-se correlata à pulverização dos fatores de produção e do próprio capital e encontra ressonância no comportamento das indústrias culturais. Estas vão privilegiar os gostos de determinados grupos, atentando seja à quantidade quanto às marcas, os valores. Ora diversos autores assinalam no período posterior a Segunda Guerra a intensificação dos movimentos que darão contornos à juventude como uma categoria social distinta – embora o tema do conflito geracional fosse já marcante entre os artistas no final do século XIX. Para Luisa Passerini, olhando a experiência dos Estados Unidos, tal definição se fez no ajuste tenso entre consumo, possibilitado pela maior autonomia econômica de muitos dos jovens, e descontentamento com as culturas de classe estabelecidas (Passerini/1996, pp: 352-63). Na escalada dos enfretamentos geracionais daí decorrentes, na contraface dos movimentos feministas e de afirmação étnica, abre-se espaço para a delimitação daqueles movimentos do estilo de vida e da cultura jovem. A qual logo será percebida como um importante filão de mercado a ser explorado, ainda mais quando a internacionalização desta cultura define padrões comportamentais e mesmo um universo simbólico, com acento em valores como prazer, diversão, aventura, felicidade, acompanhado a proliferação dos signos da cultura popular mundial, em muito atrelada à hegemonia dos Estados Unidos, como sociedade de consumo de massas (Morin/1975 e Hobsbawm/1996, pp: 317-26). No Brasil, além da onda da jovem-guarda nos anos sessenta, dois importantes emblemas dessa mundialização da cultura jovem foram o movimento da tropicália e os desempenhos do grupo Novos Baianos. Os dois últimos em graus distintos, vimos, estão historicamente relacionados à carnavalidade inspirada pelo trio elétrico. Abro um breve parêntese antes de voltar a relacionamento aludido, para ocupar-me do ideário geracional de contestação da cultura de classe inscrito na mesma relação da tropicália com os Novos Baianos. Pois o movimento tropicalista perseguiu a linha contra-cultural de clara inspiração norte-americana (Holanda e Gonçalves/ 1986, p: 26), estando está comprometida com a delimitação de comunidades alternativas, tendo por horizonte comportamental a subversão dos costumes identificados à moral burguesa. Os planos do sexo, do uso das drogas, do trato seja com o místico ou com a natureza foram priorizados nesta atitude de contestação (Pereira/1986, p: 29). Ao ser incorporada aos conteúdos e

este será apropriado em diferentes situações socioculturais. No caso de Salvador, a atmosfera telúrica instaurada em torno do trio elétrico ia ao encontro da expectativa de muitos dos agentes desse estilo jovem de disponibilizar os canais da massificação simbólica para o uso tático nos exercícios de valorização do presente, dos desejos, do corpo.

A carnavalidade estava apreendida, portanto, num contexto de rebeldia anti-sistêmica. Ou seja, o momento informal da folia seria a possibilidade pacífica de subversão da ordem burguesa, no que tange ao comedimento e à racionalização dos afetos de acordo com o compromisso disciplinar da realização do futuro. O significado lúdico, popular-participativo do festejo é inserido, assim, à postura e o estilo jovens, os dois ancorados na crença do potencial, a um só tempo, transformador mas igualmente dilacerante dos hábitos, ainda mais em se tratando de um país mergulhado num regime de exceção, sob a égide de uma ditadura militar. Vale a pena, a respeito, transcrever a fala de um dos membros do grupo Novos Baianos, Luis Galvão, quando o músico resgata o que aspiravam jovens como ele, naquele momento, entre o final da década de sessenta e o limiar dos anos noventa:

> A juventude mais rebelde naquele período marcado pela repressão abandonou a escola e passou a estudar através dos acontecimentos do dia-a-dia e dos movimentos da música popular daqui e do chamado Primeiro Mundo, os livros foram substituídos pelas letras de músicas, pelas vidas dos artistas e pelos festivais. O tempo foi preenchido e foram colhidas positividades como a luta contra os preconceitos e o racismo, a defesa do meio-ambiente, a não-violência, a crítica às guerras, principalmente a do Vietnã. Por outro lado, ela chamou para si negatividades quando assumiu o uso de drogas como virtude. A juventude tinha ídolos como Jimi Hendrix e Janis Joplin, e quando estes morreram deixaram a juventude abalada. (...) Um jovem da época confiava mais em um bandido do em um polícia. Afinal, ambos foram perseguidos pela mesma fonte e jogados como bichos na mesma jaula. Houve momentos em que um jovem era preso e violado em seus mais legítimos direitos humanos, entre eles, os seus cabelos, que eram cortados baixinhos e com "caminhos de rato" para que ele depois fosse obrigado a raspá-los. (...). (Galvão/1997, p: 56).

A transcrição evidencia, além das circunstâncias da repressão política e de costumes no país, como a mundialização de valores esteve na base de uma conduta de estilo jovem. Ao mesmo tempo, é preciso reconhecer que a mesma atitude contestadora anti-sistêmica teve como epicentro deflagrador a dimensão artístico-estética. Em se tratando de Salvador, o grupo dos Novos Baianos consistiu em um dos estágios iniciais de algo que se ia delineando como área especializada na produção de bens culturais populares. Neste sentido, dois aspectos ganham relevância. Porque, de um lado, o propósito de rebeldia na intervenção carnavalesca fazia coro com o aumento na diferenciação social e da densidade alcançada pelas reciprocidades numa teia extensa. Algo por trás da maior individualização dos fazeres estéticos, com a ampliação na

divisão do trabalho cultural na sociedade brasileira. Por outro lado, a própria presença contra-cultural assinala o grau elevado de coações internalizado na formação dos sujeitos sociais, naquele momento, precipitando um comportamento pacifista. Pois a tendência à segurança inscrita no autocontrole e a estilização das expressões pulsionais, para fins estéticos, estavam na contraface da atitude libertária, a qual se tornara fundamental ao acolhimento da brincadeira de rua como o *locus* de materialização do reino democrático do prazer.

É sob esta esteira histórica e civilizacional que se efetiva o enlace entre folia baiana e entretenimento, seja a composição institucional ou a formação dos agentes capacitados a conferir regularidades às práticas artísticas na festa espetáculo e, simultaneamente, estar no centro gravitacional da atração de público para os seus desempenhos. Ainda sob ela se desenha a rubrica jovem da festa, posteriormente otimizada pelo aporte empresarial do Carnaval local. Recorro a um exemplo, ao considera-lo elucidativo. Em 1998, os circuitos da festa foram decorados com o tema *A Tropicália*. Os grandes homenageados, Caetano Velloso e Gilberto Gil tiveram direito a desfile em trio elétrico, durante os dias de folia. Muitos das novas estrelas baianas, como Carlinhos Brown e Netinho, declararam sua filiação estética ao movimento. O momento é interessante à medida que, sociologicamente, aponta ao quadro de produtores culturais que tanto estão na sócio-gênese da construção artística da "moderna" cultura baiana quanto dão continuidade geracional a essa produção. Por outro lado, possibilita descortinar o transporte de ideários de uma geração a outra, ainda que segundo outras condições estruturais (políticas, ideológicas, econômicas e tecnológicas) e na qual a conduta informal está já acomodada como um lugar institucional, não necessariamente comprometida com um posicionamento libertário. Embora se mantenha o ideário de descontração calcado no descompromisso e na ênfase na diversão, no prazer e na irreverência. O visual esportivo, as coreografias inspiradas no ritmo aeróbico das academias de ginástica e o discurso dos artistas da *axé music*, simultaneamente, correspondem a uma continuidade desse ideário mas o recicla, atualiza com os novos objetos ditados pela moda. Sobretudo, muitas das letras da *axé music* evidenciam o ideário, como o seguinte trecho de uma canção da banda Cheiro de Amor: "(...) Deixa de lero, lero/ Vem prá cá, meu bem/Porque nesta folia só entra quem tem/ Paixão, sedução (...)". Inscrito como elementos da cultura e dos estilos de jovem, esse repertório musical e seus intérpretes estabelecem o diálogo entre o filão segmentar do consumo jovem e a marca do bloco de trio.

Olhando de outro ângulo, os estilos de vida e cultura jovem enquanto signos de uma cultura mundial estão abertos a apropriações diversas e às transformações na construção

identitária dos sujeitos, no que tange, por exemplo, à ordenação do curso da vida. Na contrapartida das reviravoltas nas engrenagens produtivas, Mike Featherstone observa a tendência contemporânea "contrária a universalidade, homogeneidade e um padrão de aceitação maior das diferenças e da desordem", no interior da qual emerge uma "maior flexibilidade e variedade" (Featherstone/1994, p: 63) na definição das imagens do eu, o que para ele repercute na volatibilização das grades etárias, dando lugar a neologismos como a "adolescentização do curso da vida". Ou seja, desponta certa permissão coletiva, entre as classes de rendimentos médios dos países ocidentais, de relativizar os ciclos de idade e aceitar, em pessoas adultas, comportamentos antes vistos como de adolescentes. Sem dúvida o mercado e a cultura popular de massa têm incidência sobre essa volatibilidade identitária, mas igualmente são afetados por ambas. Porque, mediante a manipulação dos signos, o consumo cultural alcança a dimensão de um pólo de referencialização às identidades individuais e coletivas. Sob esse aspecto, classificado como símbolo de um estilo de vida jovem no mercado de bens simbólicos, o produto da marca carnavalesca do bloco de trio é pressionado a responder na sua dinâmica com modalidades de conforto para as ansiedades da sua clientela, não necessariamente da faixa etária dos adolescentes, mas de um público mais extenso e capacitado financeiramente. A flexibilidade, sendo expressa na busca permanente de novidades e na elaboração de estratégias de *marketing*, dá conta do terreno sociocultural instável sobre qual se ergue o sucesso mercadológico desse empreendimento artístico-empresarial devotado à comercialização do prazer e calcado, sobretudo, numa rede de trabalhos precários.

Mas mais ainda. A mesma flexibilidade facilita a compreensão dos dispositivos de controle social exercido pelo entretenimento na sociedade de consumidores, em meio a essa instabilidade identitária. Porque o mercado do Carnaval baiano, dinamizado em torno dos blocos de trio e suas bandas musicais, é assim muito sensível às inconstâncias no mercado da música popular. A presente conjuntura é ilustrativa. Durante o ano de 1999 jornais e revistas editadas no Sudeste do país passaram a noticiar números que apontam à perda de hegemonia conquistada pelo repertório da *axé music* nas execuções das rádios e casas noturnas de diversão, vendas de cópias fonográficas e participação das bandas baianas em eventos. Para ilustrar, observo dois desses indicadores. Em termos das execuções nas rádios no eixo Rio-São Paulo, de setembro de 1998 até agosto de 1999, as execuções do repertório sai de oito mil 550, atingindo um pico de 13 mil 991 em dezembro de 1998 e chegando a quatro mil 818 em agosto de 1999 (O Globo/19-09-1999). Já as vendas de discos durante o ano de 1999 atingem apenas de 10% a 30% do que as de períodos

imediatamente anteriores (Veja/12-01-2000, p: 146). Em ambas reportagens, a situação é apresentada como simetricamente oposta à ascensão do *pop* e do *rock* nacionais, ambos contando com já 36% das execuções nas emissoras de rádio. As notícias tiveram efeitos rápidos em Salvador. Durante a última versão do Festival de Verão, promovido pela Rede Bahia como parte da sua programação musical festiva, incorporando atrações adventistas mas com o predomínio das estrelas locais, por diversas vezes, nas entrevistas com os artistas baianos, os jornalistas perguntavam sobre a tendência de queda e eles diziam com tenacidade não conhecer qualquer coisa semelhante, como a cantora Ivete Sangalo, que ironizou: "Se houve a morte, eu não fui convidada pro enterro". Muitos optaram por apaziguar os ânimos e adotar a posição que há uma crise no mercado fonográfico.

Se for interessante a concorrência sugerida entre a *axé music* e os etilos *pop* e *rock*, já que os três são identificados como símbolos jovens de diversão e lazer, a repercussão das próprias reportagens desempenha um papel-chave. Mais que veículos de transmissão de informações, as mídias comparecem à maneira de instâncias de consagração das práticas culturais no campo do entretenimento, seja pelo número das permanências nos âmbitos conspícuos de exposição seja em razão das sinalizações às audiências quanto à legitimidade ou não de um bem simbólico, legitimidade mensurada pelo princípio da popularidade. Portanto, a sagração de algo em seu interior resulta de uma reciprocidade do sentido estético compartilhado entre os agentes interados nesse campo fundado no direito do exercício do monopólio da satisfação das demandas afetivas dos públicos-clientes. Porém como o acúmulo monetário e o imperativo de diferenciação/individualização das marcas são contrafaces do mesmo ímpeto às trocas, simultaneamente trava-se uma batalha simbólica e econômica, na qual as eficácias artísticas e as competências profissionais estão subordinadas aos remanejamentos nos esquemas de mercantilização e nas alianças políticas envolvendo os planos diversos do comércio de diversão, nos níveis vários da teia de interdependências. A volatibilidade dos percursos, as ascensões e quedas aí estão em direta relação com essas pugnas intestinais, às quais posicionam-se dialeticamente com os deslocamentos na experiência e nos gostos nas diferentes faixas da sociedade de consumidores. Para se ter uma idéia deste enredamento, vou recorrer ao depoimento de Paulo Mazzay, *disk* jóquei (DJ) no Rio de Janeiro, há 17 anos, atuando em diversas casas noturnas da cidade e também em emissoras de rádio FM. As falas de Paulo Mazzay contribuem tanto para descortinar como se dão os procedimentos nos rituais de sacralização de um sucesso no âmbito da diversão popular de massas, quanto sugere sob quais condições se deram as trajetórias

do sucesso da *axe music* (na época da entrevista – 23/06/1998 – o repertório estava em fase ascendente):

> Da metade da década de oitenta pra cá, o que estava acontecendo em paralelo ao predomínio das músicas estrangeiras ganha força. Já acontecia o *new wave*, o próprio Luciano Baiano. Foi época que surgiu o RPM, todas essas coisas *new wave* – o Prince e o Michel Jackson estavam fazendo sucessos estrondosos nessa época. Então aconteciam coisas paralelas em relação a esse tipo de música, que era o *rock* nacional: o próprio Titãs, Engenheiros do Haway, Legião Urbana, principalmente. Então acontecia essa coisa paralela que estourava também. Hoje o que seria o pagode e a *axé music* seria o *rock* brasileiro, que falava muito forte.
> No caso da *axé*. A sugestão partia da gravadora mesmo. O Luis Caldas, por exemplo, aquela música *Fricote*, foi um começo assim, que muita gente não acreditava. Pra gente colocar isso na cabeça das pessoas, ou seja, pra quem você tá tocando, você tem que insistir na coisa. O que a gravadora faz? A gravadora da o *single* (um disco com apenas a gravação simples de uma música) pra você. Aí tem um D.J maluco que faz uma produção mix e passa a tocar mais. Aí a insistência em rádio e a insistência nossa (do D.J), faz a música se popularizar. Por exemplo, as coisas que aconteciam em *rock* nacional (RPM, Titãs, Paralamas) havia um d.j. que faziam um remix (variações acústicas para diferenciar a música). A versão *extend* (mais longa com a finalidade de possibilitar as mixagens) da música deixa ela bem mais dançante. O que tá vendendo hoje é o pagode e o axé, tão vendendo muito. A gravadora tem importância fundamental. Mas a rádio é fundamental, a radio sobe junto com aquilo que tá sendo vendido. As gravadoras atuam diretamente, porque esse meio de comunicação é muito grande, envolve rádio, a rádio comunitária. São essas rádios de interior que diz: "O que tá acontecendo no Rio é isso aqui". Isto é muito importante. A rádio do interior pega o disquinho e: "É isso aqui que tá tocando no Rio" e vai tocando. e bota na cabeça das pessoas. É uma bola de neve, para popularizar uma música você passa por vários processos: da produção, depois sai aquela matriz. Daí dá pro *disk* jóquei. Aí vem a parte da grana. Porque pra fazer uma música tocar numa rádio, a gravadora tem que tá bancando, muito! Ou o cara que tá fazendo uma gravação independente tem que tá gastando dinheiro, entendeu. Têm vários fatores pra popularizar uma música, mas se concentram numa coisa chamada grana, sem isso não acontece.

A perspectiva de Mazzey deixa evadir certo voluntarismo em relação ao peso assumido pelo poder de escolha do intermediário cultural, no caso a decisão em tocar algo exercida pelos programadores de rádio e pelos DJs, na formação dos gostos dos públicos, logo intercedendo para alavancar ou não uma canção. Entretanto a referência à "grana" remete a outros componentes de uma complexa correlação de forças. Nesta, o imbricamento competitivo se faz entre os segmentos artísticos e de produtores com os estúdios disseminados por diversas cidades do país, mais a posição-chave ocupada pelos grandes selos distribuidores da reprodução da audioalidade musical, centralizados no eixo Rio-São Paulo, as emissoras de rádio FM e os que coordenam os fluxos de informação musical nos núcleos de sociabilidade dançante, freqüentado por facções dos segmentos sociais consumidores dessas produções musicais[xxvi], os próprios DJs. A motivação da competitividade entre os termos aí envolvidos, para se incluir diferenciadamente no cerne desta cadeia, está na contrapartida da maneira como a racionalidade empresarial tem urgência em se relacionar com o mundo cotidiano, onde os símbolos são produzidos, deslocados, agrupados e

vivenciados nos usos e exclusões comunicativas dos grupos de produção e consumidores. Afinal é neste diálogo, assimétrico e marcado pelas tensões detonadas em torno da estandartização e individuação, que as forças do capital repõem estoques de variedades e as transporta às vitrines (Zan/1994, pp: 87-94). O apelo de Mazzey a uma espécie de entidade auto-referente, a "tendência de mercado", traz à cena justamente a extensão e implicações dessa correlação na estruturação da ação dos agentes. Pois simultaneamente evidencia a maneira como os intermediários, ao identificar como um curso inexorável do correr do tempo, contribuem para naturalizar os enfretamentos nas relações sociais na contraface de suas atuações interferindo na convencionalização de uma fórmula e repertório como "sucesso":

> O que existe hoje é tendência de mercado. Aí vem a televisão: uma Xuxa, por exemplo, não apresenta um *dancins*, mas um pagode. As casas estão enchendo com pagode. A gente (D.J.) têm acesso a todos os ritmos, desde que venha em cima de uma tendência de mercado, desde que a gravadora queira trabalhar isso. Porque não vem única e exclusivamente pra gente. Vem pra gente, vai pra rádio e da rádio pras lojas. É tudo uma tendência. Por isso que toda quartas e quintas-feiras a gente tá nas gravadoras. Inclusive tudo que a gente ganha vem o selo "promocional, invendável". Tudo é um esquema fechado. Mas tem que se bom, não basta só o dinheiro. A gravadora não vai investir num cara que ela acha que não vai vender. O Luis Caldas, por exemplo, veio com um selo independente e aí a Poligram veio. Aí saiu *Fricote* e estourou. A Daniela Mercury veio também com um selo independente. Aí estourou aquela música. Aí a Sony Music (antiga CBS) pegou e aconteceu. Tudo é uma tendência que uma coisa vai forçando a outra. Sendo bom e vendendo, porque bom é aquilo que caia nas graças do ouvinte e caia na boca do povo e o povo pede pra ouvir.

Na ocasião da entrevista, Mazzey estava atuando também como operador de som do programa Rio Élétrico, dedicado exclusivamente à música baiana, apresentado pelo dublê de *DJ* e empresário Recarei Júnior – filho de um dos maiores empresários da noite no Rio de Janeiro, Chico Recarei, proprietário, entre outros, da *boite* e casa de espetáculo Scala, na Zona Sul[xxvii]. Á essa altura do depoimento, Mazzey acrescenta os elementos que possibilitam perceber as nuances e o tamanho do circuito que envolve os interesses no comércio de diversões, no interior do qual se efetiva uma marca, como a *axé music*. Vale lembrar que, na época, Recarei Júnior era responsável pelo Rio Elétrico, a versão carioca do carnaval baiano fora de época, realizado no autódromo da cidade:

> A grande ponte pra se trazer um artista de lá (de Salvador) prá cá, normalmente, como ele tem um programa de rádio voltado para a música baiana. O grande canal é ele, porque ele tem a via de acesso pras pessoas e, ao mesmo tempo, ele tem uma casa que ele pode trazer. Então ele pode fazer a promoção em cima da rádio, em cima do programa dele e ainda estourar o cantor na casa que é dele. Por isso que tinha o ensaio do Ara Ketu no Scala. Tinha Chiclete com Banana, entendeu. Então é muito interessante uma empresa na Bahia ter esse ponto de apoio aqui. De repente ligar prá cá e fechar um show – Ara Ketu, Chiclete com Banana e Banda Eva, fazer um pacote.

Ao voltarmos à cena analítica mais ampla, na trajetória até aqui sintetizada, um quadripé se evidencia articulado aos ritmos, canais e instâncias reguladoras do campo do entretenimento: o trio elétrico, os artistas populares, um repertório musical e rítmico e a associação carnavalesca do bloco comercial. A contribuição do Estado será amalgamar material e simbolicamente estes fatores com a arrumação turística da paisagem de Salvador, justamente, calculando e distribuindo as peças pelo espaço. Ora como este é o palco de visibilidade oferecido pela festa espetáculo, trava-se pela sua posse (mesmo que temporária) uma luta ferrenha. A distribuição realizada pela autoridade neutra, calcada na legalidade jurídica, do poder público confere legitimidade àqueles grupos sociais que se sagram vitoriosos no enfrentamento pela conquista do espaço coletivo, ao possuírem maiores recursos políticos e econômicos. Deste modo a apropriação é metamorfoseada em direito adquirido, o que se concretiza no estabelecimento dos regulamentos e critérios de apresentação das entidades no dois circuitos da folia baiana. A ordem dos desfiles obedece ao critério da antiguidade; as instituições mais velhas são as primeiras e assim sucessivamente até a mais jovem. Porém não é raro o ato da compra de uma marca (o nome) mais antiga por um bloco mais novo e assim este logo ocupa uma posição melhor na fileira. Isto significa percorrer as vias públicas em momentos em que a platéia é maior e agrega pessoas de maior poder aquisitivo. Algo esse viabiliza veicular anúncios seja no trio ou em enormes balões infláveis que acompanham as passeatas dos blocos comerciais. Por outro lado, permanecendo na franja da ordem, os blocos afros, à exceção do Ara ketu, apresentam-se sempre de madrugada, para um público menor e mais pobre, em geral. Os termos econômicos e a discriminação sócio-racial se encontram de maneira perversa, o que tem redundado nas dificuldades financeiras crescentes dessas entidades, a ponto do bloco Olodum, em 1998, ver-se na iminência de deixar de desfilar, caso não fosse a campanha nos jornais encabeçada por artistas como Daniela Marcury, Gilberto Gil e Caetano Velloso, tendo por resultado a ajuda do Estado, mediando um empréstimo ao bloco.

Para retomar a asserção weberiana, o papel desempenhado pelo poder público não pode ser restrito apenas a de um mero instrumento nas mãos de grupos lhe externos; a combinação nele entre os monopólios do sentido e do uso legítimo da força interfere de maneira decisiva na categorização desse espaço de conflito e reciprocidade, ou seja, o Estado não apenas administra o espaço, mas o consagra, ao reconhecê-lo como circuito da festa. As lutas e as reciprocidades são travadas a partir do mapeamento geográfico, simbólico e cognitivo do que se entende por

Carnaval baiano, realizado pela perspectiva que norteia a razão do Estado para a festa, quando a apreende como um ingrediente crucial ao aproveitamento turístico da paisagem da cidade. O sentido é o da consolidação de um grande evento de rua, de natureza massiva quanto a participação, em obediência ao significado diferenciador da folia local como "carnaval-participação". O mapeamento interfere na natureza das sociabilidades daqueles, principalmente oriundos da imensa periferia urbana – chegados pelos terminais de ônibus da Barroquinha e da Lapa –, que, além de mão-de-obra para o mercado de trabalho precário, dão textura, cor e teor rítmico e coreográfico à festa e a institucionalizam no alongado de gerações, em meio às negociações para a construção das imagens identitárias e a auto-estima pessoal, enquanto baianos e partes da comunidade imaginada da Bahia; multidão descrita na publicidade turística à maneira de um festivo e criativo povo-autor de uma folia de rua sem precedentes e nem rivais. Então, se em momentos anteriores, coube a autoridade pública manter a segmentação dos espaços, em consonância a determinações sócio-raciais, desde os anos setenta a ênfase está posta na conformação de um mesmo contíguo e largo eixo democrático de diversão popular – do Terreiro de Jesus, no Parque Histórico do Pelourinho, até a Avenida Oceânica na Orla do Bairro de Ondina, trata-se de um mesmo trajeto sem desvios[xxviii].

Não estou dizendo com isto que haja um plano assim intencionado e perseguido anos a fio pelas diferentes administrações; penso na permanência de um mesmo sentido compartilhado pelo entrelaçado de agentes envolvidos com o Carnaval e que os anima e pressiona a direção das suas condutas, apesar das maneiras distintas como se posicionam e apropriam dos resultados da configuração interada das suas ações – o Carnaval baiano. Embora com peso significativo, o Estado consiste em um desses elementos agrilhoados, com fundamental atuação no desenho e guarda deste *locus*. Observando, no decorrer das três últimas décadas, o conjunto das atitudes dos governos municipais e estaduais, mesmo quando havia discordâncias partidárias entre ambos, é notório o empenho em demarcar e expandir o espaço da festa, contando para isso com a natureza burocrática da disposição e administração dos seus quadros, igualmente com o domínio legal do espaço público, em sua dimensão física. Sem dúvida, como no Rio de Janeiro, a iluminação, decoração e policiamento são dispositivos básicos para essa territorialização, afinal permitem um controle visual do sentido da festa reconhecido como legítimo. A Prefeitura realiza semelhante tarefa, cuidando do trânsito e do controle das entidades carnavalescas, ao parcialmente regulamentá-las e arbitrando o concurso oficial entre elas. Para garantir tal primazia, no entanto, urge delimitar do modo mais incisivo os contornos do espaço festivo, para então enobrecê-lo. Era

exatamente o que faltava a Salvador, até 1983, na medida em que não havia articulação entre os órgãos públicos já identificados como responsáveis pelo carnaval. Desde esse ano, com a parceria entre a Prefeitura e a Bahiatursa, se dá o início da intervenção do poder público visando ordenar sistemicamente os acontecimentos na festa, para realçar a "grandeza que se pretendia atribuir ao evento" (Dumêt/1996, p: 24). Ocorrem, então, as primeiras iniciativas de planejamento a cargo do Grupo Executivo do Carnaval (GEC), dividido em três áreas: Objetivo, Comissão de Coordenação e Plano de Ação. Na última estavam inseridas as seguintes atividades: Filosofia, Espaço Físico, Fontes de Recursos, Campanha Institucional, Decoração, Subvenção, Desfile, Equipamentos Móveis, Estrutura, Realização de Seminários, Treinamento de Pessoal Operacional, Definição de Programação e Cronograma de atividades.

As declarações de alguns envolvidos com esse pioneiro plano de ordenação sinalizam como o significado do "carnaval-participação", enquanto diferencial da festa local, balizava-lhes. Como faz questão de ressaltar Eliana Maria Bittencourt Dumêt, coordenadora do GEC, a intenção era respeitar o "caráter participativo do evento e tomando o cuidado para que a organização, o excesso de zelo e ordem em demasia não se transformassem em fatores de descaracterização" (*Op. cit.*). Os resultados dos estudos do GEC vão justamente apontar os contornos do tipo de delimitação deste formato participativo, que já se fazia em torno do trio elétrico. Pois ao ressaltar a escassez do espaço físico, propõe a necessidade de proceder a um outro zoneamento das barracas e dos vendedores ambulantes para desobstruírem a rua. Ao mesmo tempo, é aconselhado seja o aumento do contingente policial, seja a divulgação nacional da festa e ainda a captação de recursos junto a iniciativa privada, além da reunião de todos os órgãos ligados a esse esforço de organização em um mesmo núcleo. Naquele ano de 1983, reunidos em um seminário com 32 entidades carnavalescas, fora decidido pela criação de novos espaços físicos, estendo o circuito da folia para a Barra e a instalação das estruturas metálicas de arquibancadas. Segundo ainda Dumêt, a opção pela Barra deveu-se a "sua vocação natural para festas" (*Op. cit.*, p: 25). Na Barra havia os atrativos de possuir dois importantes cartões postais de Salvador – a Praia e o Farol –, estava próxima aos maiores hotéis e concentrado o pólo de diversão mundana mais cosmopolita da cidade, além do que lá eram realizados os eventos de entretenimento dos maiores blocos comerciais, nos clubes existentes no bairro.

Desde então, como ponta de lance do zoneamento da festa, o Estado assegura seu gerenciamento e administração, para fixar-lhe uma forma, a de produto turístico. Nessa ocasião começa a ser ventilado o conceito de profissionalização dos serviços no carnaval. O lance inicial

se deu com a comercialização de espaços, com a finalidade de se obter receitas; os primeiros anunciantes são a cervejaria Antarctica e o Pólo Petroquímico de Camaçari. Agindo em outra vertente, a Prefeitura aliou-se à Fundação Roberto Marinho e lançou uma campanha nacional de divulgação do Carnaval baiano, nas revistas e pela televisão. Em outra frente, se vai incentivar a presença do habitante da cidade, sobretudo facilitando o acesso a partir de um esquema de linhas de ônibus circulando em dois turnos e promovendo e divulgando as programações da festa, para isso contratando músicos e cantores. Mais também a extensão dos serviços vai funcionar como um referencial de estímulo. Deste modo são concertados os serviços de segurança pública pela polícia militar, do corpo de bombeiros, de atendimento médico, de abastecimento de água e eletricidade para viabilizar a montagem de barracas de bebidas e comidas, entre outros.

A partir da década de noventa, o poder público, sobretudo o governo estadual vai se pautar por uma postura mais agressiva na promoção do produto turístico baiano. E já é o "carnaval-participação" o núcleo da estratégia, para o qual convergem os demais atrativos da "Bahia" (praias, religião afro-brasileira, festas de largos, patrimônio histórico). A moderna imagem é de uma cidade capaz de atrair grandes multidões, porém acomodando-as confortavelmente e com segurança nos shows de rua dinamizados pelos agentes da nova cultura baiana. Esta imagem tem por contrapartida a elevada participação do governo estadual em investimentos culturais, ligados em grande medida aos ramos dos shows e espetáculos vinculados à música carnavalesca local, desde o início da presente década. Para se ter uma idéia, nesse período os gastos do executivo baiano com a cultura, no total das suas despesas, manteve-se em 11%, atrás apenas de São Paulo, do total gasto pelas unidades da federação em fomento da área cultural (PIB Cultural/1998, p: 49). Assim, em 1991, durante uma feira de turismo em São Paulo, o *stand* da Bahia é dominado pelos signos carnavalescos e um show é realizado, tendo por atração a cantora Daniela Mercury. Na época a jovem cantora apresentou um repertório no qual as canções afro-baianas recebiam um tratamento acústico mais sofisticado, já que fazia parte de um projeto maior de lançamento nacional. Os investimentos começam a surtir efeitos com o sucesso da *axé music* nas execuções nas emissoras de rádio, nas televisões. Sucesso interado ao empresariamento dos blocos, que passou a ter como resultado o aumento nos magotes humanos nas ruas, ainda em 1992. Diante das novas circunstâncias, por ocasião do III Congresso do Carnaval, promovido pelo Conselho do Carnaval e realizado em meio de 1993, reuniram-se 400 entidades carnavalescas, órgãos públicos e da iniciativa privada. Estas assinam a Carta do III Congresso e neste tornam imperativo a "profissionalização das entidades carnavalescas, em um nível jurídico e organizacional, acabando-se com

o velho discurso da cuia na mão" visando a "melhor estruturação das entidades no sentido de que apresentem um produto capaz de atrair patrocinadores e mídia" (Costa/1996, p: 08). Nos anos seguintes é acionado pela Prefeitura um esquema qualificado de "profissional" na gerência e administração do evento. Do ponto de vista gerencial, profissionalizar significou terceirizar a contratação dos serviços (iluminação, decoração e fornecimento de estruturas tubulares), de acordo com os critérios de licitação e se estabelece um concurso público para avaliar os currículos e desempenhos dos candidatos aos serviços artísticos.

Quanto a filosofia do esquema gerencial, a profissionalização estaria expressa na centralização das decisões e na sistematização das ações por parte de um órgão especializado com o Carnaval. Devendo a atuação destes ocorrer durante todo o ano, mediante o emprego de critérios "técnicos-científicos" para atender o princípio de "qualidade total" (*Op. cit.*, p: 09). O objetivo da filosofia era reduzir a participação do setor público no financiamento da festa, na medida em que se estimula o empresariado a direcionar seus investimentos para o espaço privilegiado oferecido pela festa, ao comprar as cotas de patrocínio e estampar suas marcas nas placas dos camarotes, testeiras de arquibancadas, pórticos, postos de observação, luminosos e balões infláveis. No plano concreto, cumprindo as metas, 97 sanitários foram instalados, as três mil barracas licenciadas foram padronizadas sob os toldos de lona sintética obedecendo a programação visual responsável pela compactação pictórica das laterais dos dois circuitos. Em entrevista ao autor (em 03/02/1997), Gildásio Rocha, então Coordenador de Eventos e Festas Populares da Prefeitura, durante a administração Lídice da Matta, e proprietário de barracas no circuito Barra-Ondina, confessou que sua intenção, ao estimular a padronização do cenário festivo com o uso dos toldos, foi conferir ao Carnaval de Salvador, quando focado do alto pelas câmeras de TV, "uma imagem apresentável e não a confusão de antes." Com o mesmo propósito de realçar o espaço, foram utilizadas 50 mil lâmpadas, aumentado o número de arquibancadas, chegando aos 700 metros na área competitiva em torno do Largo do Campo Grande. Aí os camarotes passaram de 35 para 75, enquanto na Barra foram montados 50 e mais 10 no bairro de Ondina. Os um mil 600 garis mobilizados entregaram as ruas limpas às 11 horas da manhã de cada um dos dias de folia. E a frota de dois mil e duzentos ônibus serviu ao transporte de foliões. Estava assim pronto o cenário e agregados os atores para a cena do participativo e massivo maior evento festivo do mundo. Produto posto na concorrência com outras praças com o "fomento na mídia à rivalidade com o carnaval do Rio, ofertando a alternativa do carnaval-participação em contraponto ao carnaval-show daquela cidade" (*Op. cit.*, p.:10). Ao mesmo tempo, a comercialização turística da

festa é acentuada tanto pela penetração da *axé music* em outros países da América Latina e também em Portugal, quanto pela participação dos representantes do turismo da Bahia em feiras internacionais do setor, sobretudo tendo por alvo argentinos e alemães. Desde de 1992, com seus trajes típicos, baianas foram dispostas seja na estação rodoviária seja no aeroporto internacional para recepcionar os visitantes e com fitas do Senhor do Bonfim às mãos, desejá-los "bem vindos" ao Carnaval da Bahia. E com a finalidade de garantir a segurança dos foliões o esquema de segurança conta com todo o efetivo da polícia militar na capital, mais reforços são trazidos do interior do Estado, em um regime de prontidão de 24 horas. Delegacias especiais foram estabelecidas na Praça Castro Alves, no Campo Grande e no circuito Barra-Ondina. Agentes policiais são infiltrados nos blocos para conter assaltos e as agressões físicas. O planejamento estratégico envolve o uso de tecnologias capazes de fiscalizar as multidões, como detentores de metais e microcâmeras de televisão. Os resultados desses investimentos são os índices estatísticos de queda nos casos de "violência" (física) a cada ano, divulgados pelas autoridades públicas pelos jornais e no noticiário da televisão (Netto/1996, p: 28).

Nos termos do discurso sobre a organização do evento, do assessor de *marketing* da Empresa de Turismo de Salvador (Emtursa), durante o governo municipal de Lídice da Matta, o administrador Luiz Afonso Costa, há a crença tanto na evidência da supremacia em si mesma da ciência quanto na neutralidade dos procedimentos técnicos, que estariam calcados em princípios "científicos". Tal substancialização da ciência como verdade metafísica faz interface com os postulados sobre a racionalização flexível propalada pela moderna teoria das organizações, inscrita na discussão sobre as redes organizacionais e às culturas empresariais. Hebert Marcuse demonstra como, na sociedade industrial, a ideologia migra das representações e dos relatos para a neutralidade da eficiência dos procedimentos; a ideologia consiste justamente na reificação do princípio da competência como a única possibilidade de conhecer e se relacionar com a multiplicidade do real (ver Marcuse/1973, pp: 31-2). Semelhante unidimensionalidade se verifica no fato de que, apesar das acusações e auto-elogios inscritos na retórica político-partidária, os "jardineiros" da paisagem carnavalesca baiana compactuam do mesmo parâmetro. Este corresponde à crescente implementação de esforços visando a "profissionalização" dos serviços na festa, a qual redunda no aumento do volume de negócios, tais como a venda de lugares nos camarotes, gerenciados por empresas de eventos[xxix]. O emprego recorrente, quando do posicionamento dos diferentes agentes engajados na realização do evento, da categoria de profissionalização aponta à formatação da festa espetáculo ou à homogeneização imprescindível

ao desenho de um produto de diversão e turístico competitivo e logo exportável, adequado aos critérios do mercado turístico e de acordo com o estatuto e às linhas de forças simbólicas, políticas e socioeconômicas da sociedade de consumidores. E a força desse entrelaçamento se agudiza no compasso da percepção das diferentes facções da sociedade que reconhecem no Carnaval baiano um mercado, no qual deve imperar os valores da profissionalização e comercialização como o horizonte possível da festa. Tal como apreende Antônio Carlos Vovô, fundador, presidente e líder do bloco Afro Ilê Aiê – um dos baluartes do movimento de "africanização" do Carnaval baiano e da luta pela afirmação étnica da população negra. O teor da sua consciência prática ganha relevância ao tornar a expansão física, a burocratização técnico-administrativa, a otimização empresarial e a especialização técnica dos múltiplos termos da festa chaves da tendência modernizante:

> Quanto as perspectivas, na minha opinião a prefeitura deveria terceirizar. A tendência é que o carnaval se modernize, fique mais organizado e cresça. Crescer em espaço. O trecho tradicional vai ser mantido, mas vão surgir novos espaços. Creio que num futuro bem próximo o comércio vai ser utilizado, assim como os bairros. Quanto à orla, não creio. Para isto basta que a prefeitura observe mais as necessidades que o carnaval venha a ter. A tendência é de que o carnaval seja cada vez mais profissional. (Lima e Queiroz/1996, p: 23).

Poderíamos concluir que o sentido de unidade programática percorre a larga e diversa pauta de fatores e propriedades deflagradores da festa, homogeneizando-as. Porém os pronunciamentos daqueles investidos do poder público guardam a tensão conflitante entre os elementos encadeados no movimento, no processo de modernização turística. Pois, quando aplicam a ideologia da eficiência administrativa e organizacional à conjunção entre ócio e negócio na festa carnavalesca, de imediato, excusam-se, prescrevendo: a "profissionalização deve preservar o brilho, a espontaneidade e a animação como marcas essenciais do carnaval" (*Op. cit.*, p: 08). É como se uma e outra coisa permanecessem externas entre si e assim estaria assegurada a diversidade de ritmos musicais e modos de vida e de produção que catalisam os múltiplos modos de expressão humana, básico diferencial da folia baiana para atrair multidões entregues à espontaneidade dos gestos e atitudes. A manipulação semiótica dos usos, práticas e símbolos carnavalescos como bens de cultura para fins de entretenimento e turismo nos leva interrogar: o padrão de participação emocionada, vicejado na brincadeira de rua, está na contramão do andamento de uma condição societária que, ao devotar-se à racionalização permanente da volatibilidade dos afetos o faz na interface com a emergência de alternativas mais "naturais", diversas ao seu primado de unidade? Para efetuar a resposta, penso necessário considerar que o formato estético e administrado das

práticas, dinamizado desde os laços que dão concretude à carnavalidade denotada pelo trio elétrico, impõe-se como uma totalidade cognitiva e de apreensão espacio-temporal, com repercussões sobre os relacionamentos humanos na brincadeira e contribui à concretude do significado massivo-participativo da folia de Salvador. Dentro desta mesma operação política, simbólica e socioeconômica, a festa espetáculo antecipa-se como auge da sazonalidade do verão e monumento da paisagem baiana contemporânea, notabilizada como lugar de entretenimento e turismo.

NOTAS:

[i] A rede de televisão é a cabeça-de-rede regional, rede integrada por cinco outras emissoras associadas, respectivamente situadas nas regiões oeste, sul, cacaueira, norte e no agreste do Estado. Mas a Babiapar Participações e Investimentos Ltda é uma *holding* da qual fazem parte a Bahia Telecomunicações Ltda, a Bahiasat Comunicações, a Santa Helena de Informática e Comunicações Ltda, a Bahia Eventos Ltda, a Empresa Baiana de Jornalismo (editora do jornal Correio da Bahia), a Gráfica Santa Helena Ltda e a Santa Helena S/A Incorporações e Construções.

[ii] Estas e as seguintes outras informações afins foram extraídas do Anuário Brasileiro de Mídia, 1997.

[iii] Esta informação foi apresentada com realce durante a divulgação do evento no restante do país, de acordo com uma estratégia de *marketing* aproximando o bloco afro e as indústrias culturais do audiovisual e do mercado fonográfico, mas tendo por alicerce uma crença na imagem pública do Olodum, cuja característica implica artisticidade étnica e entretenimento. Tal legitimidade da banda foi reenfatizada, por exemplo, quando a agência de publicidade faz do grupo musical elemento básico à divulgação da Caixa Econômica Federal ou a Rede Globo de Televisão toma o som do bloco como símbolo de brasilidade, na comemoração dos 500 anos do Descobrimento do país.

[iv] Embora as retome de modo caricatural, as classificações implícitas às representações contidas nesses atos discursivos definem uma conceituação do espaço urbano a partir da dicotomia que separa lugares translúcidos daqueles sombrios, marcados pela desorganização, pela irracionalidade e privação, enfim, a barbárie generalizada. O que aproxima tal lógica de apreensão da crítica de Loic Wacquant, quando analisa a bibliografia sobre os guetos norte-americanos, já que em ambas as situações de discurso o significado do exótico assume natureza diabolizante da alteridade desses espaços edificados e dos grupos sociais que nele convivem, ao se tratar de ver tais regiões urbanas como "um depósito de rebeldia, desvio, anomia e atomização concentrados, repleto de comportamentos tidos como ofensivos às normas usuais da moralidade e aceitabilidade, seja por excesso (como acontece com o crime, a sexualidade e a fertilidade), seja por falta (como no caso do trabalho, da poupança e da família). (Wacquant/1996, p:149). No caso específico do Pelourinho, Ubiratan Castro Araújo descreve o processo no qual o cotidiano de segmentos das classe médias e mesmo dos segmentos populares é dissociado daquela área da cidade e tornado-se estranha, facultando a imagem do "lugar perigoso" (Araújo/1994, p:77).

[v] A categoria de meio técnico-científico é apropriada segundo a concepção de Santos, para quem a configuração do espaço da globalidade é a conjunção entre a artificialização do ambiente, "tecnoesfera", e

a "psicoesfera", entendendo a última como "resultado das crenças, desejos, vontades e hábitos que inspiram comportamentos filosóficos e práticos, as relações interpessoais e a comunicação com o Universo." (Santos/1998, p:32).

[vi] Em 1973, assumiu a Coordenação de Fomento ao Turismo da Secretaria Estadual da Indústria e Comércio. Chegou a presidência da Bahiatursa em três oportunidades e daí foi nomeado secretário da Indústria e Comércio e, depois, da Cultura e Turismo, para enfim presidir a Comissão de Turismo Integrado do Nordeste. Os trechos citados a seguir são extraídos do seu mais recente livro, *Operário do Turismo. Retalhos de Idéias e Pensamentos*, uma compilação de artigos do autor publicados em jornais.

[vii] Certamente algo assim envolve a problematização mais estrita do papel das políticas para a cultura, porém retomarei a questão no capítulo seguinte, no qual estarei recortando o tema das festas populares pelo viés da invenção de tradições na interface com as maneiras de folclorização da "cultura do povo".

[viii] É sugestivo que, hoje, após a reforma, todos os largos e as principais vias da região do Pelourinho estejam batizadas com os nomes desses mesmos personagens de Amado; tem-se lá o Largo Pedro Arcanjo e a Travessa Tereza Batista, por exemplo.

[ix] É preciso evitar um mal entendido. Não estou afirmando que os trabalhos de muitos arquitetos e urbanistas, responsáveis pelos diversos projetos e planos naquela região, estivessem em simetria com os interesses do capital e do Estado. Isto seria um tipo de generalização reducionista pouco heurística da concatenação entre a redefinição do setor cultural e às contemporâneas modalidades de acumulação capitalista – algo suposto no argumento de Zukin quando fala da "*economia simbólica*", hoje, como alavanca que ativa a reordenação espacial das grandes cidades (Zukin/1995, pp: 03-11). Obviamente interferências como as de Lina Bo Bardi, por exemplo, entre outros, não podem ser lidos sob esta ótica. Penso que enxergá-los à luz dos comprometimentos que marcam o anelamento do espaço do Pelourinho à instituição do entretenimento e turismo descortina as constantes apropriações (e sobreapropriações) das intervenções naquele sítio e a ordem peculiar que se forma nesse anel de interdependências funcionais, constrangendo as ações dos muitos agentes num mesmo curso.

[x] Oriundos da área de Administração, os autores dão continuidade ao imaginário sobre "cultura empresarial", atualmente paradigma dominante nesse campo do conhecimento. Textos de autores como Geertz têm sido incorporados, mais ainda outros antropólogos norte-americanos que advogam a perspectiva das redes (ver Feldman-Bianco/1987).

[xi] Aliás, distinção sujeita a atualizações permanentes. Parte da campanha promocional "Todo brasileiro é baiano", implementa pelo governo da Bahia e veiculada nacionalmente na temporada de verão 1999/2000, depoimentos são colhidos de cidadãos de diferentes partes do Brasil ressaltando aspectos da Bahia. Em uma das inserções, tendo ao fundo o prédio do Masp, uma mulher de São Paulo categoriza: "O Carnaval da Bahia é indiscutivelmente o melhor do Brasil". Logo em seguida, no horizonte o Pão de Açúcar, uma carioca complementa: "Carnaval é na Bahia. Aqui no Rio é um show que você paga pra ver. Na Bahia, não, passa o trio elétrico e todo mundo vai atrás".

[xii] Não me ocuparei em detalhar este percurso, afinal essa literatura já o fez com esmero, vale, entre outros, consultar Milton Moura (1987, pp: 10-29 e 1996, pp: 171-183).

[xiii] As condições na indústria são emblemáticas. A população negra na ocupava 83% das vagas na indústria localizada na região metropolitana de Salvador, entre os anos de 1983 e 1989. Porém se trata de uma, de acordo com alguns intérpretes, "proletarização subalterna", já que participava com menor importância nos .setores de maior emprego de capital, como o petroquímico, onde o nível salário alcança faixas mais elevadas e o grau de especialização das atividades é também acentuado. Aí, os 72,7% de negros ocupavam patamares intermediários e de baixa de remuneração, enquanto os 30% compostos por brancos estão

situados nos estágios superiores. A inclusão periférica desta mão-de-obra corresponde ao quadro histórico da industrialização tardia do Estado da Bahia, onde os ramos comercial e financeiro detiveram prioridade sobre os mercados de trabalho (ver Castro e Barreto/1998, pp: 144-47).

[xiv] A referência é à canção *Canto da Cidade*, nacionalmente popularizada quando a cantora Daniela Mercury a regravou em 1992 e sua letra afirma a matriz musical africana como a voz estética de Salvador.

[xv] Diversas são as canções na época tematizando Salvador, como já antes Pixiguinha fizera, porém em outro registro, a saber, no rastro dos cânticos de saudades e das lembranças dos muitos negros baianos migrados para o Rio de Janeiro, desde a década final do século XIX. Durante uma entrevista, o compositor Ary Barroso ressalta a primazia da cultura popular na paisagem da cidade, quando lá esteve em janeiro de 1929. Dizendo-se apaixonado pelos encantos baianos, atribuiu a Salvador a descoberta de seu talento musical: "Outro erro em que incidem é o de suporem que descobri musicalmente a Bahia. Não é verdade. Eu é que me descobri na Bahia. Os seus ritmos, os seus candomblés, seus capoeiras, sua gente em geral, foram uma revelação para mim. Fique tão impressionado que o jeito foi exteriorizar minha admiração através da música." (Cabral/1990, p: 48). Para alguém cuja obra consagra uma imagem nacional festiva e autêntica, calcada nos ingredientes negro-mestiços da simbologia popular, a fala é bem sugestiva.

[xvi] Imagens cujo teor tem homologia com aquelas evocadas em textos consagrados da música popular sobre a capital baiana. Como a canção de Gilberto Gil, *Eu Vim*, celebrizada pela interpretação de outro cantor baiano, João Gilberto: "Eu vim/ Eu vim da Bahia cantar/ Eu vim da Bahia contar/ Tanta coisa bonita que tem/ A Bahia que é meu lugar/ Tem meu chão, tem meu céu, tem meu mar/ A Bahia que vive pra dizer como é que faz pra viver/ Onde a gente não tem pra comer/ Mas de fome não morre, porque/Na Bahia tem mãe Iemanjá/ De outro lado, o Senhor do Bonfim/Que ajuda o baiano a viver/Pra sambar, pra cantar pra valer/Pra morrer de alegria/Na festa de rua, no samba de roda/ Na noite de lua, no canto de mar/ Eu vim da Bahia, mas algum dia eu volto pra lá". Ou *Tarde em Itapoã*, popularizada pela dupla Toquinho e Vinícius de Moraes: "Um velho calção de banho/ Um dia pra vadiar/ Um mar que não tem tamanho/ E um arco-íris no ar/ Depois na Praça Caymmi/ Senti preguiça no corpo/ Numa esteira de vime/ Beber uma água de coco, é bom/ Passar uma tarde em Itapoã/Ao sol que arde em Itapoã/ Ouvindo o mar de Itapoã/ Falar de amor, em Itapoã/ Depois senti o ar frio/ Do vento que a noite traz/ E o diz que diz macio/ Que brota dos coqueirais/ E nos espaços serenos/ Sem ontem nem amanhã/ Dormir nos braços morenos/ Da lua de Itapoã."

[xvii] A "boa terra" é definida pela religiosidade, o misticismo mas, antes, por uma irreverente alegria, carnavalesca, fonte musical do Brasil: "o samba nasceu lá na Bahia/ E se hoje ele é branco na poesia/ Ele é negro de mais no coração", diz a canção de Vinícius de Moraes

[xviii] Tem de se considerar, de início, no caso carioca, que os encontros culturais e confrontos socioculturais aí repercutem o adensamento dos relacionamentos e da diferenciação sociais na cidade, segundo um movimento ambíguo, de difusão de hábitos e divulgação de valores, promovido pelas estratégias ideológicas de grupos hegemônicos, ao lado de formas de exclusão de agrupamentos humanos e seus costumes e hábitos; tentativas de cerceamento à participação e posse generalizada dos bens de cidadania (política e cultural) e as táticas e pressões subalternas de inclusão nessa economia societária de distribuição assimétrica de raridades. Pois já no limiar do presente século, o carnaval do centro da cidade apresentava uma concentração de grupos humanos bem diversos em seu modo de tomar o espaço. Já naquele instante a festa era reconhecida como marca étnica do povo da cidade, exaltada e promovida pelos jornais como democrático e ecumênico momento público de diversão. Não demorou muito para o Estado – no curso de mais de um século de estatização da sociedade – agir sobre este ritual público de diversão com apelos tão agregadores, ao reconhecer nele fonte à legitimação da sua dominação e com ímpetos de homogeneização dos hábitos. Fixa-lhe regra, policia, impõe determinações e promove concursos. Por outro lado, jornais, empresas e outras entidades da sociedade civil o percebe como a vitrine tanto de

exposição quanto, também, de angariar legitimidade. A adoção do ideário em torno do "carnaval civilizado" das grandes sociedades e ranchos esteve no compasso desse circuito formado; o mesmo se deve a perseguição às formas de participação do festejo não inscritas no modelo hegemônico: o jogo do entudro, os cordões e capoeiras e os grupos modestos de fantasiados, são revestidos por uma camada de significados demoníacos moralizantes. Em última instância, encerra-se o culto à beleza no palco iluminado, montado sobre o asfalto da Avenida Central (hoje, Rio Branco), e restringem-se os critérios de participação legítima, nos cânones da diversão estético-artística, ali, durante os campeonatos do Carnaval-Espetáculo. As escolas de samba vêm a reboque desse processo de homogeneização, embora elas também repercutem à sua maneira a re-tradução de muitas práticas, técnicas corporais, formas de exposição e comunicação e símbolos vicejados entre os negro-mestiços, na cidade.

[xix] Diz a canção de Moraes Moreira: "E chame, chame, chame gente/ A gente se completa, em plena alegria/ A Praça e o poeta (...)". A inspiração aglutinadora da música dá conta do princípio democrático da geração do cantor, no que tange à superação das barreiras socioeconômicas e culturais, graças ao apelo generoso e universal da festa popular de rua.

[xx] Principal referência carnavalesca de Salvador, a banda, hoje, compõe um *holding* empresarial atuando nos setores fonográficos, do rádio (proprietário da Itaparica FM), da publicidade e organização de eventos. Além de possuir duas empresas de Bloco de Trio; enquanto o Nana Pipoca se restringe a folia soteropolitana, o Nana Banana percorre o país, durante as 45 micaretas de meio de ano (organizadas em diferentes cidades brasileiras e ainda em Buenos Aires e Miami) e participa dos festejos de São João pelo interior de alguns estados nordestinos.

[xxi] A história mitificada em torno da origem dos blocos aponta a um primeiro, bloco do Fantasma, fundado 1956, por jovens do bairro Santo Antônio, uma área ocupada pelas famílias de pequenos comerciantes ou de militares de baixa patente e outras ligadas ao que chamaríamos de uma classe de rendimentos média baixa. Os jovens decidem brincar nas ruas. Para uns dos fundadores, como Rubinho do Carnaval, isto nunca ocorreu, pois o bloco jamais desfilou no carnaval, "aparecendo de surpresa em outros festejos, como o sábado de Aleluia, daí o seu nome" (*Op. cit.*). Já outros, alegam que o bloco saiu às ruas, contando com corda e bateria indo da rua Chile até o entroncamento da Avenida Sete de Setembro com o Largo do Campo Grande. Ao que parece, as duas versões resultam da discórdia originada pela disputa da liderança da entidade, o que teria deflagrado uma dissidência. Capitaneada por Rubinho, a ala dissidente funda Os Internacionais. Os demais, um ano depois, dão origem aos Corujas.

[xxii] Deflagrada, na temporada carnavalesca de 1999, por uma reportagem do programa Fantástico, da Rede Globo, depois seguido de outra reportagem, mas da revista Veja, a denúncia contra a discriminação de pessoas negras, candidatas ao ingresso em alguns dos blocos de Salvador, chegou ao fórum da Assembléia Legislativa do Estado, onde uma Comissão Pública de Inquérito foi instaurada. Contudo, decorrido mais de um ano, até agora nada de concreto foi apurado e, menos ainda, qualquer decisão a respeito foi tomada.

[xxiii] Mas recentemente, resgatando um procedimento dos anos sessenta e setenta, o bloco Cheiro de Amor tem apresentado como novidade três diferentes fantasias para, respectivamente, os três dias de passagem pelos circuitos da folia.

[xxiv] A média difere um pouco daquela apresentada por Miguez (1996, p: 77). Tomei por base dados colhidos juntos aos sete mais procurados blocos e os comparei aos resultados da pesquisa realizada pela Coopesquisa no Rio de Janeiro, em janeiro de 1999. Consultando um universo de 400 pessoas entre 18 e 30 anos, das Zonas Norte e Sul da cidade, a pesquisa demonstra que 18% (14% homens e 3% de mulheres) deles passaram carnaval em Salvador (Jornal do Brasil/07-02-1999).

[xxv] Meu aluno na disciplina de Introdução à Sociologia, o jovem compõe, do ponto de vista socioeconômico, um cidadão de uma família de rendimento médio (filho de uma médica e de um pequeno

empresário). De acordo com a pesquisa recente, ao lado da Faculdade de Medicina, o curso de Direito acolhe o maior número dos alunos oriundos das classes de rendimentos médio e alto (ver Queiroz e Santos/1998).

[xxvi] O circuito aludido tem haver na sua conformação com as transformações agudas deflagradas no campo do mercado fonográfico, desde a década de setenta. Como demonstra D. Paul Lopes, a partir da experiência dos Estados Unidos – que o Brasil só conheceu na segunda metade da década de oitenta – nos últimos trinta anos, houve a incorporação do *sistema aberto* pelas grandes empresas fonográficas. Daí ganhou impulso a nova tendência nos planos, respectivamente, da organização da produção e do mercado fonográfico do disco. Os conglomerados empresariais vão, desde então, exercer o controle sobre a fabricação, a distribuição e os meios de divulgação, sobretudo com a reestruturação da programação das rádios FM e com a emergência das produtoras de vídeos. Na contraface, absorvem selos subsidiários, produtores e artistas independentes. Para o autor, deste modo conseguiram, embora se tratasse de um mercado monopolizado, assegurar a renovação das suas produções, tendo o apoio da inovação e diversificação da música popular (Lopes/1992, pp: 56-71; em se tratando do mesmo fenômeno Brasil, ver Dias/1997).

[xxvii] De acordo com o entrevistado, Chico Recarey tem vínculos com a máfia espanhola, agenciadora de negócios de entretenimento básicos à lavagem de dinheiro proveniente da exploração da prostituição, da venda de drogas e do jogo de azar. O próprio Mazzey faz referência a relação que se estabelece entre hotéis, casas noturnas e os DJs, para intermediar o comércio sexual no Rio de Janeiro, aproximando turistas e mulheres e como as ramificações deste negócio apresentam horizontes bem mais largos. Lembra das mulheres brasileiras que são levadas para as boites de Palma de Maiorca, onde Mazzey esteve trabalhando por alguns meses.

[xxviii] Extensão, atualmente, apresentada nas tomadas aéreas da televisão, quando as câmeras saem do Terreiro de Jesus até Ondina, exibindo imagens de um continuam, como se fosse um imenso tapete de gente e cores.

[xxix] Ao longo dos três últimos anos, os camarotes em cada um dos circuitos da folia ultrapassaram o número de 100 e o aumento no valor dos preços tem restringido o acesso a empresas de eventos locais e de outros Estados, principalmente de São Paulo. Estas depois comercializam individualmente o lugar nesses espaços. Em 1999, por exemplo, em torno do apresentador de televisão Faustão e da banda É o Tchan!, a empresa de eventos culturais Bicho da Cara Preta montou o camarote *Point* da Avenida, em uma área de 2 mil metros quadrados, localizado no circuito Avenida (entre a Avenida Sete e a rua Carlos Gomes), contando com serviços de bar e restaurante. Ao pagar pelo acesso ao camarote, o consumidor recebia um abadá para participar do bloco É o Tchan!. Deste espaço, Faustão apresentou flesh em rede nacional no interior da programação Rede Globo, entrevistando artistas e apresentando atrações musicais locais.

NA "CAPITAL DO FORRÓ","INVENÇÕES" E REINVENÇÕES DE TRADIÇÕES SERTANEJAS

Mas é justamente aquele relativo isolamento em que viviam as culturas tradicionais que
garantia a unidade e preservação de um estilo. Nos tempos modernos, verifica-se o contrário:
pluralidade e internacionalização de estilos, num processo de renovação constante, que se pretende sempre surpreendente.
(...) são toda as formas passadas de tradição que ostentam os sinais do desgate;o mundo se faz uma "aldeia global", num processo que indica irreversível. Somos levados a crer, por isso, que é o próprio conceito de tradição – e não apenas as suas formas concretas - que passa a manifestar transformações em seu sentido último. E o mais grave indício disso está precisamnte na profunda modificação que se está verificando hoje no caráter regional da cultura. Ainda que não se trate da abolição do regional, a sua contrapartida se faz sempre mais e mais presentes e atuantes:
o mundo tende a ser um sistema. No passado, o regional acolhia em seu seio o absoluto. Hoje, o sistema expulsa esse mesmo vocábulo.
O Conceito de Tradição (Gerd Bornheim/1987, p: 25)

Como aludimos no Capítulo I, a reflexão sobre as transformações no processo econômico capitalista nas últimas décadas tem atentado, antes de mais nada, seja à reorientação na ponta dos investimentos do capital na direção do sistema produtivo e de consumo de bens imateriais seja à natureza descentralizada e flexível da organização da própria produção. De um modo geral atravessa o conjunto dos trabalhos a premissa de que o exercício da produção está agora fundado sobre e perspassado pela expectativa da comunicação eficiente, enfim, comunicar consiste no motor e ao mesmo tempo no deságüe pretendido. E a fremente circulação dos fluxos ganha prioridade nos planos culturais, políticos e econômicos e decide a sorte das

contemporâneas modalidades de dominação e estruturas hierárquicas de pessoas e grupos, como sintetiza Bauman: "No mundo do pós-guerra espacial, a mobilidade tornou-se o fator de estratificação mais poderoso e mais cobiçado, a matéria de que são feitas e refeitas diariamente as novas hierarquias sociais, políticas, econômicas e culturais em escala cada vez mais mundial." (Bauman/1999, p:16).

É nessas condições que a informação e o conhecimento adquirem *status* de bens sobremaneira valorizados na acirrada disputa incrementada pela viabilidade de navegar nos canais do ambiente da globalidade. Certamente a inserção não negligencia o acúmulo anterior de capitais simbólicos e econômicos, o que incide também para o posicionamento na escala hierárquica das relações sociais, porém os dispositivos de acionamento e controle dos fluxos possuem teores distintos e revestem de características próprias tanto as estratégias de manutenção do *status* dos segmentos sociais estabilizados quanto às alternativas de ascensão de grupos emergentes ou ainda das táticas de sobrevivência dos marginalizados, na contrapartida dos modos de exclusão e até eliminação de pessoas e formas de vida. É justamente este o aspecto que tenho enfocado neste trabalho, reconhecendo o entretenimento como um mecanismo institucional da sociedade de consumidores, vigente na complexidade do conglomerado das suas interdependências funcionais de extensão indefinida. Tem sido alvo do nosso interesse saber como a constituição das territorialidades dos lugares turísticos faz contracenar, em um mesmo espaço social e no escopo da economia do lúdico, os aportes hegemônicos da temporalidade moderna com móveis étnico-históricos das diferentes matrizes culturais populares e com as formação e memória da nação brasileira, ao longo deste século. Em relação à experiência de Caruaru, o argumento a ser desenvolvido procura advogar que a chave à compreensão aí do processo de modernização turística está de acordo com as maneiras diversas de apropriação do elemento mesmo da tradição sertaneja inventada e reinventada, tendo nos festejos juninos o *locus* e o desfecho dos intercruzamentos.

INVENÇÃO DAS TRADIÇÕES SERTANEJAS

Porque é feriado no dia 24 de junho, data comemorativa a São João, na maioria dos seus nove estados, a semana dedicada aos festejos no Nordestes mexe com o cotidiano regional, ou melhor, reanima os contornos da regionalidade nordestina[i]. Por isso, a atmosfera instaurada nas estações rodoviárias de grandes cidades como Salvador – onde o pesquisador está sediado – é um termômetro do impacto da comemoração na experiência da região: seja no movimento das pessoas embarcando para as cidades interioranas ou para estados próximos ou as vestes dos funcionários de algumas das companhias de ônibus. Por exemplo, em 1999, a empresa Itapemirim ilustrou coloridamente as camisetas dos seus empregados com motivos juninos, para complementar a frase "A Itapemirim leva você ao maior São João João do Mundo." Aliás, durante todo o período junino, os guichês da empresa estiveram decorados também com bandeirinhas, balões e correntinhas de papel colorido. Além disso, ao entrar no ônibus, os passageiros recebiam junto com o *kit* refeição um número da revista de bordo da empresa, Na Poltrona. A edição daquele mês dedicava a capa e dava ainda, no escopo do periódico, amplo destaque ao confronto simbólico entre Campina Grande e Caruaru: "Quem ganha a guerra da alegria no forró?". O texto da reportagem situa para o leitor-passageiro Caruaru no espaço geopolítico e no interior da memória cultural e mais propriamente festiva brasileira – o Carnaval é o parâmetro do calendário lúdico –, para daí iluminar os atrativos programados que a torna rival da cidade paraibana, pelo título do lugar aonde se brinca o melhor São João no país:

> Para os pernambucanos, ela é a "Princesa do Agreste". Mas seus moradores preferem lembrá-la como a "Terra de Vitalino", o ceramista que imortalizou no barro os tipos populares do Nordeste, como o cangaceiro, o vaqueiro, o tocador de pífano ou zabunteiro. Mas para as 500 mil pessoas que a visitam no mês de junho, Caruaru é mesmo é a capital do forró. Desde de o 29 de maior que a cidade virou uma grande quermesse, suas ruas são um folguedo só, e o som do forró pé de serra faz levantar a poeira no meio do arrasta pé. A cidade, que fica a 130 quilômetros do Recife, tem no São João a sua festa mais popular. As comemorações são tantas, que exigem 30 dias de festa.
>
> Se você está no Nordeste ou com viagem marcada para a região é bom dar uma esticadinha e aproveitar os festejos juninos de Caruaru. Eles até lembram o carnaval de Recife e Olinda, de tão animados. Mas o que se ouve em Caruaru é o baião, o xaxado e o forró. A festa tem proporções gigantescas, e os caruaruenses se orgulham da maior fogueira do mundo, a maior pamonha, o maior pé de moleque e até o maior cuscuz. A cidade já até se mobiliza para ingressar no livro Guiness do Recordes, diante de tanta proeza. A proeza maior, no entanto, é segurar o forró e a animação da festa por um ano inteiro. As atrações são muitas e variadas. Entre elas estão as chamadas "drilhas", que

estão para o São de João de Caruaru como os trios elétricos para o carnaval de Salvador. Elas têm carros de som monumentais, cordões de isolamento, segurança e arrastam mais de 3 mil foliões. Pelas ruas da cidade desfilam no mês de junho a Babydrilha e a Trokadrilha (dia 12); a Machadrilha (dia 13); o Forrodog, a Gaydrilha e a Motodrilha (dia 9); Sapadrilha (dia 20); Piradrilha (dia 23) e por fim a Galinhadrilha (dia 24).

Além desses trios elétricos juninos, há pelo menos uma centena de autênticas quadrilhas que pipocam em todos os recantos da cidade. Mas bom mesmo é ficar no Pátio do Forró, onde estão as atrações não menores, pois no seu palco haverá nove grandes shows, todos de graça. Eles começam no dia 29 de maio, com Elba Ramalho, e prosseguem até dia 29 desse mês. Entre as principais atrações estão as bandas Cavalo de Pau (dia 12) e Mastruz com Leite (dia 23), além da forrozeira Marinês (dia 29), o forrozeiro Flávio José (dia 26), o cantor Jorge de Altinho (dia 19) e até Alceu Valença, que operou-se no mês de maio, mas já prometeu que, apesar da cirurgia, vai animar Caruaru. Como se todas essas atrações não bastassem, a festa tem um desfile de carros alegóricos (dia 23).

Além disso, a festa de Caruaru tem outras atrações como a Orquestra Sinfônica (dia 6), o encontro nacional de baloeiros e fogueteiros (dia 12), o Encontro de Sanfoneiros (dia 18) e até a caminhada do forro, no dia 13, quando sanfoneiros, zambuteiros e forrozeiros percorrem nove quilômetros do Pátio do Forró até o Alto do Moura, onde moram os discípulos do Mestre Vitalino. A festa só se encerra no dia 29, com a queima da maior fogueira junina do mundo (dez metros de altura).

Em Caruaru, não deixe ainda de visitar a famosa Feira de Cerâmica do Alto do Moura e admirar os trabalhos em cerâmica dos artistas populares.

Uma viagem divertida e musical é pegar o trem do forró no Recife, para chegar a festa da cidade. O trem tem seis vagões de passageiros, e vários trios buscam manter os turistas no clima da festa. A diversão é garantida durante toda a viagem pelo agreste pernambucano. (Na Poltrona/ junho de 1999, pp: 11-2).

Mas ou as armas mobilizadas por Caruaru sejam aquelas acionadas por Campina Grande, a mesma redação assevera: "Este duelo que todo o ano dá sempre empate, mostra muita música nordestina, muito forró para todo mundo arrastar o pé, e sobretudo, alegria de sobra...É um dos períodos mais importantes para a cultura nordestina." (*Op. cit.*, p: 08). Enfim, as atualizações apenas consagram tradições regionais agrupadas pela ocasião das sociabilidades festivas do período junino em nome da alegre diversão aberta aos mais diversos interessados. Por isso, não é difícil reconhecer sempre algum sinal referente à data comemorativa. Na rodoviária da capital pernambucana, por exemplo, além da decoração, cartazes promovem a festa de Caruaru. Se, no caminho para esta cidade, por algum tempo a paisagem traz os velhos engenhos do açúcar imortalizados por Gilberto Freyre, à medida que o ônibus se desloca, o trajeto íngreme insinua o Agreste na vegetação escassa com seus galhos retorcidos e no relevo mais acidentado, tendo um céu ardentemente azul. Os signos

juninos são um traço de continuidade, a despeito da descontinuidade geomorfológica. Assim, substituindo o ondulado verde dos canaviais, os tons pardavascos tingem campos de pastagens, um dia percorridos por vaqueiros coloniais, sob uma penumbra foveira levando as rês para o litoral ou inventado a "civilização do couro", onde o messianismo e folclore deram cores próprias à ressequidão, singular em relação à maciez litorânea. A memória das canções de Luiz Gonzaga é incontornável: aquelas falando do sertanejo migrado para o Sul; ora o lamento da partida ora a saudade do torrão resistente mesmo feliz. A umidade também diminui na contrapartida de uma cena mais rústica tanto no sítio geográfico quanto na arquitetura do casario das cidades e vilas margeando a estrada. Porém os fios de alta tensão da rede aérea de eletricidade e as imensas torres de televisão, próximas de Gravatá, acenam certa contigüidade. É curiosa a visão dessa cidade, pois bangalôs em tijolos de cerâmica espalham-se entre a fauna rasteira espinhosa em um sinuoso sítio e assim, junto com o sol abrasivo, conferem à paisagem algo um tanto delirante, espécie de simulacro do Tirol no Agreste. Mesmo aí os signos juninos norteiam todo o percurso na BR 323, rebatizada como a "Rota do Forró", pela Secretaria Estadual de Turismo de Pernambuco; ora são casebres enfeitados com bandeirolas coloridas, tendo fogueiras a espera das chamas, ou são faixas anunciando eventos festivos de Caruaru.

Alastrando-se pela ondulação do relevo que se perde na intangibilidade, com seus quase 500 mil habitantes, Caruaru aparece: é uma larga mancha de edificações baixas, no meio das quais despontam alguns arranha-céus e tendo no alto do monte outras torres de telecomunicações. Paisagem ruiva, aguçada pelo sol e sintoma da matéria-prima básica à consagrada tradição ceramista do lugar. Toda a via cujo destino é o centro da cidade ganha decoração aérea, enfeitada por balões cenográficos ancorados no alto dos postes do canteiro central, que separa as pistas. O impacto junino também é ressaltado nas 14 unidades hoteleiras existentes na cidade, as quais trabalham nessa época do ano com pacotes fechados para turistas. A disputa por vagas é muito acirrada. Os visitantes, logo ao desembarcarem e se acomodarem, têm acesso aos *folders* informando o calendário de eventos no Vale do Tauá e a programação geral dos festejos juninos na cidade, iniciados no dia 29 de maio, com a partida do "trem do forró" da estação no Recife. Nessas peças de divulgação sabe-se

da homenagem ao radialista Lídio Cavalcanti, além do fato de que a "Capital do Forró" convida ao "participante" que "Acenda a fogueira do seu coração". Para isso, na foto oficial, aquecidos pela fogueira ardente, um casal de jovens quadrilheiros sorridentes diante de uma igrejinha iluminada. Ou ainda, os turistas e nativos são informados tanto pelo videoclipe oficial quanto pela vinheta promocional da festa da TV Asa Branca (repetidora local da programação da Rede Globo). A emissora insere o evento na sua grade de programação, algo semelhante ao que faz a Rede Globo e a TV Bahia com o carnaval. Imagens de anos anteriores, com tomadas aéreas panorâmicas informando a respeito da grandiosidade do festejo, dão o tom das chamadas que ressaltam a variedade de atrações a serem focalizadas, a saber, os desfiles de drilhas, a dança das quadrilhas, a chegada do "trem do forró", os shows de grandes estrelas, etc.

O passeio pela área central da cidade tem como destino para o visitante o centro nervoso do São João de Caruaru, o Pátio de Eventos. Além da Vila do Forró, reprodução cenográfica do que seria uma comunidade sertaneja, originária do atual município, é obrigatória a visita ao Museu do Barro, dedicado ao célebre artesanato ceramista da região. A cena das peças de cerâmica em torno da figura do lendário artesão Mestre Vitalino está esculpida em uma parede, entre um lance e outro das escadas do prédio. No mesmo espaço, recentemente foi inaugurado o Museu do Forró Luiz Gonzaga. Ali estão expostas nas vitrines fotos, objetos pessoais e discos do "Rei do Baião", acompanhados de textos-legendas de caráter didático em sua redação, apresentando a trajetória do artista. Igualmente textos-legendas, fotos e cenários reproduzindo aspectos do artesanato e da culinária locais evocam a história dos festejos juninos na cidade. E discos gravados em épocas e por distintos artistas revelam a perenidade do repertório rítmico-musical que anima o folguedo. É clara a intenção da proposta de ambos os museus em resgatar duas personalidades notáveis das tradições culturais sertanejas do Nordeste, como o artesão Vitalino e o sanfoneiro Luiz Gonzaga. Porém o que é decisivo aqui são as condições sócio-históricas postas a esse resgate na articulação com o principal atrativo turístico da cidade, como sugere o texto da reportagem acima transcrito, exatamente o evento festivo do São João de Caruaru – outra tradição local enraizada na vida rural do povo sertanejo, algo

sinalizado pelos signos de rusticidade do cenário A Vila do Forró. Por isso, o presente capítulo tem como o eixo a problemática em torno da reinvenção de tradições mas dentro da iniciativa de estudar o tema da cultura do Brasil pelo viés da reciprocidade entre festas populares e entretenimento-turismo.

É incontornável desde logo não deparar com o seguinte conflito. Vimos na Introdução e no Capítulo II os dilemas que pautam muitas das discussões no país a respeito da cultura popular e folclórica pela clave do viés "tradição versus modernidade"; tais dilemas estão regularmente orbitando em torno ou da denúncia ou da insolvência de uma tradição acuada, isolada e defensiva diante da avidez com a qual o moderno se apropria do seu ambiente ou o lamento devido a mutilação da tradição nas engrenagens da modernidade, ou ainda o aplauso apressado pelo resgate, reconhecido enquanto espécie de sopro renovador do moderno, ao ser o responsável pelo retirar do tradicional a letargia paralizante, que o destinava ao soçobro. Em termos mais concretos. Por exemplo, o turismo e a ação das instituições de comunicação seriam modalidades nocivas à sobrevivência da autenticidade popular, porque a encurralaria numa encruzilhada, ao ter diante de si espinhosas opções: a fossilização museológica ou a diluição dos contornos próprios ao aceitar a integração no sistema cultural e socioeconômico hegemônico. Vejo vítimas de uma mesma armadilha tais asseverações, quando reificam a noção de identidade sociocultural[ii], raiz da estrutura cognitiva sobre a qual estão alicerçados os argumentos. Pois aí, independente do modo como dela se apropriem agências e agentes tão distintos, a tradição mantém-se igual a si mesma à maneira de um ente, imutável e estruturante – espécie de forma platônica ou da sociedade na teorização parsoniana. Do ponto de vista lógico, é como se as oposições binárias funcionassem tal qual dispositivos que fixam os termos em lugares conceituais absolutos e os sistematizam num conjunto dentro do qual a contradição é sempre algo externo e patológico. Em termos do debate sobre a cultura popular, considero os fundamentos desse dilema no modo como sócio-historicamente as teias societárias se vão configurar institucionalmente na delimitação dos lugares conceituais. Sintetizo meu argumento. A classificação folclórica do popular, ou a classificação mesma como cultura popular, implica assim no eixo sobre o qual se ergue a legitimidade de um segmento de práticas destacadas

do mundo social cotidiano na modernidade. Pois tal categorização corresponde à racionalização discursiva de ímpeto tradicionalizante e antiquário, levada a cabo por intelectuais (acadêmicos, jornalistas, romancistas e outros). Racionalização esta básica à sistematização e ainda para conferir sentido próprio às práticas e símbolos, dispondo-os antagonicamente ao "moderno", aos identificá-los à tradição. Distingue-os e delimita é o traço diacrítico que unificaria uma multiplicidade de fenômenos, tendo por característica comum não apenas o rústico e mesmo o primitivo arcaizante, mas estando embasada seja no teor étnico (e racial) da "origem comum" lhes particular ou na indicação de igual origem sociológica no seio coletivo do "homem do povo" (seja de perfil classista ou não) ou no engate de um e outro (ver Ginzburg/1987, pp: 16-7).

No que concerne às práticas identificadas à cultura popular na contemporaneidade, entretanto, não se trata mais tão-somente da preservação ou resistência diante do trabalho corrosivo do tempo moderno, nem tampouco da luta ante a marginalização[iii]. Como temos acompanhado, em muitos dos casos, agora os protagonistas desta cena popular são saudados pela habilidade em promover excitações pacíficas, "estéticas". Não que o preconceito seja substituído por afirmações mediadoras entre o respeito à diferença e a consagração de uma visão de humanidade única na sua diversidade; há uma permuta de significados racistas, idilizantes e, ao mesmo tempo, humanistas e consagradores nodal à produção da imagem pública desses mesmos corpos e produtos humanos notabilizados por valores e símbolos, uma vez mais os extraindo seletivamente do mundo social comum, redefinindo-os como tradição popular. Antes da sua veiculação no comércio de signos, portanto, tornam-se tais valores e símbolos imagens e artefatos culturais, para daí serem agenciados pela indústria do turismo e do mercado do entretenimento, de acordo com a inusitada simbiose entre estigma e carisma, já que se situam no lugar da alteridade próxima; são partes de uma não-rotina doméstica. Para o entrelaçamento tanto contribui alguns intermediários culturais, ao divulgar o popular como curiosidade exótica (nas muitas acepções do termo), nos veículos restritos ou massivos de comunicação social, quanto a oficialização de um lugar simbólico, ideológico e mesmo demarcador da função-institucionalização para tais práticas

significantes e símbolos, com atuação decisiva do Estado e do setor empresarial privado. Isto repercute na codificação espetacular das práticas significantes e viabiliza sua profissionalização/mercantilização. Ou seja, a partir deste entrosamento e dotadas da rubrica do folclórico e inoculadas de uma carga estética, as praticas e móveis populares passam a fazer parte da assimetria enraizada na distribuição dos recursos e produtos, consistindo também em raridades no universo cosmopolita da cultura de consumo; são provedores também de encantos e podem compartilhar dos cultos seculares à beleza, como bens de entretenimento.

É nesses termos que falo de reinvenção de tradições, pois as compreendo como resultado de interpelações sobre a transmissão das experiências, quando estas se tornam saberes acumulados como memórias, realizadas por agentes e agências determinados por molduras sócio-históricas específicas. Mas o que está em foco é menos afirmar a constância de um passado exemplar e sim os efeitos que este passado estilizado pode proporcionar sobre as circunstâncias. Para os nossos propósitos analíticos aqui, enquanto construções expressivas, as reinvenções de tradições consistem em dispositivo de controle sociocultural do embate e reciprocidade entre componentes materiais, simbólicos e políticos, que definem fronteiras e dão contornos a sensibilidades coletivas de acordo com as distinções das práticas dispostas como de entretenimento e turismo. Vejamos melhor o que tenho em mente ao falar de reinvenção de tradições, comparando-a com a proposta sobre as "invenções de tradições". Para o historiador Eric Hobsbawm, a categoria "invenção de tradição" se volta para os processos históricos e simbólicos que consistem na regulação por regras implícitas ou mesmo aceitas de um conjunto de práticas com a finalidade de assegurar a internalização subjetiva de "certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado." (Hobsbawm e Ranger/1997, p: 09). A perspectiva marxista da luta de classe ressoa quando o autor acrescenta que, a tendência para estabelecer a continuidade se faz com um passado histórico já apropriado. O alvo das suas observações são as iniciativas de perpetuação da dominação burguesa manifesta no Estado nacional. Assim, entende, são dinamizados procedimentos ideológicos devotados à perenização da nação como um dado que escapa as vicissitudes históricas da modernidade e se

inscreve numa seqüência temporal cuja origem é um horizonte profundo, até a-histórico. Ou melhor, a história se converte num álibi poderoso, na medida em que afiança a antiguidade da novidade:

> Não nos devemos deixar enganar por um paradoxo curioso, embora compreensível: as nações modernas, com toda a parafernália, geralmente afirmam ser o oposto do novo, ou seja, ser comunidades humanas, "naturais" o bastante para não necessitarem de definições que não a defesa dos próprios interesses. Sejam quais forem as continuidades históricas ou não envolvidas no conceito moderno da "França" e dos "franceses" – que ninguém procuraria negar - estes mesmos conceitos devem incluir um componente construído ou "inventado". E é exatamente porque grande parte dos constituintes subjetivos da "nação" moderna consiste de tais construções, estando associada a símbolos adequados e, em geral, bastante recentes ou a um discurso elaborado a propósito (tal como o da "história nacional"), que o fenômeno nacional não pode ser adequadamente investigado sem dar-se a atenção devida à "invenção de tradições." (*Op. cit.*, pp:22-3)

De acordo com a visada de Hobsbawm o que é crucial para tais invenções é o deslocamento das práticas do mundo social comum, trasladando-as ao terreno genérico de sinais de uma "comunidade", em torno da qual valores comuns devem ser compartilhados como obrigações de caráter moral. A garantia de eficácia simbólica dos artefatos inventados estaria justamente no distanciamento em relação as inconstâncias, as diversidades e os enfrentamentos de interesses entranhados no cotidiano. E embora reconheça em outros contextos sócio-históricos modalidades de invenção de tradições, ao seu ver os últimos 200 anos no Ocidente são pródigos, porque neles ganham maior intensidade os pressupostos necessários à implementação desses processos, afinal é "quando uma transformação rápida da sociedade debilita ou destrói os padrões sociais para os quais as 'velhas' tradições foram feitas, produzindo novos padrões com os quais essas tradições são incompatíveis; quando as velhas tradições, juntamente com seus promotores e divulgadores institucionais, dão mostras de haver perdido grande parte da capacidade de adaptação e da flexibilidade; ou quando são eliminadas de outras formas." (*Op. cit.*,p: 12)[iv].

Apesar de considerar pouco convincente a distinção estabelecida por Hobsbawm entre tradições "genuínas" e as "inventadas", afinal tratam-se uma e outra de formulações simbólicas ensejadas no terreno das relações sócio-humanas e das convenções daí decorrentes, vejo na elaboração do historiador uma sugestão preciosa

para os nossos propósitos neste trabalho. A partir da sua contribuição, é possível reinterpretar também o significado da "entrega" – de uma geração a outra dos valores que impregnam a totalidade do comportamento humano –, contido na noção de tradição (ver Bornheim/*Op. cit.*, pp: 18-9 e 20). De modo, assim, a ultrapassar a dicotomia entre permanência e ruptura, percebendo o significado desta "entrega" ancorado na maneira como alguns traços permanentes se atualizam no movimento mesmo da ruptura, isto é, como permanecem mas agora dotados de ingredientes outros que os redimesiona, seja no seu alcance e teor significacional seja na infraestrutura sociológica que os engendra. Não obstante reconheça que as formações socioculturais vão bem além das intervenções de agentes especializados no campo simbólico e, não se reduzem aos arremates ideológicos que enquadram as mesmas intervenções em programas políticos ajustados a projetos de construção de identidades. Porém não se pode desconsiderar os efeitos destas intervenções na confecção das molduras identitárias modernas. É desta perspectiva que pretendo angular minha análise neste capítulo. Ou seja, penso que o adequado é pensar a potencialização da reinvenção de tradições sertanejas em Caruaru no andamento da invenção dessas tradições de características regionais e tendo por referência o quadro da mudança de estágio societário, que as incluem cada vez mais nas teias de interdependências funcionais extensas da economia do lúdico e nas fronteiras dos territórios do entretenimento e turismo. Diria, então, que se nos procedimentos de invenção de tradição a motivação está na perpetuação da novidade, os de reinvenção para fins de entretenimento e turismo o acento recai na compatibilização do "novo" com o "antigo", incorporados como álibis da extraordinariedade do instante eventual e hedonista da diversão, instante ainda assim regulado pelo tempo social do lazer na sociedade de consumidores, mediante os seus dispositivos institucionais. Visando conferir maior concretude ao viés de análise aqui adotado, retenho a atenção sobre alguns dos produtos das mediações institucionais que trazem o evento de Caruaru para o domínio de públicos ampliados.

Pois em um dos textos elaborados pela Secretaria de Turismo de Caruaru, com a finalidade de divulgar a Festa de São João, em 1998, é explicado: o termo "forró" corresponde à corruptela da palavra "forrobodó", cujo significado consiste em

"festança ou baile popular onde há grande animação, fartura de 'comes e bebes' e muita descontração." Originadas no século XIX no Nordeste do país, estas festas improvisadas teriam aninhado um repertório composto de ritmos musicais e de danças, como o xote e o baião, todos enraizados nas matrizes populares coloniais, reunidos na origem rural, comum, povo sertanejo. Disseminadas, essas situações de sociabilidade festivas, também conhecidas como "arrasta-pé", ganharam grandes dimensões, ao ponto de o forró configurar todo um gênero musical. Acrescenta a redação: entre as suas diversas facetas, a versão mais "autêntica" é o forro "pé-de-serra", obtido pela combinação de três instrumentos – a sanfona, a zabumba e o triângulo. Ainda segundo o texto, no Estado de Pernambuco esta tradição do forró teve por nicho as zonas do Sertão e parte do Agreste. Isoladas do litoral pelas partes altas do relevo, essas regiões teriam favorecido a preservação do traço mais "autêntico" do forró e dos demais elementos culturais nativos. O "sertão" qualifica um distanciamento que o faculta deter os elementos mais autênticos desta cultura popular rural e mestiça, preservando-lhe a dignidade, ao mantê-la de acordo com o que lhe é natural por ser o originário. O "sertão" compreende, assim, um torrão mítico e uma tradição; ambas norteiam as práticas que os atualiza no presente. Situada justamente no Agreste pernambucano, Caruaru destaca-se como "singular pólo de manifestações artístico-culturais" e pode ostentar o título de "Capital do Forró", devido a "autenticidade na vivência dos folguedos que constituem o ciclo junino na região." Também em dos textos-legendas, que acompanham as fotografias que narram a evolução da festa expostas no Museu do Forró, são exaltados os elos da comemoração junina com o ambiente regional, mas dotado em Caruaru da singularidade advinda da participação popular: "As origens do São João de Caruaru estão intrinsecamente ligadas ao contexto regional de festejos populares. O que o diferencia das demais festas do gênero é exatamente a forma peculiar como é vivenciado: a participação espontânea da população que lhe confere ares de genuidade e autenticidade.Revendo a história da cidade, encontramos velhas tradições, herança de tempos remotos – preservados, aculturados, na festa mais tradicional da região." (Fundação de Cultura de Caruaru/1998).

Como sugere outro texto-legenda no Museu, a tradição festiva é perpetuada espontaneamente pelas cadeias geracionais: "Participar ativamente dos festejos juninos é o grande desejo de todo bom caruarense. Desde cedo as crianças aprendem com seus pais o

gosto pelos nossos legítimos valores culturais. Isto nos dá a garantia de continuidade dos nossos festejos." Compartilhar da tradição, para falar de modo durkheimiano, equivale portanto a um imperativo moral e ao mesmo tempo trata-se da maneira decisiva como se constrói a consciência de pertencimento à comunidade caruaruense. E a totalidade daí composta, ao que parece, vivifica-se no "grande arraial" em que se transforma a cidade, aberto aos turistas interessados em participar também da mesma tradição: "A 'Capital do Forró' recebe no calor da fogueira e do arrasta-pé o visitante em busca do autêntico São João. A cidade é um grande arraial e todos se juntam dançando noite adentro. Afinal, aqui são 30 dias de festejos." Em todas essas narrativas, um mesmo fio as conduz à identificação dos festejos de São João em Caruaru com uma sertaneja tradição popular nordestina, cujas origens se perdem na poeira do tempo; importa assim é reconhecer a continuidade possível pela participação do povo que a dinamiza e modifica ("acultura") sem mutilar-lhe a essência, a "autenticidade", isto é, a própria criação espontânea popular. Deste modo todas as inovações acrescentadas à festa apenas dariam conta deste avatar criativo e o museu é justificado como um templo que refaz sinteticamente a memória do gênio popular, perpetuando-o como saber autêntico e anônimo e o consagra como imagem cultural que distingue Caruaru para o visitante como a "Capital do Forró" – ver reproduções dos postais, a seguir.

Em termos teóricos, três problemas estão aqui entralaçados pelo valor conferido à noção de autenticidade. Trata-se, de um lado, da referência que qualifica as identidades das experiências populares como sertanejas; de outro, a conexão dessa referência com os aportes do turismo. Antes de qualquer coisa, um e outro aspecto nos coloca desde já diante do delicado tema da autenticidade, que perpassa o conjunto da literatura sociológica sobre o turismo. Faz-se preciso supor a análise em plano de observação mais amplo. Pois, diante da extensão tomada pela atividade turística e tendo por contrapartida o aumento no volume das viagens desses visitantes ávidos de novidades, desde o final da Segunda Guerra, durante a "Era de Ouro" do Ocidente capitalista, no livro *The Image* Daniel Boorstin reconhece na prática turística uma falsa experiência. Para ele, estaria essa calcada no consumo de simulacros, de uma realidade artefato confeccionada para atender as expectativas geradas pelas programações e publicidades especializadas. Deste modo, Boorstin identifica uma

postura inautêntica e o turismo co-participa da estetização mistificante da realidade, ou melhor, do fabrico de "pseudo-eventos", nos quais prevalecem o clichê e os termos de um conhecimento mediocre (Boorstin/1961, p: 99). Já em 1973, o sociólogo norte-americano Dean MacCannell se propõe corrigir interpretações como as de Boorstin. Retomando o esquema de Goffman, MacCannell sugere o estudo da experiência turística a partir da polaridade ideal-típica entre "frente" ("*from*") e "fundo" ("*back*") mas sem tomá-los de maneira estanques e sim os considerando enquanto termos de um mesmo contínuo. A seu ver, isto permitiria cotejar tanto a dimensão "real" quanto a produzida como "espetáculo", a ser exibida, nos lugares turísticos. Teríamos o plano da autenticidade quando o visitante penetra e se deixa invadir pelas regiões de "fundo", aventura-se no desconhecido e não programado (MacCannell/1973, pp: 589-603). Outra vez, na década de noventa, Marc Augé propõe identificar os lugares turísticos como "não-lugares" e resgata a perspectiva do inautêntico. Sendo marcos da aceleração dos fluxos, emblemática da "supermodernidade", para ele, tais espaços seriam desprovidos de profundidade histórica e afetiva, "já que nada está em seu próprio terreno, porém tão pouco no terreno de outros" (Augé/1993, p:28), ao resultar dos deslocamentos realizados pelas viagens de turistas. Tão-somente ter-se-ia "(...) o espaço dos outros sem a presença dos outros, o espaço constituído em espetáculo, espetáculo em si mesmo atrelado nas palavras e nos estereótipos que o comentam de antemão, valendo-se da linguagem convencional do folclore, do pitoresco ou da erudição." (*Op. Cit.*, p: 29). A figura conceitual do "pós-turista", desenhada por Urry e Lash (1994), a princípio implicaria em uma ruptura com as concepções anteriores. Tratar-se-ia da seguinte situação: enquanto os turistas convencionais, das "massas", seriam alvo de ilusões, o "pós-turista" da pós-modernidade tiraria partido das simulações, penetraria aí como em um jogo de disfarces. Não obstante, vejo a proposição revelar, por um caminho inversamente simétrico, o mesmo dilema presente nos demais autores. Em todos as elaborações, a dificuldade reside em como lidar com a relação, na experiência turística, entre o que é reconhecido como efêmero e artificial e o identificado à sinceridade. Não será este o ângulo do qual trarei o problema nesta pesquisa. Creio que a experiência turística tem por característica precisamente a atitude não da busca de uma autenticidade, mas a participação no jogo das imagens. Isto diferencia o

turista moderno dos viajantes; algo simmeliano, para os últimos a aventura significa a radicalidade de infringir os limites da vida e da morte[v] (ver Simmel/1988). Ao turista moderno a programação é a condição mesma do deslocamento e esta penetra não apenas as rotas mas igualmente o teor dos destinos. Penso que a caracterização desses espaços deve considerar que o lugar de entretenimento e turismo igualmente depende da cumplicidade estabelecida entre as condições étnico-históricas e geopolíticas e os públicos ansiosos pelas imagens de unicidade, no instante de experimentação dos móveis cênicos da paisagem. Frente aos quais, ganha concretude o ideário da escolha, na decisão tomada pelo viajante em relação àquela (s) opção (ões) lhe (s) mais cativante (s).

Quero propor que o lugar do entretenimento e turismo se define seja em razão de consistir em uma descontinuidade temporal, espacial e simbólica, implicada na lógica da dimensão espacio-temporal do ócio (Nicolas/1996, pp: 39-56), na qual se inscreve socialmente a instituição do entretenimento, quanto pelo fato de a sua extraordinariedade corresponder a um permanente jogo com os efeitos do fascínio, no qual a descontração e o autocontrole perfazem a unidade de interdependências configuradora do espaço da experiência da diversão, que atrela mutuamente visitantes e os fatores dos locais e decide o sentido das suas ações e da paisagem. Isto na medida em que tal cumplicidade deflagra uma mobilidade ao não-familiar, ou seja, no movimento em que o agente turista se desloca a esse lugar, sabendo que deverá voltar àquele ponto de partida no término do tempo planejado do ócio. Porém o deslocamento pretendido deve preservar-lhe o bem-estar, na contrapartida da promessa de libertação individual da morosidade cotidiana e mediante a mobilização de artefatos de excitação ou de relaxamentos prazerosos no intercâmbio dinamizado. O que, por sua vez, subentende determinado consórcio entre o extraordinário e o ordinário, o formal e o espontâneo, a brincadeira e a seriedade, o risco e a segurança, o sonho e o real. A especificidade desta liminaridade do lugar de entretenimento e turismo constitui o seu dado sedutor e sua singularidade. O argumento aqui, enfim, consiste em que a rubrica espetacular desses espaços os singulariza como lugares. E consistem lugares temáticos[vi], quer dizer, especializados e funcionais num mapa que os relaciona a outros lugares e dimensões temporais. A tematização necessariamente

está na interface tanto com uma historicidade própria ao anelado de condições que emoldura o lugar e, ao mesmo tempo, relaciona-se com o modo como o espaço é vivido e sentido na sua singularidade estético-espetacular. Modo de experiência consoante com a modernização turística.

Nesse sentido retomo determinada sugestão de Dean MacCannel (1976). Para ele, vimos, no lugar turístico prevalece a encenação, o simulacro. Mas, inspirado na teoria da reprodução técnica das condições de expressão humanas de Benjamin, ao conceber o turismo como exemplar do ímpeto de diferenciação, expansão sistêmica, desterritolização e destradicionalização da modernidade, para o autor, a encenação consiste em uma invenção temática realizada por sistemas peritos visando conferir "aura" aos elementos descontextualizados, em meio à dinâmica da modernização turística para tornarem-se "atrações", distinguindo-os como dotados de uma propriedade lhes intrínseca, irreproduzível, logo, sublime (MacCannell/*Op. cit.*, p: 13): "Há no conjunto das manifestações da retórica do turismo a importância da autenticidade na relação entre turistas e o que eles vêem: isto é a casa nativa típica; esta é a caneta usada para assinar a lei; este é o manuscrito original (...)." (*Op. cit.*, p: 14). Enfim, o lugar turístico seria resultante de uma racionalização em duplo sentido. Seja do ponto de vista weberiano de uma dessacralização, na medida em que os móveis naturais e culturais são ressemantizados de acordo com a diferenciação mesma da sociedade e consciência modernas (*Op. cit.*, p: 15) e recolhidos para o interior do "sistema de atrações" do roteiro turístico. Ou, ainda, devido ao exercício de reflexividade concretizado na estratégia discursiva do *marketing* em atribuir à essa totalidade sistêmica um sentido de exclusividade, por intermédio das combinações da verbalidade discursiva com a visualidade, sons e cheiros. O viés de análise aí sugerido contribui para antever os canais de comunicação entre a sensibilidade dos consumidores de atrações turísticas e os enquadramentos institucionais e sistêmicos que as condicionam socioeconomicamente. Ainda assim, o autor não coteja o fato de o texto turístico consistir em um metadiscurso e, deste modo, relega ao segundo plano o emaranhado dos processos sócio-discursivos, sendo este crucial à confecção da "aura" dos lugares, aura com a qual contracenam a divulgação, o comércio e administração dos produtos do turismo. Da mesma maneira, são deixadas no biombo

as implicações socioculturais e históricas contidas na especificação de um lugar turístico. No caso do nosso estudo sobre os festejos juninos em Caruaru, vejo como igualmente sugestivo supor o intercruzamento de processos de invenção de tradições com aqueles de reinvenção de tradições, inscritos nos posicionamentos de agentes na esfera da cultura de mercado; intercruzamentos viabilizados pela compatibilização de interesses que se pereniza nas políticas públicas para a cultura e nas modalidades de reciprocidade que forjam os elos entre aquelas políticas com os dispositivos do entretenimento e turismo.

Para demonstrar a premissa enunciada, vou reter a temática em torno da "invenção" de uma tradição nordestina, para depois evidenciar as conexões desta com o comércio dos símbolos em Caruaru. A princípio, recorro ao responsável pelos textos transcritos parágrafos acima e, ainda, pela exposição permanente no Museu do Forró, Valmirei Dimeron Porto (Diretor da Divisão de Museografia da Fundação de Cultura de Caruaru). Durante o seu depoimento para o autor (22-06-1999), ele elucida como a concepção de "autêntico" é mobilizada de acordo com a crença numa "tradição nordestina", a qual "resiste e não se ilude com os modismos (shopping-center, malha viária e o crescimento da cidade)". Tradição decisiva à singularidade que se manifestaria na participação espontânea do povo e tem os seus maiores emblemas na famosa feira livre e nos festejos a São João de Caruaru. Vale a pena resgatar sua enunciação:

> Eu me refiro ao "autêntico" quando você o faz de maneira mais espontânea possível. Eu acho que essa nossa *diferenciação* – eu não quero dizer que Caruaru é o único pólo popular de cultura no Brasil. Mas é líquido: a gente percebe a forma como a nossa cidade é olhada por outras pessoas. Nós temos de fato essa característica, o poder público não impõe. É uma cultura popular que existe. A feira ainda é o grande celeiro, apesar das descaracterizações, das inovações que o progresso impôs. Por exemplo, você tem hoje uma feira de artigos importados, do Paraguai principalmente, e isto, de certa forma, toma o espaço dos outros artigos que tradicionalmente eram vendidos na feira. Que continuam. Eu considero que a feira continua como um grande celeiro de arte e cultura e entretenimento. Ela foi invadida em alguns aspectos mas ela tem muito o que resguardar e oferecer. Eu creio que você já viu e vai ver, durante o São João, o quanto a população se envolve, que é o nosso maior evento e você terá uma panorâmica geral do que seria essa nossa cultura. Então a grande diferença é isso: espontaneidade. Por exemplo, as quadrilhas estilizadas, que existem aqui também, mas o nosso forte é ainda cultuar as quadrilhas matutas tradicionais. Assim Recife é caracterizado pelas quadrilhas estilizadas. (É como o bumba-meu-boi do Maranhão é caracterizado pelo luxo. O nosso, não: é o popular mesmo). A nossa quadrilha é a matuta mesmo, o mais próximo de como ela era a cinqüenta ou a sessenta anos.

> Tradição é o que se reverencia, o que se cultua como identidade de um povo. A nossa tradição é essa mesma; a nossa formação é essa. A cidade surgiu de uma fazenda de gado, é uma tradição rural mesmo. É uma origem simples em torno daquele cotidiano e foi se juntando formas de vida, de lazer, formas de fenômenos culturais. Criaram tradições que foram aculturadas, na linguagem que aquele povo conhecia. Então é cultuar isso aí. A tradição estaria nisso, é você reverenciar esses antigos costumes. (itálico meu).

Embora o agente não explique de qual natureza de diferenciação está tratando, ele identifica o elemento-chave à diferenciação local. Na fala de Valmirei as classificações das práticas como populares e sua descendência em uma tradição rural atualizada nos festejos juninos e na feira estão postas imediatamente com a necessidade de preservação, sobretudo visando o culto laico. O museu é portanto o espaço por excelência dessa ritualização, afinal é onde se concretiza a demarcação de uma fronteira que depura a cultura popular de ingerências lhe estranhas. E ainda, ao mesmo tempo, trata-se do *locus* de cultivo e celebração, pois dentro das vitrines iluminadas, a aura do popular ganha visibilidade. Quer dizer, no instante em que símbolos e práticas retiram-se da vida comum e são qualificadas como cultura popular, está assegurada a longevidade da tradição nordestina caruaruense, ou melhor, a fronteira traçada inventa a tradição e esta passa a pertencer ao patrimônio cívico resguardado pelo poder público. As atualizações são então permitidas, em se tratando da cerâmica, com a inserção de novas técnicas e de novas formas de produção, com as demandas do mercado. Porém o cânone deve ser preservado: "Eu não sou contra que haja lá uma inovação. Não pode fazer, por exemplo, frevo, que não é uma característica nossa. O nosso tem que ser o trio de forró, o tocador de pífano, coisa que Vitalino fez cinquenta anos atrás. O grande estilo de Vitalino mas por que não você não experimentar? O próprio Vitalino incursionou por essa senha. O mercado exigiu dele que ele fizesse, por exemplo, as profissiões, a banca de advogado, o delegado, coisas completamente urbanas, diferentes do mundo em que ele vivia. Ele mesmo atendeu ao mercado. E os artesãos, pra sobreviver, é o trabalho deles. Agora a preocupação tem que ser essa: nas nossas reuniões, a gente alerta sempre pra não perder a linha principal, se não se vai tornar a cerâmica como qualquer outra."

Certamente a fala de Valmirei apenas ganha heuristicidade sociológica se nos atermos ao fato de expressar um modo de orientação do sentido da conduta, compartilhado numa relação social. Porém não penso que se trata somente de um

acordo de opiniões ou de uma crença compartilhada mas da expressão discursiva e intelectual assumida por transformações nas "formas de vida", à maneira proposta por Wittgenstein[vii]. Ou seja, estou inclinado a concordar que os impulsos humanos não sendo previamente dado, já que modelados pelas "condições humanas", isto requer que a concordância a respeito da linguagem e dos significados das diferentes maneiras assumidas pela vida esteja subordinada a critérios distintos que acompanham as lutas geracionais e nas correlações sincrônicas entre pessoas e grupos sociais. A autorização para expressar-se e expressar algo de tal forma evidencia uma gramática, regras distintas concebidas nas nuances sócio-históricas da humanidade. O que autoriza ao museólogo classificar a cultura popular como uma tradição apreendida enquanto objeto de culto laico é uma transformação na forma de vida e esta concorre para um outro acordo a respeito de como qualificar certos símbolos e práticas como bens de cultura, deslocados para planos específicos da experiência individual e coletiva institucionalmente controlada, por uma ordem que se enuncia na própria diferenciação do mundo social comum. Vejo como elucidativa, aqui, a premissa quanto o aumento na extensão das redes das interdependências sociofuncionais, com o espraiamento da estrutura urbano-inudstrial e de serviços sobre o território geopolítico da sociedade-nação. No interior desta estrutura caracterizada pelo imperativo da integração e comunicação e da unificação dos códigos, por um lado, e na sua interface com o ambiente e o arranjo sistêmico, os últimos calcados numa intensa diferenciação institucional e simbólica da modernidade, a separação das esferas da existência humana ganha contornos na importância adquirida por algumas dimensões da vida social comum. Assim, a instituição do museu sinaliza para a dimensão do ócio/lazer, estando esta cada vez menos fulcrada no tempo imediato da reprodução material da vida e sim devotada a necessidades de auto-realização (pois distanciada da naturalização da contingência da morte). E, ao mesmo tempo, da ênfase na generalização da cultura como núcleo comum, responsável pela compatibilização dos muitos planos cindidos nas sociedades modernas (ver Gellner/1995, p: 73). Ora isto requer que uma institucionalização haja se processado a fim de que a regularidade em torno de um mesmo sentido das exteriorizações humanas possibilite a permanência dos espaço e tempo sociais demarcados pela

rubrica da cultura. Uma vez mais, o depoimento de Valmirei traz elementos à compreensão desse processo de deslocamento na forma da vida:

> Bom, eu não tenho formação acadêmica. A minha formação foi na prática mesmo. Apesar de nós termos dois convênios, um com a Fundação Joaquim Nabuco e outro com a Fundap (Fundação do Patrimônio Histórico de Pernambuco). E nesse período - já fazem dez anos que eu entrei aqui na Fundação de Cultura -, nós somos treinados por essas duas equipes e o trabalho se deu no campo mesmo. Nós tivemos a primeira experiência com a montagem do Museu do Barro, em 1988.
> Em entrei no momento de criação de três museus. Nós tínhamos apenas um museu na cidade. E foram criados esses três e havia carência de mão-de-obra na área. Conseqüentemente eu tinha essa idéia de trabalhar com museu - não podia ser outra coisa! Eu descobri isso em literatura, pois até então eu não conhecia qualquer museu, por sinal...Então eu vim fazer o estágio e fui aprovado e indicado pela equipe que veio montar o Museu do Barro. E fui incorporado à instituição, automaticamente. Fui o primeiro funcionário e passei a desenvolver atividades de recepcionista. Depois outras pessoas foram assumindo minha função. E eu fui ficando na coordenação. Aí foram surgindo outros fatos. E a única pessoa que poderia assumir as atividades técnicas fui eu mesmo, porque sou o mais antigo funcionário. Ao passo que as coisas foram caminhando, a gente hoje dirige a divisão de museografia da Fundação de Cultura.

Antes de incursionarmos mais detidamente nos elementos presentes nesta fala, de modo sintético descrevo a instalação desses equipamentos culturais em Caruaru, afinal a concretude material aponta ao percurso de distanciamento dos significados culturais do mundo cotidiano e também como, entronado enquanto um mundo a parte, ganhe o *status* de valores comuns na sua generalidade. O primeiro museu da cidade foi idealizado pelo escritor e jornalista João Condé e inaugurado em 1961 e nele estavam várias das peças originais do mestre Vitalino. O prédio foi demolido já em 1965, para em seu lugar ser erguida a atual sede da prefeitura municipal. Das 250 peças doadas ao acervo, sobraram apenas quatro, devido a maneira abrupta e voraz como ocorre o desmonte, alvo de acalorados protestos. Mas em 1971 o mesmo museu é remontado, ao ser criada a Casa de Cultura João Condé. Um ano depois, a casa de Vitalino, no distrito do Alto do Moura, era transformada em museu. De acordo com a intenção de conferir seja maior rigor e regularidade institucional ao resgate, preservação e divulgação da memória cultural de Caruaru, seja também visando oferecer um espaço com capacidade para o desenvolvimento de pesquisas e maior acesso do público leigo, são fundados os Museus do Barro e da Cidade, em 1988, na área da desativada fábrica Caruá. Para viabilizar os dois novos espaços o Museu de Arte Popular foi desmontado. O que restou do acervo de arte popular permanece

guardado. A parte de cerâmica é aninhada no Museu de Barro. Já os objetos históricos foram para o Museu da Cidade.. Ainda em 1985 surge o Museu do Forró, abrigado também na Casa de Cultura João Condé, deslocado em 1999 para junto do Museu do Barro. Como explica o próprio Valmirei, o traslado se deveu a compreensão de que a concentração permite a "facilidade administrativa e de visitação turística".

Tanto o trecho acima do depoimento de Valmirei quanto o percurso de instalação de um sistema de museus em Caruaru deixam entrever uma política cultural sendo implementada e cujo objeto são costumes e produtos da vida das classes subalternas rurais, agora elevados ao *status* de tradição sertaneja. Porém não se trata de um movimento regular; ao contrário, ele é realizado em andamentos diversos, marcados por reveses. Ainda assim permanece o mesmo empenho em proporcionar a montagem da homogeneidade de uma identidade a partir da integração de elementos diversos e dispersos. Para isto se intui que um arco de segmentos sociais está configurando o predomínio de um modo de vida e de pensamento, concatenado ao predomínio de um modo de produção material e simbólico, dentro do qual a multiplicidade de conhecimentos é abrigada numa memória coletiva atualizada e resguardada por seus guardiões especializados. Logo, o mesmo horizonte de valores compartilhados por grupos sociais vários está na contrapartida de uma também especialização acentuada. Então, as instâncias de guarda e consagração da cultura desempenham papel-chave, já que são os fulcros de filtragem de valores, mediação simbólica, legitimação de procedimentos e mesmo de formação do horizonte hegemônico de realidade. A invenção da tradição, portanto, vem no escopo da tendência de racionalização mais ampla das relações sociais. E se realiza de acordo com o grau de perenidade alcançado pela divisão do trabalho social, no interior da qual os exercícios dos agentes da intelectualização, estando instalados em bases institucionais autonomizadas, gozam de legitimidade para moldar a consciência teórica e prática sobre a heterogeneidade dos elementos simbólicos da memória coletiva a ser transmitidos. Isto, ao encerrá-los em uma única moldura que condiciona a sua significação como herança de um mesmo passado a ser celebrado no presente, já que afigura-se como a forma originária da identidade de uma coletividade.

Em termos mais palpáveis, quando Valmirei diz que desde de criança se "identifica com o folclore, com a arte popular, com a história da sociedade" e se sente chamado pela missão de "guardar, preservar e difundir", implica também que a separação entre campo e cidade e a diferenciação das relações sociais e a autonomização institucional já se acentuaram o bastante para ele reconhecer ali um outro tempo, merecedor de cuidados com a finalidade de proteger a memória coletiva e manter acesos os contornos identitários da comunidade caruaruense. Além disso, a realização das mediações é cada vez mais obra de especialistas, na contrapartida do distanciamento entre os tempos sociais, do aprofundamento da distinção entre as esferas da existência e das clivagens políticas entre os grupos em disputa pela efetivação e legitimação das vontades. Ora se as iniciativas de compactação ideológica das diferenças e antagonismos nas sociedades modernas acontecem com regularidade no campo cultural, com o predomínio da participação do Estado, o atendimento de talentos como o de Valmirei e do ideário que o anima ocorre com a montagem de uma infra-estrutura de serviços voltados para a cultura, numa inter-relação dos planos do poder estatal local, estadual e nacional, o que viabiliza a circulação de técnicas e informações decisivas à formação de quadros, muito embora a mão-de-obra não detenha graus mais sofisticados de formação, isto é, acadêmico.

Ao mesmo tempo, o ideário compartilhado por Valmirei constitui o fundo ideológico das instituições de preservação e difusão da cultura e resulta dos entrelaçamentos de valores, móveis simbólicos e alianças entre grupos e classes sociais que formam o arco cultural, político e econômico sobre o qual a tradição nordestina ganha concretude e se materializa na estrutura social urbano-industrial e de serviços da sociedade-nação e é penetrada pelos valores da cultura brasileira e pelo tema da identidade nacional. Em grande medida, a fonte desse ideário consiste nas interfaces das profecias estéticas e políticas do modernismo com o seu posterior comprometimento com as políticas públicas de construção de uma memória nacional, com repercussões na atitude folclorista e na postura antiguária dos agentes pioneiros do patrimônio público (Falcão/1984, pp: 23-39 e Fonseca/1997, pp: 87-142). Uma das vertentes deste ideário é o posicionamento regionalista com ampla base social no Nordeste do país. Sedimentação de mentalidades de caráter doutrinário que

acompanha o rastro das celeumas e elaborações intelectuais e artísticas em torno da questão regional nordestina, desde a metade final do século XIX, diante do re-posicionamento da região no contexto da sociedade nacional, isto é, sua particularidade étnico-histórica diante da hegemonia exercida pelo Centro-Sul e frente à disparidade nos níveis de desenvolvimento socioeconômico entre as regiões do país. A atmosfera regionalista, portanto, inspira iniciativas em segmentos nos quais o consumo cultural e as questões da formação identitária artística está comprometida com o reconhecimento de uma imagem de pertencimento a uma coletividade brasileira mas na sua particularidade nordestina, complementar e antagônica à centralização nacional. Quer dizer, obedece a critérios inscritos na luta pelo o poder de grupos nativos em redefinir o *status* do espaço regional no interior englobante da sociedade-nação, centralizada no eixo Rio-São Paulo (Bourdieu/1980, pp: 63-72 e Oliven/1998, pp: 67-72).

Como já assinalado na Introdução, o tema da cultura popular vai, desde a primeira metade do século XX, assumir contornos em muito sintonizados com as fraturas regionais e as batalhas ideológicas que as manifesta. Vimos, na Introdução, os desencontros entre as gerações de intelectuais nas primeiras décadas deste século. Os modernistas da primeira geração se empenharam na defesa do popular, porém sob a perspectiva do nacional, em detrimento das versões regionalistas, as quais consideravam subordinadas as forças "arcaizantes", tanto políticas quanto culturalmente. Justamente em Pernambuco, em 1928, com *O Manifesto Regionalista*, de Gilberto Freyre, o fator regional é elevado como norteador da questão da nação. O aporte das estratégias discursivas do regionalismo, deste modo, funciona como um catalisador conceitual e uma figuração do estágio das interdependências sociais e da balança de poder entre grupos dominantes no interior da sociedade nacional, naquele instante. Nele, a um só tempo, estão traduzidos e simbolizados os impasses gerados pela crescente subalternidade da região Nordeste no conjunto do país. Sendo o discurso regionalista ensejado nos segmentos mais intelectualizados do concerto social nordestino, este se faz tanto o fulcro ideológico quanto o arranjo sociológico de onde emergem intermediários culturais decisivos aos contatos entre as políticas públicas e os símbolos e práticas subalternas, mas também com os públicos que os

fruirão como objeto de consumo estético. O nome de Abelardo Borges Rodrigues é então fundamental para o entendimento do percurso de invenção da tradição nordestina em meio às transformações nas formas de vida, sobretudo no que tange a Caruaru. Recorro uma vez mais a um sintético percurso de encadeamentos biográficos, para demonstrar como a densa complexidade do tecido das interdependências alongadas está na contrapartida deste "eu-nós" nordestino evocado nas individualizações artísticas.

Natural de Olinda, Abelardo Rodrigues cedo muda para o Rio de Janeiro com a finalidade de dedicar-se às artes plásticas, ao paisagismo e à arquitetura e atuara no redimensionamento do sistema de arte e cultura brasileiro, naquela circunstâncias dos anos vinte. Na então capital do país co-participa do movimento modernista, em sua fase regionalista. Rodrigues tem fundamental papel na elaboração da memória cultural pernambucana, pois ele monta uma imensa coleção particular cujo acervo reúne obras de arte sacra, desenhos e gravuras da literatura de cordel e outras peças de arte popular. Em relação a essa última foi, ao lado do irmão – o desenhista e também colecionador Augusto Rodrigues –, o pioneiro entre os eruditos na difusão da cerâmica popular nordestina. É a relação estabelecida com este último que leva o artesão Vitalino, que comercializava suas peças na feira de Caruaru e lá também tocava pífanos, às páginas de importantes revistas européias, em 1946. O mesmo canal permite a exibição dos trabalhos de Vitalino e outros artistas regionais no Sul do país e no exterior. Justamente pelas mãos da curadoria de Augusto Rodrigues ocorre, em 1947, a primeira exposição dos bonecos de Vitalino no Rio de Janeiro. Ainda nessa cidade, com redação do conterrâneo, o escritor, José Condé, as obras em cerâmica de Vitalino ganham as páginas do Jornal das Letras. E o diplomata Waldemar Murtinho promove a apresentação das peças regionais do mesmo autor na Exposição *Artes Primitivas e Modernas do Brasil*, em Neuchâtel, na Suíça, em 1955. O trânsito com a família Rodrigues e sua repercussão no Sudeste brasileiro e no exterior estimula ao Instituto Joaquim Nabuco, de Recife, patrocinar, em conjunto com a Prefeitura de Caruaru, a edição do livro *Vitalino – Um Ceramista Popular do Nordeste*, em 1959. Doravante Vitalino será cada vez mais requisitado para visitar rodas intelectuais, artísticas e políticas, entrevistas e exposições no Rio de Janeiro.

Ocasiões em que promove e divulga, também, a música folclórica da sua região natal. Assim ocorre com a gravação de um disco na Rádio MEC. Quando morre em 1963 e tem seu nome enaltecido por jornais e revistas de maior peso na formação da opinião pública no país, Vitalino passa a sintetizar a tradição artística popular do sertanejo. A região do distrito do Alto do Moura, onde está concentrada as linhas de parentescos de artesãos ceramistas, passou a significar uma referência da cerâmica no país e ganhou o reconhecimento da Unesco como "maior centro da arte figurativa das Américas".

É em torno desta celebridade que serão dinamizadas as políticas públicas visando a preservação da memória sertaneja popular em Pernambuco. Disputas serão motivadas em torno dos acervos. Deste modo, quando a família de Abelardo Rodrigues negocia com o governo da Bahia a transferência da sua coleção para Salvador, deflagra um conflito político e judicial entre os dois estados. A batalha de quatro anos favorece Pernambuco e esse adquire 947 peças da coleção de arte popular, sendo 25 de Vitalino, alocando-as no Museu de Arte Sacra. Em 1989, depois da assinatura de um convênio entre a FUNDEPE e a Prefeitura de Caruaru, as mesmas peças de Vitalino são levadas para o Museu do Barro dessa cidade. Em 1991, mediante um novo contrato, 947 outras peças dos artistas oriundos do pólo ceramista do Nordeste – o maior do país – são transferidas para o mesmo espaço. Ainda como conseqüência do contrato, houve o deslocamento do Museu de Barro da Casa de Cultura de Pernambuco para Caruaru de outras 375 peças de diversas procedências – sendo 38 de Vitalino. Ao todo o acervo da FUNDAPE no Museu do Barro caruaruense consiste em mil e 322 peças. Na disputa entre a Bahia e Pernambuco estava em jogo o domínio sobre elementos que dão concretude à memória regional. Isto resvalava na maneira como o conjunto de elites das respectivas unidades da federação conduzia seus projetos de afirmação identitária e redimensionamento de sua dominação e posicionamento nos equilíbrios de poder no país, seja na fase da sedimentação de diversos interesses de classes que marcam a implantação da SUDENE e do conceito geopolítico de Nordeste, seja no período militar, no momento em que se dava a ampliação do mercado interno, com a intensificação da industrialização, ao lado do revigoramento da formação da

sociedade-nação, no rastro do estabelecimento de uma rede de instituições de promoção e difusão do imaginário nacional de caráter centralizante (Oliven/1984, pp: 43-52 e Miceli/1984, pp: 83-55). É preciso qualificar melhor os vetores culturais e econômicos incluídos na análise, para daí ver mais de perto a maneira como a questão política se insinua na invenção da tradição sertaneja em Caruaru.

O acirramento das rivalidades intra-regionais está em parte condicionado pela opção de desenvolvimento econômico para o Nordeste, diante das pressões provenientes da sociedade brasileira e do perfil assumido pela economia-mundo capitalista e pelas relações de poder no sistema internacional. Vimos, no Capítulo III, que o modelo concentrador e monopolista de condução da economia brasileira, insinuado já nos últimos governos da democracia populista e aprofundado no período do regime militar, primou, no caso nordestino, por uma industrialização complementar à produção do Sudeste. As oligarquias agro-exportadoras terão desde já de buscar alternativas à manutenção da sua liderança interna e, por outro lado, de inserção, ainda que secundária, no conjunto nacional. As transformações nas práticas produtivas e na natureza da materialidade produzida definem consideravelmente esse desafio. É interessante, por isso, cotejar a redistribuição da população economicamente ativa nos setores que comportam a divisão do trabalho na região. A heuristicidade desta observação reside nas implicações cada vez maiores do regional com os humores de um sistema urbano-industrial e de serviços. Pois entre a década de setenta e a de noventa, o setor agropecuário conhece a tendência de uma perda acentuada de peso no conjunto da economia regional, caindo de 22% em 1970 para 13,1% em 1985. Algo simetricamente inverso ocorre no setor de serviços, que experimentou, no mesmo período, a sua consolidação, contribuindo com 59% do PIB nordestino. Tal predomínio vem no compasso da concentração nos centros urbanos de 53% da mão-de-obra ocupada assalariada e esta própria, em igual período, é objeto de formidável expansão, ao sair dos 37% para os 54%. Ainda que, é bem verdade, 85% dos empregados ganhassem até três salários mínimos e 52% um salário mínimo (Oliveira/1990, pp: 76-77 e 90). O deslocamento de interesse dessas elites pode, de um lado, ser interpretado à luz da situação apreendida por Francisco de Oliveira,

atendo-se ao encadeamento das classes sociais na estrutura da sociedade nacional, como uma "des-regionalização burguessa":

> A integração do Nordeste à dinâmica global da economia brasileira produziu importantes deslocamentos na estrutura da propriedade burguesa. Esses deslocamentos são verso e reverso dos mecanismos da expansão regional: de um lado, o fundo público atuando como argamassa principal dos capitais, de outro, uma mobilidade de capitais permitida apenas pela alta concentração econômica em escala nacional, vale dizer, pelo poder oligopólico dos principais grupos. O processo pode ser sintetizado como o de uma des-regionalização burguesa que se completa ou se perfaz por uma perequeção da própria burguesia como classe social nacional, não apenas do ponto de vista de uma hegemonia abstrata, mas concretamente: isto é, seus capitais, seus interesses, seus investimentos, seus lucros, estão fincados hoje na equação regional, também, como formas diferenciadas de seu poder nacional. (Oliveira/*Op. cit.*, p: 78).

No bojo deste contexto, trata-se em parte, de garantir a ascendência dos anéis de grupos dominantes sobre as massas eleitorais, buscando soluções para além das velhas práticas clientelistas e deste modo lhes garantir a primazia no comando das instâncias de representação política local, estadual e federal, visando co-participar da distribuição de cargos e recursos que facultem a viabilização das suas realizações e do conjunto da cidadela do seu poder. Por outro lado, a situação instaurada com o espraiamento, mesmo que assimétrico, da estrutura urbano-industrial e de serviços sobre a sociedade nacional exige modos outros de diferenciação e, simultaneamente, da conformação de novas bases de legitimação e fidelidade por parte dos segmentos subalternos, mesmo porque novos grupos emergem e dão contornos bem heterogêneos ao conjunto da sociedade nordestina. Enfim, o problema gira em torno da constituição de novos referentes para o "eu-nós" nordestino, entendido como identidade grupal assentada numa tradição étnica comungada. O vetor centrípeto no interior do conjunto nacional é traduzido no recrudescimento de uma coordenação capacitada a colocar em comunicação os muitos fulcros sócio-simbólicos da região, canaliza-os na direção de um mesmo referente identitário. A dimensão cultural, sem dúvida, possuía os melhores insumos para tanto, na medida em que nela passa a habitar os valores centrais da "comunidade", a partir dos quais consensos poderiam ser alcançados e a os suportes da dominação assegurados, mediante a redefinição nas linhas de comando. É sob tal condição que se forjam as alianças entre as elites políticas locais e as de envergadura regional e ainda a espiral de anéis acima

delineada, as quais dão suporte à institucionalização da cultura em Caruaru e à instalação dos equipamentos culturais na cidade, contando com a profissionalização de uma mão-de-obra especializada. Ao mesmo tempo, o canal de trânsito para as ações das elites inscritas nesses anéis de grupos dominantes encontra respaldo na força cada vez maior do segmento de serviços no âmbito da economia nacional, sobretudo com a intermediação financeira da circulação dos bens materiais e imateriais, como é o caso a cultura.

No percurso sumariamente descrito e de acordo com as molduras estruturais assinaladas, interessa destacar a maneira como uma tradição nordestina caruaruense é modelada, tendo por respaldo os símbolos e práticas de grupos sociais subalternos. Da mesma maneira, é preciso realçar que isto ocorre no compasso da desconexão desses mesmos elementos da vida social comum, agora distanciados pela aura de cultura popular; cristalizada como objeto de culto e depositário de valor estético. Os símbolos musicais remetidos à mesma tradição regional são alvos de processo semelhante. A seguinte fala de Valmirei é elucidativa, seja pela motivação de fundação do Museu do Forró ou ainda pelos projetos em torno do repertório e dos artistas populares do forró:

> Os artistas populares são os grandes guardiões da cultura. São pessoas que vivem aí praticamente no anonimato, que geralmente só têm reconhecimento depois que morrem. Que necessitam da ajuda, não a de caráter paternalista. Mas são pessoas que têm um grande potencial para ser reconhecido e nós temos por obrigação não só como instituição, mas até mesmo como pessoas, de reconhecer esse trabalho. É um trabalho que dignifica. O que a gente tem procurado fazer aqui no Museu, de fato, é isso. É o caso dos ceramistas do Alto do Moura e do Museu do Barro. O próximo passo do Museu do Forró – que nós demos destaque ao Luiz Gonzaga, que leva o nome ao Museu e ele, eu acho, que é o expoente maior da música regional brasileira, isso é incontestável. Nós queremos também a instalação de um terminal de computador no Museu para que todos os forrozeiros, desde o mais humilde (o que toca o forro "pé-de-serra") aos grandes expoentes, eles sejam acessados. Ali estarão reunidos todos os dados deles – cronologia, a biografia, a discografia – e ficarão à disposição de todos os produtores musicais, dos pesquisadores e estudantes, do turista de forma geral. O nosso objetivo é reunir o maior número de informações possível a respeito dessas pessoas e deixar sempre em evidência, à disposição, pra vender ele também, do produto, pra que ele sobreviva disso e não será apenas um *hobby*.

Em relação ao repertório musical do forró, a postura do museólogo possui sutilezas que, somadas, correspondem a uma alteração significativa, trazendo à cena

de maneira mais clara os procedimentos do que assinalo como reinvenção de tradição. Isto na medida em que obriga a inclusão de outros agentes, além das facções dos anéis dominantes, de segmentos emergentes. Pois no caso dos repertórios musical do forró a mediação exercida pelo museu tem, entre os seus alvos, agentes com vínculos diretos com o sistema de diversão, os produtores culturais. Esta aparição na verdade se impõe pela trajetória mesma da música popular, cujos canais de promoção e difusão muito cedo se identificaram com a indústria cultural da audioalidade e o mercado de bens simbólicos ampliados, cada vez mais instâncias centrais de celebração da cultura. A escolha de Luiz Gonzaga para dar nome ao Museu do Forró é, de um lado, tautológica – afinal trata-se ele do emblema desta musicalidade nordestina –; mas por outro, a própria tautologia é sociologicamente heurística. Nascido em outra cidade do interior pernambucano, Exu, em 1912, Gonzaga tem por ascendente um pai também envolvido com as situações de expressões musicais relacionadas ao lúdico: era ele assíduo freqüentar dos chamados "sambas", encontros festivos animados pelos grupos musicais de triângulo, o fole da sanfona e o zabumba, realizados em casas nas imediações das vizinhanças rurais. Cedo o menino Gonzaga começa a acompanhar o pai Januário a esses ambientes. Entretanto logo começará a se distinguir, porque lhe será possível em algumas das vezes cobrar para tocar e cantar (Dreyfus/1997, p: 47). A situação de Gonzaga embora seja a mais significativa não é isolada, para isso basta lembrar que desde os anos dez, no Rio de Janeiro, forma-se o grupo Os Caxangás, em torno da música regional nordestina elaborada pelo lendário Catulo da Paixão Cearense. Nos anos vinte, semelhantes grupos semiprofissionalizados aparecem na sua própria região, traduzindo para as suas condições a moda das *jazz-band*, em voga na então capital da República (ver Cabral/1997, p:100). Nota-se que a compreensão da atividade já de alguma forma diferenciada de artista ganha um novo ingrediente, ou seja, de maneira incipiente a monetarização se insinua e a perspectiva da profissionalização a acompanha. A transformação na forma de vida local ressoa o peso cada vez maior de uma cultura urbana identificada ao universo mundano dos bares e chopes dançantes e das casas noturnas (cabarés, teatros de revistas) mas também dos cinematógrafos e das

primeiras editoras fonográficas, em expansão no Rio de Janeiro, São Paulo e também no Recife.

O projeto pessoal de Gonzaga em profissionalizar-se como cantor se dá pelos suportes desta cultura popular urbana, os mesmos que o impulsiona a migrar até ao Centro-Sul brasileiro, embora como cabo do exército; de Exu até Minas Gerais e daí para o Rio, na década de trinta. Nesta cidade, indo morar na Favela do Morro de São Carlos, compondo ali a rede de migrantes da sua região, não demora e passa a freqüentar a área marginal do Mangue, nas imediações da Praça XI – reconhecida como fermento cultural e de diversão da cidade, entre os anos dez, vinte e trinta. Aí dedica o fole da sanfona às modalidades musicais mais conhecidas (polcas, sambas, valsas e mazurcas, por exemplo). Embora aproveite algumas das oportunidades e respondendo a pressões advindas da curiosidade de estudantes, insinua "coisas lá do Norte". O reconhecimento da habilidade de música pela rede de freqüentadores da vida mundana na cidade, o leva às gafieiras e outros espaços de diversão, na verdade mesclando e sintetizando suas matrizes rítmicas rurais nordestinas com as influências das canções urbanas.

Já vivendo, com dificuldade, da profissão de músico, irá percorrer semelhante caminho cruzado por outros artistas populares de sua época. Isto é, inscreve-se em um programa de auditório apresentado na Rádio Tupi – *Calouros em Desfile*, de Ari Barroso. Com a expansão galgada pelo sistema comercial de radiofonia e à competição deflagrada, abrem-se flancos para a diversificação dos programas, pois exigem novas atrações na conquista das audiências. Deste modo a repercussão da perfomance de Gonzaga o catapulta para o programa do apresentador Zé do Norte, em outra emissora, dedicado a músicas sertanejas. Incorporado ao *cast* de músicos dessa emissora (como então era hábito), Gonzaga adquire alguma estabilidade em termos econômicos e vai desde aí se sentir estimulado a desenvolver um estilo próprio do caipira nordestino. É quando alça vôo no gosto das platéias radiofônicas, sobretudo entre os migrantes da sua região pátria – engatilhada, no limiar da industrialização do país, à divisão do trabalho nacional como fornecedora de matéria-prima e mão-de-obra semiespecializada, básica à formação de um exército de reserva (Oliveira/*Op. cit.*, pp: 90-1). As participações em shows multiplicam-se, sobretudo

acompanhando o grupo regional do maestro Benedito Lacerda. Enfim, é contratado pela gravadora fonográfica Victor. O aparecimento dos primeiros discos chama atenção da crítica especializada para Gonzaga, sendo em 1941 entrevistado pela celebrada revista Vitrine, cujo título da reportagem o definia como o "virtuoso do acordeom" (Dreyfus/*Op. cit.*, p: 89).

A publicização de seu nome foi a correia de transmissão para inserção do sanfoneiro nos meios artísticos e intelectuais, o que viabilizou sua aceitação em espaços de maior visibilidade, como a apresentação do programa *Luar do Sertão*, na Rádio Tamoio. Na mesma ocasião, Gonzaga integra grandes orquestras e faz shows em cassinos. O trânsito nos espaços de diversão permite travar conhecimento com o *jazz* e o estimula a incorporar desse ritmo elementos no modo como tocava a sanfona. Aos poucos, detendo já um razoável capital cultural acumulado, em parte proveniente das suas experimentações com as mesclas rítmicas orientadas pela recriação de matrizes regionais, o sanfoneiro procura demarcar posição em relação aos cantores populares, naquela época muito identificados com o samba, para assegurar um repertório nordestino. Ainda assim estava lhe vedado o direito de cantar, porque a direção da empresa considerava sua voz de "mau gosto", ou seja, incômodo aos *habitus* artístico hegemônico, identificado ao sotaque falado no Rio de Janeiro. Mas Gonzaga estava circundado por outros músicos e grupos empenhados em transportar estilizadamente as matrizes culturais populares para as massas urbanas, mediante programas de rádio, discos e desempenhos em espaços especializadas. Sua intenção era "cantar o Nordeste", como mais tarde dirá em depoimento a Dominique Dreyfus (Dreyfus/*Op. cit.*, p: 109)[viii]. A parceria com o letrista e poeta cearense Humberto Teixeira permite atingir os formatos de expressão musical melhor adequada para o estilo sertanejo: o xote e o baião, ao lado da marcha junina, tornam-se uma fórmula e sua divulgação obedeceu ao planejamento de adaptar a melodia e a letra para os públicos do Centro-Sul, onde o interesse pelo folclórico despontava como viés na ascendência de cantores e grupos identificados pela regionalidade (Dorival Caymmi, Jararaca e Ratinho, Lauro Maia, Pedro Raimundo e as rancheiras Gaúchas, entre outros).

Acima aludimos as condições estruturais e as negociações simbólicas e ideológicas nacionalistas e regionalistas que favorecem a tal atmosfera de nacionalização cultural. Como revela Elizabeth Travassos, a música consistiu uma dimensão crucial deste movimento, incrementado sobretudo com o modernismo mas perseguindo os rastros do romantismo e do exercício de estudos dos folcloristas sobre a cultura popular (Travassos/2000, pp: 35-51). Se bem que já determinada por outros fatores, além do nacionalismo, a mesma atmosfera foi aspirada também no universo da música popular, veiculada pelas emissoras de rádio. Em um instante em que essas mídias se vão consagrando como centros de comunidades imaginadas de sentido, numa teia societária sempre mais caracterizada pelos deslocamentos humanos e desencaixes simbólicos. Nesse sentido, a mesma dinâmica industrializante de desterritorialização e desagregação das memórias locais nordestinas está na raiz da recomposição dessas últimas no interior de uma tradição inventada e, sobretudo, reinventada na trajetória dos seus artistas populares. Uma re-localização dos símbolos se dá a partir da experiência metropolitana e desde aí uma comunidade de sentido avança. Na esteira da recuperação realizada pelo Estado Novo do sedimento de mentalidades que dão forma a oposição entre "litoral" e "sertão" (Lenharo/1986), as canções veiculadas nas ondas radiofônicas (além das imagens da literatura e posteriormente da dramaturgia no cinema e na televisão) fixam o fundo comum imaginário de um "Nordeste" originário, pré-industrial, mesmo arcaico e assim autêntico, místico, pobre mas festivo, trágico porém tenaz. Para isto também foi crucial a intervenção das empresas de comunicação social, que despertam para o filão de mercado das produções musicais populares e as reconhece à maneira de recursos com os quais poderiam fazer frente à concorrência no mercado das audiências. O perfil de mosaico das programações obedece, assim, ao raciocínio de adições simbólicas no mercado dos signos. Em 1952, por exemplo, quando suplantava as demais em popularidade a revista O Cruzeiro destacava a festa de São João realizada no Campo de São Cristóvão, no Rio, promovida pelas emissoras Tupi e Tamóio em conjunto com a TV Tupi (todos veículos dos Diários Associados de Assis Chateubriand), reunindo cerca de 60 mil pessoas. No texto da reportagem, o redator Silvio Artouri ressalta o ímpeto de alegria desperta na platéia pela "novidade" do

sanfoneiro. Platéia esta já motivada em sua curiosidade pelo exotismo desta reinvenção de matrizes culturais populares nordestinas:

> Um só grito de alegria, que, certamente, irá contagiar todo o país, foi dado na taba associada. Uma divulgação intensa em torno do assunto despertou o mais vivo interesse popular. Pelas ruas da cidade, moças, rapazes, velhos, enfim, o povo carioca fazia conjeturas sobre o que seria "xaxado" de Luiz Gonzaga.
> Esta revista publicou uma reportagem explicando a origem deste novo ritmo desta nova música. O famoso sanfoneiro insipira-se nas danças típicas dos caboclos de Lampeão. Luiz Gonzaga é pai de verdadeiros sucessos populares, de ritmos que tiveram mais simpátia acolhida do público. Basta falar no baião, que não só aqui mas também no estrangeiro, tornou-se número de destaque em programas musicais. (O Cruzeiro/12-07-1952).

Na leitura da mesma reportagem, o sugestivo está na maneira como as fotos e os textos-legendas chamam atenção ao êxtase sensual provocado pela perfomance do sanfoneiro: "Na sanfona do baião nasceu o 'xaxá', crismado definitivamente por 'xaxado'. 'Lua' levou sua sanfona e fez ali o lançamento do novo ritmo. Ao lado, uma visão das pernas das garotas da TV, plena exibição do xaxado". É certo que um padrão de socialização e formação dos sujeitos se vai delineado no rastro seja da expansão da mediatização e serialização das experiências, pelo alcance crescente das instituições e tecnologias de comunicação e seus produtos no cotidiano do país, seja com a efetivação de esquemas de apreensão e entendimento de segmentos da realidade que os recorta e classifica à maneira de objetos dotados da capacidade em proporcionar efeitos excitantes, enfim, de entreter. Padrão este que estará posto cada vez mais como referência à elaboração e re-elaboração das identidades individuais e coletivas, sobretudo com o aumento da participação dos sujeitos nas malhas mercantis em seus diversos planos. Ainda em observância a mesma escalada modernizante, o desenho desta alteridade possível, festiva sertaneja, ocorre no compasso da efetivação de um padrão civilizatório urbano, básico à propagação de uma cosmologia que inspira imaginários sobre o antagonismo entre o natural e o artificial, o rústico e o polido, o moderno e o arcaico, o campo e a cidade, o sertão e o sul. O trato com a cultura de diversão se faz atraente, então, para parcelas ampliadas dotadas de igual formação subjetiva enquanto possibilidade de acesso a forças vitais inscritas nessa alteridade possível, ainda que estilizada e pacífica, mas elaborada a partir de mesclas e interseções.

Em última instância, poder-se-ia considerar que diante desses contingenciamentos culturais e sócio-estruturais, táticas de sobrevivência são postas em prática por novos sujeitos, mas que também o acervo de saberes que portam conhecem outros recipientes de atualização, os quais determinam transformações decisivas sobre a forma e o modo mesmo como seus artífices os substancializam nas experiências. Ora o que chamo de reinvenção de tradições são os procedimentos intrínsecos a essas re-elaborações, determinadas pelas molduras estruturais aludidas. Em termos do foco das nossas atenções aqui, a consagração de Luiz Gonzaga como o "Rei do Baião" é o despontar da introdução no âmbito da industrialização e comercialização da audioalidade do repertório e da imagem típica e festiva do trio de forró, para o qual muito contribuem outros baluartes – Jackson do Pandeiro e Camélia Alves, depois Marinês. Posteriormente Dominguinhos e Elba Ramalho renovam essa dicção musical, já agora encerrados na efetivação do repertório no campo do entretenimento. Mais recentemente, veremos adiante, as bandas musicais do chamado "forró eletrônico" dão, hoje, continuidade ao processo. É sobre este eixo que Gonzaga e o forró definem-se como um traço regional de cultura. Mas isto se dá porque são também signos, produtos e marcas mutuamente referendadas na memória do entretenimento. Por outro lado, a partir do prestígio alcançado por Gonzaga[ix], efetiva-se como horizonte possível à profissionalização de artistas regionais identificados à tradição do forró. E esta vai estar em muitas das canções de Gonzaga diretamente relacionada às sociabilidades festivas vivificadas nas comemorações do período junino, em um lugar idílico denominado "sertão", parte de um Nordeste pré-industrial, arcaico, comunitário e vital[x].

Diria que, em grande medida, o acervo semântico do repertório musical da tradição do forró, engendrado pelo mecanismo do entretenimento, prepara o deslocamento dos significados dos festejos juninos nordestinos, aproximando-os do sentido da diversão laica e mundana, posteriormente manejada na publicização turísticas de eventos afins, realizada pela empresa de ônibus Itapemirim ou pela Prefeitura de Caruaru, por exemplo. Ou, como veremos no próximo item, na efetivação do forró como um dos ingredientes da cultura de diversão, fulcrado no mercado fonográfico. Uma vez mais, o retorno à divulgação jornalística é sugestivo

para os nossos propósitos. Inseridos no interior das distinções espacio-temporais presentes às estratégias discursivas dos produtos das instituições da comunicação social (quando estas enquadram as experiências do mundo social comum), por exemplo, os festejos juninos são identificados como ocasiões de lazer e diversão pelo intenso apelo aos sentimentos de alegria e bem-estar neles manifestos. Ao contrário, porém, de outras modalidades de entretenimento, em relação a festa de São João sua eficácia em proporcionar êxtase aparece, na publicização mediática das experiências, contida nas tradições seculares reunidas e revigoradas no ritual pela memória sincrética do folclore popular, mas agora de acordo com as técnicas de reprodução da audiolidade e da audiovisualidade e com os critérios do valor-de-troca nodal ao domínio do mercado. Vejamos um exemplo, entendo-o como ilustrativo desse argumento. Todo dedicado às informações sobre o roteiro de atrações deflagradas ao longo da "Rota do Forró", relativas aos festejos em 1999, a edição do Caderno *Turismo & Lazer* do Jornal do Comércio de Pernambuco acentua justamente a síntese de tradições pagãs e do cristianismo na base do aspecto atual dos festejos, ou seja, o formato de festivais massivos e espetaculares, abertos hoje ao puro deleite:

> Está chegando a hora. Aquele inconfundível cheiro de fumaça já começa a tomar conta das ruas. As fogueiras começam a ser preparadas. Da cozinha, vem o aroma do milho fervendo. Com trios de zabumba, ganzá e sanfona, grupos de forró eletrônico ou shows para enlouquecer a grande massa, pode se apressar em tirar o chapéu de palha do armário e o vestidinho de chita da gaveta. É São João! E Pernambuco guarda um roteiro de tirar o fôlego.
>
> Saindo do Recife e Olinda, que este ano devem fazer um dos mais animados festejos da Região Metropolitana, quem quiser descobrir o grande São João pernambucano pode percorrer a conhecida Rota do Forró. A rota é uma seqüência com 122 quilômetros de cidades festivas, cujo acesso é feito pela BR-232 até chegar a Caruaru, que já leva o título de capital do forró. No caminho, há opções para todos. Para quem quer se esbaldar, o forró só pára com o amanhecer. Para quem se interessa por um pouco da história do São João, essas cidades mantêm acesas tradições seculares, que remetem ao início dos festejos juninos.
>
> A influência da festa pagã em homenagem à deusa romana Juno, quando se acendiam fogueiras para espantar os maus espíritos e celebrar as colheitas e a fertilidade da terra, na Roma Antiga, ainda pode ser observada nas madeiras que ardem em chamas no mês de junho. Com a ascensão do Cristianismo, as tradições pagãs foram incorporadas às festas de devoção a São Pedro, Santo Antônio e São João. Diz a crença popular que, no início dos festejos, o santo João Batista cai sono profundo. Deus não o deixa acordar sob a hipótese alguma. Se visse a festança em sua homenagem, o santo iria querer descer à Terra. E o mundo acabaria em fogo. Pensando ou não nas tradições e crenças, aproveite que o santo está dormindo e caia no forró, seguindo a programação adiante. (Jornal do Comércio/17-06-1999).

Há uma homologia entre publicizações como essa e os critérios que balizam a divulgação turística da festa caruaruense e o repertório musical identificado aos festejos para São João. Os textos pesquisados resgatam uma tradição sertaneja nordestina aninhada no folclore junino, mas o fazem recriando seus traços para fins de diversão, já que, se no entretenimento o que está em questão é a crença na diversão pela diversão, ou seja, uma diversão autêntica, nesses discursos os festejos se notabilizam como uma brincadeira simples pois oriunda da "espontaneidade do povo". Quer dizer, o dado mito da origem intervém sobre a orientação atualizada das condutas, ao estarem comprometidas com a autenticidade dos sentimentos expressos nesses fóruns de sociabilidade popular. O torrão mítico do "sertão" engendra de originalidade o presente da cultura de diversão. Se a potencialização do mesmo entrelaçamento ocorre na interface do repertório musical do forró, concatenando aos símbolos juninos sertanejos com os interesses que se alinham em nome da percepção turística da festa de São João em Caruaru, quero argumentar que a compatibilização entre o forró e o artesanato ceramista em um mesmo complexo – o Pátio de eventos, o mesmo onde hoje está abrigado o núcleo das comemorações juninas na cidade –, chama atenção para uma convergência eletiva, na qual a invenção de tradições nordestinas e a reinvenção de matrizes culturais populares tornam possível entabular estratégias de tematização turística da festa junina de Caruaru, em acordo com a maneira assumida aí pela modernização turística no país, agora em seu estágio histórico mais agressivo e extenso. E ainda, tendo em conta que a cadeia de interdependências intrínsecas a esse processo abarca sempre mais distintos modos de produção, no interior da forma de vida que a caracteriza. O que, em última instância, reinsere o processo acompanhado nesta tese, no qual o condicionamento de fatores imbricando matrizes culturais populares e mecanismos do entretenimento têm ênfase no processo cultural brasileiro neste século.

A FESTA COMO REINVENÇÃO DE TRADIÇÃO

Caruaru e Gonzaga sempre mantiveram uma relação de completa

integração. O "Rei do Baião" e a Capital do Forró compartilharam das mais autênticas manifestações nordestinas (...). A culminância desta relação se deu com a gravação em junho de 1957 do hino não oficial de Caruaru, que é "A Feira de Caruaru", composta por Onildo Almeida.

Trecho de um dos textos do Museu do Forró, em Caruaru

Caruaru...aquela terra toda cantada por mim; terra de grandes poetas, de grandes artistas, históricos, a terra do grande e saudoso Vitalino, um homem que era puro, quase um santo e todo mundo que conheceu Vitalino conta sempre uma história de simplicidade dele, da pureza dele. Eu mesmo trabalhei com ele em Brasília, ele dando uma lição às crianças,numa escola. Ele levou o barro de Caruaru (...)

Luiz Gonzaga.

As reinvenções de tradições para fins de entretenimento e turismo, de acordo com o que até agora foi apresentado, são sócias da existência de tradições inventadas, as quais se tornam espécie de matéria-prima pré-elaborada à síntese da diversão com o acervo de móveis étnico-históricos semantizados pelo valor da autenticidade folclórica. Se tal proposta impõe um olhar mais atento sobre a festa, esclareço que, uma vez mais, escapa aos nossos objetivos a dimensão ritual e interessa sim, descortinar a especificidade assumida pelos condicionamentos socioculturais com incidência sobre a identidade do evento como festa espetáculo, no qual estão intrincados ócio e negócio e cuja ocorrência co-participa de um ritmo temporal de uma mesma forma de vida. Por isso detém importância ao estudo o lugar ocupado pelo evento na posição de fórum de diversão popular, naquela conformação do tempo social consagrada ao lazer. Penso que a apreensão do espaço hoje eleito como o epicentro dos festejos faculta um melhor entendimento do viés analítico priorizado.

Situado no centro da cidade, inaugurado em 1994, o Pátio de Eventos Luiz Gonzaga consiste em um complexo de 41 mil 500 metros quadrados, onde estão aninhados a Fundação de Cultura, os Museus do Barro e do Forró, um pavilhão de exposições, a sede da Secretaria Municipal de Turismo, o grande palco para shows e a Vila do Forró. A Vila do Forró é um conjunto de edificações cenográficas reproduzindo uma vila sertaneja, a da Conceição (que teria dado origem à cidade), na cor azul e amarela ou cerâmica. Em grande medida, ocupam o espaço bares e restaurantes, todos decorados tematicamente com motivos juninos e objetos da cultura material rural da região. São balões e correntinhas em papel colorido; peneiras

e chapéus de palha e tábuas de bater carne; nas janelas, cortinas com babados e toalhas bordadas nas mesas. Igualmente típico é o cardápio, no qual predomina a culinária local (feijão de corda, manteiga derretida em garrafa, assado de bode, etc.). Ainda compõem o cenário duas pequenas agências (a bancária e a dos correios), varandas para as noites de forró "pé-de-serra" e alguns banheiros estão aí instalados. Ao fundo uma pequena capela branca. Na parte externa, os grandes letreiros luminosos divulgam as marcas patrocinadoras do espaço, que tem um grande pórtico à entrada e uma imensa placa sinaliza ser aquele um dos endereços da "Rota do Forró" em Pernambuco. A centralidade do espaço é destacada nas estratégias discursivas de divulgação como índice de modernização dos festejos na cidade, atendendo aos critérios tácitos da demanda turística, isto é, conforto, segurança e higiene:

> Depois de desembarcar do trem e passear pelo Arraial Vitalino, o turista chega no Pátio de Eventos Luiz Gonzaga, foco de animação do São João, com uma capacidade de 80 mil pessoas. No Pátio de Eventos está situada a Vila do Forró, réplica de uma vila interiorana, com igrejinha, prefeitura, mercearia, postos de serviços, tudo é construído de alvenaria.
> O Pátio de Eventos nasceu da necessidade de adequarmos em um só espaço todas as festividades de rua da cidade, dispondo de estacionamento interno, completa estrutura de energia e água, piso pavimentado, que fazem desta área a mais e melhor estruturada do interior do estado (Secretaria de Turismo de Caruaru/1998).

A nota curiosa está no empenho do núcleo da filosofia da engenharia urbanística, inscrito em sua realização arquitetônica, em centralizar as comemorações em um só espaço. De certa maneira se reproduz em Caruaru algo já observado em relação ao Carnaval de Salvador, isto é, a mesma atuação coordenada (de fundo ideológico e operacional tecnicista) pelo ordenamento do poder político local demarcando a fronteira da festa pública, aberta às multidões mas compactando-as em um espaço elaborado e enobrecido. Aí a multiplicidade humana, se de um lado é homogeneizada como público, de outro assegura o conteúdo de diversidade no evento, no instante em que as engrenagens de produção da festa se mostrem capazes de selecionar e reprocessar as alternativas criativas como atrações da programação festiva divulgada nos diferentes canais, de acordo com a especialização funcional e com a hierarquia de *status*, uma e outra instaurada desde a institucionalização e burocratização tecno-administrativa do festejo.

No entanto, a concretude do Pátio de Eventos consagra um feixe de determinações sócio-históricas a ser mais bem vislumbrado a seguir, embora de maneira breve. Como em outras experiências, também a caruaruense conhece ao longo das últimas quatro décadas a aglutinação promovida e gerenciada pelo poder público, na contrapartida do aumento dos fluxos de visitantes e nativos e na valoração das situações de diversão proporcionadas pelo São João, no rastro da expansão das malhas da sociedade urbano-industrial e de serviços. Vale traçar sumariamente alguns estágios observados no percurso das transformações experienciado pelo festejo. De acordo com o historiador Nelson Barbalho, ainda no final do século XIX os festejos juninos na cidade já atraiam pessoas das imediações e mesmo de Recife. Porém se tratavam de reuniões organizadas em casas particulares, na área rural e urbana, chamadas de "palhoças", congregando círculos mais restritos de vizinhança e amizade; combinando modalidades de clientelismo e comensalidade, condicionantes de parentesco e, ainda, aportes mais homogêneos de classe, mas submetidos às designações do patrimonialismo, num concerto social no qual a estrutura agrária da grande propriedade rural condicionava a dispersão e o dado centrífugo às relações sociais. No interior desse cenário sociológico, entre outros, que os festejos espalhavam-se sobremaneira pelo espaço do campo. No início deste século, o ciclo junino em Caruaru tornou-se afamado, pela divulgação na capital pernambucana, do "Chalé de Olegário"; durante todo o mês de junho sucediam-se "festas atrás de festas, fogueiras, balões, cangicadas, pamonhas, milho assado à vontade, fartura até dizer basta. Ele, sua família e inúmeros políticos situacionistas, todos os anos, repetiam a visita a Caruaru, todos encantados com os seus festejos juninos, que eram realmente sensacionais." (Barbalho/1992, p: 47).

Certamente, tanto a expansão material da produção da festa quanto o alto grau de popularidade dos festejos estão em correlação com algumas das características marcantes da cidade, neste século. Ou seja, com a inversão de comando entre campo e cidade, ganhando predomínio as atividades fulcradas na última. Sobretudo, é no que diz respeito à função de entreposto que exerce Caruaru, mediando a distribuição das trocas entre o litoral e o sertão de Pernambuco, concatenando mais ou menos 50 cidades, que novos fatores somados deslocam as condições de realização dos

folguedos juninos. Embora sua origem como núcleo urbano esteja diretamente ligada ao lugar de intercâmbio entre tropeiros e boiadeiros, apenas no presente século as trocas já monetarizadas ganham significativo vulto e contribuem à remodelação da dinâmica e da estrutura social local, em sintonia com a tendência centrípeta que se espalha em obediência ao estágio urbano-industrial e de serviços da sociedade nacional (Lopes/1971, pp: 67-80). Não é à toa que, durante esse período, sua feira livre ganha prestígio, exaltada em canção de Onildo Almeida como o local onde "De tudo que há no mundo/Nela tem pra vender (....)"[xi]. A efervescência comercial de Caruaru condicionou o ritmo mais intenso do movimento de sua urbanização, em relação aos outros municípios da região. Ao mesmo tempo, o mesmo elemento co-participou da diferenciação entre os grupos sociais. Assim, às palhoças domésticas, são acrescentadas as festividades em clubes, agrupando novos e emergentes grupos de perfil nitidamente citadino: comerciantes, profissionais liberais, funcionários públicos, empregados do setor bancário e todos que formavam o balbucio das classes médias e de uma sociedade civil com pontes erguidas com o ordenamento centralizado de poder e com socialidade contratualista engatada à dinâmica do mercado capitalista e sua sistemática monetária. À semelhança de outras experiências, também em Caruaru é no interior deste alinhamento de novos grupos que emergirá a valoração da temática da identidade coletiva local e onde serão selecionados seus guardiões. O despontar de uma especialização técnica mais nítida de um modo geral e particularmente na área cultural, incorporando o aumento significativo de literatos, educadores, músicos, jornalistas e compositores, reserva a oportunidade para que esses se firmem como grupos de *status*. Como o escritor e jornalista José Condé, voltados para o cotidiano e as raízes do município, os integrantes desse grupo buscam o ser coletivo nas manifestações e desempenham decisivo papel à invenção de tradições, posteriormente apoiada nos interesses de segmentos da elite política, como aludido acima. Em grande medida, as formulações de ênfase regional daí decorrentes, no trato com a identidade cultural, ocorre em observância da situação periférica ocupada pela cidade, seja diante da capital do Estado seja em relação à posição do Nordeste no contexto da sociedade-nação, comandada pelo ímpeto industrializante "sulista".

Tanto o desenvolvimento comercial quanto os novos segmentos sociais surgidos e os grupos incumbidos das questões da produção cultural, por outro lado, permitem a instalação e o desenvolvimento de mecanismos de expressão e significação mais afinados com a modernização dos hábitos; naquele instante, as emissoras de rádio comerciais despontavam como ponta-de-lança do mercado da comunicação no país e da industrialização do simbólico. É justamente do interior de uma dessas empresas de comunicação recém-instaladas na cidade, mas empenhadas em efetivar sua marca junto às audiências e consolidar uma posição no próspero comércio local, que partirá um dos lances com decisiva repercussão nas transformações no sentido da festa de São João em Caruaru. Isto se dá com a decisão da emissora em promover concursos de ruas ornamentadas[xii] e marcar uma diferença nos festejos juninos caruaruenses. Aqui, diria, manifesta-se um decisivo lance de reinvenção de tradições, já calcado na valoração do ser regional caruaruense, no entanto a reinvenção introduz aspectos cuja pressão age sobre a natureza mesma da tradição inventada.

Vale a pena detalhar o argumento. Não há dúvidas de que já se dava a expansão das palhoças para os espaços públicos da cidade, formando os arraiais, nos quais a participação de anônimos faz inflar o peso da opinião e do gosto público sobre os festejos. E estes são redefinidos como palcos para o ritual de transmissão de saberes e agora a entrega da memória já está ordenada pelas condições urbanas e sob a coordenação dos dispositivos políticos e ideológicos responsáveis pela valoração da noção unitária de passado comum, a ser compartilhada pelos nativos daquele torrão. Com a competição centrada no universo da rua, porém, o dado do concurso introduz um elemento dramático e espetacular na exigência de que os festejos adquiram caráter público. Ou seja, posto aos olhos dos estranhos, as sociabilidades festivas deverão se mostrar capazes de fisgá-los; deverão confortá-los pelos efeitos resultantes do cálculo das adições realizadas na produção do festejo, agora reconhecido como evento – por depender do sucesso dos acontecimentos que o possibilita. Do ponto de vista operacional, a espetacularização se desenha à medida que os moradores das ruas passam a organizar mutirões visando dividir entre si o ônus dos gastos com os ornamentos. E, ao mesmo tempo, esmeram-se em reunir aspectos que se tornam

atrativos ao público e jurados. Logo, sanfoneiros, quadrilhas, pau-de-sebo, mazurcas, cirandas, laça-laça e mesas e barracas com iguarias e bebidas típicas dão colorido aos cenários. Nesse mesmo andamento, para assegurar o sucesso da empreita na competição, os moradores começam a eleger comissões de rua e estas estão incumbidas em acionar e buscar recursos à realização da festividade. Agora cada vez mais terá ascendência o patrocínio dos comerciantes e a ajuda do poder público e/ou de políticos, ambos interessados nos dividendos eleitorais a serem recolhidos como resultante da dádiva.

A combinatória desses fatores rebate-se como um motor de sucção recolhendo insumos à ampliação da base sociocultural da festa. Sua extraordinária popularização se manifesta nas cada vez maiores multidões presentes às ruas – estimada em mais de 500 mil pessoas nas noites principais, em 1999. Para o que muito contribuiu as emissoras de rádio, que tornam o São João uma atração a mais de suas respectivas programações e tendo decisiva incidência sobre os limites e natureza das territorializações do festejo. Vejamos em que medida. De um lado, na contrapartida da drenagem da densidade festiva de outras áreas da cidade e mesmo municípios adjacentes, a concentração trouxe o despertar do interesse comercial, seja de ambulantes ou de empresas formalizadas. De outro, da mesma maneira o crescente acúmulo humano passou a exigir a manutenção de diferentes serviços públicos – aumento do efetivo policial, bombeiros, fiscalização, entre outros. Agrupados todos esses fatores de pressão sobre a realização do festejo, a intervenção do poder municipal vai se dá mediante iniciativas de disciplinarização do espaço. É quando se decide por concentrar os festejos, sobremaneira, no curso da década de oitenta, ao montar o arraial da cidade ao longo da Avenida Rui Barbosa. A iluminação reforçada e a decoração, centrada no imenso pórtico, localizado na abertura do território junino municipal, qualificam aquele como o espaço por excelência, o espaço do São João de Caruaru.

É elucidativa a respeito da intervenção do poder municipal no controle espacial, a iniciativa da administração de Caruaru em 1998 de encomendar a uma empresa de arquitetura à confecção de um mapa do território festivo do São João. A justificativa estaria na importância desse documento seja para a distribuição dos serviços no

espaço[xiii] seja para facilitar a visualização das trajetórias dos visitantes, indicando-lhes os pólos de atração e de localização justamente daqueles serviços. Contudo o próprio mapa consiste em um equipamento com ação sobre os modos de percepção e cognição do cenário da festa e da afirmação simbólica desse lugar como um *locus* distinto do seu entorno, demarcado-os em obediência à disciplinarização inscrita no projeto, isto é, da racionalização evidenciada pelo mapa mas já anteriormente em ação, pois se impõe como necessidade de formatação da situação do festejo. Por isso é sugestivo observar esse espaço longo, mas contíguo, batizado respectivamente de "Arraiá Vitalino" e "Corredor do Forró". Ao longo da linha férrea, são 700 metros entre o grande pórtico instalado na esquina das Avenidas Agamenon Magalhães e Rui Barbosa até o Pátio de Eventos. Logo na entrada do circuito, bangalôs cenográficos decorados com cestos, redes, raladores, abanos e tapetes de palha, abrigam lojas de comidas típicas. Ao lado, abre-se um pátio para os dançarinos de forró ou para apresentação de equipes de quadrilhas frente a nove degraus de arquibancadas e um palco, dotado de parafernália elétrico-eletrônica de som e de luz, sobre o qual se apresentam grupos musicais locais. Margeando toda a rua Frei Caneca são dispostos quiosques. Além dos banheiros, aí estão contidos dois restaurantes, lojinhas de suvenires, bares, lanchonetes e os *stands* da prefeitura, dos blocos de drilhas e de empresas patrocinadoras do evento. Próximo à entrada do Pátio de Eventos, onde a chaminé da velha fábrica Caruá ostenta o letreiro luminoso com o slogan "a capital do forró"[xiv], estátuas reproduzem em formas ampliadas e cores fortes peças do artesanato ceramista local, justamente ilustrando as bandas de pífanos e os trios de forró de pé-de-serra.

As ideologias tecnicistas e de valoração das tradições locais se auto-engendram na perfilação do festejo como mega-evento de entretenimento e turismo. Naturalizada como gestora e guardiã da festa, por outro lado, coube a Prefeitura decidir e escolher o que merece pertencer à arquitetura do evento. Portanto, o empreendimento de organizá-lo vai requer a designação de um quadro permanente que se ocupa das tarefas afins, tendo a coordenação de pessoas já envolvidas com as questões da cultura local. A prerrogativa a ser tomada como critério essencial é o respeito às "tradições" juninas caruaruenses. Diante deste parâmetro as atrações passam a ser

selecionas e distribuídas, numa espécie de jogo estabelecido entre diferentes segmentos da cidade e o poder público. Isto porque a implantação de prêmios e concursos, mesmo subvenções, contribui para o ingresso de novos integrantes e acrescenta variações ao festejo, estendendo-o pelo decorrer do mês de junho, algo fundamental ao preenchimento da programação turística da festa. Em 1999, foram então 120 músicos contratados, além de cantores e bandas de prestígio nacional e batalhões de bacamarteiros, trio de sanfoneiros, banda de pífanos e quadrilhas tiveram seus serviços remunerados com a finalidade de que recepcionassem os turistas chegados tanto no "trem" quanto no "vôo" do forró[xv]. Também 40 quadrilhas, entre as estilizadas e as matutas, provenientes de Caruaru e de outras cidades e estados nordestinos estavam inscritas no concurso oficial, diferenciado para ambas categorias.

A aceleração da divisão técnica do trabalho e das funções na realização da festa encontra suporte no aparecimento de empreendimentos privados na promoção de eventos. As empresas se esmeram na organização de acontecimentos espetaculares que retenham e conforte os gostos de diversão dos públicos. Assim é o caso da empresa Augusto Eventos, responsável pela chamada "Caminhada do Cuzcuz". Sob a justificativa da degustação do "maior cuzcuz do mundo", a passeata regada por toneladas de "quentão" (preparado alcoólico típico da festa) é composta por uma multidão arrastada pelo som de quatro trios elétricos, tocando forró por cerca de nove quilômetros até o Distrito do Alto do Moura. Da mesma maneira, o aumento do fluxo de visitantes e mesmo o de nativos no epicentro da festa fomenta outros empreendimentos partindo também da iniciativa privada empresarial, tendo em vista a exploração comercial de facetas do evento. Assim, as casas de shows ligadas ao forró (como o Palladium) começam a transferir para a rua os seus serviços mais sofisticados de bar e restaurante e ainda contratam artistas de prestígio regional e nacional para apresentações durante o período junino. Já os hotéis se empenham em divulgar seus pacotes na perspectiva de atender a demanda por vagas: suas publicidades trazem à frente as atrações embutidas no festejo local. E isto vai se articular com o empenho das agências de viagens em estabelecer conexões com as congêneres do Recife e vender serviços completos de transportes, hospedagem,

alimentação e visitação. Seria exaustivo elencar, detalhadamente, todos os encadeamentos de condutas, o que importa é ressaltar o anel de comprometimentos que se forja, no enlace gerado entre os aspectos fiscais e políticos eleitorais com o impacto sobre a remuneração do capital e a otimização, embora temporária, de uma mão-de-obra de seis mil pessoas e elevando em 30% a arrecadação do município (Secretaria Municipal de Turismo/1999). É confrontado pelas pressões provenientes deste arco, que o poder público se vai manifestar redimensionando o espaço do São João, ao construir o Pátio de Eventos.

Ao mesmo tempo, entretanto, essa reciprocidade entre o empresariamento e a atuação do poder público ganha a cada ano contornos tensos e contraditórios quando toca nas negociações em torno da manutenção da "tradição" local, básica à tematização turística da festa, em meio à recriação turística dos sentidos da festa e sua efetivação como parte da cultura de entretenimento e da economia do lúdico. Exemplar a respeito é o concurso de quadrilhas, divido entre as categorias de grupos "matutos" e "estilizados". A ocasião do concurso manifesta o que é representado na publicidade como um confronto entre tradicional e moderno, cuja luta se faz diante e visando a conquista do destaque na transmissão televisual da TV Tribuna, uma das promotoras do evento, e da multidão que ao vivo assiste as exibições. A verificação da origem social dos grupos demonstra o quanto, em sua maioria, eles têm por base colégios e associações comunitárias laicas ou religiosas, situadas em áreas periféricas urbanas. Nas apresentações em ambas categorias salta aos olhos uma mesma tendência concretizada nas cenas montadas, ou seja, o resultado é fruto de pesquisas na busca de materiais e técnicas capazes de proporcionar impactos visuais sobre as audiências, numa atitude próxima da e similar ao do formato passeata-espetáculo da escola de samba[xvi]. Se os "matutos" dão primazia à reedição das situações em torno da história do casamento caipira, reatualizando nos movimentos da dança os passos que guardam traços de danças da corte francesa (como o *rondó*), o fazem dentro do rigoroso cumprimento de um roteiro e da recriação da cena caipira, para a qual os tons mais austeros nas cores das roupas e o estudo dos gestos corporais, hiperbolizando os manejos jocosos, exigem a especialização dos componentes, como atores de uma trupe teatral popular. Já as quadrilhas estilizadas priorizam a renovação

temática anual, a partir daí incorporando a transformação dos figurinos e adereços, além dos desenhos coreográficos; dando preferência ao brilho e colorido no manejo com os tecidos, complementos e plásticos, realizando perfomances inspiradas em movimentos aeróbicos.

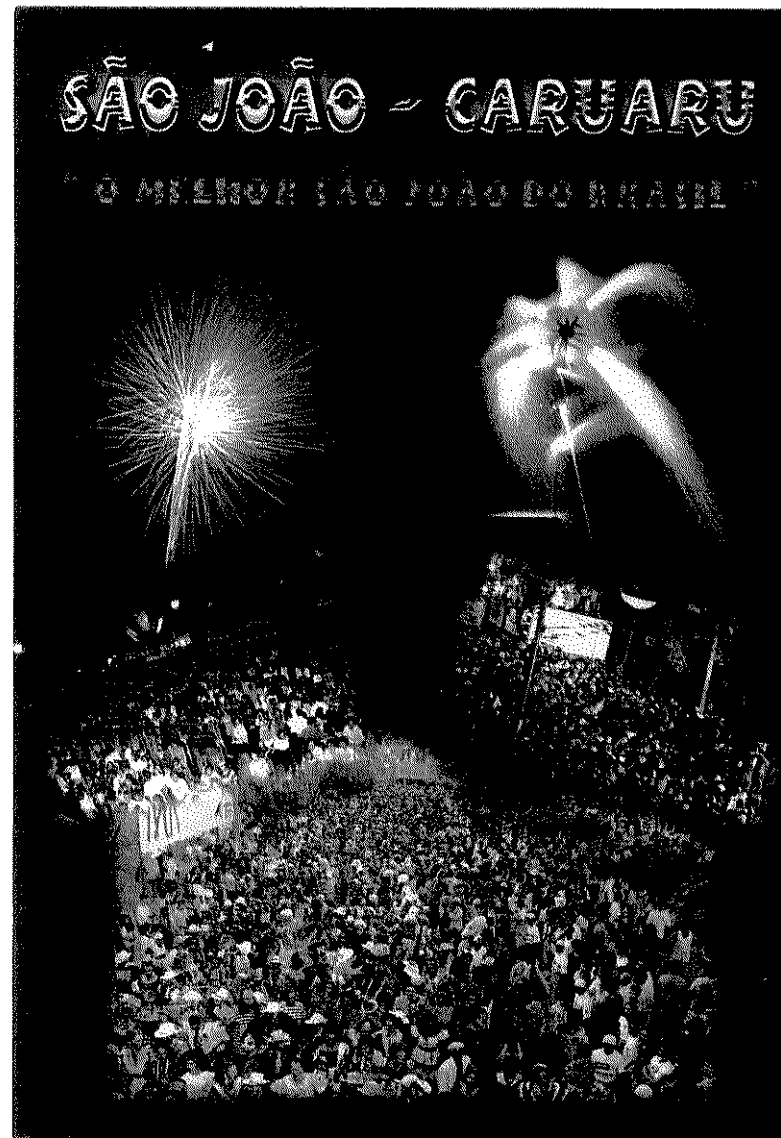
A instituição da competição, portadora da exigência de observância dos quesitos, sem dúvida, joga um papel marcante para o delineamento de contornos espetaculares na brincadeira das quadrilhas, mas a compreendo mais como uma expressão, em lugar de considerá-lo o ponto deflagrador da mudança. Buscar um ponto zero para a espetacularização que aí se insinua neste ou naquele grupo me parece equivocado. Creio estar os elementos da transformação na situação mesma na qual os grupos de quadrilha se enquadram na interação viabilizada pela competição; situação constituída por eventos e perfomances alinhadas ao propósito de plasmar públicos, cuja expectativa é alimentada pela divulgação da aura que cobre a festa de São de João de Caruaru como prenhe de potenciais para fazer eclodir momentos de prazer, alegria, beleza, enfim, emocioná-los. A própria distinção entre "matutas" e "estilizadas", encampada na categorização nativa que os agentes fazem a respeito do elo e da estima que os homogeneíza como grupos e lhes conforma as práticas, revela como o dado folclórico e popular ocupa posições complementares no esquema de atrações turísticas e de diversão na festa. Já que a oposição aí consiste em lugares especificados e não em contradições a cerca de um mesmo ponto.

Aliás, o São de João de Caruaru desempenha semelhante papel no circuito festivo brasileiro, ao se contrapor às "modernidades" de Campina Grande, guardando as "verdadeiras" tradições sertanejas. Nesse sentido, dois outros aspectos da contemporânea comemoração junina em Caruaru, são realmente heurísticos, em razão dos seus volumes material e simbólico no interior da festa: a instalação de uma área de diversão no mesmo Alto do Moura e o aumento na importância dos blocos de drilha. Porém, ambos estão relacionados ao controle dos fluxos culturais exercido pelas agências da cultura de diversão. E estas deitam raízes nos modos de sociabilidade ensejados pela combinação entre música e dança na ocasião festiva, mas em sintonia com o peso adquirido pelo comércio de bens culturais e do tempo do lazer no cotidiano amplo do país.

Tendo por nicho sociológico as redes de amizades de facções mais jovens das classes médias, desde a metade final da década de oitenta, inspiradas nos comportamentos jocosos que marcam o folclore junino (como o "casamento na roça"), mas agora no rastro do modelo carnavalesco de Salvador, as drilhas, organizações de cunho empresarial, começaram a percorrer em formato de passeatas os dias de festa, embaladas por bandas e cantores sobre trios elétricos, arrastando, entre suas cordas, multidões vestidas segundo o tema que define cada um dos blocos. A primeira drilha foi a Machadrilha, cortejo psicodélico de homens, vedado à participação de mulheres. Em resposta surgiu a Sapadrilha. Outras sucedem como a Gaydrilha, a Piradrilha, a Babydrilha. Pelo formato e a disposição carnavalesca – ver reprodução a seguir -, a invenção despertou a hostilidade de segmentos mais ortodoxos, os quais passam a acusá-las de descaracterizarem os festejos juninos, quando incorporam as canções do repertório da axé *music*, no lugar do repertório musical do forró. Um problema preliminar seria, então, averiguar até que ponto a passeata das drilhas ferem os cânones da tradição nordestina. Por ter participado do seu cortejo de dois quilômetros, no dia 23 de junho de 1999, trago à análise a drilha Piradrilha.

Em uma loja situada numa galeria localizada na ondulosa e sofisticada Avenida Agamenom Magalhães, com suas mansões, condomínios e *shopping-centers*, está a sede provisória desta drilha, justamente nesta área nobre. As duas pessoas responsáveis pela Piradrilha são, respectivamente, uma comerciante e uma jovem odontóloga, as quais se revezam durante o período junino na administração dos negócios ligados ao São João. A incipiência empresarial da entidade e o grau de informalidade da atividade conferem certa improvisação e precariedade aos serviços ali realizados. Mesmo porque a drilha não possui registro jurídico e o endereço para referência é o pessoal das próprias responsáveis. Na ocasião que visitei a sede, duas funcionárias, com laços provisórios de trabalho, atuavam no posto de atendimento ao cliente – um pequeno cômodo, tendo à frente uma vitrine na qual estavam dispostas tanto exemplares das indumentárias de algumas drilhas, quanto fotografias de anos anteriores, destacando personalidades artísticas nacionais que compareceram aos cortejos. Estando às vésperas do desfile, o movimento de entrada e saída de pessoas interessadas em participar da brincadeira era intenso, como também chamava atenção


CARUARU
ARTESANATO
ALTO DO MOURA


SÃO JOÃO - CARUARU
" O MELHOR SÃO JOÃO DO BRASIL "

a quantidade de telefonemas de outros interessados. Embora haja o registro dos desfilantes, não observei o mesmo procedimento de excluir componentes, como aquele dos blocos de Salvador, porém existe um regulamento exigindo do associado que obedeça as regras de comportamento na passeata e se traje de acordo com os motivos juninos. Segundo uma das responsáveis, os custos com a contratação da mão-de-obra (desde as funcionárias, até o cantor do trio elétrico, passando pelos técnicos em som e luz, seguranças e cordeiros, além dos artistas contratados para decorar os carros alegóricos apresentados) são cobertos pela venda das cotas de patrocínio, que dão direito aos anunciantes de exibirem suas marcas nos cartões de inscrição, camisetas, nas laterais tanto do trio elétrico quanto do carro de apoio (ou "camarote móvel") e, ainda, nas inserções de divulgação na televisão.

Ao questioná-la sobre toda esta parafernália e os seus efeitos nos festejos juninos, ela recorda que a motivação para o surgimento das drilhas e seu "crescimento" estava na renovação dos grupos de quadrilha, contudo mantendo a tradição do São João de Caruaru, ainda que conformando em inovações, como é o caso da introdução do remanejamento do carro alegórico para o interior da quadrilha em forma de passeata, a qual já era uma novidade: "Já existia o desfile de carros alegóricos temáticos. Agora quem inventou o primeiro carro alegórico nas drilhas foi eu. Eu trabalhava na Gaydrilha. Aí eu sai da Gaydrilha e passei para a Machadrilha, quando a gente fundou a Machadrilha. Resolvemos inovar as quadrilhas, fazendo uma homenagem ao Mestre Vitalino. Já que estava crescendo tanto, aí tinha que inventar algo diferente. Então a gente bota quarilha, par não descaracterizar o São João". Cotejado o conjunto dos depoimentos, percebo que nas falas de ambas há permanentemente a preocupação em ressaltar que as novidades estéticas não ferem a tradição do São João. Assim as comissões de frente coreografadas, formadas por jovens ligados a academias de dança, e os carros alegóricos dariam apenas atualidade, respectivamente, aos movimentos rústicos das danças juninas e a tradição do desfile de alegorias juninas. Por outro lado, justificam que as inovações apenas respondem ao crescimento da festa, que hoje atrai turistas de todas as partes do país. Desta maneira, a outra sócia explica a introdução do trio elétrico como resposta ao aumento do número de participantes: "Tem que ter o trio elétrico por conta do som. Não teria como atingir (toda a massa de desfilantes) não fosse o trio. Nós começamos com a Sapadrilha com vinte casais e depois de quatro ou cinco anos,

houve uma cisão e formou a Machadrilha. E no primeiro ano da Machadrilha, a gente já saiu com mil e 500 pessoas. A Machadrilha desde o início foi com o trio. A outra, não. A gente começou com aqueles carrinhos de som. Depois um mini trio e depois o trio".

Os discursos das agentes dão um sentido funcional às incorporações das soluções organizações, estéticas e técnicas de outras experiências festivas, como as de Salvador e do Rio de Janeiro. Outro fator, no entanto, com peso decisivo também foi o acirramento da competição entre as drilhas pelo arregimento de associados. Tal como em Salvador, a introdução de novidades artísticas e aparatos de conforto e segurança é dinamizada no sentido fisgar novos adeptos, fazendo acordo, assim, com a racionalidade empresarial da entidade. Por exemplo, contratado para cantar na Machadrilha e na Piradrilha, que pertencem às mesmas sócias, está vedado ao cantor de forró Elifas Júnior a participação nas concorrentes. Não é difícil compreender as motivações da exclusividade, basta considerar a disputa pelos participantes e anunciantes. Com as informações sobre o acesso às entidades divulgadas insistentemente tanto nas emissoras de rádio quanto por caminhões dotados de autofalantes, percorrendo as ruas da cidade, a inserção na brincadeira se dá mediante a compra de um *kit* (incluídas uma camiseta, um lenço e um tapa olho, além do direito a um frasco contendo a bebida do patrocinador). Por outro lado, se a Piradrilha tem o patrocínio da bebida alcoólica Rum Montilla, um boneco de um pirata (marca da drilha e do patrocinador), à maneira daqueles que percorrem as ruas de Olinda durante o carnaval, saudado por um espetáculo pirotécnico como no desfile de Escolas de Samba no Rio de Janeiro, fazia a abertura de um desfile basicamente integrado por jovens, sobretudo advindos das redes de amizades de estudantes das escolas particulares mais prestigiadas da cidade. Somam-se a esses, turistas vindos de Recife, de outras cidades do interior pernambucano e de outros estados. Permanece o predomínio dos adolescentes e jovens, em sua maioria familiarizada com os ritmos carnavalescos baianos; jovens dotados da disposição de recriar o cenário e atmosfera daquela folia momesca na festa de São João[xvii]. Não ouvi, porém, em momento algum o cantor do trio elétrico, Elifas Júnior, entoar músicas baianas. Ouvi sim, canções que, embora denominadas de forró, lembravam o andamento das congêneres entoadas pelas vias festivas de Salvador.

A Prefeitura, através das Secretárias de Turismo e de Cultura, se esforça para enquadrar as drilhas nas diretrizes por ela traçada, impondo dias, hora e local determinados para os desfiles – cabendo as mais antigas escolher o dia da passeata. Porém a procura de lugares entre as cordas das drilhas aumenta extraordinariamente de ano a ano e assim, juntamente, todo o aparato empresarial e organizacional necessário para fazer frente às demandas ganha vulto (cordeiros, fiscais e seguranças, carros de apoio, quadro de funcionários, etc.). Fatores que dispõem as drilhas na busca de maior contingente de participantes e, ao mesmo tempo, estimulam o aparecimento de novas associações afins. Embora estejam ainda em estágio bem seminal, o dado recalcitrante que envolve as drilhas é semelhante àquele já observados em Salvador, a saber, a concentração de prestígio e poder na mão da iniciativa privada e a ocupação dos espaços públicos para a comercialização da participação cosmopolita nos festejos. As dificuldades, no entanto, decorrem do respaldo tanto do público, sobretudo dos adolescentes e jovens que dão suporte social para as drilhas, quanto dos profissionais da área artística musical, que vislumbram no cortejo dessas entidades um espaço há mais de atuação remunerada. O aspecto sociologicamente interessante é o comparecimento da mesma situação já observada nos blocos de trio de Salvador, na qual a focalização do público jovem como um alvo define estratégias, mas igualmente assinala o mesmo componente estrutural na condução das atitudes dos responsáveis pelas drilhas, ou seja, a intervenção do mecanismo institucional do entretenimento. Pois a contrapartida da predominância da clientela jovem nos bem sucedidos e novos eventos no interior dos festejos juninos está no deslocamento mesmo da ênfase nas modalidades de divulgação da festa, realçando seu reconhecimento como um dos nichos da cultura de diversão. O discurso da imagem publicitária é heurístico a respeito, já que nele o acento é cada vez mais maior nos elementos sensuais e despojados das sociabilidades festivas do São João, aproximando-se assim de uma folia. E esses são recolhidos nos móveis acústicos e coreográficos vinculados à semântica do forró, como dispositivo estético capaz de promover situações de êxtases. Ora, a centralização no universo dos signos identificados ao público jovem viabiliza tal deslocamento, pois aí está concentrada em muito a valoração de práticas referentes à satisfação promovida pela

intensificação das emoções, mediante o teste dos limites afetivos. Mas o deslocamento se faz numa espécie de reciclagem dos traços da tradição rural do forró. A foto oficial do São João de Caruaru, em 1999, é ilustrativa, até porque a cena da foto guarda semelhanças com as capas de revistas dedicadas ao desvelamento da intimidade de pessoas famosas do mundo artístico e esportivo, ou mesmo com anúncios publicitários, nos quais o padrão de beleza dos modelos é indicativo de um ideário de sofisticação proposto como intrínseco aos objetos anunciados. Na fotografia, os dois modelos trajam roupas que possuam elementos que sugerem o clima junino (como o xadrez na padronagem das camisas de ambos e o chapéu de palha), e tenham por fundo a fachada de uma igreja e estejam próximos das chamas que fazem arder uma fogueira, sobressaem. Ao mesmo tempo, há os sinais de uma esportiva descontração, que os diferenciam de um casal de caipiras convencionais. Ele, um atlético moço alto em justa calca jeans; ela, morena de sorriso largo, longos e brilhantes cabelos castanhos divididos ao meio, tendo fitas vermelhas nas pontas, de saia vermelha, mas vestindo uma blusa preta, decotada. A imagem oferece suporte material à combinação entre os signos de juventude e etnicidade, agora trasladados como ícones da temática que diferencia o evento de Caruaru no esquema funcional da economia do lúdico.

Diante desta peça de divulgação da festa, mostra-se curiosa e dúbia a atitude do poder público local. Já que sua defesa da cor tradicional da festa está na mesma via de mão dupla na qual o outro sentido consiste no estímulo à promoção comercial do festejo junino local. Por exemplo. Durante a conversa com a Chefa do Departamento de Eventos da Secretaria de Turismo de Caruaru, a frase mais repetida por ela foi a "defesa da cultura local", o que considera decisivo para diferenciar o São João caruaruense daquele realizado em Campina Grande. A iniciativa de realçar a diferença, em uma das suas facetas, responde à pressão de acentuar a distinção entre as duas cidades no interior da competição turística[xviii] e da batalha para assegurar patrocinadores. Para isto reivindica a "profissionalização" do evento, no que tange à produção e administração. Algo assim já estaria na raiz do sucesso obtido em áreas como os serviços de alimentação no Pátio de Eventos, ao ser aberta uma licitação para a contratação de serviços de restaurantes e lanchonetes. O mesmo teria ocorrido

com intervenção de uma agência de publicidade, prestando serviços relativos à venda das cotas de patrocínios, isto é, à comercialização dos espaços de maior apelo visual, incluindo aí o foco das câmeras de televisão. Entretanto, os mesmo critérios técnicos e comerciais são mitigados quando se trata da instalação de casas de venda de bebidas e comidas na região do Alto do Moura, é categórica em aprovar a suspensão, por parte da Prefeitura, dos alvarás para abertura de novos comércios. Alega que a atividade de bares e restaurantes deturpa a "tradição" ceramista daquela região.

Não obstante a defesa da tradição local pelo poder público não está a salvo de contradições e a visita ao Alto do Moura as evidencia. Logo na chegada o olhar sobre o grande pórtico informa combinações inusitadas se considerarmos o posicionamento da Chefa do Departamento de Eventos. Ali, contendo réplicas dos bonecos de Vitalino e frases saudando e situando o visitante, estão enladeadas as siglas da Empresa Pernambucana de Turismo e, também, da Secretaria de Turismo de Caruaru, mas também de patrocinadores. A saudação ao turista encontrou, naquele dia 24 de junho, ressonância no longo congestionamento de automóveis por todo percurso de nove quilômetros, do centro da cidade até o distrito. Deixando claro o enlace dos ramos de transporte com o comércio de lazer e diversão, ao longo do caminho, o "motoboy" que me conduziu se comportou como um guia turístico, descrevendo o que de bom encontraria no local. Lembrou que o Alto do Moura concentra uma variedade de bares e restaurantes. Diz também que a nova casa de show, Vale do Tauá, aberta há menos de uma semana, tem área maior do que a do Pátio de Eventos, além de possuir dois palcos e grandes espaços de estacionamentos. E faz questão de realçar: embora chame minha atenção para os ladrões, assegurou ser o Alto do Moura dotado de muita segurança policial (inclusive, agentes disfarçados) e que são excluídos apenas aqueles decididos a "bagunçar". E finalmente acrescenta: "Os turistas têm tudo para se divertir. As mulheres, em fartura, são solícitas e se oferecem mesmo que acompanhadas. O sujeito precisa ter cuidado".

Sendo um distrito rural há pouco transformado numa área periférica suburbana, o bairro tem apenas uma das suas ruas pavimentadas e é nesta principal artéria onde se instalam bares e restaurantes, enfileirados e frente a frente. Os estabelecimentos são acanhados, fazendo coro com as demais edificações de casas de alvenaria sem

embolso. Naquele dia – 24 de junho – a rua estava apinhada de visitantes, que lá chegavam nos carros, em sua maioria com placas de Recife, mas havia aqueles de outras cidades do estado e de outras regiões do país. Também circulava uma perua fazendo o serviço de divulgação dos shows a serem realizados na casa Vale do Tauá. O trânsito intenso levantava uma nuvem de poeira, encobrindo os turistas sentados em torno de mesas ocupadas com copos e garrafas de cerveja, ao lado de pratos ostentando churrascos de carne de bode, ou aqueles trafegando de um lado a outro, visitando o museu da Casa Vitalino – um casebre de estuque com alguns objetos pessoais do artista – ou na procura das peças de artesanato local[xix]. Fui a uma das lojas especializadas nesse comércio, onde conversei com um dos proprietários. Basicamente, perguntei se aquele movimento estimulava as vendas. Ele diz que sim, mas não se mostra muito animado, porque os turistas apenas "olham muito e compram pouco." Então, por conta própria, ele acrescenta que a venda de comida e bebida é mais lucrativa. Para confrontar com o posicionamento das Secretárias de Turismo e de Cultura, indago se é possível compatibilizar ambas as atividades. Assegura que sim: "Na semana, a gente tá aqui vendendo ou produzindo; nos finais de semana e nos feriados, nós vai pra trás do balcão".

De acordo com os objetivos desta tese, não nos interessa averiguar até que ponto ocorre a interferência e a superposição de uma atividade sobre a outra – posso até acreditar que ocorra, na medida em que a produção é concebida cada vez mais para este cliente ligeiro. Importa identificar o arranjo de forças com impacto sobre a transmissão da memória e com incidência na condução mesma das práticas culturais. Porque em um e outro momento aqui focalizado, que compõem a festa de Caruaru, o elemento galvanizador é o mesmo: o forró, isto é, o sentido de festa instaurado em torno das redes de sociabilidades alegres, promovidas pelo ritmo dançante do repertório musical identificado à tradição junina sertaneja. É mediante a esse demiurgo que a contradição no posicionamento da Chefa do Departamento de Eventos se mostra heurística do processo que analisamos. O dado conflituoso revela os intercruzamentos entre política cultural e entretenimento e turismo como fatores nodais à compreensão da maneira como as relações sociais se estruturam na viabilização da festa. A heuristicidade do forró decorre de que se trata da

categorização de uma realidade na qual, vimos, se entretêm as estratégias e táticas contidas nos movimentos de invenção e reinvenção da tradição nordestina, núcleo temático do local de entretenimento e turismo caruaruense. Mas também das modalidades emergentes de hierarquização e exclusão socioculturais aí inscritas. Para a compreensão da força assumida hoje por este entroncamento, mais uma vez, é preciso ater-se à particularidade assumida pelas interdependências funcionais no ritual junino, na atualidade das sociabilidades e dos comportamentos festivos. E as conexões expressas na primazia gozada pelo forró no conjunto do festejo consistem no epicentro dessas reciprocidades alongadas mas localmente experimentadas.

O instante mais aguardado na jornada de festejos é, na virada do dia 23 para o dia 24 de junho, o show a ser realizado no grande palco do Pátio do Forró. Eis a atração oferecida como a principal no cardápio de divulgação turística da festa e alvo de atenção seja daqueles que apreciam o acontecimento, de pé ou sentados nas mesas dos bares e restaurantes, sobretudo em roda de amigos, ou dos que ocupam o espaço confortável dos camarotes montados pelos patrocinadores e pela Prefeitura para seus convidados ou, ainda, pelas empresas ocupadas com a exploração turística (como as promotoras do "trem" e "vôo" do forró) em conjunto com as agências de viagem. Para tanto, os organizadores contratam artistas de expressão nacional, claro, relacionados ao universo do forró. No contínuo do encadeamento hierárquico artístico estabelecido, para os quase 70 grupos de trios locais (registrados na Fundação de Cultura, na razão de artistas amadores), reconhecidos como representantes do autêntico forró pé-de-serra, são reservados as varandas existentes nas edificações da Vila do Forró[xx]. Sem vínculos com o mercado fonográfico e com as instâncias ampliadas da comunicação social e do mercado cultural, os artistas populares "anônimos" estão subordinados às vicissitudes paternalistas do poder político local, em meio as disputas promovidas por suas facções de elites. E assim, a presença ou exclusão na lista de contratações realizadas pela Secretaria de Turismo, em grande medida, dos artistas populares responde ao jogo das práticas clientelistas, envolvendo os interesses eleitoreiros de vereadores e deputados e as estratégias de promoção de chefias, assessores e funcionários da burocracia municipal. O anonimato enquanto destino consiste também na expressão do contingenciamento a que estão sujeitos

esses agentes, na medida em que são classificados como artistas do tipo folclórico e circunscritas suas atuações ao ciclo sazonal junino. Se do ponto de vista estritamente cultural, a aura folclórica confere distinção e respeitabilidade aos apaniguados pelo título, porém, encerrados como herdeiros autênticos da tradição sertaneja, enraizada na memória popular, o imperativo coletivo os pressiona e inibe estímulos provenientes da própria auto-regulação do mercado às iniciativas individualizantes. As quais, quando são suscitadas, sofrem coações várias oriundas das entidades ocupadas com a guarda dos valores culturais caruaruenses, sempre girando em torno do fato de estarem aquelas ferindo justamente a autenticidade, maculando a "pureza" do folclore e mesmo ameaçando-a com a "vaidade" ou uma atitude "irresponsável de mercenarismo" se se trata de reivindicar a aquilatação maior à remuneração das suas prestações de serviços artísticos. Em resumo, diante dos condicionamentos descritos, permanecem os artistas folclóricos como um contingente de mão-de-obra de baixo custo, embora sejam essenciais para a otimização dos recursos étnico-históricos contidos em suas atividades, empregadas na tematização turística do São João da cidade. Na contraface, o somatório dos mesmos fatores entretidos molda o tipo de relacionamento estabelecido entre esse grupo, os meandros do poder público local e as demais facções do entretenimento, ou seja, o mantém agrilhoado à periferia hierárquica da esfera cultural e contribuí à reprodução das amarras do paternalismo e da sub-remuneração.

Na ponta acima da hierarquia, em 1999, a banda musical cearense Mastruz com Leite deteve a primazia da noite de gala do São João de Caruaru. Em relação a essa banda, a escolha esteve diretamente subordinada ao seu sucesso fonográfico e de execução em emissoras de rádio, ao mesmo tempo em que cumpre uma agenda anual de shows pelo país, apresentando-se em casas de espetáculos, rodeios, vaquejadas e festas juninas. Por outro lado, tal sucesso traduz exemplarmente algumas das características marcantes da produção e circulação da cultura de diversão. Integrante de uma *rolding* empresarial ligada à música, a banda é o carro-chefe dos lucrativos negócios do empresário Emanuel Gurgel, por representar 28% (ou até 50%, na época do lançamento do *cd*) dos lucros do grupo Somzoom. Sediado em Fortaleza, o conglomerado abrange mais sete outras bandas, segundo uma estratégia de

segmentação dos gostos no mercado fonográfico, além da gravadora e da rádio Somzoom Sat. Por intermédio desta última é retransmitida para 97 outras emissoras, em 16 estados brasileiros, uma ininterrupta programação musical de forró. Mas o forró executado por bandas como a Mastruz com Leite é transliterado, na medida em que na elaboração das canções são incorporadas outras soluções rítmicas e temáticas, ao lado de recursos eletroacústicos como órgãos eletrônicos e sintetizadores, de acordo com esclarecimento do próprio empresário e compositor: "O que fizemos foi trazer o pop para o forró. Trocamos também a filosofia das letras, que sempre trataram de fome e seca. Luiz Gonzaga cantava a 'triste partida'. A Mastruz canta o romantismo" (Gazeta Mercantil/04-04-2000).

Há, certamente, um claro exagero na declaração de Emanuel Gurgel, afinal Gonzaga cantou, também, um Sertão festivo, um dos fatores, aliás, que possibilitou as investidas do atual empresário do forró no campo do entretenimento. Trata-se, na verdade, do esforço de distinção de um componente heterodoxo, pleiteando legitimação para o seu empreendimento. E sua postura está na contraface das acusações da qual é alvo, ou seja, os críticos o acusam de desvirtuar as tradições do forró, que estariam enraizadas em baluartes como Gonzaga e Jackson do Pandeiro. A batalha travada entre as representações sobre qual a versão mais legítima da tradição do forró, seja a "autêntica" ou a "moderna", mantém inalterada a lógica do ócio como negócio, visceral à cultura de diversão; elementar, como vimos, ao eixo herdado das investidas pioneiras de Luiz Gonzaga, trafegando sobre o trilho histórico da efetivação estética e socioeconômica da reprodução das expressões sonoras e visuais no mercado da comunicação e dos bens de diversão, agora se dando no conjunto do território nacional. Por outro lado, o confronto é sugestivo ao apontar o estágio de interdependência em que se encontram as atividades artísticas, como a exercida pelos intérpretes do forró, no interior da divisão de funções do entretenimento. O hibridismo simbólico manifesto na combinatória de repertório e soluções rítmico-musicais ambientadas na memória do *pop* deixa entrever as condições sociológicas contemporâneas de produção e reprodução da cultura, notabilizada pelas ingerências dos imperativos da compra e venda. Mas também embutem uma educação dos sentidos orientada a formar percepções e autopercepções sensíveis ao cotejamento

dessas expressões humanas no corpo de signos de distração de apelo excitante. E os mesmos signos estão engatados aquele mesmo imaginário do estilo de vida jovem e despojado, propenso a tornar pública as emoções, com o devido comedimento pacífico dos excessos. Sob esse prisma, a fala de uma das cantoras da própria banda Mastruz com Leite, apresentada a seguir, contém elementos elucidativos do exercício de reflexividade dos símbolos da tradição sertaneja implementado por agentes inclusos no trânsito intenso, dinamizado no contexto de ausências da modernidade, no que tange a esfera cultural[xxi].

A jovem cantora rebate as críticas ao desvirtuamento provocado pelas novidades introduzidas nesse gênero musical, alegando ser esses grupos musicais o canal de renovação do repertório musical e dos públicos, viabilizando a profissionalização dos artistas vinculados à tradição nordestina do forró. E isto ocorreria na medida em que são traduzidos para o forró outros estilos, como o pagode, o sertanejo e a axé *music*. Algo como uma dialogia estaria percorrendo o conjunto das realizações estéticas afinadas com núcleos regionais. De acordo com a exposição apresentada no Capítulo II, vimos que esse diálogo realça e se torna possível nas negociações acionadas no interior do campo do entretenimento, no qual as permutas necessárias à capitalização global da instituição acompanham o acirramento da competição nela travada. Neste sentido, a maneira como a cantora descreve Emanuel Gurgel é reveladora. Ao seu ver, seria ele espécie de versão contemporânea de Gonzaga, já que teria revivido o forró, esquecido ao longo dos anos sessenta e setenta, período em que predominaram as "músicas internacionais". Gurgel, por ter sempre "amado" o forró, teria acrescentando, além das incorporações de canções de um repertório para o outro, os metais (como o saxofone), a bateria, os teclados, entre outros utensílios tomados de empréstimo da música *pop*. Deste modo, acredita, foi construída a estrada de consagração nacional do forró (mesmo com reflexo no exterior), desde o início da década de noventa, com participação peremptória da banda Mastruz com Leite. Vejo algo de esclarecedor no seguinte trecho:

> O Mastruz é o pioneiro. Primeiro veio o Mastruz com Leite. Aí, depois que viram que deu certo, aí chegam outros. Hoje, Fortaleza, o Ceará...Eles falam que Caruaru é a

> capital do forró. Eu acho que Caruaru é a capital do folclore, da tradição nordestina. Mas o Ceará é a capital do forró. É onde está o maior número de artistas; já existem quase 200 bandas ou mais. Em Fortaleza existem várias casas de forró. Tocam outros estilos, mas prevalece o forró. E de lá se alastrou, porque forró todo mundo dança. Tem forró no Brasil inteiro. Em São Paulo. Lá tem muito nordestino. Eles adoram. É como se estivessem matando saudades. No Rio também. Até em boite, onde só tem "mauricinho" e "patricinha"[xxii].

Certamente algo não problematizado no discurso é o fato de um conjunto outro de intérpretes também galgar prestígio público sem recorrer às soluções adotadas por Gurgel. Tocar neste tema nos levaria longe, porque deveríamos percorrer a diferenciação da tradição musical rotulada de MPB, na qual foram abertas lacunas para gêneros como o forró. Algo assim extrapola nossos interesses neste trabalho. O necessário é reter as sugestões contidas na percepção da cantora. Talvez não esteja sendo tão imaginativo no instante em que percebo o seguinte enquadramento, a partir da fala dela: o reconhecimento de Caruaru enquanto um vaso no qual se aninharam as tradições nordestinas, em seu estágio folclórico, compõe a estratégia discursiva que possibilita aos "heterodoxos", recentemente incluídos na mesma tradição, extrair a força emprestada à afirmação do presente. Presente este concretizado no lugar de destaque ocupado por bandas como a Mastruz com Leite. Retomando o argumento subjacente a fala, a tradição alongada do forró, cujos braços avançariam continuamente pelo país inteiro, teria frutificado, hoje, nos tipos de inserção profissionalizada de pessoas como a cantora, e sua banda, situados na atual dinâmica urbana de Fortaleza, destacado pólo empresarial do ramo dos serviços de diversão e turismo, na sociedade-nação. Ao exaltar a continuidade da tradição, o discurso apazigua as contradições e naturaliza os deslocamentos, inclusões e exclusões suscitadas na hierarquia artística, quando está tem por fulcro o entretenimento e se encontra encadeada na sociedade de consumidores. Em última instância, embora estejam arrumadas a tradição do forró e a cultura de diversão em um mesmo terreno de pertencimento, a última é ressaltada como a mais contemporânea versão daquela e, portanto, consiste na sua legítima tradução. Enfim, o mercado designaria uma instância melhor capacitada para disponibilizar as práticas artístico-culturais, tendo em conta sua extensividade cosmopolita, sem com isso ferir a exemplaridade da tradição.

Ora semelhante representação flutua no modo como é justificada a modernização da festa de Caruaru, nos discursos dos membros da comissão responsável pela organização do evento. Nestas representações a tradição "inventada" e os dispositivos de "reinvenção" são acoplados num mesmo objetivo: a sagração do evento junino regional no sítio da cultura e sistemática da diversão cosmopolita. A fala seguinte é ilustrativa, até porque seu autor teve (e tem) participação ativa nos esforços de preservação e realce dos valores culturais locais. É em nome desses valores que a continuidade entre a tradição e sua reinvenção para fins do comércio de entretenimento e turismo é ressaltada pelo Assessor Técnico da Fundação de Cultura, José Urbano Silva, responsável pela contratação dos artistas mobilizados nos shows organizados no São João:

> Oitenta por cento dos gastos do São João são cobertos pelos patrocinadores. Eles que cobrem os custos com a contratação de artistas de nome nacional. Nós colocamos, anualmente, a venda as cotas de patrocínio. E, graças a Deus, a cada ano que passa tem uma grande procura. Para você ter uma idéia, nos temos hoje o patrocínio do Ministério da Cultura, do governo do Estado de Pernambuco, da Telemar, tintas Suvenil, a Nestlé, a Primor. São grandes patrocinadores que, na realidade, são verdadeiros parceiros que tornam possível o São João de Caruaru se aperfeiçoar a cada ano.
> Em relação ao São João de 1999, nos temos este ano cinco diferenciais. Nós estamos esse ano com a felicidade de termos inaugurado o Museu do Mestre Luis Gonzaga, o Museu do Forró, temos um acervo de 450 peças. Culturalmente é muito importante pra nossa cidade. Nós temos esse ano a transmissão via internet, ao vivo. Na rede de computadores, em qualquer lugar do mundo, você acessando nosso *site*, vai ver as imagens do que está ocorrendo no Pátio de Eventos. Nós temos a transmissão, ao vivo, também, da programação dos sábados e domingos, através da TV Pernambuco – que retransmite o canal 21 de São Paulo – retransmitindo os shows do Pátio de Eventos para o país inteiro. E complementando, temos o Vale do Tauá, que é um espaço novo, criado pela iniciativa privada, no Alto do Moura, do lado do aeroporto. Visa exatamente apresentar shows de artistas regionais, unido-se a atrações nacionais, dando mais uma atração pros nossos turistas, já que ele funciona desde as 10 da manhã até as 17 horas. O turista que está em Caruaru, que quer conhecer melhor o forró, durante o dia ele tem a opção do Vale do Tauá; durante a noite, ele vem conhecer o nosso São João, aqui no Pátio de Eventos e no Arraiá Vitalino.
> E temos a Estação Vitalino, que é uma casa de espetáculos que se abre em Caruaru e que tem como prioridade dá brilho, espaço, ao forró, que tá sendo tão bem divulgado na nossa cidade. E esses novos eventos surgiram e se juntaram aquela filosofia: "O que é bom não muda". Eles surgiram para aperfeiçoar a tradição do São João de Caruaru".

Por isso, Urbano não encontra nenhum motivo para o conflito entre o forró tradicional e o eletrônico:

> Nós temos o forró básico, aquele que foi criado por Luis Gonzaga e Jackson do Pandeiro, que é uma linhagem do forró. E hoje temos também o forró eletrônico. E acredito que cabe a nós fazermos uma divisão. Não separando, porém não permitindo que disputem entre si, já que são complementares. O forró estilizado é um complemento do forró básico, que é executado justamente com o triângulo, a sanfona e a zabumba. Quer queira ou não a gente não tem mais como dizer que é uma descaracterização do forró: o forró eletrônico vem atender a própria realidade da nossa juventude. E o forró básico é tradicional; é aquele forró que dos saudosistas, que também tem o seu espaço. Eu considero que o forró eletrônico é o filho do forró básico. Assim como a quadrilha estilizada é a filha da quadrilha regional.

Embora haja uma parcela importante deste discurso implicado numa estratégia inspirada no projeto cultural identificado aos interesses do poder público local na interface com interesses da iniciativa empresarial e do programa turístico estadual e nacional, não creio consistir na melhor opção de compreensão reduzir tais representações, tão-somente, a manifestações da vontade de dominação de um grupo ou feixe de grupos. Porque observando as três facetas apresentadas acima, entre as muitas presentes à festa espetáculo do São João, e o modo como são expressas, o que parece importante é como os meios de orientação vinculados aos aportes institucionais do entretenimento se impõem sobre o horizonte possível das consciências e, por outro lado, são alterados profundamente os recursos para e mesmo as formas assumidas pelas exteriorizações humanas. Deste ponto de vista, não se trata apenas de uma direção unilateral de coação, advinda do plano interno, sobre o perfil assumido pelo festejo ou o simetricamente contrário; na verdade, a deflagração das pressões resulta de forças que estão atravessando e interpenetrando, simultaneamente, planos distintos das cadeias sociofuncionais, ajustando modos e meios de produção, além de universos simbólicos e suportes de poder e dominação. E isto se mostra evidente quando se relaciona o evento de Caruaru no contexto mais amplo do tema da cultura no país, nas últimas décadas e com a internalização desta cultura na prerrogativa de uma economia de signos e espaços. Por um lado, os remanejamentos na gerência da cultura na cidade acompanham a tendência de valorização crescente dos bens simbólicos e do próprio espaço enquanto suportes de uma identidade local, já observada em outras oportunidades. Assim, em 1996, é alterada a finalidade da Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru. Devendo agora se ater ao patrimônio

histórico municipal, porém, antes, ao patrimônio contido nos símbolos e práticas da cultura popular. Afinal, no artesanato ceramista e nos festejos juninos são reconhecidos os diferenciais locais, enraizados na mesma tradição pletora da identidade coletiva da cidade, guardada nos museus do Barro e do Forró, sob jurisdição da Fundação. Mas vejamos o próprio texto da Lei Orgânica do Município, no seu Capítulo III, dedicado à administração indireta do poder público, no qual é promovido o desmembramento das atribuições dos órgãos; doravante as questões propriamente turísticas escapam aos propósitos daquela repartição do poder público:

> Art. 41 - Fica autorizada a alteração da denominação e fins sociais da Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru, a qual passa a se denominar Fundação de Cultura de Caruaru, com as atribuições adiante referidas (....) passa a ter a seguinte redação.
> (...) A Fundação de Cultura de Caruaru terá por finalidade a indução das atividades culturais, com ênfase na cultura popular, consubstanciadas no desempenho das seguintes atividades: preservar o universo cultural e a memória do município; despertar na comunidade o gosto e o amor pela sua própria cultura, através de eventos culturais e programas de participação comunitária; incentivos a produção artística em suas diversas formas e manifestações; executar programas de recuperação e preservação de documentos, áreas e monumentos históricos.

O olhar mais detido sobre o conjunto do texto da Lei Orgânica do Município, contudo, revela um significado outro para os remanejamentos realizados na atribuição das respectivas competências desses órgãos do poder público. Pois, se a princípio a instauração da Secretaria de Turismo desincumbiria a Fundação de Cultura do trato com os aspectos pertinentes ao comércio turístico, é mais que notório: os produtos turísticos por excelência de Caruaru se inscrevem na tradição sertaneja, da qual a Fundação é a guardiã. Uma e outra instância estão umbilicalmente referidas. Especificamente, a instauração da Secretaria de Turismo, antes de tudo, compreende uma resposta local a densidade na rede de reciprocidades constitutivas do evento festivo da cidade. A Secretaria corresponde ao redimensionamento do quadro administrativo, à maneira como Weber descreve a burocracia na dominação racional legal, ou seja, a legitimação do poder calcado no conhecimento adquirido pela experimentação e documentação. Conhecimento consubstancializado no exercício qualificado e técnico do profissional remunerado, caracterizado pelo saber prático do serviço restrito ao âmbito do seu interesse de atuação, na sistemática das habilidades

e das funções da associação (Weber/1992, pp: 144-7). No caso de Caruaru, à inserção de técnicos em turismo na engenharia administrativa corresponde a esse parcelamento das competências. Mas o reforço da natureza racional da dominação legal, por sua vez, reintegra as atividades de um e outro órgão no objetivo englobante de otimizar os recursos simbólicos do município, de acordo com o conceito de desenvolvimento turístico. Algo sugerido na congregação, na mesma área edificada do Espaço Cultural Tancredo Neves, de ambos setores da administração municipal, além dos seus objetos diretos de intervenção – os museus e o sítio composto pelo grande pátio dotado de equipamentos para espetáculos, a Vila do Forró e o pavilhão de exposições. A formalidade da redação da Lei Orgânica, na Seção X, referente às atribuições da Secretária de Turismo, em particular as do Departamento de Eventos, evidencia com nitidez tanto o encadeamento funcional que, vimos, norteia o setor turístico, como descortina o quanto é decisiva para a atuação da repartição a interface com a produção e com as políticas culturais, na consecução do já referido objetivo de desenvolvimento:

> (...)
> III - Departamento de Eventos e Promoções - Compete-lhe *elaborar, coordenar e fazer executar as programações de eventos de caráter festivo, cultural, folclórico e tradicional já consagrado nas expectativas da população e impliquem na criação de fluxos de visitantes ao Município*; propor sugestões que tenham em conta o melhor aproveitamento da infra-estrutura de apoio turístico, a exemplo do comércio de gêneros específicos, da rede hoteleira, e do sistema viário, entre outros componentes, promover a editoração e a confecção de cartazes, guias e mapas turísticos, sempre que possível buscando patrocinadores para esse fim; elaborar e distribuir programas de eventos promovidos pela Secretaria, junto à rede hoteleira, agências de viagens, estação rodoviária e outros pontos de convergência turística no Município e na região; *efetuar e manter contatos com empresas, órgãos públicos e entidades diversas, objetivando a captação de recursos externos para o custeio de eventos promovidos pelo Departamento*; desenvolver atividades de capacitação e aperfeiçoamento nos diversos segmentos de turismo e Trade local; organizar e manter permanentemente atualizado o cadastro da capacidade hoteleira do Município (...). (grifos meus).

Ocorrida em 1996, portanto dois anos após a inauguração do Pátio de Eventos, a criação da Secretaria vem a reboque das necessidades surgidas com a acentuação do grau de exigências à produção e à realização festa espetáculo do São João, central à política municipal de turismo, contando com recursos do Programa de Desenvolvimento Nacional do Turismo e da Secretária Estadual de Turismo. Justamente o evento de "caráter festivo, cultural, folclórico e tradicional já consagrado nas

expectativas da população", com implicações soberanas na atração de fluxos de visitantes para Caruaru e com influência sobre toda região ao seu redor, para onde se dirigem cerca de 400 mil turistas na época dos festejos, nos últimos quatro anos, percorrendo a "Rota do Forró" da costa litorânea ao sertão (Secretária de Turismo de Pernambuco/2000). Ainda sobre o trecho acima, um outro aspecto merece atenção por estar relacionado às condições sobre as quais é transliterada a política cultural na cidade, a saber, o papel de negociador exercido pela Secretaria de Turismo, através do Departamento de Eventos, seja com as agências de financiamento ou com as patrocinadoras da cultura (públicas ou privadas) . Sobre o quadro funcional está a responsabilidade de catalisar investidores ou através da venda de cotas de patrocínio, usando a popularidade da festa como moeda para a divulgação de anúncios, ou na possibilidade de angariar empresários atraídos pelos benefícios contido nas leis federais e estaduais de abatimento das contribuições fiscais, justamente para os que investem em cultura. O aval, por exemplo, do Ministério da Cultura desempenha um papel-chave na captação de recursos para realização da festa em Caruaru, principalmente de empresas de grande porte, nacional e internacionalmente. Aqui aparecem os imbricamentos de planos sociais vários e cujo teor deixa entrever a extensão das interdependências da sociedade de consumidores. Enlaçamentos esses, porém, que se apresentam nas configurações particulares desses nexos entre móveis étnico-históricos do lugar com as ingerências centralizadoras da nação e com as investidas centrífugas dos mecanismos do entretenimento e turismo, sendo os últimos reguladores da economia do lúdico.

Com a finalidade de demonstrar as mediações que se inscrevem no perfil desta conexão, lanço mão das contribuições de três intérpretes, sendo os dois primeiros observadores de uma cena já agora deslocada por condicionantes dos quais se ocupa o nosso terceiro comentador. Assim, escrevendo na década de oitenta, ainda sob a égide dos governos militares tanto Renato Ortiz quanto Ruben Oliven observam que a condução das políticas públicas para a cultura estava cada vez mais sintonizada com o primado mercadológico. Oliven chama atenção para o caráter dúbio assumido pela posição do Estado, numa combinação entre a ênfase na adoção de uma intervenção na cultura, manipulando símbolos da memória nacional com vistas a formar uma

imagem integrada de Brasil – espécie de neonacionalismo – e, ao mesmo tempo, o comprometimento da economia brasileira na ordem transnacional do capitalismo monopolista:

> Pois nesta proposta o Brasil seria justamente esta soma colorida e tropical de manifestações regionais (apresentadas de um modo museológico e tendendo para o exótico e o turístico) que precisam ser conhecidas e valorizadas junto com as criações produzidas nos grandes centros e que são divulgados nas mais distantes áreas do país como forma de modernidade e integração.
> O Estado evoca a si o papel de manter acesa a chama da memória nacional e por conseguinte se transforma no criador e bastião da identidade nacional. O fato de este mesmo Estado permitir a crescente desnacionalização de nossa economia não é assumido como contraditório, já que estas duas questões são propostas como desvinculadas. É importante lembrar que são justamente grandes empresas estrangeiras como a Shell e a Xerox que fazem a defesa do nosso folclore em suas publicidades. (Oliven/1984, p: 51).

O patrimônio cultural exerce o papel de moeda de negociação em dois distintos flancos mas cujas dinâmicas insinuavam uma aproximação crescente entre ócio e negócio. Por sua vez, Ortiz constata que no interior das estratégias e dos discursos daqueles órgãos responsáveis pelo planejamento e implementação das políticas culturais no país, desde os anos setenta, o acento está posto nos coeficientes, ou seja, na quantidade e acesso maior ao consumo dos bens culturais:

> Ao se analisar os documentos publicados pelo MEC, através de instituições como o DAC e a Secretaria de Assuntos Culturais, pode-se perceber o quanto a dimensão do consumo e da distribuição passa a ser valorizada. O discurso do CFC deixava praticamente de lado o aspecto da distribuição e do consumo dos bens culturais. Isto se deve sobretudo a uma concepção que associa a noção de cultura à qualidade, atribuindo-se o domínio da quantidade ao reino do "tecnicismo". Os intelectuais tradicionais, ao discutirem um projeto de política de cultura, colocam invariavelmente a ênfase na preservação do patrimônio. Os órgãos como o DAC, posteriormente a SEAC, a FUNARTE, invertem em grande parte esta perspectiva. As diretrizes dessas instituições apontam fundamentalmente para três aspectos: o incentivo da produção, a dinamização dos circuitos de distribuição e o consumo dos bens culturais. Não que a dimensão da defesa do patrimônio esteja excluída dessas instituições, ela deixa, no entanto, de ser o ponto central da ideologia cultural. (Ortiz/1984, p: 115).

Embora os autores percebam tendências, ainda estavam posicionados em um momento de transição no processo de mercantilização da cultura no país. Além disso, as propostas econômicas do Consenso de Washington ainda não haviam assumido tamanho peso, algo que ocorrerá na última década, na América Latina. As convicções

de gerenciamento macro-econômico se vinculam, então, cada vez mais às formulas das instituições multilaterais de financiamento (FMI e Banco Mundial, por exemplo). Em detrimento das premissas desenvolvimentistas, as pressões passam a ter por norte as convicções neoclássicas para o desenvolvimento das regiões periféricas e estas tinham por exigência a "adesão ao livre-comércio, estabilização e homogeneização dos preços, pela via dos mercados regulados, globalizados e competitivos." (Fiori/*Op. cit.*, p: 35). Tal exigência fazia dueto com a diluição das condições estruturais internas que deixaram em xeque o modelo econômico varguista, priorizando o papel do Estado nacional enquanto indutor seja do desenvolvimento ou da diversificação do conjunto produtivo. Após a longa fase de estagnação econômica dos anos oitenta, na presente década ganhou efetividade a proposta de doar ao mercado o papel de dinamizar o desenvolvimento. No capítulo anterior tivemos oportunidade de sublinhar como essas exigências ganham concretude, sobretudo nos esforços cada vez maiores das políticas públicas nos planos regionais e nacionais para o desenvolvimento turístico do Nordeste brasileiro. Em termos mais específicos, o aparecimento de uma secretária especializada em turismo numa cidade como Caruaru está inserido na realização dos objetivos previsto no Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PMNT), implantado em 1994. Seguindo os moldes espanhóis de exploração turística dos espaços, o PNMT resultou de um convênio assinado entre a Embratur e a Organização Mundial de Turismo. A meta, a princípio, seria abranger mil e 400 municípios, proporcionando a formação de mão-de-obra especializada, o trânsito de técnicas e o estímulo à valorização de aspectos locais (natureza, culinária, artesanato, arquitetura e outros bens culturais, como as festas populares). A proposta de descentralização do programa se orienta pelo privilégio do regional como carro-chefe da estratégia de desenvolvimento. A tematização da história e da paisagem estaria calcada assim na variedade das diversas regiões brasileiras, o que teria por resultado uma diversidade de produtos turísticos. Na verdade, a descentralização é a contrapartida do tipo de interdependência do entretenimento-turismo e supõe a existência de órgãos cada vez mais espacializados no desempenho de funções afins com o esquema do comércio de serviços de lazer e diversão.

Cabe, portanto, observar uma outra vertente desta mesma dimensão do contemporâneo, a saber, aquela na qual políticas culturais e entretenimento ajustam-se e rebatem-se sobre as práticas e símbolos culturais. Penso que, então, teremos bases melhores para vislumbrar o contexto das iniciativas de invenção e reinvenção de tradições, aqui estudadas. Nesse sentido é oportuno cotejar de maneira breve como o tema da cultura integra hoje a agenda dos debates em torno da relação entre Estado e sociedade. Por exemplo, em 1999, o chamado mundo da cultura foi sacudido pelas discussões a respeito das propostas e projetos do Ministério da Cultura para o quadriênio 1999-2002. A celeuma alimentada na imprensa tinha por deflagrador o anúncio do atual ministro, Francisco Weffort, de que haveria estímulo em termos de investimentos a atividades e bens culturais de assimilação no consumo mercantilizado, como a *axé music*: "Esta é uma área que nunca teve nosso estímulo. E se estes produtos já têm aceitação imensa, imagine com as facilidades como juros subsidiados, abertura de linhas de crédito do BNDES e até a utilização do Proex na área da música." (Jornal do Brasil/07-02-1999). Embora insista que tal atitude não significa abandono de outras manifestações, as declarações do ministro incendiaram os ânimos e as contestações estiveram envoltas na cobrança de critérios de "qualidade" para avaliar a importância e a necessidade de investir em um produto cultural. O mais interessante, porém, foi um certo consenso obtido em torno da opinião de que o próprio Ministério não goza de importância alguma. Algo assim enunciou o diretor teatral Aderbal Freire-Filho: "Além das verbas minúsculas, o Ministério da Cultura padece de desimportância política. E é o próprio presidente da República que reconhece esta desimportância ao tratar o ministério como um enfeite, que tanto faz como tanto fez". No mesmo diapasão e questionando a autoridade do mercado para aferir a qualidade de uma produção cultural, outro diretor teatral, Amir Haddad, denuncia: "Um ministério pouco respeitado pela cúpula do poder não consegue nada. Vamos ser sinceros, nunca houve planejamento ou política cultural no país. Há definição de táticas e políticas, mas só se discute política econômica. Política cultural no Brasil somos nós pedindo dinheiro para nossos projetos". (*Op. Cit.*).

Não há dúvidas, o teor das insatisfações à perspectiva adotada pelo Ministério da Cultura é justo, quando situado do ponto de vista dos críticos, guardiões de

atividades cujas mais diversas dificuldades lhes atormentam a existência e, ainda, desconhecem uma atenção criteriosa de uma política cultural direcionada aos problemas que as aflige. Entretanto, a percepção desses agentes, e é compreensível que assim o seja, está em sintonia com a posição que ocupam, o que reveste de parcialidade suas avaliações. Sob esse aspecto, quando falam da inexistência de uma política cultural no Brasil e alardeiam a "desimportância" do Ministério da Cultura, apenas reiteram a parcialidade inerente aos interesses por eles defendidos e de acordo com o gradiente de valores que comungam. Se considerarmos, ao contrário, o padrão e a complexidade da teia de interdependências na qual estão envolvidos, reconhecemos os contornos de uma política para o setor cultural no Brasil calcada na premissa de que a produção cultural voltada para o consumo ampliado, gerenciado pelas indústrias culturais, consiste no parâmetro para o direcionamento do apoio às manifestações e atividades. Política esta, em grande medida, incrementada exatamente a partir do Ministério da Cultura, desde a criação da lei de incentivos à cultura de 1991. Nela já ganhava contornos nítidos a obrigatoriedade de considerar a relevância econômica da cultura, relevância hoje reconhecida como incontestável pelas agências estatais, como o próprio Ministério. Volto ao discurso de Francisco Weffort, agora em uma importante revista de divulgação e celebração contemporânea da cultura erudita. No trecho da entrevista ao periódico estão justificados os componentes da relevância aludida em razão do peso conferido à interdependência institucional do turismo para o desenvolvimento socioeconômico das regiões brasileiras:

> Para o desenvolvimento do país, isso é extremamente importante. As regiões do país mais deprimidas economicamente passam a ter novas possibilidades por intermédio do trabalho artístico. Programas de turismo cultural associados ao patrimônio estarão, daqui para adiante, sempre associados ao desenvolvimento das possibilidades do artesanato da área. Porque nós temos um patrimônio muito forte, existem áreas economicamente deprimidas em que o patrimônio histórico é muito forte. Se você incentiva o turismo e o artesanato nessas áreas, está abrindo novas possibilidades de emprego.
> É um fator econômico importante. Eu acho que um ponto da virada da política cultural para essa próxima gestão será chamar atenção cada vez mais para a importância econômica da cultura, a significação industrial da cultura. Quer dizer, nós vamos ter sempre uma tensão que será inerente à política entre o aspecto econômico e industrial da atividade cultural e o aspecto, diga-se com redundância, cultural propriamente. (Bravo/Fevereiro de 1999, p: 126).

A "tensão" referida no enxerto, ao ser "inerente", compõe as condições mercantis naturalizadas como fulcro às produções, circulação e consumo de bens simbólicos. Tenho a impressão de que a característica liberal da mentalidade aí inscrita encontra respaldo e, ao mesmo tempo, responde, no plano do ordenamento político-administrativo do Estado-nação, às pressões exercidas pelos mecanismos da sociedade de consumidores, sobretudo o entretenimento. Com os pés amparados nos dispositivos financeiros do capitalismo, a cultura de diversão é uma força que se impõe sobre a definição dos gabaritos de qualidade e sobre os significados de toda a esfera cultural. Nesse sentido, a fundação do próprio Ministério da Cultura é emblemática. Para isto recorro ao nosso terceiro intérprete sobre o processo cultural no país. No estudo sobre as políticas federais para o setor no Brasil, esclarece José Poerner que o órgão resulta de uma longa e sinuosa trajetória cravejada de idas e vindas desde a década dos trinta, ainda na ditadura de Getúlio Vargas, porém realmente incrementada nos anos setenta. Lembra o autor que, concretizado ainda na metade final dos anos oitenta, o Ministério teve um trepidante caminho, asfaltado por um duplo e aparentemente contraditório traço: imprensado pela escassez de recursos, mas eficaz na tarefa de "fazer com que a cultura passasse a ser encarada também como uma atividade econômica" (Poerner/1997, p:99). Comparando as intervenções públicas na área cultural no Brasil e na Alemanha, Poerner assinala quais seriam as motivações que explicariam a atitude do governo Collor em dissolver o Ministério, dando lugar a uma insignificante secretaria:

> Tudo isso foram conseguido a um preço incrivelmente irrisório, sobretudo se levarmos em conta o que está jogo num momento em que a industria cultural se avizinha à posição de uma das cinco maiores em faturamento mundial no início do próximo século. O MinC era mais enxuto dos ministérios brasileiros: tinha somente 609 funcionários na administração direta; e consumia apenas 0,05% do orçamento total da União, o equivalente a US$ 24 milhões (para facilitar uma avaliação, lembramos que o governo da República Federal da Alemanha investia então, anualmente, US$ 4,5 milhões na cultura). (*Op. cit.*, idem).

Na observação do autor, creio estar igualmente o fator que ilumina tanto a criação do Ministério quanto o caráter dúbio da sua curta existência a princípio,

depois reanimada na primeira administração Fernando Henrique Cardoso. Refiro-me à importância destacada do "mercado cultural" no concerto socioeconômico mundial contemporâneo, envolta nos cânones do receituário neoclássico. Acertado o consenso quanto à tarefa mínima do Estado no papel de dinamitar os entraves burocráticos, jurídicos e fiscais para a conexão dos meios materiais e simbólicos à lucratividade do capital, desde o início desta década foram asseguradas as prerrogativas das agências privadas empresariais e os esquemas mercantis como protagonistas da nova cena cultural. A política de estímulos fiscais tornou-se um dos fatores decisivos à proposta empresarial ressaltada e ela se volta, exatamente, para àqueles móveis culturais capazes de potencializar uma resposta imediata às aplicações. Encontra-se embutido nesta tabela, entre políticas públicas para a cultura e o setor empresarial, o quanto a autonomia do mecanismo institucional do entretenimento e turismo, na interseção de fatores constitutivos da esfera do consumo, desempenha papel-chave no formidável ajuste dos símbolos populares e folclóricos no país com a economia do lúdico, durante os últimos dez anos, como verificado nos festejos juninos em Caruaru, ambientando identidades e pulsões no território da modernidade-mundo. Ao mesmo tempo, as andanças dos símbolos só se fazem compreensíveis à luz de um arranjo sócio-civilizatório que pouco a pouco penetra e passa constar dominantemente da experiência cotidiana, ou seja, compõe o horizonte do sítio do local. Desde aí, os significados e as práticas são remanejados para compor o teor do espetáculo turístico.

NOTAS:

[i] Infelizmente não posso contar com dados sociométricos ou econométricos que mensurem a extensão e volume do período junino no interior da economia e das redes sociais na região nordestina, certamente bem mais significativo que os resultantes dos festejos carnavalescos.

[ii] Não me ocuparei aqui propriamente do tema da identidade sociocultural, deixando para o capítulo seguinte – quando estarei mais diretamente interessado na oposição "global versus local".

[iii] Embora sejam (no caso do Brasil) os mesmos corpos identificados, em momentos distintos da formação nacional, a alteridade colonial afro-brasileira ou ameríndia, alvos de outros discursos que os concebe enquanto exemplares inferiores na escala evolutiva da

humanidade, logo incapacitados às tarefas reconhecidas como da competência do "homem civilizado".

[iv] Ainda assim, Hobsbawm assinala que as "velhas" tradições também podem ser adaptadas de acordo com os deslocamentos nos seus contextos socioculturais, para manter a continuidade dos seus valores em meio às transformações ocorridas ou em curso. Cita os exemplos da Igreja Católica, dos exércitos, dos tribunais e das universidades alemãs diante da mudança no perfil dos seus públicos.

[v] Lembro de uma frase dita por um dos três personagens aristocráticos do filme *Sobre O Céu Que Nos Protege*, de Bernardo Bertolucci. Diante do imenso fluxo de turistas em viagem pelo mundo, ela, ao partir para o Oriente Médio, logo após o final da Segunda Guerra, procura distanciar-se ao dizer: "O turista viaja para não se perder."

[vi] A noção de lugar temático compreende uma diferenciação em relação à definição do "parque temático", como tem aparecido na bibliografia especializada. Obviamente o último também compreende um lugar, apenas a proposta aqui refere-se ao tipo de delimitação entre um e outro. Sob este aspecto, o lugar temático apresenta maior e mais complexa extensividade (geográfica e sócio-cultural) do que ao espaço circunscrito e manifestadamente privatizado do parque – o perfil de "cidade do sonho" da Disneylândia é exemplar quanto a este último (ver Sorkin/1992, pp: 205-32). Além disso, o lugar temático envolve a combinação lhe peculiar entre enobrecimento e paisagismo, a qual está decididamente intrincada aos móveis topológicos geográficos e histórico e sócio-culturais da espacialidade onde está emoldurada a territorialidade do entretenimento-turismo.

[vii] Nos termos wittgensteinianos:"Antes de julgar que duas de minhas representações são iguais, devo reconhecê-las como iguais. E se isto aconteceu, como saberei então que a palavra 'igual' descreve meu conhecimento? Apenas quando puder expressar esse conhecimento de um outro modo e puder aprender de alguém que aqui a palavra certa é 'igual'. Pois, se preciso de uma autorização para usar uma palavra, então também os outros precisam." (Wittgenstein/1979, p: 121, #378).

[viii] Na reprodução de um texto de uma reportagem de jornal, exposta no Museu do Forró, o cantor declara: "Eu sempre fui pobre, pobre, muito pobre, pobre demais e tudo o que eu sempre faço tem sempre um destinatário a pobreza. Eu trato o pobre bem, eu trato o pobre com amor, muito amor. As histórias que eu canto sobre o pobre todas são com respeito, originalidade. E o nordestino era tão pobre e ainda o é. O pobre nordestino, sendo um povo espirituoso, cheio de graça, não tinha quem cultivasse a sua graça. Aí eu comecei a decantar o nordestino com respeito, com amor, com alma."

[ix] Indagado certa vez por que nunca enveredou pela política, Gonzaga explicita o quanto a carreira artística lhe proporcionara dividendos monetários capazes de assegurar uma vida confortável: "Meu negócio é a música. Ora, rapaz, o que eu ganho num dia , um deputado ganha num mês. Pra que então eu me meter com política? Prefiro ficar aqui, fazendo meus baiozinhos, que o povo tanto gosta. Eu tenho um público muito fiel." (Folha de São Paulo/23-03-1978).

[x] A esse respeito, do repertório de Gonzaga retenho duas canções, pois as reconheço como ilustrativas. De um lado, *Noites Brasileiras* acena com nostalgia ao passado feliz nas noites de festa: "Ai que saudades que eu sinto/Das noites de São João/Das noites tão brasileiras/Sob

o luar do Sertão (...)". E, de outro, em *Fogo Sem Fuzil*, a letra traz as possibilidades de diversão contidas nos festejos juninas: "Eu esse abi vou me embora pro Sertão/ Pra dançar pelo São João/ Farrear pra mais de mil/ Ver velhotes atirar de engranadeiro/ E a moçada no terreiro tirar fogo sem fuzil (...)." A idilização romântica do sertão na obra de Gonzaga está na contrafece da abordagem, diria, realística que o enfoca como uma região devastada pela tragédia da seca, razão da desesperança e fator responsável por lançar o sertanejo à aventura da migração para o "sul" em busca de trabalho e sustento – motivos de canções, como "Asa Branca" e "Triste Partida". Ou ainda da evocação da saudade do torrão natal que o anima na terra hostil e estranha: voltar e encontrar a paisagem esverdeada no Sertão, tirar do chão o pão e ser feliz, eis o tema de "A Volta da Asa Branca".

[xi] Do ponto de vista histórico, a feira existe há 143 anos e se confunde com a formação da cidade em torno da atividade dos tropeiros – à maneira de Feira de Santana e Campina Grande, outras duas grandes cidades do Agreste nordestino. Esse imenso mercado popular acompanhou a expansão urbana mas na década de oitenta foi deslocada da Rua Sete de Setembro, no centro, e fixada em uma ampla área, o Parque 18 de Maio. Aí trabalham cerca de dez mil feirantes. A importância da feira livre é reconhecida pelo poder público que mantém o Memorial da Feira. Abrigado no antigo Mercado da Farinha, o espaço reúne 32 painéis de fotos narrando a trajetória da feira.

[xii] Coube a um forasteiro a autoria da inovação. Publicitário e radialista, Lídio Cavalcanti introduziu o concurso em 1962, logo após fixar residência na cidade, vindo de Recife.

[xiii] Cabe ao Departamento de Eventos da Secretaria Municipal de Turismo a distribuição dos alvarás para a instalação de barracas e a permissão para atuação dos vendedores ambulantes. Em relação às primeiras, em 1998 e 1999, a decisão foi entregar os alvarás aos quarenta primeiros barraqueiros posicionados na fila de espera, que se forma no período de inscrição. A iniciativa teve por justificativa garantir a lisura da ação do poder público. A justificativa se mostra claudicante diante das pressões provenientes da importância desse comércio informal para complementação ou para assegurar alguma renda, numa região onde os baixos salários da mão-de-obra ocupada e o desemprego são acentuados. Mesmo porque os lances do clientelismo político ocorrem, muitas das vezes, tendo por alvo o favorecimento na distribuição dos alvarás.

[xiv] O local onde atualmente está instalado o complexo cultural de Caruaru foi, originalmente, uma antiga fabrica, que beneficiava o caruá, planta nativa da região. O vegetal fibroso era a matéria-prima empregada na fabricação de sacos de aniagem, úteis no transporte de mercadorias – o açúcar de cana, por exemplo. Inaugurada em 1935, a indústria foi saudada, na época, pelo jornal caruaruense Vanguarda, como a alavanca para o "soerguimento da economia do interior pernambucano" (Vanguarda/10-05-1935). Diante da concorrência de novas matérias-primas, como as fibras sintéticas, e as reorientações na economia nacional, desde a Segunda Guerra, a empresa passou a enfrentar dificuldades, tendo suas atividades encerradas em 1978. O prédio ficou desativado até 1985, quando, por intervenção do então Ministro Fernando Lira (membro de uma das mais importantes famílias de Caruaru), foi tombado pelo Patrimônio Histórico da União, sendo posteriormente entregue à sua guarda para a Prefeitura Municipal, a qual se incumbiu de ali transferir as instalações dos órgãos subordinados à Fundação de Cultura.

[xv] Ambos são resultados das investidas da iniciativa privada no setor turístico, visando a exploração comercial da participação na festa junina. O "trem" surgiu em 1990, a partir do

acordo da agência de turismo Serambi, sediada em Recife, com a prefeitura de Caruaru, tendo respaldo nos responsáveis pelos equipamentos hoteleiros da cidade. Amplamente divulgadas nos meios de comunicação, as partidas e chegadas são saudadas por fogos de artifícios e pelo pipocar de bacamartes. Já o trajeto do trem (da capital pernambucana até a "capital do forró"), a cada edição, em média, realizado por quatro mil passageiros, é animado por trio musical tocadores de forro pé-de-serra, grupos de quadrilha e outros grupos folclóricos. O "vôo" segue o rastro de sucesso do "trem", porém tem por alvo um público de poder aquisitivo mais elevado, como define Edson Rosal, proprietário da agência de turismo Rosal, de Caruaru, responsável pelo negócio. Antigo gerente de banco, Rosal explicou ao autor que o empreendimento se deveu a uma proposta original da Companhia Aérea TAM, cuja aeronave faz o transporte dos passageiros do Aeroporto Guararapes, no Recife, até Caruaru. Trata-se de um vôo panorâmico, incluindo no roteiro a paisagem do litoral, na área do balneário de Porto de Galinhas, e a região agrestina. Aterrisados em Caruaru, os visitantes, também recibidos com as pompas juninas, são deslocados para o hotel e daí aos camarotes montados no Pátio do Forró.

[xvi] Está não é uma tendência restrita a Caruaru. No Rio de Janeiro, muitos grupos de quadrilha apresentam características similares, sendo que alguns contratam carnavalescos e figurinistas que atuam em escolas de samba para desenharem adereços e figurinos. Em Salvador também as quadrilhas utilizam estratégias coreográficas e indumentárias, além das cenográficas, para impactar platéia e jurados. Não entrarei nos detalhes da sugerida semelhança, por enquanto, pois no capítulo seguinte tomarei a questão da economia semiótica da visualidade da festa, para qual o trânsito de técnicas e mão-de-obra desempenha papel decisivo.

[xvii] Tendência, aliás, bem disseminada hoje pelos festejos juninos no interior nordestino, sobretudo na Bahia. Aí aonde as bandas musicais e os blocos carnavalescos de Salvador associam-se a entidades locais ou são contratadas pelas prefeituras e instalam sua parafernália festiva.

[xviii] Presenciei, quando da minha última estada em Caruaru, um episódio que ilustra os componentes deste acirramento da disputa entre a cidade pernambucana e Campina Grande. Mais ainda, como o acirramento fermenta sentimentos pátrios e mobiliza segmentos com ressonância na formação da opinião pública. Almoçava em um dos restaurantes instalados na Vila do Forró e não pude me furtar de ouvir parte da conversa que se dava na mesa ao lado, em razão do tom enfático e muito sonoro da voz de um jovem narrando reiterativamente um acontecimento, com total regozijo. Segundo ele, estava num desses *site* de "bate papo" na internet, quando um dos seus interlocutores virtuais exaltou a festa em Campina Grande como o maior São João do país. Então, o moço pernambucano diz se ter inflado de orgulho e o indagou: a cidade adversária possuía aquele elenco de atrações (caminhada do cuzcuz, sapadrilha, gaydrilha e entre outras) existentes nos festejos juninos de Caruaru? Como o outro se calou, satisfeito deu-lhe o golpe final: "Como então Campina Grande quer ser o maior São João do Brasil?". A nota curiosa é que, os demais homens ali sentados, todos bem mais velhos, integravam o alto escalão da diretoria da indústria de refrigerantes Frevo, sediada em Recife, um dos patrocinadores do evento de Caruaru. Inclusive fazia parte da platéia, o proprietário e presidente empresa, avó do rapaz.

[xix] Ao visitar o Museu Vitalino, presenciei uma cena, a meu ver, que chama atenção para às características dúbias e conflitantes das reciprocidades na conformação do lugar turístico. Naquele local, pessoas entravam e, em fila, circulavam por um espaço realçado por poucos

objetos, como que louvando o heroísmo de Vitalino, por ter se elevado acima das condições materiais de penúria em que vivia. Após percorrer o imóvel apertado, o público assinava o livro de presença, posto sobre uma mesa, onde ao lado estava um dos filhos de Vitalino, um tanto indiferente àquele trânsito de pessoas. Então, lhe perguntei sobre a sua participação na festa, que afinal arrasta tal multidão devotada a celebrar a memória de seu pai. A reação foi imediata, ao dizer: "Não quero saber da festa!" Ao sair, um tanto atônito com a resposta, deparei com a casa ao lado ao museu, igualmente modesta. Ali justamente moram os herdeiros do grande artista e baluarte da tradição sertaneja que sustenta a imagem turística de Caruaru.

[xx] O curioso é que justamente nestas imediações se concentrou o público jovem de classe média, proveniente de Recife. E este público não ocupa espaço similar da platéia interessada no show da banda Mastruz com Leite.

[xxi] Conversei com ela, que, ao lado de um companheiro de trabalho, visitava exatamente o Museu do Forró, em Caruaru, antes do show, no dia 23 de junho de 1999.

[xxii] Os anos de 1998 e 1999 foram especialmente profícuos para os intérpretes do forró, sobretudo no eixo Rio-São Paulo. Aí o ritmo passou a fazer parte das oportunidades de diversões das classes médias, principalmente entre adolescentes. No Rio de Janeiro, a onda tornou a tradicional feira de São Cristóvão, nas noites de sábado e domingo, um badalado ponto de encontro, não apenas das redes de sociabilidade de migrantes nordestinos, e seus descendentes, mas também de moças e rapazes oriundos dos bairros mais nobres da cidade. Além disso, publicações dedicadas ao universo do forró, com seus ídolos, ganharam as bancas de revistas, nacionalmente.

CAPÍTULO V:
O "RITUAL AMAZÔNICO" OU POR UM MERCADO DA DIFERENÇA

> É a diferença entre as culturas que torna seu encontro fecundo. Ora, esse jogo em comum provoca sua uniformização progressiva: os benefícios que as culturas extraem desses contatos provêm em grande parte de seus distanciamentos qualitativos; mas, no decorrer desses intercâmbios os distanciamentos diminuem, até anular-se. Não é a isso que assistimos hoje? (...) Cada cultura desenvolve-se graças a seus intercâmbios com outras culturas. Mas é necessário que cada uma oponha certa resistência a isso, caso contrário, logo não terá mais nada que seja propriedade particular sua para trocar. A ausência e o excesso de comunicação têm, um e outro, seus riscos.
>
> *De Perto e de Longe* (Leví-Strauss/1990, pp: 192-3)

Após a estada em junho de 1999 – na ocasião da festa de Parintins –, em janeiro último retornei à Amazônia, agora com finalidade de encerrar a pesquisa de campo. O vagar pelo saguão do recentemente reformado Aeroporto Internacional Eduardo Gomes respondia ao intento de deparar com algum sinal da festa do Boi-Bumbá. E não foi difícil: percorridos poucos metros, ali estava uma loja dedicada inteiramente ao festival folclórico amazonense. Havia souvenires (cocares, bonecas trajadas com as coloridas e plumárias indumentárias típicas), camisetas, bonés, livros, fitas de vídeo, *compact disk*, entre outros. Olho para o lado e, apenas a outros poucos metros, mais uma loja direcionada ao mesmo propósito. Agora, porém, tratava-se de um estabelecimento de maior envergadura, em linhas futuristas concretizadas a base de acrílico prateado, mas tendo à porta duas gigantescas esculturas da lendária cobra grande, personagem do folclore regional e imprescindível às apresentações no Bumbódromo parintinense. No seu interior a variedade de artigos era bem maior e um telão exibia as imagens de vídeo realizadas na última

edição do evento; no mesmo instante em que, ao fundo, toadas de Boi eram executadas na aparelhagem de som.

A viagem até a cidade de Parintins só ocorre na tarde do dia seguinte. Tenho a curiosidade de fazer o trajeto de barco – antes havia chegado à cidade de avião. A bordo da gaiola Jean Carlo, deixo o porto fluvial de Manaus as 15 horas, com a previsão de desembarcar as 11 horas do dia posterior, afinal seriam 246 milhas náuticas de percurso. Ultrapassado o trecho do rio Negro, ingresso na aventura de atravessar a impressionante extensão volumosamente barrenta e ágil do Rio Amazonas, enladeado pela monotonia verde da planície do Vale Amazônico. Contrastava com essa paisagem, tão escassa de presença humana, a profusão multicor das redes entrelaçadas no interior da embarcação. Ali, o alarido de muitas mulheres e crianças, de um razoável número de adolescentes e de poucos homens se misturava a bolsas, caixas, malas, sacos e tantos outros objetos. Fomos deslizando sobre as águas recortadas por troncos meliados à floresta e sob um céu cinzento (informando sobre o inverno amazônico) em um ritmo lento, que tão depressa nos trouxe a noite. Logo a algazarra foi substituída pela tímida iluminação do barco; esta fadada à tarefa ingrata de romper a escuridão envolvente. Restava apenas estender a rede e também dormir. Acordei próximo às três da manhã: a chuva forte castigava as lonas dispostas nas laterais da embarcação, mas tudo parecia calmo entre os outros passageiros, embora o movimento pendular das redes estivesse mais intenso que antes. Não demorou a que também se intensificasse o balançar das redes, como que no embalo do acelerar do motor e da maior ondulação da nave; ao mesmo tempo, na contrapartida do piscar intermitente das luzes, a sirene irrompeu e continuamente exigia das máquinas mais empenho no esforço de salvar-nos. Agora todos apressaram em se pôr de prontidão. Faço o mesmo e as acompanho na empresa de vestir os puídos coletes salva-vidas, dispostos lado a lado junto ao teto. Havia um silencioso pânico nos rostos. Mesmo o vai e vem tenso da tripulação estava despojado de palavras e nenhuma pergunta. A quietude é quebrada quando um murmúrio se propaga: "A água está lavando o fundo do barco", ou seja, o convés inferior, o qual sofria os efeitos de um porão apinhado de sacos de cimento em excesso. Mães aflitas tentavam manter tranqüilas crianças assustadas, algumas choravam. A angústia dura quase duas horas: terminou quando a chuva diminuiu até cessar, permanecendo o vento, porém com menor violência. Aos poucos as pessoas se recolhem outra vez às redes. No dia seguinte, ao despedir-me dos demais passageiros, que seguiriam até Alenquer, no Pára, decidi não repetir a experiência e resolvi voltar de avião.

Histórias à maneira da narrada acima, muitas da quais com finais trágicos, fazem parte do folclore que cerca as águas do Amazonas, enquanto via principal da enorme rede capilar de rios, a qual é percorrida pelas comunidades dispersas das faixas ribeirinhas. Águas transitadas para fins vários; estradas fluviais que viabilizam sociabilidades, tal como a da festa em Parintins. São as gaiolas as responsáveis pelo transporte da grande maioria dos "visitantes" do festival e de boa parte do material utilizado na confecção das alegorias e fantasias, por exemplo. Então, a situação de agonia vivenciada por todos nós, provocada pela tormenta, no Jean Carlo, permite, paradoxalmente, descortinar o contemporâneo entrecruzamento de ritmos, temporalidades e espaços, suposto no comércio ativado no ambiente da globalidade. Sendo mais explícito. No ritual do Boi-Bumbá de Parintins, estão ajustados os ritmos "*on-line*" ou das telecomunicações à velocidade turbinada dos aviões ou, ainda, ao tempo lento do motor a diesel impulsionando aquele barco de modo rudimentar, numa temporalidade medida pelas horas e pelos dias[i]. Igualmente, traz para a mesma cena do espetáculo práticas pertencentes a um outro plano simbólico, enraizadas na memória de experiências sedimentadas naquele nicho geográfico; plano simbólico e geografia, agora, ambos, interpenetrados pelo realce da indumentária do entretenimento-turismo, a qual igualmente um e outro engendra.

Em sintonia com a intenção do estudo sobre o processo de modernização turística dos móveis étnico-históricos da cultura popular brasileira este capítulo final está dedicado à compreensão da conexão global/local, a partir da problematização do intercâmbio entre a intensificação dos fluxos comunicacionais, humanos e mercantis com as alternativas da recriação ou reinvenção de diferenças culturais. Desde agora, durante a intervenção realizada sobre o evento festivo popular do Boi-Bumbá de Parintins, o trajeto analítico incorpora não propriamente a temática étnica, mas as condições nas quais esta é disponibilizada no ingresso competitivo de grupos e indivíduos na arena do mercado cultural, com suas imbricações políticas e socioeconômicas.

LUGARES DE INTERSEÇÕES POSSÍVEIS

Fizéssemos uma síntese da trajetória analítica nesta tese, pelas distâncias histórica e geográfica percorridas na busca da extensão da cadeia de interdependências funcionais da sociedade de consumidores, a categoria de "mercado da alteridade e da etnicidade" (ver

Robbins/1991: 28-31) seria, indubitavelmente, apropriada para categorizar o processo amplo e de alcance transocietal no interior do qual determinadas produções de múltiplas culturas consubstanciam o circuito interlocal e transocietário de consumo de bens simbólicos, um e outro visando segmentadas e fragmentadas, porém vastas, audiências. Deste modo, a partir do estudo sobre a experiência contemporânea do Festival do Boi-Bumbá, na cidade amazonense de Parintins, neste capítulo tratar-se-ia de conferir as possibilidades analíticas dessa modelação conceitual. Para isto muito contribuiria a situação do evento, à medida que implica num rito de atualização anual da "tradição cabocla" amazônica. Algo assim facultaria ser perscrutado do ângulo da re-localização da experiência individual e coletiva, sob o invólucro da reinvenção de tradição e reposição de diferença, mas, sobretudo, da constituição de novas territorialidades no ambiente da globalidade. A inferência tomaria a natureza de megaevento do duelo entre os clubes do Boi (Garantindo e Caprichoso) na interface com o mecanismo institucional do entretenimento-turismo, mas considerando-os na rede sócio-funcional que os supõe. Entretanto, a enunciação mesma das abordagens problemantizando determinados fenômenos da contemporaneidade, realizada a partir da perspectiva do "global" ou do "local" em referência ao "global", apesar de embutida no pensamento sociológico, quando hoje parecem claros os contornos de intrincamentos e modalidades institucionais de caráter intersocietais e transnacionais, traz decisiva dificuldade teórico-metodológica à construção dos próprios objetos de estudo. Embora não esteja aqui em questão qualquer postulado ôntico, permanece o impasse em relação à possibilidade de verificação empírica do problema dos lugares possíveis do ambiente da globalidade. No caso desta pesquisa, os lugares de entretenimento e turismo. Em última instância, para fins práticos e operacionais, surge a dúvida: como contextualizar o nexo "global/local" e conferir validade científica aos resultados da pesquisa nesse terreno teórico e temático, em razão da insólita hinterlândia averiguada?

Para a antropóloga Merylin Strathern, o que há de espinhoso nas abordagens a respeito da globalidade reside na "incomensurabilidade" entre ambos os *tropos* do atual discurso sócio-antropológico, por ambos serem relativos a metáforas de diferentes "circunstâncias humanas" (Strathern/1996, p: 164), isto é, "global" e "local" não são redutíveis um ao outro. Tal fator, no entendimento da autora, impede de tomá-los enquanto fórmulas analítico-conceituais instrumentalizáveis, sem se deparar com as especificidades disjuntivas intrínsecas a cada termo. Isto na medida em que o "local", diz Strathern, remete à unicidade de domínios das ações

significativas, singularidade essa apreendida tanto nos níveis das diversas correlações quanto das interações entre as pessoas num contexto de localização espacio-temporal (*Op. cit*, p:160). Nesse sentido, o "lugar" é sempre delimitado em relação a outros, com os quais se relaciona contrastivamente, embora se possa estabelecer comparações. Já o "global", sentencia, corresponde a uma abrangência auto-referente, já que sua rubrica macroscópica diz respeito a uma "imagem completa", a uma totalização (*Op. cit*, p: 167), portanto impossível de identificação numa particularidade precisa.

Sem dúvida alguma, o alerta da autora – e a crítica nela subjacente – tem o mérito de chamar atenção aos riscos de pensar, como muitas vezes vem acontecendo, a globalização subentendo-a, ao ter às mãos índices estatísticos e outros resultados de medições, um processo inexorável e também situação onipotente e onipresente, abarcante, cujo alcance (do contexto da globalidade) supõe e supera o que seriam, então, níveis precários (isto é, o local e o nacional) em relação à sua extensa totalidade. Desta maneira, alerta Garcia Canclini o quanto é capciosa a versão apologética da globalização capitalista, oferecendo a liberação mercantil como o horizonte único e provável dos laços e desassossegos humanos: "Es curioso que esta disputa de todos contra todos, en la que van quebrando fábricas, se destrozam empleos y aumentan las migraciones massivas y los enfrentamientos interétnicos y regionales, sea llamada globalización. Llama la atención que empresarios y políticos interpretem la globalización como la convergência de la humanidad hacia un futuro solidario, y que muchos críticos de este proceso lean este pasaje desgarrado como el proceso por el cual acabaremos homogeneizados." (Canclini/1999, p: 10). Precisamente para evitar tais hipostasiações, porém no plano lógico e conceitual, parece-me fundamental perscrutar o próprio olhar disjuntivo entre local e global nas conexões históricas e empíricas que o sensibiliza. Certamente, mostra-se aqui válida a assertiva genérica quanto a natureza imaginária das fronteiras humanas, por se tratarem de artefatos históricos que traduzem mundos sócio-simbólicos específicos. Isto sendo pertinente mesmo no contexto etnográfico, onde há a exigência em operar com uma fórmula disjuntiva, segundo a finalidade de delimitar um lugar de outros, atendo-se ao que lhe é "incomensurável"[ii] no conjunto das suas possíveis correlações. Mas o problema consiste ainda no fato de que este último procedimento pode simplesmente reafirmar a categoria lógica herdada da concepção sociocêntrica e geopolítica de lugar, cujo parâmetro é o mesmo presente à delimitação das fronteiras estatais das comunidades sociopolíticas nacionais[iii]. Ou seja, o modo de definir o espaço como lugar já traduz o mesmo ímpeto moderno em geometrizar e propor identidades, na simétrica medida em que produz diferenciações na contraface da produção de unidades

(Bauman/1999, p: 23). Talvez, por isso, a globalidade não consista numa "totalização", exatamente porque faculta ver o arbitrário das fronteiras. Afinal, os novos mapeamentos territoriais não podem prescindir de dispor da "incomensurabilidade" dos lugares possíveis, descortinada na sua interseção com outras unidades diferenciais. Nesses espaços liminares de intercruzamento, além das interdependências dos arranjos e a permeabilidade das fronteiras vazadas pelos fluxos de bens materiais e imateriais, de capitais e pessoas, algo que assim se revelam são as fraturas e segregações, as barreiras e as recriações dos laços afetivos e das memórias, fatores espinhosos e também nodais à elaboração das identidades coletivas contemporâneas (ver Hannerz/1997, p: 04). Aceitando a sugestão de Appadurai, quando avalia o engate entre territorialidade e a exigência de soberania por parte do Estado-nação na afirmação de uma imagem dominante de localidade, a contemporaneidade sublinha o impulso dado a certo fator histórico presente à modernidade, a saber, a emergência de "zonas" de "translocalidades", ativando uma nova forma de categorizar a organização humana na contraface da regularidade com a qual os fluxos de pessoas e bens, como os correlacionados às atividades de lazer e turismo, estão produzindo e reproduzindo sensos específicos de localização (Appadurai/1996, pp: 44-5).

Considero estar aí algo decisivo às abordagens sociológicas contemporâneas; o que nos leva a dois mutuamente referendados aspectos metodológicos nesta tese. Pois se tomo a noção de lugar (como fulcro de relacionamentos sócio-humanos) visando precisar a situação espacio-temporal tanto da pesquisa quanto do seu objeto de conhecimento, a partir da premissa de que a cena social consiste, também, em um conglomerado o qual intera-se aquém e/ou além das categorizações de limites fundadas no horizonte das comunidades políticas estatais, não posso contornar o outro aspecto. Sigo a inspiração gramsciana sobre a maneira como as categorizações espaciais são construções históricas, arbitrárias, expressivas das hegemonias políticas e culturais e socioeconômicas de facções, classes e mesmos arranjos societais e civilizatórios, porém ganham concretude no instante em que são vivenciadas como realidade plausível e no íntimo da crença de parcelas amplas da humanidade (Gramsci/1999, pp: 137-8). Ou seja, devo considerar, uma vez mais, que a fronteira social é sempre uma invenção, porém agora a entendendo demarcada de acordo com a direção para onde tende os equilíbrios entre poderes no processo relacional dos grupos e segundo o gabarito das coações e das auto-regulações que decorrem das dependências multivalentes, conformando as malhas de relacionamentos humanos. Sociologicamente interessa compreender quais são as situações singulares, ou seja, as sínteses-

lugares moldadas pelas experiências dos indivíduos constituídos e constitutivos dessas redes sociais. Mas, deste modo, o paradigma sociológico convida a enxergar as categorias de lugar e de território em referência as mesmas teias de interdependências funcionais entre pessoas e seus grupos, pois entendo que estas vicejam suas figurações complexas, inclusive os *a priori* mentais e as realizações da linguagem e da cultura. Quer dizer, percebo essas figurações como auto-implicações de sentido e imagens mentais motivadas no curso mesmo das maneiras de concertação social dos indivíduos humanos. As quais ganham vigência ao serem concebidas como formas de estruturação dos atos e assim são disponibilizadas para definir o gabarito de constrangimentos à própria realização de práticas e compelir o rumo tomado pelos acontecimentos no seu raio de alcance.

Em termos do que está em pauta aqui, o horizonte deste estudo não corrobora aquela premissa da concretude global, isto é, o de que todas as pessoas do planeta estariam encadeadas numa mesma teia de integração. Afinal as modalidades existentes de associações translocais e transnacionais estão paralelas, e tantas vezes indiferentes, às multidões de elementos humanos e culturais tão-somente justapostos e desprovidos de especificações. Ainda assim, no estágio contemporâneo, as reordenações das sínteses simbólicas e cognitivas do espaço e do tempo podem ser inseridas como algo não suscetível de ser apreendido numa delimitação estrita de um local circunscrito geopoliticamente, mas na pluralidade de lugares, muitos dos quais móveis e passageiros ou híbridos e de confluência, que concretizam e tornam possíveis experiências ensejadas no ambiente da globalidade. Escoram as particularidades e no mesmo diapasão estão invadidos pelas desigualdades agora supostas no terreno amplo desta condição. Daí a importância de retomar as historicidades dos muitos processos que deflagram esta condição humana contemporânea, ao ser aspirada como atmosfera simbólica e ritmo cotidiano em tão diferentes quadrantes do mundo; historicidades dos fatores nos quais se enraízam as tamanhas e díspares especificidades do ambiente da globalidade em suas conformações várias. Em linhas gerais, se este conglomerado civilizatório se define centrífugo, marcado pela multiplicidade de centros e de vozes, também pela intensificação hierarquizada dos fluxos e das modalidades diversas de circulação, o ambiente da globalidade não corresponde a um todo absoluto auto-referente, por não se tratar de um universal ontológico, ainda que surjam ideologias justificando tal intenção da universalidade. O adequado é buscá-lo nos seus entrecruzamentos, quer dizer na conjuntura de

situações singulares, de lugares moldados pelas experiências dos indivíduos entretidas no encadeamento processual que as especificam localmente globais.

A premissa defendida torna viável entabular não uma outra categorização de lugar, mas redimensioná-la, colocando entre parênteses a perspectiva disjuntiva ao global, embora reencontrando o mesmo princípio de contradição entre "externo" versus "interno", isto é, não o "nativo" e o "estrangeiro", mas o identificável (is) e aquele (s) desclassificado (s). Daí porque a temática turística nos é heurística. Quero evidenciar com isto que, no desenvolvimento deste trabalho, tem sido central o entendimento de que a processualidade social é considerada do ponto de vista do alargamento das interdependências funcionais, o qual está combinado com o intrincamento entre os estágios de complexificação dos relacionamentos humanos, ou seja, interessa a variação na qualidade das co-presenças em graus diferenciados de relacionamentos sociohumanos marcados pela crescente larga-escala da malha institucional (Martin/1998, p: 153). Por outras palavras, se os diversos concertos formados detêm especificidades próprias, manifestas no perfil dos seus distintos desenhos (cognitivos, perceptivos, ideativos, afetivos, materiais, simbólicos e espacio-temporais), de acordo com o pressuposto sobre a existência de um feixe de processos sociais cujo desenvolvimento está caracterizado pela extensão das interdependências funcionais, tornar-se viável se referir a uma condição societária presente às muitas vidas humanas conglomeradas. Condição esta central aos mapeamentos de territorialidades, as quais estão entrecruzadas pelo ambiente da globalidade e não redutíveis tão-somente a marcos topológicos geopolíticos, de classes sociais ou mesmo étnicos, porém sem corresponder à eliminação sumária das peculiaridades implicadas nos diferentes estágios de articulação. Desarte, o tema do pertencimento é fulcrado aqui na ampla vastidão das interdependências funcionais e das interpenetrações da modernidade-mundo, entendida como mecanismo capaz de modalizar as práticas humanas no interior de lugares possíveis. Poder-se-ia falar, assim, da espécie *sui generis* de lugares capacitados como nódulos de entrecruzamentos do ambiente da globalidade; tratam-se esses dos fulcros empíricos às verificações sociológicas.

Para tanto é, sem dúvida, crucial reconhecer o vertiginoso crescimento do aparato e da importância (legitimidade) das redes mediáticas e de transportes, ancoradas na expansão planetária das tecnologias de informação-comunicação, articulando em "tempo real" (*on line*) as partes do mundo, "comprensando-as" no espaço e temporalmente, além de facultar a operacionalização e codificação dos espaços em imagens acessíveis no mercado da informação e

do entretenimento cultural (Sassen/1991). Infraestrutura essa com decisivo papel nos níveis de produtividade e rentabilidade do capital, mas igualmente sobre os esquemas de alocação e distribuição dos diversos recursos, inclusive os recursos humanos e culturais, como sugere Manuel Castells: "(...) o que mais distingue em termos históricos as estruturas econômicas da primeira e da segunda metade do século XX é a revolução das tecnologias da informação e sua difusão em todas as esferas da atividade social e econômica, incluída sua contribuição para proporcionar a infraestrutura para a formação da economia global. Portanto, proponho mudar a ênfase analítica do *pós-industrialismo* (uma questão importante de previsão social ainda sem respostas no momento de sua formulação) para o *informacionalismo*. Desta perspectiva, as sociedades serão informacionais não porque engajam um modelo particular de estrutura social, mas porque organizam seu sistema de produção em torno dos princípios de maximização da produtividade baseada no conhecimento mediante o desenvolvimento e a difusão das tecnologias de informação e mediante o cumprimento dos pré-requisitos para sua utilização (fundamentalmente, recursos humanos e infraestrutura de comunicações)." (Castells/1998, pp: 232-33 – em itálico no original).

O cenário descrito sugere que as elites globais vão se caracterizando justamente pelo acesso privilegiado e pelo monopólio dos recursos dessa infraestrutura, seja os que aceleram os deslocamentos dos corpos quanto àqueles que permitem o transporte de significados de difusão imediata, sem os obstáculos físicos e geopolíticos das demais. Com a globalização, sem dúvida, o princípio da mobilidade conduz e re-formata as condições de vida cotidiana, age sobre as territorialidades e enseja novas localizações, porém diminui de maneira extraordinária a participação das instâncias geograficamente situadas nas decisões que as atinge diretamente. O ambiente da globalidade pode ser definido, então, como a espacialidade multiforme resultante dessa ampliação dos intercâmbios, na esteira da proliferação da rede de comunicação e transporte, redutora das distâncias; mas, ao mesmo tempo, trata-se do *locus* onde se maximiza as ausências permitidas pela facilidade de deslocamento dos centros de decisão, fator capaz de estabelecer hierarquias ou interferir no fluxo de recursos habilitados a viabilizar ou não as localidades. Condição às existências humanas com incidência assim sobre os vetores de uma unificação sem precedentes no andamento mesmo de uma tão acentuada divisão entre os que podem dispor de instrumentos para circular e coordenar os fluxos e os demais, subalternizados. Dorren Massey é sensível na percepção do encadeamento forjado:

> Pois grupos sociais diferentes, e indivíduos diferentes, estão localizados de maneiras muito distintas em relação a estes fluxos e interconexões. Este ponto diz respeito não simplesmente à questão de

> quem se movimenta ou não, embora isto seja um elemento importante; diz respeito também ao poder com relação aos fluxos e ao movimento. Grupos sociais distintos têm relações diversas com esta mobilidade de todo modo diferenciada: algumas pessoas estão mais no comando que outras; algumas iniciam fluxos e movimentos, outras não; algumas são mais pólos receptores que outras; algumas estão efetivamente aprisionadas por ele. (Massey/1991, p: 25).

De fato as frementes mobilidade e comunicação estão na base de uma diferenciação complexa, como observada o autor. E aqueles fixados às vicissitudes do local tornar-se-iam, assim, os agentes por excelência da recriação, da reinvenção das tradições e identidades coletivas, à luz das carências presumidas com a dinâmica de sincronização global dos fluxos. Contudo colocar o problema tão-somente nesses termos é simplificar demasiadamente a complexidade das relações sociais contemporâneas, no papel exercido pelo policentrismo dos e pela disjunção entre os fluxos na significação dos lugares, dos centros e das periferias (Satring, Land, Tak e Kalb/1997, p: 09). Simplifica porque mantém na penumbra a variedade de facções inscritas nesta "origem comum" (étnica e/ou socioeconômica), aninhada no "local" reificado, além de mitigar as alternativas de inclusão de algumas dessas facções nos aportes vários das modernizações, facilitando-lhes lançar mão de recursos simbólicos e materiais às suas respectivas diferenciações, na contraface da semiotização dos símbolos. Por exemplo, ainda tratando do que chama de "geometria do poder" nas condições da "compressão de espaço-tempo", Massey lembra que muitos dos habitantes das favelas cariocas jamais foram ao centro do Rio de Janeiro, apesar de conhecerem o "futebol mundial como a palma de suas mãos, e produziram alguns de seus jogadores; que contribuíram massivamente para música mundial, que nos deram o samba e produziram a lambada (sic) que todos estavam dançando no ano passado nos clubes de Paris e Londres" (*Op. cit.*, p: 26). A percepção é sugestiva, entretanto não se atém ao lugar institucional e intersticial que permite o trânsito seletivo, mesmo perverso, entre facções dos favelados, personagens de já secular exclusão social, e a cidadela glamourosa do entretenimento mundial, a saber, a conformação assumida pela cultura popular, na medida em que está galvanizada na cultura de diversão e ao mercado cultural.

A elaboração de Massey oferece uma roupagem nova para dois componentes distintos mas comumente articulados no interior do debate nas ciências sociais, são eles: as questões étnico-raciais com os temas tanto da estratificação quanto da ascensão social. E uma vez mais, deixa antever o quanto pode ser equívoco compreender a situação dos sujeitos sociais à luz de modelos analíticos que operam com noções monoidentitárias para a definição dos agentes, não

considerando a complexidade mesma das teias intrínsecas aos desdobramentos das diferenciações funcionais nas extensas sociedades urbano-industriais e de prestação de serviços contemporâneas. Quanto ao tema que aqui interessa, creio, por envolver atividades recobertas pelos significados da diversão conjugados à determinada característica estrutural da sociedade de consumidores de guindar a industrialização do simbólico, o entretenimento e os lazeres na afirmação de novas formas de diferença cultural e, ao mesmo tempo, contribuírem ao estabelecimento de sensos de localidade (Gupta e Fergunson/1992, p: 09), a que se considerar a relação de antagonismo e complementaridade estabelecida em planos mutuamente referendados – simbólica, ideológica e materialmente –, com incidência sobre a distribuição do *status* e o reconhecimento elevado do modo de afirmação da identidade de indivíduos inscritos em segmentos de populações e áreas periféricas. Cabe, antes de tudo, reconhecer quem ou quais grupos e instituições, por gozarem de legitimidade, podem dispor de recursos que os viabiliza superar as restrições e acionar a reconstituição de diversidades, tornando viáveis diálogos multiculturais. Isto em meio às pressões assimétricas vigentes na globalidade, onde pesam as determinações localizadas e as contradições intrínsecas às sociedades nacionais, mas igualmente têm relevância os limites impostos pelos enquadramentos internacionais. Estes últimos alinhados sob as regras do autofinanciamento, da rentabilidade e da expansão comercial; ou ainda das intolerâncias culturais ou da redução folclorista das alteridades no jogo da desigualdade política, ambas presentes na mundialização do turismo e da propagação dos fluxos de bens de diversão.

Então, se o espetáculo, enquanto lógica e disposição das práticas, manifesto no encadeamento das atitudes, móveis e imóveis como fatores de entretenimento e turismo, concorre como traço homogeneizante, isto não torna necessário que as diferenças aí apenas sucumbem, engolfadas pela funcionalização. Uma vez mais tenho como proposta de que, no comércio de entretenimento, forma e função não podem prescindir da particularidade viabilizada pelo conteúdo étnico-histórico, mas igualmente a educação dos sentidos inerente a conformação da infraestrutura da sociedade de consumidores. A situação instaurada em torno e com o evento parintinense parece-me heurística e procuro demonstrar até que ponto, recorrendo às convergências históricas e socioculturais embutidas no cenário turístico do paraíso ecológico amazônico, nicho do ritual caboclo do duelo entre os Boi-Bumbás.

A NATUREZA A SERVIÇO DE UM CENÁRIO TURÍSTICO

Em se tratando de evocar a identificação de um lugar, estamos insinuando conjuntamente a (s) rede (s) sócio-humana (s) responsável (is) pela nomeação e classificação desta parcela do mundo. A evocação alerta para o modo como esse ou aquele torrão está incluído (ou excluído) do convívio humano, na multiplicidade das suas determinações. Por isso, a referência a Parintins, especificamente ao Festival Folclórico, nos remeteu ao debate sobre o nexo global/local, na busca das modalidades de socialização e sociabilidades que hoje proporcionam territorialidades outras, no rastro da intensificação dos fluxos de bens e pessoas, à maneira da mundialização do turismo e da ampliação do mercado de bens de informação e cultura. Ora, quanto aos lugares de entretenimento-turismo, aqui observados no circuito de festas populares brasileiras, os aspectos geográficos e étnicos congregam-se muito além de variáveis analíticas: insurgem como traços diacríticos essenciais na composição das representações sobre o diferencial peculiar às festas dos lugares na economia de signos e espaços. No caso do Boi-Bumbá, seria equivocado reconhecer na dimensão geográfica da paisagem simplesmente o pano de fundo; constituída pela exuberância da floresta equatorial recortada pela volumosa bacia hidrográfica contendo 1/5 da água doce do planeta e tendo entre seus habitantes a maior e mais ambicionada biodiversidade do planeta, na verdade, o encontro festivo é penetrado em seu teor pela magnitude simbólica encerrada no trançado de imaginários inter-societais, internacionais e transnacionais que sustentam a Amazônia como um santuário ecológico. Conjugados, o Festival e o seu entorno fornecem materiais suficientes à realização de uma "festa verdadeiramente amazônica" ou "An Amazonian Festival", como divulga a revista de bordo da Companhia Aérea Varig (Ícaro/junho de 1998).

Mais enfático é o livro bilíngüe (português e inglês) *Parintins: o Ritual Amazônico* (1995), editado pela Coca-Cola Refrigerantes – uma das patrocinadoras do evento. São 178 páginas nas quais os textos-legendas, assinados por Antônio Maria Filho dão complementaridade ao trabalho plástico do fotógrafo Óskar Sjöstedt, descrevem visualmente a viagem até a atmosfera festiva instaurada em Parintins com o Festival Folclórico. Dando início à viagem fotográfica, flagrando os tipos distintos de barcos que percorrem o rio Amazonas, a seqüência de imagens plasma a vida pulsante no território da natureza amazônica: da população ribeirinha nas canoas, margeando os igarapés, até captar a nuance cromática da mata. As fotos tornam-se retratos da cena figurativa, em-si um espetáculo. Nela, ajustada aos deslocamentos da luz solar, quando do céu límpido ou do filtro das nuvens ou, ainda, o cair da noite, a floresta ganha múltiplos contornos. Também a

propósito, vale incluir o seguinte anúncio de uma agência de viagem, publicado recentemente no caderno de turismo do jornal Gazeta Mercantil:

> O Festival Folclórico de Parintins, cidade às margens do rio Amazonas, reúne, todos os anos, apresentações teatrais, quadrilhas, danças de origem indígena e várias manifestações do folclore amazônico. A Ambiental Expedições oferece duas opções de pacotes para o próximo, entre 28 e 30 de junho. A primeira, de dez dias, prevê hospedagem no Ariaú Amazon Towers, hotle localizado na selva amazônica à beira do rio Negro. Incluí ainda permanência de quatro dias em Parintins. (...) **Para aqueles que não podem tirar mais de quatro dias de folga, a Ambiental Expedições vende um pacote para o Ariaú Amazon Towers. Durante estadia no estabelecimento, são realizadas caminhadas em trilhas na Floresta Amazônica, passeios de canoas nos igarapés e pescarias.** (...). (Gazeta Mercantil/3 e 4 de junho de 1999 – em negrito no original).

No trecho, além da referência ao Festival do Boi, alguns outros elementos chamam atenção. A própria agência, enquanto unidade empresarial de mediação entre planos distintos do comércio de viagens, no que assinala a ênfase nos elementos de conforto e segurança que garantirão a comodidade do cliente viajante. Sabemos que esse último aspecto corresponde à característica de interdependência de fatores e instituições do encadeamento institucional do entretenimento-turismo e, por ora, o deixaremos de lado. Isto em razão da finalidade de reter o que está sugerido como entorno geo-ecológico da festa, a "Floresta Amazônica". Do nome mesmo da agência, Ambiental Expedições, não é difícil intuir a semântica aventureira que recobre a estratégia de convencimento contida na retórica do anúncio. O enunciado, portanto, tem na idéia de "Floresta Amazônica" uma espécie de catalisador semântico, qualificando tanto o festival folclórico quanto o deslocamento de acordo com o propósito cultural e ecológico de interação com a natureza equatorial densa em sua fartura. Mas, por outro lado, na medida em que são signos (representantes expressivos das coisas ditas), a correlação mútua entre eles introduz um efeito de significação, um sentido específico, posto numa relação de complementaridade e antagonismo com tantos outros sentidos possíveis a respeito da floresta e das viagens de exploração, cuja extensão extrapolam os limites deste estudo. Até porque a Amazônia é um artefato simbólico, posto em uso e retomado nas ingerências do vivido, logo sendo sintético de tantas outras significações e consiste em abertura polissêmica à produção de sentidos vários, mesmo contraditórios entre si.

De acordo com a sugestão de Neide Gondim, consiste na permanência de um primordial fundo semântico de mistério multifacetado, o norte da linha geral que percorre tão variados significados aplicados à idéia de Amazônia. Este fundo se traduz num encontro tenso entre o

mítico e as vicissitudes históricas da presença européia na região. Paraíso e inferno na contraface da exaltação da fonte de beleza contida no ambiente idílico do bom selvagem, mas também da espoliação das riquezas territoriais e do secular extermínio simbólico dos modos de vida autóctones e da brutalidade com que se massacrou nativos. O pensamento civilizado resume o mundo amazônico, à medida que o reinventa, na feição de um nicho trans-histórico e ventre da vida, do qual emanam as polaridades elementares do bem e do mal. Na letra de Gondim:

> Existe, sim, um lugar secreto na Amazônia. No âmago de suas terras encontra-se a origem de todos os homens. Ela é infernal e paradisíaca, é a síntese dos contrários e a inversão da estética do belo, pois a beleza pode surgir do infernalmente horrível porque exige o primordialmente novo. Nela, Malone e seus companheiros testemunharam a passagem da natureza para a cultura, metaforizada pelos homens-macacos – neles sente-se toda a pujança das maravilhas e monstruosidades da Índia -, os elos perdidos com que sonharam os cientistas. Viram gigantescos iguanodontes domesticados por homens pequenos que também construíram suas embarcações e fabricaram armas envenenadas. Para subsistir, o mundo imaginado necessariamente tem que ser inacessível à força destruidora do homem branco. (Gondim/ 1994, p: 273).

O engolfar da região pela voga ecológica contemporânea não escapa deste fundo semântico primordial. Vejamos. As primeiras iniciativas de órgãos internacionais, à maneira dos encontros promovidos pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura, no limiar dos anos 70, condensaram e deram dimensão de questão vital à humanidade aos traumas resultantes de um século conturbado por duas guerras mundiais e pela dialética de uma racionalidade instrumental que teria encarcerado as espécies da vida e o planeta no modelo industrial, ávida de produtividade, mas corrosivo à saúde ambiental do planeta (ver Pellegrini Filho/1993, pp: 17-22). Na atualidade, o rejuvenescimento da idéia de Amazônia ocorre no bojo da consciência fomentada por esse movimento histórico cujo discurso ecológico é o desaguadouro; o qual reconhece a Terra como um ponto de origem, onde se aninham os mais essenciais componentes da existência. Sendo o ponto intersticial entre a aurora da vida e o presente, deixou, assim, a Amazônia de ser "o lugar por excelência habitado por antípodas não normais ou por raças potencialmente voltadas para a escravidão, para converter-se em espaço sagrado que abriga antiqüíssimo mundo da pré-história, onde o europeu ali foi procurar suas origens e, concomitantemente, o mundo moderno nele vai haurir-se de sua seiva leitosa no movimento do capital que esmaece e depois apaga as fronteiras nacionais. Esse interregno é mediatizado pela dramática consciência que reconhece a irreversibilidade do processo, o qual, ao destruir exuberâncias naturais, reduz a pó, igualmente, culturas seculares de povos intrinsecamente ligados a um conjunto de feições próprias, cujas

vidas seguem um pulsar diferenciado do ritmo da modernidade." (Gondim/*Op. cit.*, p:272). É em meio a esse contexto e ao consenso preservacionista, alimentado pela conjugação dos discursos de entidades científicas e ambientalistas, midiaticamente disseminados, que ascende a qualificação do mundo amazônico como um patrimônio natural, restrito e exposto aos perigos inerentes às patologias da civilização industrial-produtivista.

Ora, a posse deste *status* encerra, ao mesmo tempo, a Amazônia no cômputo dos recursos ecoturísticos brasileiros e mundiais. Contudo, existe um lastro histórico e social dessa incorporação. Com o advento dos governos militares, na década de sessenta, o turismo é internalizado ao gabarito dos "serviços básicos" então ditos por necessários ao desenvolvimento regional, a serem implantados por empreendimentos privados e públicos. Através de insenções fiscais ou da utilização dos fundos administrados pela Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM), depositados no Banco da Amazônia (BASA), a região conhece os primeiros passos na exploração turística do espaço (Cardoso e Muller/1977, p: 177). É dentro deste contingenciamento em que ocorre o despertar ecoturístico da região. Cito um exemplo. Embora inscrito no programa de integração nacional dos mesmos governos militares, com um perímetro de 710 Km, em 1974 é criado nas imediações de Parintins, na margem esquerda do rio Tapajós, o Parque Nacional da Amazônia, entre a região paraense de Otaituba e o território de Maués, no Estado do Amazonas. Mais tarde, quando o pesquisador Américo Pellegrini Filho[iv] faz o inventário dos recursos para o ecoturismo no Brasil, o Parque é incluído e descrito nos seguintes termos:

> O clima é quente-úmido (temperatura média entre 24 a 26 graus centígrados), sendo a melhor época para o ecoturismo entre julho e novembro, com dias claros e menor freqüência de chuvas. A pluviosidade fica entre 2.000/2.500 mm/ano. O relevo é suave-ondulado. A amostragem da floresta (um de seus objetivos) inclui árvores de até 50 m de altura, com variada quantidade de espécies vegetais; mas com destaque para: seringueira (...), castanha-do-Pará (...), jacarandá (...).açaí (...), buriti (...). Dentre as espécies da fauna se destacam: tamanduá-bandeira (...), peixe-boi (...), tatus (...), cachorros-do-mato, lontras, macacos, garças-reais, colhereiros, araras, papagaios, gaviões, inúmeros pássaros, tartarugas, jacarés, cobras, muitos peixes de apreciado sabor, incluindo-se o pirarucu (...). Tem alojamento precário para 25 pessoas, porém faltam vias de acesso satisfatório. Potencialidade total, prejudicada pela distância em relação a pólos emissores e a cidade de apoio. (*Op. cit.*, p: 56).

Sem dúvida, novidades são introduzidas no relacionamento da civilização moderna com o espaço amazônico no rastro da emergência da perspectivação ecológica, e o próprio ecoturismo

concretiza transformações importantes a respeito de um tratamento não necessariamente degradante das condições ambientais. Contudo, o mito tão igualmente moderno do paraíso amazônico se renova nessas recentes modalidades de incorporação regional. Enfim, recorrendo ao trecho acima apresentado, o destaque dado ao catálogo das espécies vegetais e da fauna anima o sentido de exuberância e abundância extraordinária da floresta. O turismo (ou o ecoturismo) atualiza o mesmo esquema de descontinuidade entre cultura e natureza, esquema alimentado pelo Ocidente moderno na elaboração da imagem de sociedade humana dominante que ostenta o avanço em relação ao estágio pré-social. Estando, preso às contingências, o último é primário se comparado ao plano da liberdade da vontade e da soberania da solidariedade coletiva sobre as determinações da natureza (Macnaghten e Urry/1995, pp: 204-8). E como a natureza já é uma rubrica secular da cultura[v], embutida na cosmologia da modernidade, o encadeamento de interdependências turísticas facilita o reiterar da codificação do natural como uma coisa, embora viva, passível de manipulação, um bem, inclusive no estatuto do mercado do prazer e lazer.

Uma vez mais a problemática em torno do espaço toma corpo. Agora consistindo no tipo de arranjo crucial para delimitar o lugar de entretenimento-turismo, nas condições contemporâneas postas à idéia de Amazônia, no instante em que se qualifica o espaço turístico de Parintins. Digo isto porque, na transcrição de textos de divulgação turística posteriormente apresentados, aos seus respectivos redatores importa menos a unidade geo-política da municipalidade parintinense e sim, a descontinuidade instaurada entre o teor trans-histórico da natureza local (e estão incorporadas as memórias nativas) e o que seria pertinente ao mundo comum daqueles subordinados aos ritmos da "vida moderna", de acordo com os ditames de uma nova divisão internacional dos trabalhos numa economia de signos e espaços. No imaginário complementar ao plano socioeconômico, a floresta resulta como que, a um só tempo, um mito desconhecendo os limites das contradições e igualmente um artefato semiótico capaz de ativar um coeficiente ótimo de comunicação. O enlace sugerido merece uma averiguação mais criteriosa.

Lançando mão de um circuito intertextual da publicidade turística, de início, atento ao dado semiótico, ou seja, a disposição de cargas simbólicas manejadas na confecção de um efeito de sentido, uma comunicação. Deste modo, o apelo a determinadas representações ganha importância decisiva. Em relação à divulgação de Parintins, o recurso aos significados contidos na idéia de "elo perdido" funciona como significantes que dão suporte à imagem da "Ilha Encantada". Realizado para promover a Associação Folclórica Garantido, e todo o Festival, com

apoio do governo do Estado do Amazonas, escrito em português e inglês, em 1998 foi editado o livro *Vermelho. Um Pessoal Garantido*[vi]. O farto repertório de fotografias, destacando aspectos humanos e geográficos da região, e textos mesclando o jornalístico e o literário, tem como abertura a cena fluvial do Arquipélago de Tupinambarana, onde duas páginas exploram os tons esmaecidos do azul se metamorfoseando em verde no horizonte. A frase de impacto, tomada de empréstimo ao historiador local Tonzinho Saunier, confere de imediato a rubrica, seja para o caminho a ser percorrido no livro seja à compreensão daquela área: "E nunca mais, depois que os navegadores do Capitão de Córdoba e seus marujos às maravilhas das festas esponsais, ninguém deu notícias dessa Ilha Encantada". Desde aí prosseguem os redatores, instaurando a atmosfera onírica e mística de delimitação desse lugar mítico, a "Ilha Encantada":

> De repente, a névoa fina que envolve aqueles ermos vai se desanuaviando, e à frente, entre cânticos longíquos, os olhos do visitante se alegram e o coração bate em disparada: - terra à vista! Das profundezas do rio-mar das Amazonas começa a brotar uma esmeralda preciosa, refletindo o fulgor dos raios do sol reaceso pelos clamores e orações dos tuxauas e cunhantãs, depois de ter sido apagado pelos feitiços do pajé Sateré, no tempo em que as trevas dominaram o Mundo. Agora, uma luz diáfana envolve a Esmeralda Sagrada que aflora trazendo notícias do Universo das Águas. É a Serra Grande da Ilha Encantada do grande Arquipélago das Tupinambaranas. Guardiã dos Segredos do Mundo Perdido, que repousa sobre a cabeça da Boiúna e resplende sobre a Nação das Mulheres Guerreiras! (Valentim e Cunha/1998, p: 08).

Encravada numa ilha, e só acessível por avião ou embarcações, Parintins ganha visibilidade nos canais de veiculação de alcance ampliado na imagem de algo distante no espaço, entre as águas e o verde da planície amazônica[vii]. Mas o mesmo distanciamento oferece a impressão de algo perdido no tempo; seria aquele torrão a metáfora de Atlântica ou o elo com o mundo imemorial, já que toda paisagem estaria assentada sobre terras de insuspeitáveis heranças primitivas. Inclusive, teria sido nas suas imediações onde ocorrera o encontro do explorador espanhol Francisco Orellana com as míticas guerreiras amazonas, como destaca uma reportagem publicada no Caderno Viagens e Negócios da Gazeta Mercantil: "Foi nas imediações de Parintins que, por volta de 1542, uma missão de Castela, comandada pelo navegador espanhol Francisco Orellana, viu pela primeira vez as famosas amazonas. (...) Coincidência ou não, a visão das amazonas ocorreu num dia 24 de junho, dia de São João – a data mais festejada na ilha atualmente." (Gazeta Mercantil/12-06-1998). O inusitado da paisagem amazônica então complementa a cena espetacular da Ilha Encantada, perdida na imensidão do cosmo:

> De algum ponto do Universo ressoam cânticos imemoriais. Espíritos de guerreiros valentes, torso nu, pele bronzeada e cocares coloridos percorrem as lonjuras, embrenham-se pelas matas, rememoram batalhas, revivem festas, elevam oferendas aos deuses em grandes fogueiras, nas festas de consagração, através das noites de mistério. No fundo dos olhos do visitante o mar de um cristal muito puro mistura-se ao ar transparente da floresta. Vitória-régias espraiando-se na paisagem de sonho. Pátria da Água, na expressão feliz do poeta Thiago de Mello. Sem-fim de brilhos, reflexos, iridescências, luz viajando entre vapores. (Valentin e Cunha/*Op. cit.*).

O mesmo apelo à distância garante a autoridade de Parintins para convidar o visitante, após a longa viagem à terra do extraordinário, a despir-se dos artifícios e mergulhar na autenticidade primeva da "Ilha Encantada"; terra edênica onde a humanidade re-estabeleceria seus laços com o divino e com a natureza, liberta das interdições do dia-a-dia. Volto à apresentação do livro *Vermelho*:

> Descobre a cabeça e tira os sapatos, viajante, pois estás pisando em terra sagrada! Prende o ouvido ao chão. De uma sombra da memória do Tempo ouvirás o rumor profundo dos batuques, sortilégios e cantigas dos bravos que hoje povoam a região das lendas. São as vozes, os feitiços e os rituais dos espíritos dos maués, sapupés, uapixaas, crixanás, muras, mundurucus, peruvianas, parintintins e patuaranas, os guerreiros intrépidos que ainda outro dia varavam estas matas enfrentando as feras com suas flechas certeiras, banhavam-se nos lagos perfumados, empenhavam cunhas da cor de canela à luz da lua e celebravam a vida em comunhão com os deuses. São os senhores das forças da Natureza que te saúdam com a dança da Água e do Fogo e abrem alas em tua honra.
> Respira, viajante! O ar é puro, doce, vivificante! Estás em Parintins, Capital Universal do Boi-Bumbá, Reino Livre de Garantido e Caprichoso, Pátria dos Mistérios e Milagres de Valdir Viana, País dos Encantos onde todas as tribos se irmanam na Grande Festa Tupinambarana! Despe as vestimentas sujas dos maus fluidos e das preocupações profanas do mundo lá de onde vens. Purifica o corpo e a alma num mergulho nas águas sagradas do lado Macurany e veste roupas ventiladas e frescas, próprias ao clima quente, úmido e nutritivo dessas terras. Enfeita o pescoço com colares e penas e sementes de mulungu que afugentam as energias negativas, afina a garganta, abre os braços e canta com toda a força de teus pulmões:
> - A festa vai começar! (*Op. cit.*)

Se for verdade, portanto, que o manejo com as representações na formatação da imagem turística do local obedece às restrições geomorfológicas e, ainda, responde ao contingenciamento imposto pelos limites da diversidade humana do local, também o é o fato de a delimitação observar a maneira como o local integra o mundo cotidiano, na conformidade histórica e sociológica de ausências da globalidade. Quer dizer, está entretido no percurso e nas instâncias simbólicas e materiais imprescindíveis à apreensão destas componentes espaciais pelas muitas linguagens da rotina e nas circunstâncias propiciadas pelos círculos hermenêuticos do senso-comum ambientado numa extensão para além da localidade empírica. Além, certamente, de

A ILHA ENCANTADA

The Enchanted Island



interagir com as alternativas sócio-históricas de recriação desses significados nos imaginários que os conformam nos sentidos pactuados intersubjetivamente e facultam elementos manipulados pelas formações subjetivas e nas monitorações reflexivas das agências humanas e institucionais. História e mito estão amalgamados nos exercícios discursivos então vicejados. Ou melhor, o mito está disposto sobre o lastro histórico, mas proveniente de uma historicidade prenhe de mitos ou mesmo mitificada, tal como é a da região amazônica.

Para dar concretude ao argumento, vale retomar a divulgação de Parintins acima apresentada, tendo em conta que o postulado do qual se parte: o discurso é norteado para um viajante preciso, a saber, o homem normal da civilização urbana, o mesmo que estaria mutilado em seus mais elementares imperativos vitais. Agente este, a princípio, impregnado pelas "vestimentas sujas dos maus fluidos e das preocupações profanas do mundo lá de onde vens". Convidado a respirar o "ar puro, doce e vivificante" de Parintins e mergulhar no sagrado lago Macurany, na passagem até a festa, o viajante é submetido a um ritual de depuração das "energias negativas" da vida comum, para em seguida pôr sobre o corpo já purificado as indumentárias apropriadas à especificidade do clima local e deixar-se tomar pela alegria verdadeira; agora liberada, pode subir das entranhas, para brincar no Festival, ao lado dos nativos. Enfim, ser um primitivo também e gozar da vida autêntica, saudável no instante da sociabilidade festiva, onde estaria vedada a incursão do *status* e o estatuto da cultura mundana "lá de fora"; ter-se-ia o fluxo arrebatador desconhecendo as formas do cotidiano contaminado. A combinação das cenas e dos significados que pontificam a idéia de floresta equatorial com os signos do turismo e da festa precisa o sentido de lazer e prazer a ser potencializado sobre os recursos geográficos da imensidão paradisíaca de águas e matas, mas também do exotismo da cultura cabocla do "povo". É exemplar a disposição do entremeado de textos e imagens na abertura da fita de vídeo cassete contendo cenas do Festival, no ano 1999. Descrevo a seqüência de imagens. Das águas do rio Amazonas, cercada da mata, junto aos igarapés, pescadores atiram redes e dali afloram os corpos seminus de jovens caboclas. O perfil da cidade se delineia no horizonte e onde tremula a bandeira ora em vermelho ou em azul. Barcos chegam trazendo os torcedores para o duelo e esses tomam as ruas na base das coreografias ao som das toadas. Já outros comem as iguarias típicas ou batem um tambor, enquanto um nativo empina um cocar sobre o largo sorriso dançante. A boca sorridente é fundida ao trabalho cioso de artistas anônimos cuidando das fantasias e alegorias. E as figuras dois bois,

preto e branco, encerram o trajeto na arena do Bumbódromo. O contraponto da caminhada imagética é o texto abaixo transcrito:

> Nos dias 28, 29 e 30 de julho os encantos da selva afloram. E as atenções voltam-se para essa pequena cidade no interior do Amazonas, dividida entre as cores vermelha do bumbá Garantido e azul do bumbá Caprichoso. Uma história de glória, de torcida fiel, de cor, de ritmo. Suas toadas contam a história do boi e seu amo, do cotidiano e o progresso da cidade, das tradições do povo, dos seus mitos e ritos, fazem a torcida vibrar. Estamos na terra do folclore, da alegria, da fantasia. Estamos em Parintins, na Ilha do Boi-Bumbá. Com vocês o XXXIV Festival Folclórico de Parintins.

O entremeado compõe uma paisagem amazônica de celebração da "boa vida", distinta o bastante para antagonizar com aquela de um "espaço de morte" apresentada, por exemplo, na reconstrução do antropólogo norte-americano Michel Taussing. Na textualidade concebida pelo autor, a mata se converte em um espaço de morte, ensejado na contrapartida do horror deflagrado e institucionalizado no decorrer da colonização européia e dos ciclos de exploração experienciados pela região. Da justificativa dos exploradores para a dizimação dos indígenas – baseada no destaque dado à atitude canibal dos últimos –, sobretudo no período áureo da borracha, com o avanço imperialista dos agentes do capital na região colombiana de Putumayo, depreende-se uma Amazônia onde o edenismo tropical é tanto palco para ritualização da violência como instrumento de cura e espaço à elaboração de uma estética do sacrifício: "Com a conquista e a colonização européias, esses espaços da morte se fundem numa mistura comum de significantes chaves ou pontos de captação que ligam a cultura do conquistador à do vencido. O espaço da morte é eminentemente um espaço de transformação: pela experiência da morte chega-se à vida; pelo medo, à perda do eu e à conformidade com uma nova realidade; ou pelo mal, ao bem. Perdido na selva escura, viajando depois com seu guia pelo inferno, Dante alcança o paraíso somente depois de ter cavalgado em Satanás." (Taussing/1983, p: 50).

As imagens evocadas por Taussing destoam inteiramente do cenário turístico de Parintins, sobremaneira porque não se trata, na divulgação da cidade, do caminho tortuoso de uma perda das referências, mas tão-somente da apresentação de uma espécie de Ilha da Fantasia, referenciada em tantas narrativas musicais, literárias e imagéticas da cultura popular de massas, palco para a exposição segura dos sentimentos autênticos:

> Parintins se destaca como a cidade mais hospitaleira e é considerada a porta de entrada do turismo no Amazonas. Com 146 anos de fundação, tem em seu povo uma expressão artística reconhecida mundialmente através da realização do Festival Folclórico. Numa área de 7.069 Km2, abriga uma

> população de 71.574 habitantes, sendo 36.373 masculina e 35.201 feminina. Está localizada à margem direita do rio Amazonas, na Ilha de Tupinambarana, primitivamente habitada pelos índios Tupinambás, Maués e Sapupés. O clima é quente-úmido e a temperatura média é de 35 graus. O seu relevo é formado por florestas de várzea e terra firme, lagos, ilhas e uma pequena serra que faz a divisa dos estados do Amazonas e Pará. Conheça sua natureza, seus personagens e descubra porque Parintins respira cultura, magia e alegria o ano inteiro. (Guia Turístico de Parintins/1999, p: 04).

Ao contrário do espaço de morte, o ritual festivo, igualmente derivado da mescla entre inspirações nativas e européias, confirma, na atmosfera de alegria instaurada no cenário natural da floresta, os valores da vida saudável. Os mesmos ressaltados nas publicidades sobre diversão e lazer no cotidiano urbano, nas quais a natureza comparece como ícone da mescla inusitada entre o ideário romântico da liberdade, do viver autêntico e do zênite da paz, com o postulado naturalista da segurança ontológica ofertada pela continuidade natural, ausente nas inconstâncias da "vida moderna". Permanece a natureza, enquanto dimensão neutra, como parâmetro de objetividade e regularidade, pronta a servir como ninho ao exercício das vontades[viii]. A polissemia simbólica da idéia de Amazônia é drenada justamente na medida em que se codifica os significados em torno da floresta através da letra do lazer. Em suma, se o fundo comum imaginário sobre a floresta é vertido discursivamente pela linguagem da comunicação ampliada, a descontinuidade com o cotidiano justamente reinscreve a natureza no mundo comum da modernidade, agora sob a rubrica do espetáculo para os sentidos, longe da artificialidade volátil da *urbe*. O cenário eco-turístico para o evento festivo está armado e veiculado na exuberância visual das imagens que o mediatiza[ix] na extensão das ausências da globalidade. Resta compreender sob quais condicionantes a festa imprime componentes à tematização desse lugar de entretenimento; componentes étnicos galvanizados à paisagem da Amazônia trans-histórica e trans-cultural, presença mítica das origens da humanidade no tempo atual, no circuito da economia de signos e espaços, mediante a interdependência institucional do entretenimento-turismo. A identidade coletiva, enquanto questão, compõe o problema.

IDENTIDADES EM CONTEXTOS DE SIGNIFICAÇÃO

Embora não seja este o momento para retomar as peculiaridades da discussão, mesmo porque atualmente esta atravessa parcelas importantes da reflexão sócio-antropológica (ver Poutignat e Streiff-Ferart/1998, pp: 21-184), e apesar de apenas tangenciá-la, ao situar o problema nos termos da contribuição da ênfase étnica à tematização turística de Parintins, é

urgente a exigência de tocar no tema espinhoso das identidades coletivas. Afinal, se o debate a respeito das identidades socioculturais consiste em espécie de demiurgo das reflexões ao longo do percurso histórico das ciências sociais, como outras dimensões teóricas dessas disciplinas, a questão das identidades coletivas também conhece hoje um ponto de inflexão. Isto, quando os mundos sociais provocam crises na tendência em operacionalizar com esquemas conceituais centrados no postulado de homogeneidade e regularidade para conceber traços diacríticos definidores de um agrupamento sócio-humano. Então, estarei neste item compilando algumas sugestões com a finalidade de verificar o quanto existe de plausibilidade na premissa de que a intensificação dos fluxos e dos intercâmbios tem contribuído agudamente para os remanejamentos das diferenças culturais. Sem com isso requerer uma simples diluição das últimas ou o simétrico oposto, o triunfo das diferenças sobre os grilhões de uma universalização da condição moderna que, em última instância, as interpela e projeta e as deixa hierarquicamente na órbita contemporânea.

Nesse sentido, de início, retomo a intuição de Frederik Barth. Observando a experiência coletiva de imigrantes e negros nos Estados Unidos e ainda a trajetória das populações nômades no Oriente Médio, para ele as demarcações étnicas não estão subordinadas a um isolamento ou a aceitação dos sistemas mais abrangentes: "A interação em um sistema social como este não leva a seu desaparecimento por mudança e aculturação; as diferenças culturais podem permanecer apesar do contato interétnico e da interdependência dos grupos" (Barth/1998, p: 188). A ênfase posta nas fronteiras e na manutenção destas pelos grupos étnicos, em detrimento de abordagens cujas prioridades eram postas na história e formação endógena dos agrupamentos, enraizou-se no âmbito sócio-antropológico e assegurou a importância conferida à metodologia historicista que se estende cada vez mais ao espaço dos símbolos. E sintetiza, assim, conceitualmente as transformações nos mundos sociais, onde os trânsitos intensos no planeta tornaram frágeis os aportes fundamentados no auto-centramento dos grupos. Por isso, afirma J. l. Comaroff, "longe de ser uma propriedade abstrata ou uma potencialidade universal, uma capacidade imanente ou uma coisa, a etnia é um conjunto de relações, com seu conteúdo ideado no decorrer dos processos históricos" (Comaroff/1990, p: 69). Muito embora este autor procure diferenciar-se de Imanuel Wallerstein, no que tange ao mesmo tema da identidade étnica, quando acusa o último de operar com uma idéia imanente de etnia – que estaria manifesta na frase "A consciência étnica está eternamente latente por toda parte" (Wallerstein/1993, p: 66) –, um e outro estão postulando semelhante critério histórico

materialista. Ou seja, compartilham de uma distinção entre as instâncias da cultura e aquelas referentes à economia e à política. Inclusive advogam a subordinação daquela às duas últimas, interada nas estratégias ideológicas de manutenção, por exemplo, do "*world-system*" da "economia-mundo" capitalista, no entendimento de Wallerstein. Explicita Comaroff categoricamente, analisando os conflitos étnicos no momento de dissolução da União Soviética no início da atual década, que as identidades culturais devem ser compreendidas no modo como determinados grupos de homens viabilizam as suas condições de reprodução material de vida, em relações sociais reais. Por isso exulta a ver que, "(...) enquanto as identidades étnicas são sempre produto em seu tempo, sempre moldadas por um período histórico particular, as forças que as animam surgem tipicamente de processos a longo prazo" (*Op. cit.*, p:71).

Em última instância, o viés da proposta se ancora na concepção de que a promoção das identidades culturais, e o empenho em instaurar e produzir no palco do convívio humano sempre mais diferencialidade em relação ao já reconhecido como distinto pela arbitrariedade naturalizada do simbólico, está na interface com as desigualdades semeadas no solo das mesmas sociedades modernas, onde são integradas heterogeneidades humanas. Deste modo, embora a tematização manifesta da diferenciação cultural (étnica), e sua inserção numa situação assimétrica de dominação, inscreva-se em diversos momentos da história humana, o estatuto da sociedade capitalista e da modernidade é o espírito do tempo quando o tema atinge contornos dramáticos. A unificação entre os três fatores ocorre de acordo com o entendimento em torno da conduta de grupos que reivindicam o reconhecimento de diferença étnica mediante a coordenação lógica dos princípios da unidade interna e, ao mesmo tempo, da contradição externa, enfim, de inclusão e exclusão. Em outras palavras, no conjunto dos argumentos sobressaí um arranjo conceitual e discursivo descritivo de um sistema de valores, o qual viabiliza as estratégias de distinção e de amálgama ideológica crucial numa situação sócio-histórica notabilizada, a um só tempo, pela o ideário e o estatuto da igualdade, mas também pela hierarquia e pela disputa acentuada em torno da sobrevivência simbólica e material. Sistema de valores com incidência sobre a organização social do grupo, na contrapartida da maneira como este classifica e faz a interpretação dos entornos e dos próprios atos e dos seus semelhantes. Claro está que a categoria de identidade percorre suas contribuições. Se referendarmos historicamente essa categoria na condição moderna, dentro da qual as culturas se tornam contemporâneas, deparamos com o processo e o contexto da circulação e comunicação intensificadas. Fatores que tanto dinamizam quanto

habilitam identidades socioculturais (os estilos de ser de povos e grupos), mas igualmente estão na raiz de disputas entre as identidades diante da possibilidade de sobrevivência de suas específicas diversidades em razão da dinâmica de intercâmbio dos agrupamentos humanos (Leví-Strauss/1970, pp: 233-6), ou são condicionantes decisivos nas pugnas promovidas pelos agentes das identidades na luta contra a virtual dissolução em entidades mega-abrangentes.

O conceito de identidade sociocultural traz em sua genealogia vestígios que ajudam entender a dubiedade inclusão/exclusão. A partir de preocupações diversas, Louis Dumont (1985) e Norbert Elias (1990) mostram como, diante do dilema de se constituir como algo de singular frente ao predomínio da civilização fundada nos âmbitos francês e anglo-saxônico, frações das classes médias alemãs vinculadas às atividades intelectuais, do final do século XVIII, advogaram a particularidade cultural dos povos, ao reescreverem os conceitos de *kultur* e *volk* (povo). Como observa Luis Fernando Dias Duarte (1995), a *kultur* alemã introduz na universalidade racional do Ocidente o desejo de contrabalançar individualismo e uma totalidade coletiva/cosmológica e também o de recriar e reiterar a diferença étnica. Algo expresso na preocupação hegeliana com a agregação dos estados em torno de um mesmo irredutível simbólico, capacitado a soldar a diversidade social dos fragmentos que mais tarde constituiriam o Estado alemão unificado (Ruben/1988, pp: 76-9). Ironicamente, assinala Dumont, o mesmo processo intelectual-filosófico transfere, do ponto de vista da lógica conceitual, para o interior do holismo o postulado do individualismo, isto é, o esforço para o reconhecimento da singular individualidade dos povos (Dumont/*Op. cit.*,pp: 126-7). De acordo com Ruben, o conceito de identidade cultural emerge no escopo idealista do romantismo alemão, consagrando-a como reserva irredutível de particularidade capaz de marcar fronteiras com o "outro". Mantendo esta coesão epistemológica, apesar das adições ocorridas nos dois últimos séculos, esse conceito se planta "como fator de organização no processo social, nos episódios cotidianos e nos conflitos e lutas sociais" (Ruben/1992, p: 79). A naturalização do conceito ocorreu, sobretudo à sombra da hegemonia do sistema de Estados-nações e sua incorporação nos movimentos e estruturas nacionalistas e nacionalizantes. Paralelamente, tornou-se funcional para fins analíticos nas ciências sociais.

Parece merecer discussão o próprio estatuto lógico e ontológico concedido à categoria de identidade, por um lado, e, de outro, sua naturalização no mundo vivido pelas pessoas em suas sociabilidades e no cerne das estruturas sociais abrangentes, como igualmente no interior da produção de conhecimentos. Isto razão de que, talvez, estejamos também naturalizando o plano

simbólico, classificatório e ideológico de uma armação civilizatória e societária cuja densidade traz em seu bojo, a um só tempo, a categoria de identidade como alternativa e necessidade lógica ao entendimento. Não seria o caso de perguntar: o conceito de identidade sociocultural não funciona como – para retomar, embora a torcendo contra ela mesma, a idéia de Durkheim – "categoria lógica" que esta civilização oferece para o seu reconhecimento, na conformação do autoconhecimento dos indivíduos e dos grupos? Não se trataria assim de algo que se manifesta na percepção sobre as ordens classificatórias, porém escapa ao controle crítico, na mesma medida em que se mantenha vigorosa, ou seja, a fixidez da identidade não permaneceria atuante hoje, justamente no perfil fragmentário, heterogêneo e dissonante como é descrito o coro de vozes planetárias, tanto nas manifestações fundamentalistas como nos descentramentos identitários saudados pelas correntes da pós-modernidade (Kellner/ 1995, pp: 141-77)? Em outros termos, quando se confere (ou nós, como agentes do mundo contemporâneos, conferimos) unidade, mesmo que no estatuto de mônadas distintas e incomensuráveis, não se estar legitimando um modo de ver o mundo e legitimando um determinado poder simbólico, uma ordem? A esse respeito, vale a pena levar em consideração a contribuição da Teoria Crítica, aquela que constata no primado lógico-geométrico o paradigma de uma racionalização sociocultural crescente, tendo um dos seus desfechos na paulatina unificação sistêmica dos elementos naturais e cósmicos em um projeto de dominação antropocêntrica e na instituição da categoria lógica de identidade (Horkheimer/1975, pp.: 126-7). Como assegura Zygmunt Bauman, a questão da ordem aparece no instante mesmo da emergência da definição do "caos", quer dizer, em meio ao combate contra "ambivalência" dos fluxos, marcando a ascensão da condição moderna. E é nessa condição que parcela da humanidade se coloca o problema de pensar a maneira do ser: "Podemos pensar a modernidade como um tempo em que *se reflete* a ordem – a ordem do mundo, do *hábit* humano, do eu humano e da conexão entre os três: um objeto de pensamento, de preocupação, de uma prática ciente de si mesma, cônscia de ser uma prática consciente e preocupada com o vazio que deixaria se parasse ou meramente relaxasse" (Bauman/1995, p: 05).

Deste modo, a maneira de tratar os problemas em torno das específicas identidades socioculturais e da própria categoria de identidade coletiva deve ser pespectivada de duplo aspecto. De um lado, é fundamental proceder como alerta de Ernest Laclau (1986), para quem as sociedades modernas não fixam um pólo unificado em torno do qual se constituem as identidades sociais, mas se caracterizam por lugares identitários parciais e estão sempre a se ordenar pela diferença. Ou mesmo a premissa da qual parte Stuart Hall, comentando as transformações

experimentadas pela definição de identidade cultural com o processo de globalização. Para ele, o impacto pluralizador deste último acaba implicando na produção de uma "variedade de possibilidades e de novas posições de identificação, e tornando as identidades mais posicionais, políticas, plurais e diversas; menos fixas, unificadas ou trans-históricas" (Hall/1995, p: 69). Mas, por outro lado, se ambos aportes possibilitam evitar a reificação da identidade cultural como um todo apriorístico e acabado, ainda assim permanece inevitável ter em mente o seguinte: mantém-se inalterada em ambas propostas a recorrência a essa categoria lógica, mesmo que seja para averiguar a diversidade das objetivações assumidas pelas relações inter e intragrupais e as formações subjetivas, já que ela compreende o quadro natural de conceitos da modernidade-mundo. É diante desse viés que o modo de compreensão proposto a respeito do nexo cultura popular e o conjunto institucional do entretenimento-turismo tanto quer evitar a ênfase na homogeneidade e imobilidade das identidades socioculturais quanto a defesa de uma "desordem" identitária. Vejamos em que medida, agora transportando o debate para ao problema intrínseco ao nosso estudo.

O modelo teórico a respeito dos encontros culturais é recorrente quando se quer advogar a situação na qual heterogêneos sistemas sócio-simbólicos são postos diante um do outro, para especificar e precisar, quando nativos e turistas se avistam. Subjacente ao modelo está a seguinte premissa: o visitante e o visitado consistem em alteridades radicais, à maneira do encontro clássico entre os viajantes e os nativos. Sem dúvida, a situação é coerente com a apreensão do tema da viagem na história da antropologia enquanto disciplina científica, inscrita tanto na crença iluminista do deslocamento em busca da compreensão do *outro*, quanto na atitude imperialista européia de dominação do distante (Labate/1997, pp: 80-3). E certamente a situação turística de encontro contém vínculos com assimetrias várias (disparidade de força econômica, política, bélica e outras). Contudo, ao ser aplicado na compreensão dos intercruzamentos turísticos, o inconveniente desse instrumental teórico-metodológico é a insistência em uma permanente distância simbólica entre os turistas e os focos de interesse turísticos. O que decididamente não parece sustentável é a suposição de estarmos necessariamente diante incomensuráveis diversidades simbólicas, fator que demandaria um termo redutor/tradutor das diferenças, com a finalidade de aproximá-las. Esmiúço minha proposta. Ora, para efetivação de uma comunicação, torna-se crucial alguma estabilidade estrutural e ainda afinidades afetivas devem comparecer à situação de interação. Se a viagem turística supõe já seja um mapeamento territorial, básico ao

efeito de articular os lugares nos roteiros, seja a sistematização das trajetórias (ambas consistem no que chamamos de interdependência institucional do turismo), eu penso estar o visitante e o outro visitado, ambos, embutidos numa correlação reticular, tipificante das modalidades de identidades socioculturais moldadas no lugar possível do intercâmbio turístico. Isto, no rastro da processualidade modernizadora que traz os mecanismos de controle intersubjetivo e autocontrole na moldagem dos agentes e do próprio território de lazer e diversão.

Nesse sentido, caso tenhamos em conta, sociologicamente falando, que as concretizações da vida humana consistem em relações e condutas subjetivas e interpessoais, tanto a definição das formações identitárias quanto à conceituação da modernização turística têm de considerar a especificidade da mudança na qual as práticas e símbolos coletivos de fato são funcionalizados ou codificados no esquema de fronteiras indefinidas do ambiente da globalidade, quando são especializados nos territórios do entretenimento-turismo. Porém tal especialização requer não necessariamente a ruptura com os humores étnico-históricos, mas a atualização dos últimos diante da temporalidade hegemônica da modernidade-mundo; ou seja, os móveis e memórias locais materializam a modernidade ao metamorfosearem-se em um dos seus signos e, igualmente, tornam-se contemporâneos às demais matérias e sentidos dessa condição, no movimento mesmo de reinvenção ou reinterpretação pelas relações sócio-humanas. Para tanto é decisivo aos agentes incorporarem o significado da mudança e qualificá-lo diante dos constrangimentos que emolduram sua rotina e seu ritmo de vida[x]. Creio estar interna a esse contexto, a motivação para as interdependências assumirem o traço de competição ou, para falar como Smith, de "guerra entre as culturas" (Smith/1991, pp: 184-85), de acordo com o gabarito de vínculos com alguns dos diversos mecanismos institucionais de desencaixe e reterritorialização, entre os quais o entretenimento-turismo. Mas é crucial para isso, que a ambivalência das práticas significantes já contenha elementos reflexivos os implicando pensar no que são, a fim de distinguir-se do que deixam de ser e as permitam competir na arena pelo reconhecimento da sua distinção. Deste modo, para insistir no postulado de Smith, torna-se necessário considerar as mobilizações vernaculares, a politização das culturas, o papel das *intelligenstia* e outras motivações nas "guerras culturais" (*Op. cit.*, p:185).

É preciso considerar o monitoramento reflexivo aludido, portanto, nas circunstâncias sócio-históricas que o implementa. No que diz respeito mais propriamente à reinvenção turística das culturas populares, vejo algo de elucidativo na concepção de "contexto de significação", tal como o

concebe Mikhail Bakhtin. A partir de uma leitura muito própria da noção de "semeiose" de Charles Sanders Pearce, Bakhtin advoga que os signos são assimiláveis no contexto de outros signos compreensivos (Bakhtin/1992, p: 61). Logo, a compreensão do signo, e toda natureza semiótica, estreita-se a uma situação social. E acrescentaria, ainda, com a formação de agentes, segundo o ajuste entre recursos institucionalmente regulados e a apropriação desses recursos pelos grupos e indivíduos estruturalmente situados, em observância da posição que ocupam nessa situação, mas considerando o quadro de opções realizadas. Subentende-se, enfim, a existência de foruns de negociação entre as lógicas da produção e da recepção dos textos sígnicos, mas, também, a conformação institucional de ambos como significados mutuamente referenciados, básicos na edificação de comunidades imaginadas; para as quais mercado e estado estão no sedimento do território das sociabilidades de lazer e diversão.

A questão consiste no processo mesmo de semiotização dos pólos como identidades complementares. Mais uma vez tratando da questão pertinente a esta tese, acredito serem igualmente relevantes os mecanismos que atuam como referência na distinção dos pólos (visitante e *locus* de visitação) e, assim, tornam viável a funcionalidade que inscreve um e outro no comércio de imagens turísticas. Como até agora apresentado, trata-se do reconhecimento da formulação mesmo das identidades populares e regionais e, no anverso, das reinvenções sob a égide da produção e do consumo de bens culturais de diversão em precisas espacialidades, cuja distinção advém do seu caráter espetacular de cenários e bens culturais. As ações concertam-se aí seja pela finalidade mútua do reconhecimento, seja pela comercialização dos sítios geo-históricos e das práticas e símbolos étnicos e culturais. Enquanto se articulam também pela postura dos agentes sociais (ao lado de móveis e imóveis) em oferecerem-se como fonte estética de prazer ou de outros se oferecerem à participação como público capaz de entreter-se com algo reconhecido como forma pacífica de lazer e diversão. O dado enigmático corresponde ao interstício o qual interna a historicidade da polarização ocorrida. A perspectiva teórica da dinâmica de abrangente interpenetração histórica da modernidade, justamente, sugere acoplar dispersão e articulação na produção e reprodução material e cultural. No que tange à atualidade, portanto, o cotejo às engrenagens da intensificação dos fluxos informático-comunicacionais e dos condicionamentos transnacionais exercidos pela acumulação capitalista, em sua fase tardia, é o outro lado do mesmo indagar a respeito do entendimento da transliteração das heterogeneidades humanas, identificadas como culturas, no contexto de significação em que consiste o mercado da diferença e da

etnicidade. A modernização turística é de novo o processo em questão, já que envolve os mecanismos do entretenimento e da economia do lúdico como fatores com impacto sobre a universalização da modernidade e na transliteração das heterogeneidades humanas. Por isso é pertinente conhecer os ingredientes étnico-históricos das diferenças transliteradas, identificar sua propensão à mudança.

BOI-BUMBÁ SINCRÉTICO

Distante 369 Km da capital do Estado do Amazonas, a cidade de Parintins guarda na biografia da sua formação municipal os elementos históricos mais notórios seja da inclusão da Amazônia no mundo conhecido ou da incorporação regional ao contexto da sociedade brasileira. Por isso, a cidade exibe ainda os traços profundos de um e outro fator. Sem dúvida tal herança ganha contornos mais nítidos no perfil da sua economia, tanto na dimensão mais tradicional, de caráter agrário, quanto naquela mais recente, vinculada à economia dos signos e espaços, tendo por epicentro o Festival Folclórico. Ao longo do presente item, partirei do ponto de contato entre ambas, expresso na – certamente simbólica – figura do boi, para trafegar até as peculiaridades do da conexão entre a tradição cultural cabocla e a interdependência institucional do entretenimento-turismo.

Isto porque o desembarque no porto e uma breve caminhada pelas ruas do centro de Parintins trazem o sinal da presença desse personagem: o abrigo dos telefones públicos em forma do boi; as pinturas das cabeças bovinas nos muros das casas de cores vermelha e branca ou azul e branca, para citar apenas dois exemplos. Mesmo segundo as informações oficiais, contidas no *Diagnóstico do Município de Parintins*, a economia local tem por base exatamente a atividade agro-pastorial[xi]: são 200 mil cabeças de gado, das quais 150 são de bovinos e 50 mil de bubalinos. Reunidos, obtém-se o maior rebanho do Estado (Ribeiro Júnior/1999, p: 03). O predomínio dessa atividade está na contraface do declínio da mais tradicional atividade da região, o extrativismo vegetal – o qual remete ao pioneiro ciclo das ervas do sertão, dinamizado no despertar da conquista colonial, mas retomada no ciclo da extração do látex da seringueira para a fabricação da borracha e o subciclo de exploração do pau rosa, planta utilizada, sobretudo, na elaboração de essências para o emprego na indústria de cosméticos, hoje substituída por produtos artificiais. Se as características do solo, em grande medida, devido à pobreza química, não favorecem o desenvolvimento de lavouras, a não ser cultivos de subsistência (roças de mandioca,

feijão, arroz e milho), as terras de aluvião, presentes às amplas áreas de várzeas existentes, são ideais à pecuária, nesse pedaço do Médio Amazonas, graças ao baixo custo de manutenção. Prevalece a forma rudimentar no trato com bovinos e búfalos, soltos em grandes pastos, à sombra dos castanheiros (aproveitados no extrativismo). Na verdade, a prática pastoril recorre a duas modalidades de campos: de um lado, os pastos de várzeas, ocupados no período de verão (compreendido entre junho e outubro), época de poucas chuvas; de outro, motivado pela longa estação das cheias do rio, o gado é deslocado em balsas para terras firmes, próximas à fronteira com o Estado do Pará. A longa trajetória do transporte é incorporada ao folclore local sob o nome de vaquejada. Predomina a organização tradicional da distribuição do trabalho, denominada de "regime de meia". Ingênita do convívio patriarcal, embora hoje infusa nas ordenações mercantis, trata-se esta da sociedade informal entre o grande proprietário, detentor do rebanho e das terras, e os ribeirinhos, vaqueiros e, ainda, os pequenos proprietários.

Diversas são as referências nos relatos recolhidos nesta pesquisa ao intercruzamento da historicidade da ocupação humana da região, nos séculos recentes da colonização, com os fundamentos sócio-históricos da cultura do Boi-bumbá em Parintins, encerrado esta na longevidade da atividade pastoril amazônica. Vejamos o seguinte exemplo, o qual assinala as fontes secularmente populares do folguedo, desde da conversão ao cristianismo na Europa medieval de um símbolo pagão. Igualmente, o relato oferta pistas para compreendermos o estágio contemporâneo da re-elaboração das identidades étnicas, sob a perspectiva da reinvenção de tradições diante das ingerências tanto do mercado da diferença quanto da economia de signos e espaços, aqui estudados a partir do circuito das festas populares brasileiras.

Folclorista e historiador, Simão Assayag tem sido um estudioso da saga amazônica do Boi-Bumbá – atuando, hoje, como Diretor Cultural do Caprichoso – e defensor da tradição cabocla amazônica. Seu livro *Boi-bumbá: festas, andanças, luz e pajelanças* relata a odisséia do festejo, indo até o ponto de origem na Península Ibérica, onde estiveram combinadas relíquias profanas e sagradas, tendo em posse a memória milenar da humanidade, que tanto divinizou o boi ou o conferiu carga mítica, depois popularizado na lenda do Minotauro (Assayag/1995, pp: 19-26). Lá, em Portugal, narra Assaiag, de uma simples tábua com pau na ponta, durante a brincadeira das Tourinhas do Minho, emergiu o Boi-Fingido, dotado de esqueleto e couro tecido em pano. Se, ao lado do Boi Canastra, o auto natalino chamava a atenção dos reis lusitanos, a graça dos participantes estava mesmo em assustar o povo nas ruas. E como o português, o brinquedo do boi

foi mais um hábito incorporado ao Novo Mundo, enraizando-se na costa nordestina do Brasil. Aí se imiscuiu nas vicissitudes da conformação colonial, seja na pedagogia da catequese católica, seja nas negociações simbólicas possíveis em uma estrutura social escravocrata, montada sobre a monocultura da cana-de-açúcar e organizada em torno do patriarcado exercido pelo grande proprietário rural. Amestiçou-se, no compasso da invasão do gado sobre o território sertanejo, onde a dispersão territorial acoplada à criação extensiva dispensou a mão-de-obra abundante, reduzindo a participação do negro escravizado; trocou-se a planta pelo boi como núcleo das crenças e hábitos com os quais se responde coletivamente às necessidades do comer e do vestir (Bastide/1969, p: 89). Ali a mestiçagem entre índios e brancos deu origem ao vaqueiro nômade e definiu os elementos cênicos e dramatúrgicos imprescindíveis ao auto do Boi-Bumbá:

> Fruto do apelo da mestiçagem sofrida, dos engenhos de cana e das fazendas de gado, o bumba-meu-boi teceu sua trama. É o *negro* Pai Francisco, que atira no boi do patrão, seu senhor, para satisfazer os desejos de sua grávida mulher Catarina. É o *branco*, dono do boi, que mandou os *índios* prenderem o falso padre que os batizara e "o Doutor Curador que ensina a técnica de espirrar em vários pontos do boi, até despertá-lo", nas palavras de Câmara Cascudo. (Assayag/1995, p: 32).

Já agora como símbolo de uma tradição brasileira, forjada na elaboração da sociedade nacional, o folguedo do Boi acompanhou o deslocamento embarcado dos nordestinos para as terras da Amazônia; levas de gente fugidas dos inclementes e sucessivos períodos de secas, nas décadas derradeiras do século XIX, e de cuja tragédia as deixou atraídas pela promessa de enriquecimento alardeada em nome da exploração dos seringais. Entre 1877 a 1900, o número de migrantes nordestinos incluídos no povoamento e exploração da Amazônia passou de quatro mil 610 para 45.792. No total foram 158 mil 125 pessoas deslocadas para região nesses 23 anos (Benchimol/1977, p: 181). De acordo com Euclides da Cunha, a ida do nordestino fora anárquica, despojada de qualquer critério humanista, a não ser desaparecer com aquele amontoado humano, inconveniente aos interesses do poder público:

> Quando as grandes secas de 1879-1880, 1889-1890, 1900-1901 flamejavam sobre os sertões adustos, e as cidades do literal se enchiam em poucas semanas de uma população adventícia, de famintos assombrosos, devorados das febres e das bexigas – a preocupação exclusiva dos poderes públicos consistia no liberta-las quanto antes daquelas invasões de bárbaros moribundos que infestavam o Brasil. Abarrotavam-se, às carreiras, os vapores, com aqueles fardos agitantes consignados à morte. Mandavam-nos para a Amazônia – vastíssima, despovoada, quase ignota – o que equivalia a expatriá-los dentro da própria pátria. A multidão martirizada, perdidos todos os direitos, rotos os laços da família, que se fracionava no tumulto dos embarques acelerados, partia para aquelas bandas levando uma carta de prego para o desconhecido; e ia, com os seus famintos, os

> seus febrentos e os seus variolosos, em condições de malignar e corromper as localidades mais salubres do mundo. Mas feita a tarefa expurgatória, não se curava mais dela. Cessava a intervenção governamental. Nunca, até aos nossos dias, a acompanhou um só agente oficial, ou um médico. Os banidos levavam a missão dolorosíssima e única de desaparecerem. (Cunha/1999, pp: 33-4).

Desembarcado, ao adventício não restou outra alternativa senão vestir o papel do seringueiro, do "freguês" subordinado ao esquema de aviamento sob a dominação do "patrão-coronél". Embora aquele estivesse livre para percorrer a imensidão da mata, estava obrigado às exigências do monopólio exercido pelo proprietário do "barracão" (espécie de depósito e entreposto onde eram recolhidas as peças contendo o látex explorado à floresta e fornecido os insumos básicos à sobrevivência do seringueiro). O patrimonialismo do sistema de trabalho tinha contrapartida na relação comensal com o patrão, de quem o empregado participava das festas e era convidado para o batismo do filho. Contudo, a fuga ou a revolta significava o acionar de equipes de captura. Recuperado, o seringueiro era submetido aos castigos no tronco, à maneira do modo de tratamento reservado aos primeiros trabalhadores dos seringais, no limiar das exportações da borracha na década de vinte do século XIX, a saber, os já mestiçados negros escravos do Maranhão e do Ceará (Benchimol/*Op. cit.*, p: 179). E, em correspondência à saga do sertanejo, o Boi-Bumbá se aclimatou às novas condições eco-ambientais e sociológicas, ao mesmo tempo em que ganhou novos elementos simbólicos; deixa-se participar da dança de mescla com as forças e elementos autóctones daquela imensidão úmida e verde, transformando-lhe as feições ao sabor dos seres encantados (Boiúnas, Boitatás, Mapinguaris, Uiaras, Curupiras, entre outros), das tantas lendas, vestindo a decoração natural de uma selva prenhe de cores, odores e formas – dos morcegos às orquídeas, ou do plumário do gavião e da casca do tracajá:

> (...) Trazido pelos nordestinos que subiram o rio Amazonas, acometidos da "febre da borracha", no final do século passado, o bumba chega à Amazônia. Foi chegando e sentindo o impacto da floresta – sua magia capaz de transformar pessoas, mudar a história e enriquecer folguedos. Curva-se diante de "Sua Nova Majestade", e os três Reis (Magos), para os quais ele dançava no Nordeste, cedem lugar a três santos católicos: Santo Antônio, São Pedro e São João. A brincadeira deixa de ser natalina e ganha ares de festa junina. Mais alegre, mais pitoresca também, por que não?...
> Prosseguem as alterações. O negro começa ceder lugar ao caboclo. O canto vai mudando e o verso vai substituindo o linguajar africano por um português regional. A Catarina virá mãe Catirina. Mateus perde o nome e fica sendo apenas o vaqueiro. Cazumbá e mãe Guioma, figuras típicas da expressão negra, são esquecidas para o crescimento da Filha do Patrão. E, finalmente, quem ressuscita o boi já é o pajé e não mais o curador. (Assayag, *op.cit.*, pp: 32-3).

Já com os pés sobre as terras incertas e molhadas, à sombra da grande floresta, o migrante perseguiu os seringais até o extremo oeste, a partir da distribuição centralizada no porto fluvial de Manaus, sede dos intercruzamentos entre os agentes políticos e socioeconômicos regionais e as instâncias do capital internacional interessado no comércio e industrialização do látex. Ao mesmo tempo, rumou o folguedo na direção da "outra Amazônia" não diretamente comprometida com a febre da borracha.Situada esta às margens, e dispersa na imensidão da hinterlândia nortista, mas desenvolvendo modos de vida mais perenes e ecologicamente adequados. Seriam aquelas áreas de atividades econômicas com grau maior de encaixamento. As realizadas nas marombas e currais do Baixo-Amazonas, pelos oleiros e vaqueiros da Ilha do Marajó, a dos castanheiros do Tocantins e Baixo-Madeira ou dos cacaueiros de Cametá. Ainda, respectivamente, o trabalho dos guaranazeiros de Maués, dos piaçaveiros do Rio Negro, dos mariscadores e "viradores" do Solimões. E, também, o labor na região do Médio-Amazonas, primeiro com seus pastos de várzea e depois os campos de juta, nas imediações de Parintins (Benchimol/*Op. cit.*, p:183). Aí onde o folguedo decidiu sua sorte e galgou a hegemonia na cultura regional. Sem temer a dissolução identitária, ao incorporar novidades, o Bumbá alçou com ousadia vôo, para conquistar o Brasil inteiro, até o Nordeste de onde saiu, e disputar o campeonato para sagrar-se o "maior festival folclórico do mundo", erguendo sempre a bandeira da Amazônia:

> O auto do bumba-meu-boi é referência, é memória, é relíquia. Nosso apelo vem da floresta, das estórias do interior e da dança indígena que faz o bailado contagiante da festa.
> Nada se faz nos engenhos do litoral nem nas fazendas dos secos sertões nordestinos. Faz-se nas várzeas, nas canoas, nas praias de tartarugas e nas águas-grandes do peixe-boi em extinção. Quem canta não é mais o negro, mas sim o caboclo que cobra cidadania e o índio que quer preservar sua terra e sua cultura.
> (...)
> O bumbá anexou o estandarte da dança dos caboclinhos do Nordeste. Nosso amo virou o repentista *tirador de versos*, romântico, cordial, mas de desafios também, se preciso for. O ritual indígena é o ponto máximo da festa, com pajé, índios e fogueiras. Do bailado da marujada, o boi Caprichoso fez sua batucada cadenciada; de Olinda, trouxe os bonecos gigantes. Incorporou danças excêntricas (...).
> Finalmente, o canto se firma com características tipicamente parintinenses. Nosso cantar é índio; é caboclo que vem do índio, num ritmo contagiante que eletriza as pessoas. Aqui ninguém consegue ficar parado, seja da terra ou visitante. É quase mágico... (Assayag/ *Op. cit.*, pp: 34-5).

Certamente, a iniciativa de sumarizar a síntese realizada por Assayag não se deveu ao interesse de corroborar o argumento central do relato, qual seja, justificar a predisposição à mudança pelo curso da evolução "natural" da tradição do Boi-Bumbá, estendendo das origens nordestinas até encontrar em Parintins o seu terreno mais fértil e lhe consagrador, quando adotado

pela generosa criatividade do diferencial étnico caboclo. Interessa-nos o eixo do raciocínio, ou seja, sua ênfase na transformação permanente do folguedo – acento posto na contrapartida da ascendente importância regional, nacional e mesmo internacional do evento amazônico –, porém estando a mesma articulada à estabilidade dorsal de uma tradição viva, pois dotada de fôlego o suficiente para manter íntegra sua singularidade. Cotejo o tema da transformação no pensamento do folclorista. Categoriza o autor: "As mudanças são inevitáveis, afinal todas as manifestações que envolvem povo precisam, visceralmente, ajustar-se à cultura local. Sejam elas de ordem moral ou legal, pagãs ou sacras." (*Op. cit.*, p: 33). Logo, como a pecuária se adaptou às peculiaridades lacustres daquela área nortista, penetrado pelas energias e belezas da natureza que ali se exibe glamourosa na selva de dimensões continentais, o auto do Boi-Bumbá atingira envergadura para dá suporte ao desenvolvimento turístico da região: "Nosso boi criou mochila (cupim), desenvolveu as orelhas e os chifres – virou boi varzeiro regional. Tudo em consonância com a cultura local. Aliás, em Parintins, ou se cria *boi de carne* ou se faz *boi de pano*. São duas razões da nossa economia atual: a tradicional pecuária de corte e a emergente indústria do turismo." (*Op. cit.*, p: 34). E, ainda, a mesma sinergia chama atenção graças ao peso conferido pelo pesquisador na incorporação do folguedo ao modo de ser e às tradições indígenas fulcradas na mata equatorial. Enfim, é como se o portentoso espaço de expressão e comunicação, em que consiste atualmente o festival de fundamentos étnicos, fosse a voz de todo aquele entorno eco-ambiental que o viabiliza, por ser o condensamento cultural da sedimentação histórica do povo amazônico:

> Assistir das arquibancadas do anfiteatro Amazonino Mendes à apresentação dos bois é ter a sensação de estar nos altiplanos que cortam o vale Amazônico. Você pode olhar do planalto Guianense, do Central, ou das cordilheiras dos Andes. De qualquer um deles você acompanha a vida da floresta em toda a sua magnitude. A Tribuna de Honra é a ilha de Marajó, que assiste à "entrada do mar" e à saída do rio Amazonas.
> Caprichoso e Garantido, os bumbás das cores azul e vermelho, encenam uma apoteótica peça de teatro da cultura amazônica. Com seus quase cinco mil brincantes, cada boi é, ao mesmo tempo, parte e todo de uma apresentação contínua e equilibrada, onde os contrários, numa competição acirrada, porém amiga e respeitosa, se completam na felicidade do visitante que os honra com sua presença. (*Op. cit.*, p: 27).

Não é difícil deduzir a evocação regionalista intrínseca ao discurso acima resgatado, algo de certa maneira comum a muitas das interpelações folcloristas da cultura popular. Alinhada ao artefato simbólico depositado na idéia de Amazônia, a evocação tem o propósito de cosmopolitizar o acervo local, sem admitir qualquer mácula à alma espontânea popular, quer

dizer, a intromissão de fator externo capaz de arranhar-lhe o teor de tradição e diferença étnicas, já que o controle das alterações caberia à insular comunidade originária, natural ao santuário ecológico. O ímpeto cosmopolita é justificado porque a festa conteria uma universal mensagem humanista veiculada no duelo simbólico e pacífico, no qual alegria e beleza repercutem sobre o fraterno encontro entre nativos e visitantes de tantas e distintas partes. A identidade cabocla manifesta no ritual Boi-Bumbá ofereceria segurança ao despertar daquilo de autêntico à humanidade, suas emoções, à maneira do entorno eco-ambiental, graças a firme mão da tradição atemporal, impávida às intempéries do "moderno" e enraizada no torrão pátrio:

> É sobretudo uma festa de integração onde parintinenses e visitantes nivelam-se, social e espiritualmente, numa harmonia abençoada por Tupãs de todos os credos. É um ponto de encontro regional de amigos e parentes que há muito não se viam. É a alegria de um povo insular, criativo e cooperativo, que vibra ao se comunicar com o estrangeiro que o vem visitar.
> O espetáculo de seis horas, todas as noites, é a seqüência de inesperados piques de emoções que explodem na plástica das alegorias ricas em mitos e crendices, que surgem ora dos céus, ora dos portais, por vezes das arquibancadas, exibindo a magia de nossos rios, florestas e animais. O espectador transcende de sua passividade e passa a fazer parte da xipuara (dança guerreira dos índios tupi) de cores, ritmo e criatividade. O cinegrafista desatento é surpreendido por lances imaginativos que o fazem perder algumas tomadas. Todos tomam um banho de humanismo e voltam a ser crianças ao som de inéditas toadas típicas que encantam e arrepiam. Tudo isso faz da brincadeira do boi-bumbá de Parintins algo diferente dos outros eventos populares. (*Op. cit.*, p: 26).

Entronizada a idéia de Amazônia à delimitação da identidade regional, o apelo à diferença do festejo local se calca no retorno ao mesmo lema universalizante dirigido ao artístico, reconhecendo-o apaziguador das contradições; lema retomado nos feixes discursivos sobre a cultura, propalados por entidades como a Unesco ou, no Brasil, fez parte do movimento folclorista no pós-Guerra e incorporou-se ao imaginário turístico – vimos no Capítulo II. Ainda assim, na sua proposta, o curioso reside na inserção de determinados dispositivos na cosmopolitização dos recursos artístico-culturais da região, a saber, um festival de laços com o mercado dos bens simbólicos e internalizado nos mecanismos do entretenimento-turismo e da economia do lúdico. Para o autor, a justificativa do enlace está no seguinte ponto: o dado mestiço equivale ao imperativo transformador e seria efeito da constituição mesma do folguedo, cujo epicentro irradiador sustenta as sedimentações histórico-culturais e permite o desprendimento em busca de modalidades que o adapte favoravelmente às mudanças nas condições ambientais, mas preserva-lhe o núcleo da personalidade. Por isso, repreendendo um hipotético incauto, que

desavisadamente cobra coerência dos Bumbás, assevera Assayag a perenidade dinâmica da moldura étnica do espetáculo folclórico parintinense:

> Capacete de tuxaua? Por que capacete? Capacete é coisa de soldado, cocar sim, é enfeite de índio – diz o incauto visitante.
> Olha aqui, meu amigo. O boi-bumbá de Parintins tem suas peculiaridades, sua própria história, sua ginga. Não é carnaval, "axé", nem tampouco maracatu. Não é reunião de tribos autênticas nem de grupos folclóricos estáticos. Não é superficial nem encomendado. Tem raízes profundas na cultura do seu povo, mas tem, também, o verde das copas profundas das lombrigueiras ("árvore frondosa de forma igual a um guarda-chuva, possuindo folhas somente na periferia da copa") que não param de crescer. Copas que de repente já não são mais verdes, nem amarelas, nem ocres, mas trazem o efêmero lilás da flor perfumando o campo. Lilás que se formou dos pigmentos azul, branco e vermelho, na mistura das nações Caprichoso e Garantido.
> O nosso folclore tem os pés fincados na tradição, mas tem também as mãos livres para criar e inventar. Respeita os mitos, mas sai em busca de novas aventuras; pesquisa lendas, mas encontra técnicas e estilos diferentes. É um navegador em busca de outras dimensões. Não é um toco morto, fincado até o meio, como querem alguns puristas.
> É como a matéria em sua ínfima constituição. É o átomo com seu núcleo segurando a estrutura de linhagem, enquanto as partículas soltas vão em busca de formas e combinações diferentes. É como o ser humano que traz em si próprio o código genético, mas sai pelo mundo, moldando a sua personalidade na forja da vida. (*Op. cit.*, p: 28).

Decididamente, a percepção quanto aos desafios postos pela passagem do tempo sobre a constância da memória cultural faz desvelar o terreno belicoso da vontade de diferença, agora que justaposta a outras manifestações. A defesa da própria singularidade ganha relevo, afinal ela é concomitante à postura otimista diante da oportunidade de cosmopolitizar os símbolos locais. Creio que exatamente aqui o modelo de compreensão do folguedo, embutido na premissa da escalada crescente de mestiçagens, encontra seu anátema. A problemática em torno da identidade ajuda-nos. Presumo que a apropriação da idéia de Amazônia, requerida pelo autor na efetivação da identidade regional, não ocorre em um vácuo. Certamente, em um primeiro momento, estamos diante do procedimento discursivo do operar simultâneo com a inclusão e exclusão de componentes de acordo com o primado de conferir unidade a materiais significantes tão fragmentários, mesmo contraditórios, do contexto de vida local[xii], na composição da versão do étnico por excelência da região. Assegura estar o caboclo no ponto intersticial, "personagem meio índio, meio branco, talvez pela falta de cetim para sua roupa, vira índio mesmo, e faz sua tanga de folha de bananeira desfiada" (*Op. cit.*, p: 38). A reboque das premissas do autor, entretanto, a metáfora geneticista introduz alguns dos dilemas intrínsecos à temática das identidades culturais nas condições contemporâneas da globalidade. Isto se considerarmos o que significa a moldagem

sugerida por ele. E esta residiria na maneira mesmo de conceber uma tradição cabocla do Boi-Bumbá amazônico, notadamente em relação ao imperativo do reconhecimento da distinção, afinal isto exige averiguar qual a instância autorizada para tanto nas condições contemporâneas. E a sistemática da comunicação e do entretenimento-turismo corresponde ao demiurgo das legitimações. Por isso, paralelo ao acento na diferença, permanece a sombra tanto da codificação quanto da perda de contornos próprios. Já que o sentido implicado ao signo turístico da Amazônia e os comprometimentos prosaicos da materialidade socioeconômica e política constrangem o propósito de atualização cultural e dispõem a identidade étnica concorrencialmente diante de signos afins. Retomando sua própria letra, enxergar a diferencialidade identitária cabocla implica reconhecê-la inclusa à trama da produção e consumo de bens imateriais e no contexto de significação do mercado da diferença. A inclusão é precipitada pela posição disputada pelo seu ícone maior, o Festival, no lugar institucional do entretenimento-turismo, onde o "boi de pano" equivale a ingrediente econômico crucial da cidade e de toda região.

Vale para isto recordar que, durante o hipotético diálogo acima transcrito, Assayag desautoriza seu desatento interlocutor, quando o último confunde o duelo entre os Bois-Bumbás seja com o "carnaval" (carioca) ou com o "axé" (da Bahia) e até mesmo com o maracatu pernambucano. Algo evade do empenho de tão-somente destacar a cultura regional. Sem dúvida, não são gratuitos os termos da comparação empregados, isto é, as duas festas de maior impacto na divulgação turística do país, detentoras da hegemonia da economia de festa populares, além de parâmetros às congêneres. Mas que isto. Sobretudo, ambas assinalam o perfil taxionômico assumido pela cultura popular internalizada historicamente à modernização turística na sociedade nacional e tendo as folias carnavalescas destacado papel na trama sociofuncional do lugar institucional do entretenimento no país. Por exemplo, informando às suas presumivelmente incautas leitoras, a revista Cláudia toma as duas versões de carnaval para descrever e qualificar o dado particular ao evento de Parintins: "O Carnaval do Rio de Janeiro é grandioso, o de Salvador eletrizante. Mas a festa de Parintins é diferente. Não há mulheres quase nuas, músicas cheias de malícia e artistas globais. Por enquanto, famosas, como as atrizes Patrícia de Sabrit, Taís Araújo e Claúdia Mauro, ficam apenas nos camorotes dos patrocinadores durante o show." (Cláudia/ agosto, 1999).

Aliás, em razão das semelhanças semióticas e da natureza cênica e dramatúrgica entre o Festival e do Desfile de Carnaval carioca, durante a oportunidade das entrevistas que realizei, por

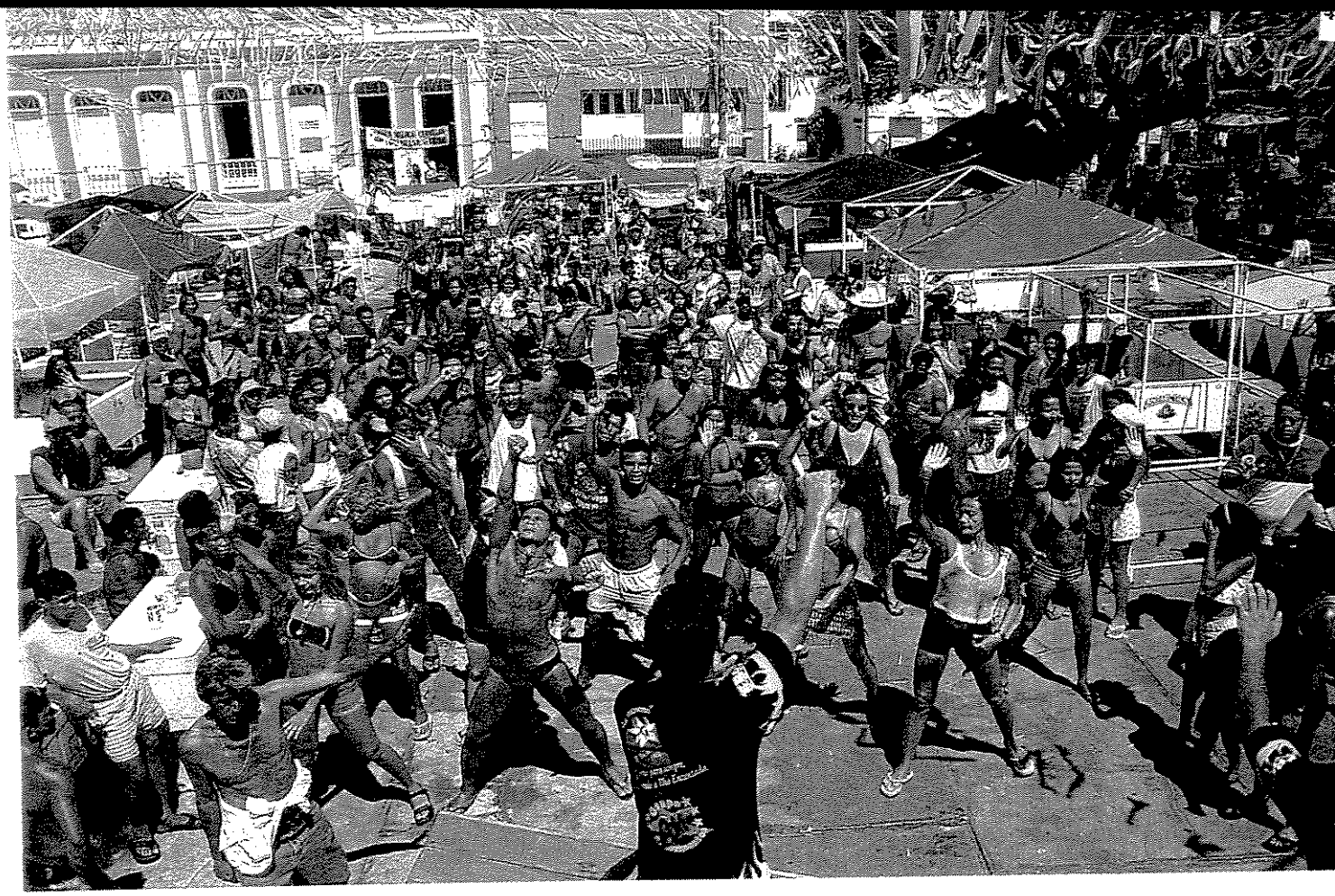
diversas vezes ouvi dos produtores culturais parintinenses a insistente ressalva, sintetizada em frases como esta: "O Boi não é carnaval, não é escola de samba". Tal postura tenaz está na contrapartida, entre outras, do comportamento dos redatores de coberturas jornalísticas sobre o evento, acostumados com a atitude de aproximar ambos os festejos, vertendo os elementos do espetáculo amazônico para a mais popular linguagem do desfile carioca:

> Os saudosos do carnaval podem começar a se programar. A próxima temporada de festas não é mais uma das dezenas micaretas que acontecem pelo país, mas a manifestação cultural mais importante do Amazonas: o Boi-Bumbá de Parintins, que começa dia 28 de junho, na ilha fluvial de Tupinambarana, a 420 Km de Manaus.
> Os três dias de festa não ficam atrás dos desfiles das escolas de samba do Rio. Com direito a Bumbódromo – espécie de Sambódromo, onde os Bois-Bumbás desfilam –, torcida – chamada de galera –, fantasias luxuosíssimas, carros alegóricos e bateria, rixa entre Caprichoso (boi azul) e o Garantido (boi vermelho) levou, no ano passado, mais de 120 mil pessoas à cidade, apesar do Bumbódromo ter capacidade para *apenas* 40 mil. Muitos são artistas globais que, atraídos pela fama da festa. *Invadem* o lugar. Mas a convivência é *pacífica*. Eles não entram na arena. O povo gosta, já que sua presença dá mais notoriedade ao festejo. (Caderno Viagem Jornal do Brasil/04-06-2000 – itálico no original).

Não há dúvidas quanto à reincidência do mesmo gerenciamento didático atrelado à pedagogia exercida pelas instituições de comunicação, no empenho de codificar o real/referente, diminuindo a complexidade e estranheza das heterogeneidades, introduzindo graus acentuados de redundância no discurso. No contexto instável no qual é processada a informação veiculada, a finalidade de tornar eficiente o discurso ativa dispositivos de elaboração de semelhanças e, deste modo, empobrecendo os signos das suas margens dispendiosas, alocando-os em campos estreitos e facilitadores da comunicação imediata. Por isso, a prerrogativa de tornar o Festival rapidamente assimilável, impõe-se à atitude do redator do trecho acima: é retomada a linguagem da carnavalidade brasileira – sendo esta estruturada na interface com a ordenação das festas populares no campo do entretenimento – e se reitera o lugar-chave que a experiência carnavalesca carioca tem no deflagrar do processo da modernização turística da cultura popular no país. Porém, o contexto significacional da reportagem permite vislumbrar o quanto a cena descrita insinua elementos de semelhanças no plano interno ao festejo regional. Ali estão muitos dos traços da festa espetáculo, com suas exigências de civilidade dos excessos, popularidade mercantil e de observação estética dos móveis expostos como deflagradores de impactos cênicos para fins de diversão pacífica.

O olhar sobre o que acontece durante as três noites na arena do Bumbódromo (e mesmo esta própria expressão) e a atmosfera carnavalesca instaurada no centro do município por ocasião do Festival Folclórico semeiam assim o terreno para a "confusão" ou à indistinção entre ambos eventos. Se estivermos nas dependências da grande arena, embora não se trate de um cortejo, o efeito das luzes, as vozes dos levantadores de toada, o alinhamento do agrupamento percusivo embalando platéia e componentes, o colorido das roupas de acordo com a divisão dos brincantes em tribos, em obediência a um delineamento dramático anualmente renovado para se apresentado em quadros, suscitam lembranças com as passeatas das escolas de samba. Fatores entremeados às apresentações das rainhas do folclore e das cunhasporangas e ao – um tanto desconsiderado – drama originário de morte e ressurreição do boi, recoberto pela imensidão dos cenários que o veste. Em resumo, o drama fala de Pai Francisco que, para atender o desejo de sua mulher grávida, mãe Catirina, mata às escondidas a rês predileta do seu Senhor. Ao ser informado do acontecido, este coloca seus asseclas no encalço do vaqueiro. Capturado, pai Francisco se arrepende. Por intervenção das forças místicas invocadas no ritual oficiado pelo pajé, o Boi renasce e se exibe, sob a guarda das burrinhas da vaquerada e sob os olhares do amo do Boi, tendo o afeto sorridente da sinhazinha da fazenda, para alegria da "galera" nas arquibancadas – ver reproduções a seguir. Já as lembranças das folias baianas e de Pernambuco e do ambiente em Barretos e Caruaru, por exemplo, quando das suas respectivas festas, são ativadas nas imediações do grande palco. Principalmente durante o dia, com as barracas de comidas e bebidas, em torno das quais pessoas vestidas despojadamente, em meio ao calor equatorial, são permanentemente convidadas para o agito por bandas e cantores de toadas, dispostos em palcos montados pela Prefeitura e a Secretaria Estadual de Turismo e Cultura. Palcos onde, também, coreógrafos insinuam movimentos corporais de inspiração aeróbicas; coreografias típicas do estilo de vida jovem, anteriormente comentado – ver reproduções a seguir. Outra vez, a característica de festa espetáculo se depreende e comparece na tipificação das práticas e expressões mediante a rubrica de divertimentos e bens turísticos, na sincronia entre a memória étnico-histórica e o mercado cultural. Em vista disso, a estratégia mais adequada para compreender o ajuste é indagar sobre a historicidade deste próprio, mais especificamente sobre a característica sincrética do seu traço artístico e de diversão. Ou para concluir com as palavras de Assayag, descortinar o intercruzamento de fatores internos ao "crescimento" do Bumbá, hoje maior "que a cidade, maior que o Amazonas. Está do tamanho da Amazônia, do vale amazônico continental." (*Op. cit.*, p: 15).







Antes de qualquer coisa, cabe indagar se o "crescimento" introduz a afirmação da identidade local na zona delicada das "ciladas da diferença", para tomar de empréstimo a expressão de Flávio Peirucci, em um viés não propriamente semelhante[xiii]. Afinal, ao disporem-se à luta pela distinção ante as demais diferenças, suposta num contexto de significação denso na sua extensão, os consignatários da tradição cabocla do Boi-Bumbá são arremessados para a "guerra cultural" em um campo desnivelado, já de antemão ocupado por forças distintamente mais antigas e detentoras de maior volume dos mesmos recursos disponibilizados seja para o reconhecimento dos concorrentes seja à distribuição do posicionamento destes no espaço do lugar institucional do entretenimento-turismo. Cabe ao analista, então, deixar entre aspas a diferença e sua afirmação; melhor rever em que se escora o postulado da diferença e conseqüentemente quais fatores pesam sobre a escolha de compartilhar da pugna cultural pela distinção. Mais ainda. Indagar sobre a escolha traz consigo a pergunta motora desta pesquisa: qual a natureza sociológica do processo histórico em que, enlaçados, determinados componentes simbólicos e materiais estruturam as motivações dos agentes a se perceberem reflexivos e, ao mesmo tempo, suscetíveis e dispostos à mudança; aptos a pisar o solo ambíguo onde a destradicionalização e o desencaixe das relações sociais são parceiros temerários dos esforços visando re-localizar as tradições refletidas.

Então, vou assistir o empenho pelo reconhecimento da diferença da ótica de quem a pleiteia e, mais ainda, sob quais condições a propõe e viabiliza a reivindicação. Tenho por argumento: o apelo à diferença amazônica traz em si as condições sob as quais se viabiliza a propagação dos mesmos discursos e, principalmente, revela uma lógica e consciência prática que dispõe as condutas para os exercícios adicionais caros ao encadeamento cultura popular e sistemática do entretenimento-turismo. Nesses termos, a codificação turística da cultura popular parintinense encontra seus lances cruciais na ação de agentes – à maneira do próprio Simão Assayag – fundamentais à mudança do perfil do folguedo, no instante em que são responsáveis pelo transporte de técnicas, idéias, materialidades embutidas à moldura espetacular do Festival Folclórico. Agora, nosso autor ganha relevância enquanto indivíduo dotado de uma trajetória biográfica que o singulariza, mas igualmente o surpreende agindo socialmente relacionado, em planos diversos, condensando valores em idéias mobilizadas em programas e projetos, enfim, consubstanciando realidades. Nascido em Parintins e engenheiro de formação, Assayag vive hoje em Manaus, porém mantém contato com a cidade natal, onde desde de 1996 preside o Conselho de Arte do Boi-Bumbá Caprichoso. Afeito à atividade literária e aos empreendimentos

etnográficos e do autodidata, em 1994 foi agraciado pelo prêmio Sílvio Romero, no concurso organizado pela Coordenação de Folclore e Cultura Popular da Fundação Nacional de Arte (Funarte), órgão do Ministério da Cultura brasileiro. A obra citada antes – *Boi-bumbá: festas, andanças, luz e pajelanças* –, editada pela Funarte, tornou-se uma referência de consulta tanto à produção de conhecimentos quanto à informação mais geral sobre a festa parintinense. A publicação coincidiu com o momento de incremento no interesse turístico pelo Festival e do apoio do Ministério da Cultura à divulgação nacional e no exterior do gênero de canção regional, a toada.

Se para evitar equívocos, logo de início descarto a hipótese rasteira sobre um mero condicionamento mecânico, suscitado num favorecimento ao trabalho de Assayag, em razão do interesse na cultura parintinense pelas agências do capital vinculadas ao entretenimento-turismo. Favorecimento o qual se daria mediante a manipulação de resultados realizada pelo órgão público federal. Em suma, vilipendiada em suas dignidade, fantoche, estaria decretado o óbice da diferença étnica. Tampouco, por outro lado, quero reforçar a premissa voluntarista do autor; a crença numa capacidade de autonomia da cultura local em decidir o sentido do seu destino e, logo, autogerir as apropriações e usos deflagrados na própria inclusão à economia do lúdico. A breve incursão biográfica teve o propósito de chamar atenção para o imbricamento entre os planos macro e micro da observação sociológica. Ou melhor, embora seja correta a alegação sobre a existência de conflitos entre os planos, não é o suficiente para sustentar o argumento quanto à incomensurabilidade dos tropos analíticos. Quer dizer, por estarem mutuamente interpenetrados no mundo socialmente vivido, indivíduo e sociedade, aportes intra e intersocietal, local e global se complementam. Já que posta nos movimentos dos agentes, uma relação social complexa ganha nitidez, aproximando variáveis já abastecidas do somatório amplo de fatores. Enfim, o problema consiste na disposição demonstrada pelo conjunto sociocultural do festejo em participar da economia do lúdico.

Ainda no capítulo anterior, delineamos os atuais condicionantes socioeconômicos e políticos, no instante em que o mercado cultural e suas agências hegemônicas impõem-se como instâncias decisivas de guarda e consagração das práticas simbólicas, artístico-lúdicas. Sem obstar a dimensão macro-sociológica, a oportunidade analítica ofertada pelo estudo da festa de Parintins está em descortinar, pela incipiência da experiência local, o *modo operandis* desta hegemonia, atentando ao percurso de estruturação das relações sociais nesse âmbito do

entretenimento, no plano mais diretamente entretido às decisões dos agentes étnico-históricos. Observando aí a compatibilização entre o *ethos* incorporado à escolha do sentido imprimido em determinados encadeamentos dos atos pessoais e de grupos, meios de orientação da ação e parâmetros institucionais, mas igualmente conexões imaginárias sedimentando uma consciência prática do entretenimento. Articulação esta acionada, agora, quando o que está em pauta é a recriação de uma memória identitária moldada enquanto recurso em referência a infraestrutura social hierárquica, sobre a qual ocorrem os desencaixes na modernidade, nas vias de intensa permuta de fluxos do ambiente da globalidade.

Volto ao contexto existencial de Assayag, enfocando-o pela execução do projeto de afirmação cultural, idealizado a partir da militância intelectual do agente. Sendo um proeminente artífice da invenção da identidade coletiva cabocla, perenizada na tradição folclórica do Boi-Bumbá amazônico, a legitimidade desfrutada por Simão Assayag enquanto intelectual orgânico do Bumbá advém do trânsito permanente em instâncias identificadas à cultura erudita e universitária. Torna-se ele um núcleo das prestações, dos intercâmbios, na medida em que sua competência ganha ascendência nas relações sociais internas à festa. Ou seja, na gestão da Comissão de Arte do Caprichoso. Aí, no compasso mesmo do esclarecimento da tradição do folguedo – graças ao exercício histórico e etnográfico –, o intelectual atua para o redimensionamento do espetáculo e à reinvenção da tradição folclórica, incentivando a sistematização mais operacional dos elementos lhe estruturais, dando apoio à natureza dramatúrgica (herdada dos autos religiosos), mas sobre as portentosas bases materiais proporcionadas pela trama subjacente à realização do evento contemporaneamente. Em termos mais precisos, propõe a "linha narrativa" como um enredo, capacitando de coerência a dinâmica seqüencial dos quadros apresentados na arena e de acordo com os itens julgados no concurso. A importância reconhecida no aspecto cênico traz embutida a necessidade do apuro das elaborações cenográficas, indumentárias e coreográficas; igualmente instiga o tratamento estilizado dos temas abordados no espetáculo, quer dizer, estimula os rasgos imaginativos dos criadores da plasticidade visual da encenação.

Já fomos informados que o Festival Folclórico de Parintins é um duelo simbólico entre duas entidades recreativas, competição realizada durante três noites seguidas, em um anfiteatro em forma de arena. O resultado final da disputa é anunciado na tarde do quarto dia, depois de computados os pontos conferidos aos itens julgados no desempenho das duas associações[xiv]. Pela

força do regulamento que rege o concurso, os Bumbás estão obrigados a não repetir nenhum dos elementos exibidos na noite anterior. Em vista disso, enquanto responsável pelo projeto artístico e pelos livros técnicos do Boi-Bumbá Caprichoso (entregues aos jurados) – e inspirando-se no concerto *Floresta Amazônica* e no poema sinfônico *Erosão* (narrando as origens do rio Solimões), ambos do compositor erudito Heitor Villa-Lobos, em 1997 Assayag recortou em três atos as apresentações no grande palco. Para isso lançou mão da síntese popular e étnica proporcionada pelo Festival de Parintins, ou, de acordo com Pellegrini, pelo "imenso teatro-laboratório alquímico, onde se processa, em forma de espetáculo, uma evolução da alma sincrética brasileira" (Pellegrini/1997, p: 37). As temáticas estiveram alinhavadas em torno da idéia de Amazônia, ventre da vida, em seu enfoque eco-ambiental contemporâneo. Vou tomar a liberdade de reproduzir sua escrita, sumarizando a proposta de espetáculo para cada uma das noites, com a intenção ressaltar a linha de coerência proposta a partir do tema geral; por outro lado, dando relevo às sugestões de alternativas cênicas insinuadas nas palavras destacada em itálico pelo autor:

Tema de 1997: Caprichoso, o Boi de Parintins.

Dia 28: O BOI DA PROMESSA
Iniciaremos nossa peça, encenando o folguedo do bumba-boi, em sua trajetória, desde a origem do Auto do Bumbá-meu-Boi do (sic) nordeste, passando necessariamente pelo Maranhão, até chegar entre nós na forma de Boi-Bumbá, adquirida no Pará e mantida no Amazonas. Mostraremos neste dia 28, que o auto do boi ou a comédia do boi, originalmente uma composição do negro, índio e branco, adquiriu em Parintins motivos novos, resgatando a cultura indígena, dignificando o índio, sobretudo a mulher índia. Assim surgiu nos idos de 1913, o Boi Caprichoso, com uma temática que ganhou a Amazônia, sua história, sua gente, e seus mistérios. Lendas e crendices, mitos e costumes, a paisagem, seus encantos místicos e mágicos, enriqueceram a tragicomédia musical original, transformando-a numa verdadeira "ópera popular cabocla" que ousamos chamar de "Ópera Amazônica", no Festival Folclórico de 1996.

O "boi" nordestino trazido pelos corajosos cearenses e maranhenses, como que transladado no tempo, deixa a árida fazenda do Senhor Branco. Despede-se da humilde *igrejinha*, para emergir na fantasia da selva úmida e, descobrir, do fundo de suas esperanças, o sonho paradisíaco de uma *milenar catedral*. Não sem antes vivenciar a fantástica construção desse templo quaternário, bem na linha do Equador.

Dia 29: AMAZONAS AIAKAMAÉ – Uma estória de amor
Assim, é que neste ato, veremos uma Região Amazônica pré-histórica em suas transformações geológicas. Calcada nas pesquisas arqueológicas, mas contada também boca-a-boca há milênios pelas tribos amazônicas, assim surgiu a Cordilheira dos Andes e formou-se a grande planície sedimentar, até chegar a forma como hoje a conhecemos. Uma catedral edificada por mãos divinas. Sua plástica foi moldada numa *estória de amor* entre dois astros, irmãos e amantes. Seus alicerces

foram o resultado de um encontro clandestino entre eles, que despertando a ira de Tupã, fez erguer a grande muralha das Cordilheiras dos Andes para separa-los. E assim surgiu o Rio Amazonas, o *Amazonas Aiakamaé*, o "rio do amor" dos *Kina* – índios que nas suas lendas, viram brotar das rochas andinas as lágrimas do amor impossível de uma lua apaixonada. Lágrimas que desceram as montanhas e desenharam no vale, a *nave do templo* para obrigar a comunhão, todos os povos da floresta.

Dia 30: AMAZÔNIA CATEDRAL VERDE
Depois, encerramos no dia 30, com uma Amazônia exuberante e atual. Nesta imensa *Catedral Verde*, povoada por uma legião de elementais, antes, assustadores e hoje, cansados guardiões da nossa floresta, complementaremos a gênese do Rio Amazonas, derramando suas águas em nossa cultura. Faremos um ato místico numa Amazônia plena em mistério, tocante, profunda, mas sobretudo, civicamente brasileira. Com um sentimento naturalista, daquele de quem subiu no podium das copas verdes da mata, para contemplar na imensidão do manto, a vitória da vida, das águas, das folhas e dos bichinhos invisíveis. Tudo numa visão telúrica, sob o azul do céu, da paz, de Deus, e do Boi-Bumbá-Caprichoso, este Último Templário, que nos versos de suas toadas e no bailado de seus brincantes, decanta sua terra e sua gente amazônide.

(Assayag/ 1997, pp: 15-6-7 – em negrito no original).

A encenação da trama narrativa antecipada no projeto da Comissão de Arte contou a cada noite, em média, com dezoito conjuntos alegóricos formados por diversos módulos e adereços, cuja altura girou em torno dos dez metros; vários efeitos de luz concertados à intensidade dos naipes cromáticos estiveram adicionados à cenografia que, obedecendo aos preceitos da técnica denominada "robótica", lançou mão de arranjos mecânicos com o fim de produzir movimentos nas peças. Assim, esculturas de gigantescos mamíferos ganharam vida, tais quais a de aves pré-históricas que subiam e aterrisavam; águas escorriam pelo simulacro de leito do rio. Cercadas por imensas reproduções de plantas milenares, habitações primevas continham seus ancestrais moradores. Na apresentação de um específico quadro (o da lenda indígena), os contornos ocres da cordilheira andina envolveram a arena com sua exuberância mássica, dispostos como uma robusta catedral gótica – esculpida pela mão divina no corpo pré-histórico do teto geológico sul americano. No seu entorno vibravam as tribos de brincantes, no entrosamento das gestualidades coreografadas com o teor do guarda-roupa envergado. Aquecido pelo foco de luz âmbar, lançado de canhões distribuídos no alto do Bumbódromo, o alto plumário das indumentárias confeccionadas respeitava à programação do mesmo padrão de cores em tons esmaecidos, no intuito de remeter às possíveis vestes dos povos encerrados na aurora do homem ameríndio.Este é sem dúvida um retrato incompleto e descritivamente empobrecedor da majestade exibida. A intenção apenas é sugerir as implicações contidas no ajuste entre a trama narrativa do drama

proposto à realização do protocolo ritual e a complexidade densa de materiais, técnicas e recursos humanos aglutinados na produção do conjunto cênico – fatores vislumbrados adiante. Sobretudo, chamar atenção à determinada opção estética infusa à grandiosidade do espetáculo.

O dado híbrido infraestrutural ao projeto provoca a memória. A proposta de uma ópera amazônica traz a lembrança da cena do filme *Fitzcarraldo*, de Werner Herzog, na qual o protagonista interpretado por Klaus Kinsky, um músico alemão inebriado pelo cenário amazônico, oferece à fruição da floresta a melodia de uma ópera reproduzida por um gramofone, no teto da gaiola deslizando sobre o rio Amazonas. Se, ainda, as prerrogativas atávicas do enredo recordam a semântica germanófila de Wagner, porém tais referências eruditas não são decisivas. Ou melhor, o princípio igualmente wagneriano de uma obra de arte total, capaz de sensibilizar todos os sentidos e catalisar os diversos meios de expressão humanos, compactando-os em um espetáculo magnânimo, é crucial à alternativa estética internalizada ao rito do Boi de Parintins. Não creio que a concepção do compositor alemão consista na fonte direta ao projeto do Boi-Bumbá e sim a versão difusa desta mesma concepção, já embebida e atravessada de outras referências, no decurso da formação da linguagem lúdico-artística presente a determinadas realizações da moderna cultura popular brasileira, principalmente nos festejos carnavalescos. Veja bem, apelar à qualificação de ópera para uma peça manifesta da cultura popular não é original no Brasil. Os ranchos carnavalescos cariocas no início do século devotavam-se a encenar nas ruas obras de Verdi, por exemplo. Na década de setenta, no rasto histórico do mesmo esquema teatral ambulante, o carnavalesco Joãozinho Trinta, um dos arquitetos do superespetáculo em que hoje consiste o Desfile de Carnaval no Rio de Janeiro, ressaltava a semelhança entre o cortejo das escolas de samba e os espetáculos operísticos (Farias/1995, pp: 205). Tratar-se-ia de mera transposição, de uma cópia decalcada sobre a planura folclórica do Bumbá parintinense? Penso não ser esta a melhor maneira de encarar o problema, tendo em conta que o dado invariante na recorrência à semelhante categoria com a finalidade de nomear e classificar um conjunto de mudanças estéticas e organizacionais endógenas ao Festival, não autoriza presumir uma espécie de decalque. O correto é falar de uma homologia nas condições existenciais amplas, o que permite o coletivo envolvido com o Boi de Parintins recorrer a outra específica experiência, quando esta é reconhecida paradigmática da normalidade da festa espetáculo. Por isso, uma vez mais, reitero, vou tomar outra direção e centrar a análise sobre o pressuposto estético defendido e quem o faz, atendo-me à solução de raciocínio subjacente à

inspiração operística da expressão cultural popular, ou seja, ao modelo de pensamento sincrético dinamizador das mesclas na cultura popular[xv], na medida em que o identifico como um dos fatores constituintes da homologia.

Retenho a princípio a distinção estabelecida por Levi-Strauss entre o "engenheiro" e aquele personagem social envolvido com o pensamento mítico, o *bricoleur*, em meio à tarefa enfrentada pelo antropólogo de delinear as fronteiras simbólicas entre o pensamento científico e o raciocínio mágico. Por não nos interessar detalhar as filigranas da elaboração do autor, em linhas gerais a forma intelectual da *bricolage* segue a fórmula aditiva. Nesta, estando comprometido com o conjunto instrumental e o projeto, o resultado derivado do arranjo composto pelo inventário dos meios disponíveis à realização decreta a diluição do próprio projeto – na verdade, apenas uma espécie de carta de intenções. O amplo comprometimento com a empiria e à observação do ocasional introduz no desempenho do *bricoleur* uma comunicação mediante o emprego dos materiais, a partir das suas escolhas dentro de um universo limitado pela linguagem. Deste modo, a limitação impõe o desafio de o agente inserir-se com a finalidade de completar a operação, reiterando na reorganização realizada a totalidade que o abarca (Levi-Strauss/1976, p: 42). Ainda que submetido também às limitações culturais e às pressões do seu tempo – ele não pode fazer simplesmente o que quiser –, a perspectiva do engenheiro tem outro teor. Para Levi-Strauss, o engenheiro se posiciona para "além" dos materiais empregados e das ocasiões, assim os subordina à abertura prevista em seu projeto: "(...) a ciência (...) cria, sob forma de eventos, seus meios e seus resultados, graças às estruturas que fabrica sem cessar – suas hipóteses e teorias." (*Op. Cit.*, p: 43).

Seria pertinente enquadrar o engenheiro Simão Assayag imediatamente no último tipo? Até certa medida sim, basta ter em conta sua prerrogativa de instaurar, mediante um projeto, uma nova situação, transliterando e otimizando sistematicamente o que está disperso na materialidade e nos elementos simbólicos persistentes no auto do Boi-Bumbá, com o fito de oferecer um compacto conjunto de efeito comunicativamente eficaz, isto é, representativo da beleza e da emoção deflagradas pela grandeza do espetáculo amazônico. Retomo outra vez o texto do projeto. Na passagem citada é arquitetado o ambiente cênico do item referente à coreografia/organização/animação e conjunto folclórico:

> Um cenário começa a se formar na arena, com a Capela de São João Batista, a Casa Grande do Senhor Fazendeiro, fogueira, e os figurantes com seus trajes típicos. A Galera se insere no contexto, fazendo parte integrante da cena. Coreografias se desenvolvem durante todo decorrer da apresentação, com elementos brancos, negros e índios, adentrando pelos portais característicos. O

> conjunto Folclórico chega à apoteose no final do espetáculo, num desenvolvimento compacto, alegre e plástico. (Assayag/1997, p: 33).

Sendo uma obra coletiva, contudo, as diretrizes do projeto estão imersas em negociações envolvendo os diferentes planos e agentes responsáveis pela preparação do espetáculo. Além, ainda, dos condicionantes do espaço da apresentação e das ingerências de instâncias postas nas bordas do evento – por exemplo, as empresas patrocinadoras. Mais ainda. O projeto tem sua importância avaliada diante da ocasião do duelo, sendo julgado pela sua influência no resultado do concurso, ao convencer. Logo, o projetista está posicionado a meio termo entre os dois raciocínios assinalados por Leví-Strauss, porque se consigna uma transformação conceitual dos arranjos materiais, faz a lapidação do Boi-Bumbá; por outro lado, ver-se obrigado a reconhecer a procedência do todo sobre as partes, na medida em que o modelo é mutilado pelas soluções diversas necessárias ao acontecimento do evento enquanto artefato artístico-lúdico capacitado a miniaturizar uma totalidade de significados (Leví-Strauss/*Op. cit.*, pp: 44-5). Tanto a combinatória de conteúdos folclóricos e eruditos quanto a adoção da categorização operística (com a finalidade de inferir o perfil organizacional e a natureza estética do Festival) decorrem, justamente, desta tentativa de compatibilizar variados planos expressivos e alternativas de concepção, ao lado do esforço em reduzir as distâncias e contradições. Aspectos flagrantes no pensamento de Assayag. Acredito ser a característica híbrida, aí visível, estreitamente relativa aos imperativos e às demandas do divertimento, estando uma e outra coligada na lógica e ao operador das disposições competentes à realização da festa espetáculo. A estrutura nesta, ao estar compromissada com a novidade, supõe o tirocínio instaurador de um avatar renovador dos móveis disponibilizados. Porém, o mesmo acontecer instaurador diz respeito a um ordenador retórico dos materiais e símbolos, engrenados, tendo em vista a conquista empírica, a comoção das audiências (platéia e jurados). A novidade se prende, assim, à satisfação de expectativas geradas em torno da ocasião; expectativas que acionam dispositivos de reorganização dos elementos do ritual, mas não devem comprometer as delimitações que o torna reconhecível e esperado, enfim, significativo enquanto brincadeira capacitada ao despertar da emoção. Vale um exemplo. Em 1999, no último dia de apresentação, o Caprichoso levou à arena a reprodução de uma imagem de Nossa Senhora de cuja coroa fulgia a aura de fogos de artifícios. O impacto do projeto recebeu palmas na platéia. Rapidamente, os responsáveis pelo Garantido elaborarão uma estratégia de contra-ataque: introduziram outra imagem da mesma santa, a qual percorreu o

conjunto dos brincantes, sob a penumbra de um foco móvel que a acompanhava em meio ao cinturão das flamas de velas formado nas arquibancadas, mas ao som de uma já tradicional toada, pérola sintética das mestiçagens da tradição do boi-bumbá amazônico: "Minha Santa, paz e amor/ Nossa Senhora/ Proteção de Parintins/ Boi Garantido/ Numa forma de oração/ Pela fé e gratidão/ Me traz rosas e jasmins/ Salve os caboclos/ Guerreiros parintintins/ Valentes tupinambás/ Que protegem seu jardim/ Lá na fazenda/ A boiada está gorda/ E no terreiro/ Curumins e cunhantãs/ Alegremente/ Correm pra lá e prá cá/ Dançando meu boi-bumbá." (Chico da Silva). Convencidos, talvez porque comovidos, os jurados deram a vitória ao Bumbá vermelho e branco, justificando no seu desempenho a expressão de uma "cultura maior" (Jornal do Brasil/ 04-06-2000).

Em suma, o significado lúdico-artístico intrínseco à definição do folguedo popular é a chave à compreensão do tipo de raciocínio responsável pelas mesclas que perenizam a tradição na mesma esteira transformadora do sentido do evento. A característica híbrida da economia semiótica da festa espetáculo e do raciocínio que a suscita, seja estética ou organizacionalmente, chama ao debate as implicações antropológicas da realização cultural com o movimento sócio-histórico formador do encadeamento de agentes e da implantação institucional básica à viabilidade de tal aporte expressivo-comunicacional. O ideal seria cotejar a um só tempo as múltiplas determinações inseridas na discussão. Limitado pelo contingenciamento da palavra, deixo para o encerramento deste capítulo a observação sobre até que ponto as variáveis socioeconômicas e políticas são decisivas à compreensão da re-figuração do auto sincrético em um mega espetáculo, ao se incluírem na estruturação das competências e na acomodação do evento como núcleo do lugar de entretenimento-turismo amazônico, encetando a questão do patrocínio. Farei isto, adiante, retendo na historicidade da composição do ritual do Boi-Bumbá de Parintins, os fatores que agem para a demarcação artístico-folclórica do festival, abertura a essa re-figuração. Por ora, verifico os encadeamentos supostos à sedimentação deste dispositivo estruturador das práticas culturais que estou chamando de raciocínio sincrético artístico-lúdico.

Com a finalidade de insistir no tema das interseções possíveis na conformação do lugar de entretenimento-turismo, tomei emprestado a Néstor García Canclini o conceito de híbrido, já que sua versão contempla a modernidade não somente a partir das distâncias simbólicas, mas principalmente considerando "los cruces socioculturales em que lo tradicional y lo moderno se mezclan." (Canclini/1990, p: 14). A atenção do autor, no livro *Culturas Híbridas*, converge às conversões implicadas nas táticas de agentes subalternos, os quais carnavalizam as fronteiras dos níveis culturais no movimento de cruzar e obrigar o trânsito bilateral do popular para o erudito,

do massivo para o culto, do folclórico para a estética inscrita na reprodução técnica da cultura de massa:

> No se trata solo de estratégias de las instituciones y los sectores hegemónicos. Los hallamos también en la "conversión" económica y simbólica con que los migrantes campesinos adaptan sus saberes para vivir en la ciudad, sus artesanías para interesar a consumidores urbanos; cuando los obreros reformulan su cultura laboral ante las nuevas tecnologías productivas sin abandonar creencias antiguas, y los movimientos populares insertan sus demandas en radio y televisión. Cualquiera de nosostros tiene en su casa discos y casetes en que combina música clásica y jazz, folclor, tango y salsa, incluyendo a compositores como Piazzola, Caetano Veloso y Rubén Blades que fusionaram esos géneros en sus obras tradiciones cultas e populares. (*Op. cit.*).

A oportunidade do Capítulo I nos possibilitou realçar a dívida deste trabalho para com a virada teórico-metodológica deflagrada na proposta das hibridações; permite reconsiderar as mesclas de tradições embutidas no caminho ondulosamente hesitante da modernização latino-americana e expõe a natureza "suja" da dinâmica civilizatória moderna. Entretanto, a designação híbrida traz os impasses do debate filosófico que a precede. Os enfrentamentos entre os defensores de um projeto iluminista de modernidade e seus críticos ressoam no postulado de Canclini. Em certa medida, o antropólogo esposa a premissa de uma desordem pós-moderna insurgindo a favor da pluralidade das diferenças contra o imperialismo das grandes narrativas da modernidade. As pressões se rebateriam nos alicerces das clássicas esferas que, desde de Kant a Weber, delimitam o alcance dos sentidos legítimos condutores das ações humanas, nessa condição civilizacional. Enfim, a categoria de híbrido vislumbra uma abertura e uma saída da cidadela moderna para as heterogeneidades (*Op. cit.*, p: 15). Se antes esclareci meu desconforto diante deste raciocínio e apresentei a sugestão de viés teórico à análise do tema, no que concerne à esfera cultural, posso agora sintetizar as motivações para minha desconfiança em relação à desordem pós-moderna, indagando a respeito do significado das mesclas observadas no ritmo de estruturação e na dinâmica sociocultural de mudança do Boi-Bumbá de Parintins. Por considerar o fundamento étnico-racial das interseções que ponteiam sua historicidade, a opção de análise privilegia a característica sincrética das mesclas constitutivas do folguedo. E deste modo, lanço mão de um conceito sedimentado nos estudos sócio-antropológicos sobre a cultura popular no Brasil, o de "síntese sincrética" (Ortiz/1980, pp: 91-108). Mas estou recortando pontualmente um aspecto: os dispositivos de coordenação dos elementos heteróclitos e fragmentários infusos na concretude histórica das manifestações culturais populares, enfim, interessa-nos a competência

destes dispositivos de proporcionarem uma homogeneização flexível do cipoal de fragmentos simbólicos justapostos no alinhamento histórico da formação nacional brasileira. Compreendo esta como um dos nichos aos movimentos de interpenetração civilizatória subjacente ao desenvolvimento da modernidade.

Em que consistiria essa combinação de heterogeneidades? O princípio estético operístico, vimos, é uma pista importante na condução à alquimia sincrética da cultura no Brasil. Retomo os resultados da pesquisa de Assayag. Na contramão de outros estudiosos do folclore brasileiro, o autor amazônico acredita nas bases mestiças do auto do Boi-Bumbá, já mesmo entre seus realizadores na Península Ibérica medieval. Ao seu ver, as lutas religiosas decorrentes da invasão e expulsão dos mouros deixaram no auto o drama do bem contra o mal, sendo o último toda aquela alternativa cultural à fé cristã e ao domínio católico. Deste modo, ele acredita que motivações igualmente pedagógicas explicam o traslado do brinquedo para o Brasil colonial, de acordo com o empenho catequista dos missionários da Companhia de Jesus. As respectivas apropriações pelos africanos e nativos ameríndios e a conseqüente laicização estariam relacionadas com a inicial vontade de conversão:

> O gosto dos africanos pelas folganças, por ritmos e danças que no Brasil da época eram suas únicas distrações, é o ponto chave da questão, motivo pelo qual a brincadeira veio a vingar. Foi o "gancho" que os missionários jesuítas encontraram para motivar a encenação da pequena mas significativa peça, onde o enredo era basicamente a ressurreição e a conversão ao catolicismo. Depois sim, com o tempo, negros e índios tomariam gosto pela brincadeira vivida até os dias de hoje com grande entusiasmo. A coisa funcionava mais ou menos assim: os escravos, revoltados com o regime de trabalho e os maus-tratos, reagiam pressionando os brancos, e em particular o clero que fazia certas concessões negociando assim seus interesses catequistas. Os escravos protegiam-se nas irmandades de negros como, por exemplo, a de São Benedito (padroeiro dos negros no Brasil) e N.S. do Rosário. Aí encontravam analogias ao seu mundo social e religioso recém atingidos pelo regime de escravidão. "Negócio fechado": enquanto os catequistas católicos utilizavam as festas de negros escravos para colocar sua religião, os negros se valiam dessa mesma religião dos brancos para professarem sua fé. É o caso, por exemplo, dos santos católicos, que os negros associaram aos seus orixás; e de suas festas nas quais incorporam elementos culturais dos brancos. (Assayag/1997, pp: 74-5).

O tratamento simplista do tema declina numa imprecisa interpretação, ao confundir fenômenos próximos, mas de cujas sutilezas requerem conceituações distintas para precisá-los, isto é, miscigenação e sincretismo. Porém a atenção do pesquisador à influência do tempo e às transformações na composição morfológica dos grupos humanos que garantem o alargamento do auto e sua transformação em um folguedo é sugestiva, porque convida a pensar sobre a força

profana atravessando o veículo pedagógico de conversão e o desviando rumo ao chão das brincadeiras. As variáveis inerentes às prioridades sociológicas estão na contrapartida antropológica para a incorporação de elementos estranhos ao sistema simbólico originário do africano, mas também dos valores cristãos. Diria, de início, que o processo de conversão e atualização é deflagrado pelo fator do engate, isto é, a concepção mundana ensejada nas reciprocidades do âmbito colonial. Aí onde o ócio aparece em meio à disputa de um corpo subjugado: de um lado, a vontade de domínio da entidade evangélica cristã; de outro, a persistência de fragmentos de diferenças, agora totalizados na condição subalterna, deslizando nas táticas de reconstrução possível da dignidade individual e coletiva. O embate, entretanto, só faz sentido ao considerarmos o vazio mnemônico instaurado pela mesma condição colonial no campo de ambos conjuntos culturais, seja pela força desterradora da escravidão ou em função do distanciamento imposto pelas muitas confluências (climáticas, culturais, biológicas) re-elaboradas na estrutura social patriarcal-escravocrata da colônia em relação à forma de vida religiosa na metrópole. Por isso, lembra Roger Bastide que, embora fossem obrigados ao batismo católico, os negros da América ibérica não estiveram sujeitos ao mesmo gabarito de desafricanização das suas crenças e práticas presentes na América anglo-saxônica. Nesta, a imposição fazia-se pela evangelização "profunda", implicando numa reeducação que permitiu somente a interpretação negro-escrava do protestantismo. A situação no contexto ibero-americano fora bem outra:

> Na América católica, pelo contrário, talvez porque o cristianismo luso ou hispânico fosse mais social do que místico, pelo menos no novo continente, era o bastante ensinar algumas orações ou alguns gestos para se batizar o recém-vindo, caso ele não tivesse sido batizado no porto onde embarcara no navio negreiro; isso não quer dizer não tenha havido assimilação de valores ocidentais; o regime da escravidão deixava brechas abertas no sistema a fim de evitar a revolta da massa dominada, e o negro bem sabia que a única pista aberta para subir na sociedade era a aquisição de "uma alma branca". Entretanto, no conjunto, a pressão evangelizadora foi menos forte, podendo os traços culturais africanos manter-se mais facilmente, e a mestiçagem religiosa se deu, nos meios da América Latina, principalmente sob a forma de sincretismo. (Bastide/1974, p: 142).

É insinuante a respeito da combinação entre evangelização, sincretismo, faltas simbólicas e ócio, a alusão de Assayag de que o interesse do negro pelo auto esteve, em parte, relacionada à possibilidade de distração, alternativa ludicamente rebelde contra a carga laboral e os maus tratos, devido, naquele instante, às determinações do estatuto escravista e à dominação senhorial. Não se trata, portanto, de uma simples mestiçagem e sim de um movimento sincrético, quer dizer, nem a

justaposição e tampouco a pura fusão; trata-se da aproximação de elementos a princípio incompatíveis entre si graças ao gerenciamento de um esquema cognitivo motor e capaz de filtrar de acordo com suas necessidades. Conquanto tenhamos em mente: enquanto negatividade da imediatez do próprio, o vazio mnemônico põe no núcleo do redemoinho as referências culturais aprendidas e naturalizadas; numa espécie de vácuo, a reordenação das partículas simbólicas recupera até certo ponto o já acumulado, porém numa outra textura de significados, atualizada nas circunstâncias pragmáticas dos usos. Em outros termos, no terreno agrário e patrimonialista das relações sociais, o movimento sincrético processado na dimensão obliqua do ócio, convertido em instante de distração, no qual o profano e o religioso estavam enviesados, provocou não apenas uma desafricanização ou a laicização; permitiu a invenção do contexto de significação da diversão mundana para o reconhecimento dessas práticas. Disposto à pacificação lúdico-artística, que converteu o drama sacramental em brincadeira, o corpo subjugado é o palco concreto da hesitação entre a determinação e a indeterminidade; nele ora uma e outra estão confrontadas ou recíprocas. Tripudiado pelas contingências das prerrogativas do patriarcalismo escravocrata, enquanto suporte da máquina produtiva monocultora, tais corpos são também o anverso, onde a libertação das mesmas contingências encontra apoio na exposição pública dos afetos pela ocasião das encenações. O dado sincrético descortina os fundamentos sobre os quais se ergue a consagração do folguedo como uma peça de diversão e lazer. No compasso da sua abertura pública, abraça e pode ser abarcado por parcelas maiores e diferenciadas de integrantes; todos, em alguma medida, sempre mais conciliados pelas determinações do modo de vida calcado no chancelamento entre ócio e negócio.

É elucidativa, uma vez mais, a correção de Roger Bastide ao emprego da categoria de sincretismo nos estudos das religiões afro-brasileiras. Por constatar a insuficiência da modelagem culturalista para dar conta das permutas observadas nesses cultos religiosos, entre os universos católico e africano, Bastide revisa o conceito de sincretismo, reconhecendo nele a existência de uma sistemática na interação dos elementos simbólicos, controlando os deslocamentos e as condensações na memória coletiva resultante das conexões entre heterogeneidades étnicas enraizadas em estruturas sociais rurais escravocratas florescidas na América Latina. O êxodo das divindades africanas ocorreu sob os auspícios das lacunas na memória provocada pela diáspora escravagista. O raciocínio sincrético estaria na adaptação e preenchimento das brechas com aquilo que (nos planos vários das representações coletivas), embora alienígena, fosse interpretado

como possuidor de determinada equivalência no seu combalido sistema originário (Bastide/*Op. cit.*, pp: 141-51). E deste aporte, sugere o autor, o soberbo contingente escravizado de população precipitou o florescimento de uma cultura negra não-africana na América, face de uma – distinta daquela ocorrida no subcontinente anglo-saxão americano – "lenta desafricanização" suposta no encadeamento geracional dos seus descendentes acomodados às diferentes formações nacionais americanas e detendo participação fundamental na civilização do continente:

> Ora, devemos levar isso em conta: existe uma influência da cultura negra não-africana ao lado das culturas afro-negras. Quanto mais nos distanciamos da escravatura negra, mais a parte dessa influência negra não-africana, mas que constitui uma "cultura" à parte, torna-se preponderante – especialmente nas grandes cidades, onde constitui uma resposta das pessoas de cor ao processo de urbanização. (Bastide/1983, p: 171).

Embutidos em sínteses ainda mais amplas, pela força coletiva que os empurra ao posicionamento subalterno na estrutura de classes dessas sociedades nacionais, em grande medida, os descendentes africanos e a culturas negras não-africanas serão re-processadas discursivamente sob a rubrica do folclore e da cultura populares, sendo as últimas convertidas em patrimônio simbólico da nação miscigenada, em se tratando do Brasil. Já assinalei como a invenção dessas tradições, no curso da cosmopolitização do regional e prosaico empreendida por elites intelectuais e artísticas (embebidas do imaginário da unidade nacional), está no epicentro da sua, também, conversão ou reinvenção em bens de entretenimento-turismo. Deste modo, a originalidade da alternativa lúdico-artística desta tradição sincrética, no que ganha regularidade e tipifica uma conduta no conjunto das expectativas e imaginários estruturalmente fixados, sedimenta tanto um *ethos*, quanto consagra um lugar institucional, a saber, o do ócio como fórum prioritário às sociabilidades do lazer, onde a brincadeira, a folia, a festa, o jogo, enfim, a distração tem primazia na circunscrição de um espaço pacífico mas catártico, aberto à democrática exposição das emoções. Entretanto, a emancipação frente ao contingenciamento da necessidade material está aí na contraface da imposição da carência. Afinal trata-se do zoneamento de um tempo social intrínseco ao ritmo cotidiano daquela forma de vida já assentada na distribuição desigual do produto coletivo e, ainda, atormentada pelo desequilíbrio na distribuição dos excedentes, sendo a última cada vez mais regulada pela capitalização dos mercados e à monetarização dos intercâmbios. Ao mesmo tempo, interna à dinâmica civilizatória que se faz no atravessamento e interpenetração das distâncias geo-humanas, a mesma cultura popular deixa

antever a tensão oriunda da combinatória lhe constitutiva, na correlação conflitante da concepção de mundo e cosmologia (cuja coerência consiste em separar ócio de negócio, trabalho de diversão, razão de emoção) com as determinações desta forma de vida, ambas sincretizadas na expansão da modernização turística da cultura popular, com o avanço da sociedade urbano-industrial e de serviços sobre o continente brasileiro.

A rubrica dessa cultura ostenta assim as alternâncias comprometidas em sua sócio-gênese e supõe a tendência às adoções realizadas, mediante as escolhas dos que são potencializados para gerir seu destino. A compreensão do caráter dúbio e dilemático dos desdobramentos das tradições lúdicas populares no Brasil reside, em parte, na apreensão de que os símbolos e ocasiões assim semantizadas se vêem imprensadas entre a particularização e a generosa e universalista propensão de interagir em círculos societais maiores e, para isso, integrar múltiplas propriedades, mesmo que diversas e lhe incompatíveis. Corresponde, então, o raciocínio sincrético fator decisivo à expansão da sua base social e do perfil propenso de ampliação organizativa das reciprocidades e daqueles artefatos de expressão-comunicação. Porém, muitas das vezes, é também responsável por comprometer a eqüidade no acesso aos resultados coletivamente obtidos, devido às assimetrias de poder e competência estruturalmente implantadas entre seus consignatários. A codificação do Festival Folclórico de Parintins como o ritual da Amazônia no mercado da diferença permite descortinar a heuristicidade do argumento, revendo a concretude histórica dos encaminhamentos desta lógica aditiva, ainda mais quando associada aos dispositivos dinamizadores da modernização turística.

UM FESTIVAL AMAZÔNICO

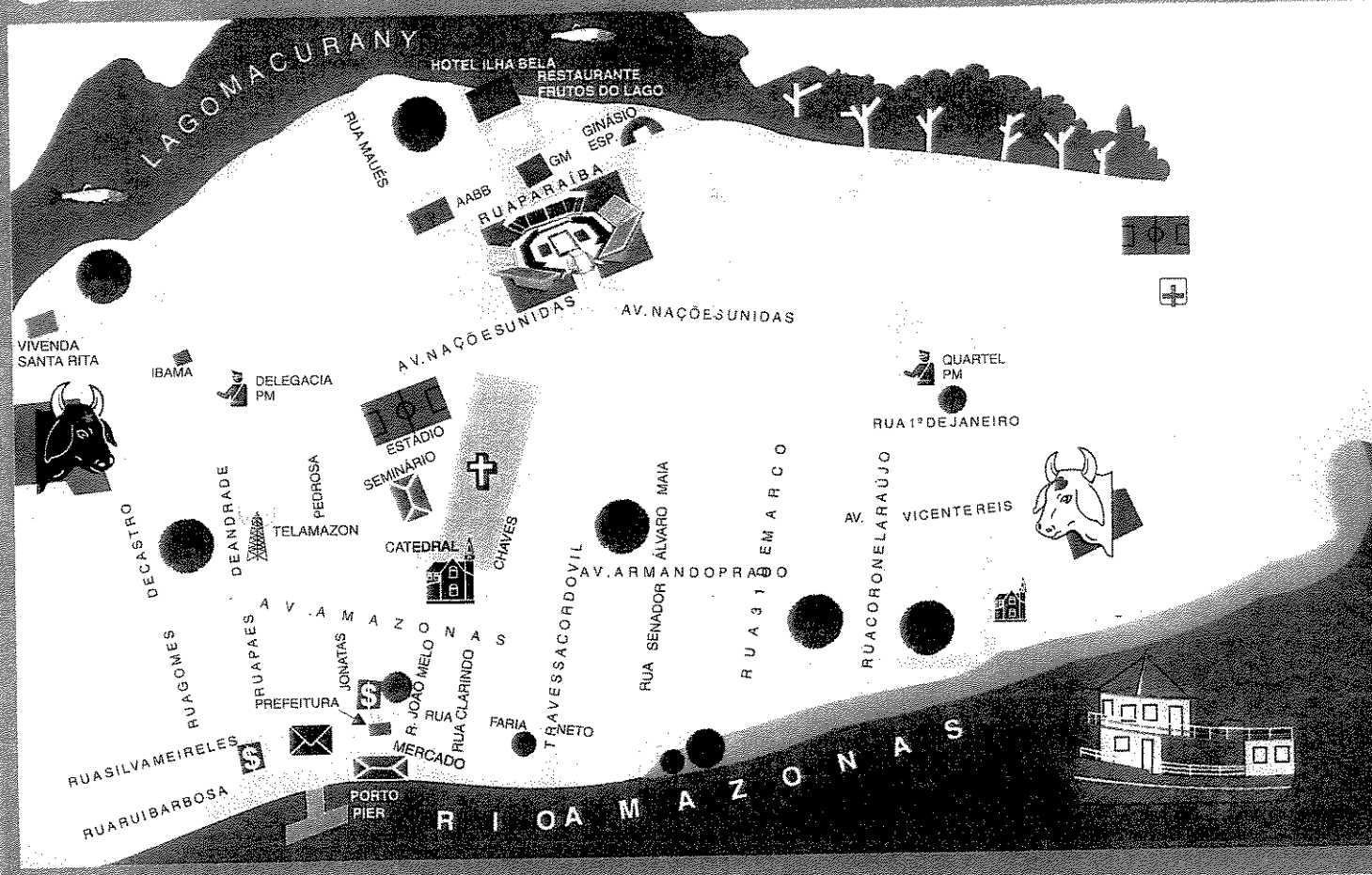
Rio Amazonas/ Teu cenário é uma beleza/ A natureza chega até admirar/
O teu caboclo/ Tão altivo e altaneiro/ Para o mundo inteiro/ Virou festa popular/
Teu jeito aqui, escamoteando a morena/ A lua serena, brincando de boi-bumbá/
No terreiro é festa/ Torubá, manicuera/ A fogueira viva/ O balão já vai chegar/
Traz o tucupi, traz o tacacá/ Tem pacu, bodó e curimatá/ Vinho de cupu e taperebá/
Festa de caboclo "destrezo"/ Índio brasileiro/ Garantido é forte/ É o rei deste lugar.
Rio Amazonas (Emerson Maia)

Nos guias turísticos, os mapas são artefatos de orientação imprescindíveis à identificação do cenário de visitação, onde os percursos dos itinerários estão subordinados às diretrizes cognitivas de montagem do espaço, de acordo com a prévia edição responsável pela

inclusão/exclusão das componentes cênicas da paisagem a ser fruída, visualmente consumida. Em relação a Parintins, não é diferente. O olhar sobre um dos mapeamentos reconhece o território do lugar turístico da Ilha de Tupinambarana delimitado pelo rio Amazonas (recortado por uma gaiola), de um lado; o contorno florestal do Lago Macurany, de outro. O miolo sinaliza às edificações e os locais secundários em relação ao palco do grande duelo, estando nas laterais deste os signos que apontam às respectivas sedes das duas associações de Boi-Bumbá – ver reprodução a seguir. Núcleo da paisagem, suposto nas linhas do desenho de uma grande cabeça de boi, o Bumbódromo chama atenção pela escala das suas proporções ante o acanhamento inversamente proporcional da cidade. Quando visto em *locus*, permanece a impressão de se contemplar algo excessivo e por demasia robusto para as dimensões daquele município. A capacidade de abrigar 50 mil pessoas está em dez mil metros quadrados de área construída, na base de ferro e concreto pré-moldado. É como se o conjunto arquitetônico fizesse reverência à magnitude do evento, ou mesmo quisesse expressar o crescimento da festa. Pois, repetindo a frase de Assayag, tornou-se o Festival maior que a cidade, maior mesmo que o Estado e do tamanho do seu entorno – o santuário eco-ambiental do planeta. A festa é a síntese miniaturizada da Amazônia.

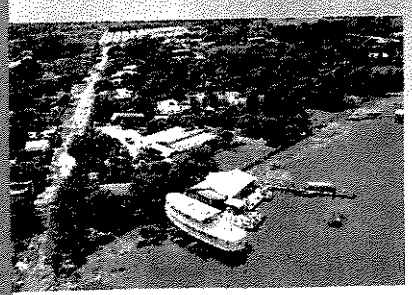
Até pela denominação que recebe, a imponência do prédio reclama a comparação com a Passarela do Samba, ou Sambódromo – sem dúvida a fonte de inspiração para a obra amazonense[xvi]. Ora, a alternativa arquitetônica à construção do Sambódromo carioca remete, longigüamente, ao Coliseu romano e às sangrentas perfomances dos gladiadores, levando ao delírio a turba das arquibancadas. Modelo, também, aos estádios de futebol, aos hipódromos, aos autódromos e tantos outros espaços afins onde são aninhadas competições esportivas e outros eventos do entretenimento mundial (shows de música, por exemplo). É de fácil inferência o sentido espetacular previsto na filosofia que norteia obras assim. Mais árduo é compreender a maneira como é coligida a materialidade necessária para tornar plausível o fato de algo tão formidável ser erguido tão-somente para abrigar a distração de multidões ociosas – inclusive aquelas desterritorialmente plantadas diante do vídeo. Quanto ao Bumbódromo, como ao Sambódromo, encarar sua existência é justamente outra vez perguntar a respeito do movimento sincrético desta cultura popular. E, simultaneamente, aduzir o deslocamento de estágios neste movimento. Eis a tarefa proposta para o presente item.

CENTRO PARINTINS CENTER



A MELHOR ESTADIA DA ILHA

The best place of the island.

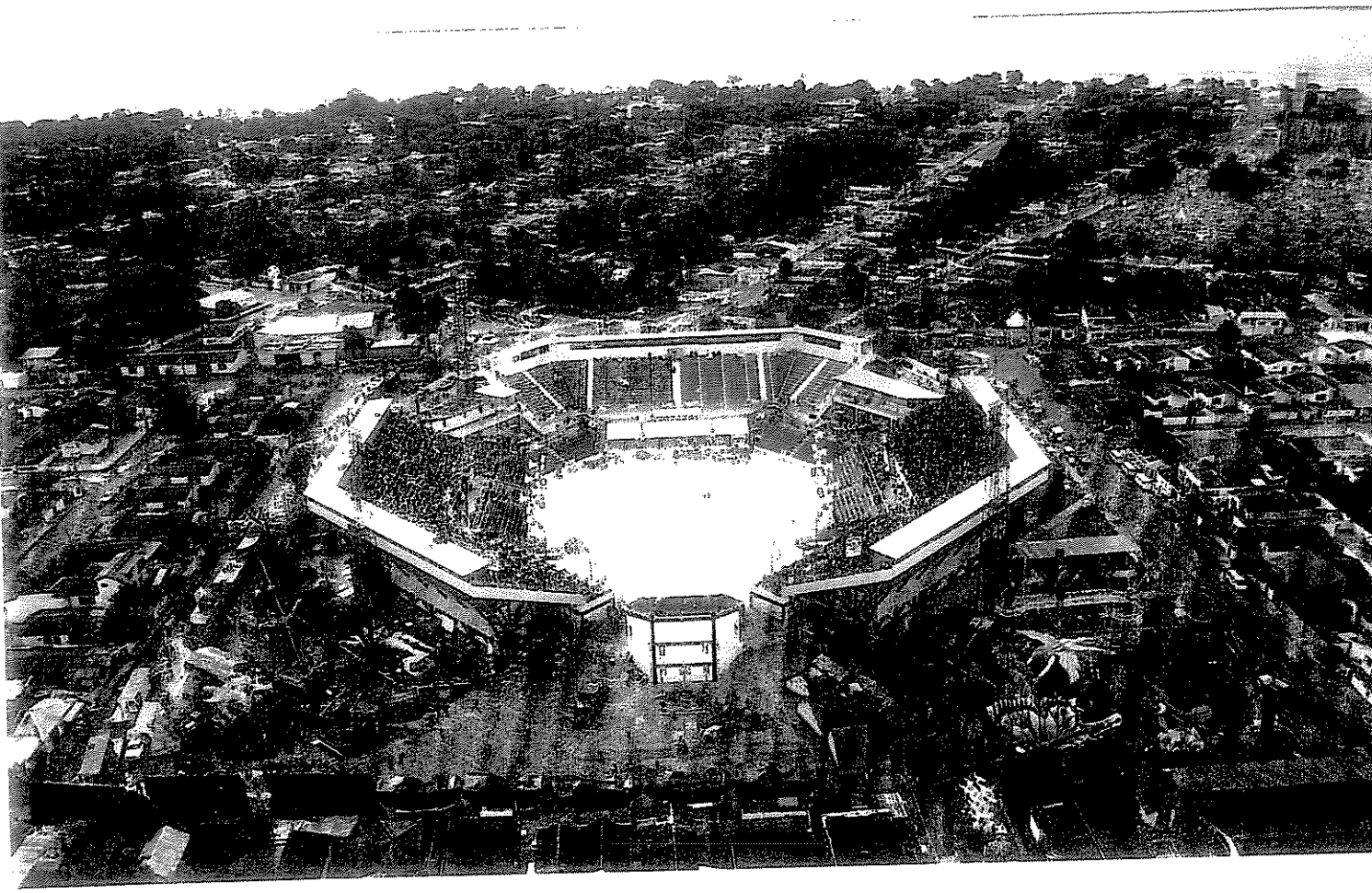


- Hospedagem
- Restaurante
- Área Ecológica
- Show do Boi
- *Overnights*
- *Restaurant*
- *Ecologic Area*
- *Folkorical Show*



HOTEL ILHA BELA

Rua Agostinho Cunha, 2125
Tel(092) 533-2737 - Fax: 234-1246



Inicialmente, devo fazer um reparo. Se, na ausência de registros documentais, não existe consenso entre os pesquisadores e menos ainda por parte dos agentes diretos em torno da data de fundação das duas entidades do Bumbá[xvii], o Festival Folclórico foi organizado pela primeira vez em 1965, constando de ata. A distinção é importante, porque nos ajuda a esclarecer dois pontos imprescindíveis, a saber, o percurso de efetivação da versão parintinense da arte lúdico popular do Boi-Bumbá e o tipo de entrosamento socioeconômico e político que a viabiliza inserir-se na economia do lúdico. Vejamos como a temática do espaço, ou melhor, da conquista do espaço de visibilidade pública do Festival permite compreender a conexão entre um e outro aspecto. Igreja e Estado são nossos canais. A integração da ilha onde hoje está Parintins ao mundo conhecido pelos europeus se dá, em 1660, por intervenção de dois padres portugueses – padres Manoel Pires e Manuel Souza. Ali, eles fundam a aldeia de São Miguel dos Tupinambaranas, em referência aos moradores originários, o povo tupinambá. Mais tarde, já em 1723, outro clérigo aporta, agora no povoado: o padre Manuel dos Reis decide pela mudança do nome do santo, agora o aldeamento chamaria São Francisco Xavier dos Tupinambaranas. A nova troca na denominação da localidade ocorre com a chegada do primeiro representante do Estado português, o capitão de milícias José Pedro Cordovil, após ter fundado uma fazenda e para homenagear sua soberana, confere o nome de Vila Nova da Rainha. Com o relativo sucesso da colonização, graças a exploração das drogas do sertão e da pesca, a fazenda é elevada à condição de Missão, em 1803, a cargo do frei José Álvares das Chagas. Coube a Cordovil o privilégio de controlar a sesmaria instaurada entre a região de Zé Açu e Miriti. Trinta anos depois, a Missão se torna a Freguesia de Nossa Senhora do Carmo de Tupinambarana. Para daí chegar à Vila Bela da Imperatriz, em 1848. A municipalização viria em 1852, mas só confirmada em 1858. O atual nome decorre da Lei provincial de 30 de outubro de 1880 (Reis/1967, pp: 07-16).

O que há de relevante nesta sucessão de trocas de denominação da localidade, datas e na citação de nomes de personagens históricos? Por um lado, as trocas de nome equivalem ao conflito instaurado desde o primórdio da ocupação européia na região entre religiosos católicos e membros das elites mais estreitamente relacionadas ao poder temporal do Estado, que se sucedem ao longo do tempo. Por outro, dão a medida da importância conferida pela Igreja Católica à sua presença naquele lugar. E este último aspecto tem repercussões no nosso estudo. Pois, com a atribuição de, pela catequese, "pacificar o gentio", os missionários chegaram e não demoraram a tomar posse de terras e da educação dos nativos. A formação de um domínio católico por diversas

vezes provocou a irá de outros exploradores, ao sentirem-se prejudicados. Além de acusações mútuas, não foram raros os momentos quando o sangue jorrou e padres foram mortos ou expulsos (Cercua/1980, pp: 53-8 e Procópio/1992, pp: 158-65). Mesmo com a supremacia conquistada pelo poder do Estado português e, posteriormente, do ordenamento político imperial e republicano brasileiros, a ação da cristandade católica nunca se deixou desaparecer. Na verdade, sede da Arquidiocese, a Prelazia de Parintins se converte em um importante centro de evangelização na Amazônia, contando com um seminário profissional (João XXIII) e com um núcleo de telecomunicação, ao qual pertence uma das emissoras de rádio mais potentes da região, a Alvorada, operando em faixas curtas e médias. E foi sob bênção e proteção deste centro que o Festival Folclórico surgiu. Já sob a atmosfera de atualização do catolicismo proposta no Concílio Vaticano Segundo, quando designado como bispo prelado, o italiano Dom Arcângelo Cerqua acolhe sugestões capazes de renovar o quadro de fiéis. Por exemplo, o financiamento da quadra para o JAC Atlético Clube, participando dele jovens trabalhadores, muitos recentemente vindos da área rural e agregados ao Grupo Jovem da Catedral de Nossa Senhora do Carmo.

Outra iniciativa acolhida foi a organização de um evento comemorativo da passagem do São João, apresentada pelo mesmo grupo de rapazes. Raimundo Muniz, um desses rapazes, descreveu para o autor sua participação no empreendimento de concentrar os festejos juninos da cidade na quadra pertencente à Igreja. Sua narrativa contribui, na reconstrução histórica do limiar e dos passos do Festival Folclórico, no que tange aos propósitos deste trabalho, à meta de observar as coexistências socioculturais condicionadoras da tendência tomada pelo folguedo:

> A idéia de levar o Boi pra arena era de 1965. Eu sou do interior, vim pra cidade por circunstância de família. Meu pai adoeceu. Viemos pra cidade porque arranjei um trabalho pra sustentar. Fiquei arrimo de família, éramos 14 filhos, sete homens, sete mulheres, e eu me senti no dever, porque na ocasião eu era o mais velho que estava ainda em casa. E depois, vim pra cidade trabalhando. Nós fizemos um grupo na Catedral de Nossa Senhora do Carmo. E desse grupo de bastantes jovens, rapazes e moças. E na festa junina, o boi existia, tinha quadrilha, mas eles brincavam no terreiro. E a gente notava que de ano pra ano a cidade, embora pequena, ia crescendo e o boi ficando de escanteio, porque as pessoas achavam que o era brincadeira só de bairro, de carvoeiros, pescadores. E as pessoas que moravam mais no centro da cidade começaram a abandonar. E os bois só brincavam se fossem convidados pra brincar numa casa se fosse uma festa de criança.Se o boi chegasse dez horas e as crianças estivessem dormindo, a dona da casa não aceitava mais o boi, mandava de volta.
> Nós vendo essa necessidade, nós fizemos uma reunião. Tinha um padre Augusto, já falecido, um italiano; ele veio pra trabalhar com a gente – tinha jeito pra trabalhar, era um líder. Era o mais jovem (padre). Pedimos a opinião dele: "Nós faremos uma festa junina aqui na quadra, trazemos as brincadeiras. É uma maneira de unir todo mundo num espetáculo só, em vez de ta pra aqui e pra ali." A idéia foi aprovada em (19)65 e fizemos a primeira quadra junina, com o nome de I Festival

> Folclórico de Parintins. Foi um sucesso, porque aqueles povos humildes compareceram à quadra e em (19)66, o povo começou a cobrar: "E a festa, vai sair ou não vai?" Nesse ano de 66 nós estudamos a maneira de incentivar nossos brinquedos, pra que as brincadeiras tivessem, assim, mais um ânimo. Então fizemos tipo uma disputa, com primeiro lugar, segundo lugar, o concurso de quadrilhas, de boi-mirins. Levamos a idéia a Caprichoso e Garantido e foi aceito. (Adendos meus entre parênteses).

Faço a contextualização da época aludida no depoimento, antes de qualquer inferência sobre a fala. Pois, se calcada em questões pessoais, as participações de Raimundo tanto no Grupo Jovem católico quanto na organização do Festival ocorrem no bojo de transformações mais gerais na relação entre a cidade e o seu entorno, aí onde prevalecia atividades rurais e extrativistas. A transformação, por sua vez, traduz outra mais ampla: a do tratamento reservado à região Amazônica pelo Estado nacional, emblematizado pela construção da rodovia Belém-Brasília (1957-1960), no rastro da diversificação nas formas de povoamento e exploração econômica do interior brasileiro. Fernando Henrique Cardoso e Geraldo Müller estabelecem duas fases nesse relacionamento, em virtude de igualmente dois estágios da economia regional. O primeiro, equivale ao reaquecimento da exploração dos seringais em razão da demanda dos norte-americanos pela borracha durante a Segunda Guerra – a ocupação japonesa às regiões produtoras do Sudeste da Ásia, interrompeu o fornecimento para os mercados ocidentais. É época da iniciativa do governo Vargas enviando à selva amazônica em torno de 100 mil nordestinos, com o objetivo de reanimar o extrativismo do látex (Procópio/1992, pp: 149-50). A última fase tem o qüinqüênio 1945/50 como deflagrador de um processo em vigência nos decênios posteriores. De acordo com os autores, a última fase se caracteriza pelo incremento na diversificação das atividades voltadas para o mercado e a decisão de integrar a região ao conjunto nacional (Cardoso e Muller/1977, p: 39). Tendo o Centro-Sul como núcleo, os esforços dos poderes constituídos vão à direção de expandir os meios de transportes e comunicação, os ditames do tratamento técnico da produção e da administração pública àquela imensa área do território brasileiro, embora de modo muitas das vezes irregular.

A conjuntura interna à Amazônia naquele instante favorece a mudança no tratamento, de cuja decisão o Estado-nação do Brasil fazia ressoar os remanejamentos na rede transocietal e internacional. Pois, com o decréscimo, uma vez mais, da importância da borracha na pauta de exportações brasileiras, além da pecuária e do extrativismo do látex da seringueira e dos castanhais, são acrescentados os cultivos em pequenas propriedades da pimenta-do-reino e da

juta, introduzidos pela mão do imigrante japonês. O sistema de cooperativas dominou a primeira plantação, sediada na região bragantina do Pará. A juticultura se concentrou na área do Vale do Médio Amazonas, adaptada aos ribeirões de várzea e ao esquema de aviamento. A proibição da importação de matéria-prima e o aumento no consumo de fibras à confecção de sacos de aniagem deram maior impulso, subordinando a plantação ao capital industrial, proveniente de Belém e São Paulo. A perspectiva de lucros estimulou a incorporação de diversas famílias ao cultivo, resultando que, em 1960, havia 42 mil pessoas envolvidas, ou seja, 13% da mão-de-obra do setor primário na Amazônia (*Op. cit.*, pp: 44-5). Os efeitos também se verificam na criação da escola agrícola de Vila Batista, com a finalidade de aprimorar tecnicamente os plantadores, e na instalação de firmas de beneficiamento de fibras, em Parintins. No mesmo instante, o extrativismo do pau-rosa conquistava relevância, viabilizando a implantação de uma usina de destilação do óleo (Benchimol/1992, p: 241). Deste modo, vale observar que, quando os rapazes pressentiram o "crescimento da cidade", por certo, o aumento da pressão demográfica sobre a composição dos grupos correspondeu a contraface deste florescimento econômico, ainda aquecido pelo crescimento da população amazônica – de um milhão 400 mil habitantes (em 1940) para dois milhões 600 mil, no limiar dos anos sessenta. Em toda região, entre as décadas de 1950 e 1970 a taxa de urbanização sobe de 26 para 41%, devido o aumento nos fluxos em direção às cidades, sobretudo as capitais, mas também no rumo de núcleos regionais, como Parintins (Cardoso e Muller/ *Op. cit.*, pp: 53-5). O contexto revela uma mudança no trato da sociedade nacional com a Amazônia: embora hesitante, um povoamento mais efetivo se acentua no bojo do seu reconhecimento como fronteira a ser incorporada ao desenvolvimento do país, integrada no mercado interno, subordinada tanto ao sistema urbano-industrial e de serviços hegemonizado pelo Centro-Sul quanto à acumulação capitalista em escala internacional (*Op. cit.*, pp: 14-5).

Algo assim deteve incidência sobre a aceitabilidade das práticas lúdico-culturais, como insinua Muniz. Caso atentarmos às suas lembranças, veremos a sugestão de que uma estratificação social se acentua na cidade e a diferenciação dos grupos entre os do "centro" e os do "bairro" coloca em zona de dificuldades, desde aquela época, à permanência do folguedo do Boi-Bumbá. Porém não devemos esquecer algo de essencial: quando alguém recolhe da memória traços do passado, os recompõe conforme os imperativos do instante da experiência de rememoração. Mais ainda. O depoimento depende das determinações já sedimentadas na memória e aquelas transliteram os traços mnemônicos e provocam o contingenciamento das suas

posteriores evocações. Alguns outros dados da trajetória biográfica de Muniz, à frente do Festival, são esclarecedores a respeito. Retomo sua própria descrição:

> Só que em (19)65, pra você unir Caprichoso e Garantido numa quadra só – eles brigavam quando se encontravam na rua e o pau comia. Então, pra levar eles, era um sacrifício. Eles pediam garantia: "Quem vai garantir nossa estada lá durante a brincadeira?". Nós vamos incluir policiamento, porque o curral do Garantido é aqui e o do Caprichoso é ali. Então o Caprichoso ficava aqui e o Garantido entrava. Quando o Garantido saia, entrava e brincava duas ou três quadrilhas e um mensageiro dizia que o Caprichoso podia entrar. Essa luta foi durante dez anos. Mas o Festival crescia de ano pra ano. Eram poucos os torcedores de Garantido e Caprichoso; era aquele pessoal que ia atrás do boi e que se encontravam e brigavam. Mas com a festa, a cidade foi se mexendo, foi criando cores. Quem nasceu pra "baixo" é Caprichoso; que nasceu pra "cima" é Garantido. E isso foi pegando tamanho. (...).
>
> Isso também não teve só alegria. Pra nós que dirigimos o Festival foi muito dificultoso e não tínhamos suporte financeiro. Nunca tivemos ajuda de prefeito, de governo, de ninguém. Nós fazíamos na marra. Quando nós fizemos o festival, fomos junto ao prefeito da época, que disse que a Prefeitura não tinha dinheiro pra esse tipo de brincadeira. O que que fizemos? Nós cobrávamos ingresso bem baratinho e vendíamos mesinhas no redor da quadra, só pra manter. Por esse dinheiro, da soma de cada noite, se somava com os outros grupos que se apresentavam e seria dividido em partes iguais. A promoção (nós que promovíamos) ficava com a parte maior. Que o conjunto de todas as despesas ficava por nossa conta. E com isso o Festival foi crescendo.
>
> (...). No quarto Festival, os dois amigos que, comigo, fundamos o Festival, tiveram que se ausentar de Parintins e eu fiquei só. Então levei na marra, era um negócio muito sacrificado pra mim. A minha família nunca soube: teve um ano que eu vendi uma moto pra poder pagar a conta. Porque o povo dançando, rindo, não sabe quanto custa. De ano pra ano eu tinha a responsabilidade de ter que fazer. Tinha um clube de futebol, tínhamos os atletas, as meninas que participavam da parte feminina e já outras pessoas que chegavam pela amizade. "Vamos fazer o puleiro". O puleiro era arquibancada da época. Foram realizados seis festivais ainda na Catedral. Aí, depois, o padre não permitiu: o barulho era muito, que ele não podia dormir. Nós ficamos sem terreno. Partimos pra um terreno ali, pro centro da cidade. Tava vago o terreno, fizemos lá três a quatro anos. Depois tivemos que alugar uma quadra. Já em (19)68 e (19)69 foi no Ilha (um dos principais clubes da cidade) Verde. Partimos pro estádio de futebol; três anos no estádio.
>
> Em 1983, o ex-prefeito de Parintins, Gláucio Bentes, ganhou pra prefeito e eu não tinha nada contra ele. Simplesmente, eu tinha disputado a eleição por um partido de oposição a ele. E ele, quando ganhou, chamou Caprichoso e Garantido, antes do Festival, lá pelo mês de abril. E fez a proposta: "A prefeitura dá o dinheiro mas quem vai comandar o festival é a prefeitura."E eles reuniram no gabinete do prefeito e lá aceitaram, porque eu não tinha dinheiro pra dá pra eles. O que eu arrecadava era repartido. Era melhor pegar um bonde que já tava feito. E eles mandaram me chamar. E me disseram: "Mandamos te chamar, porque o Festival tá próximo e queremos saber sua posição." Eu disse: "Nós tamos lutando pra fazer o Festival, não tem terreno mas eu tô me virando pra ver." "Eu tenho uma proposta. Eu já falei com Caprichoso e Garantido. A prefeitura vai bancar o Festival e mandei te convidar pra fazer parte dessa comissão." Eu disse: "Olha seu Gláucio, como Caprichoso e Garantido já lhe deram a palavra de sim, eu deixo a lembrança do meu nome mas não vou participar da comissão. Depois de 18 anos, eu não vou sentir ciúmes de ninguém. Não é não possa e não queira, mas é a maneira como as coisas aconteceram. Eu quero pedir desculpas a Caprichoso e Garantido pelo tempo que a gente trabalhou junto. Não sei se foi legal pra vocês mas pra mim foi, porque fiz tudo que eu queria fazer. Dos sacrifícios que participamos juntos. Obrigado. Até um dia. Quem sabe a gente não volta? Mas vamos torcer pra que tudo dê certo."
>
> Mas eu me sinto gratificado, porque o meu município, através do Festival, é conhecido lá fora, no Brasil todo. E me dá orgulho por ser um dos fundadores do Festival. Eu sei que nós ultrapassamos a

barreira: vêm pessoas de fora, estrangeiros, e dizem: "A festa é muito bonita. A cidade é menor que a festa". Tudo que se tem na sua cidade, só se faz por causa do Festival. Se põe luz, é por causa do Festival.

As palavras exalam amargura e decepção; deixam evadir os resultados da dialética (muita das vezes perversa) presente ao raciocínio sincrético desta cultura. Ávido em acumular elementos que proporcionassem a ampliação das bases sociais do Festival, Muniz se torna vítima da vontade de potencializar prestígio, da qual foi um dos agentes. Ao ser considerado o dado da própria exclusão dos destinos do evento – com o qual, hoje, o "Amazonas está dando show lá fora" –, conseqüência da perda das rédeas do Festival, percebemos a existência de certo altruísmo na colocação do agente, quando ele ressalta seu papel de salva-vidas do folguedo, em um instante em que estaria ameaçado de extinção. Por outro lado, a manobra do prefeito demonstra o potencial político e eleitoral já evidente no peso social adquirido por aquele acontecimento anual, naquele momento em que emerge regionalmente a importância administrativa e dos aparatos de controle dos fluxos vários pelo Estado. De acordo ainda com o depoimento, havia um enfretamento entre forças e siglas partidárias. Ora, nada mais compreensível do que o interesse em assegurar a autoria da contribuição fundamental a algo já tido importante na e para a cidade. De fato, o prefeito se saiu melhor, apesar de que Muniz, mais tarde, é eleito por duas legislaturas vereador, por certo, desfrutando dos dividendos recolhidos à época do seu envolvimento com a festa[xviii].

Não é o caso de retirar ou atribuir mérito a quem quer que seja; tão-somente procuro delinear os constrangimentos atuantes sobre as escolhas e limitações dos agentes. Temos, deste modo, uma conclusão sobre a constituição do evento. De fato, o concerto de ações implementado, tendo Muniz na dianteira, lança o alicerce da arena picaresca onde ocorre a centralização espacial de práticas lúdicas locais que, somadas, propiciaram a fundamentação de um evento singular, o Festival Folclórico, dotado da plausibilidade de atrair públicos com a finalidade de diversão. Pois não se tratava apenas do auto do Boi realizado por adultos a cada final de apresentações, havia boi-mirins e quadrilhas. Segundo Muniz, as últimas eram as principais atrações no momento inicial do evento, porque faziam a alegria das torcidas levando animais de montada e encenações de personagens do domínio popular, à maneira do casal Lampião e Maria Bonita. Muniz ainda lamenta a falta de apoio oficial que teria resultado na diluição das quadrilhas. A organização deste núcleo lançou as bases, porém, à racionalização mais tarde acelerada da brincadeira. Posto na quadra, aos olhos de um público mais variado e concentrado, com o Festival definido pelo

concurso, o antigo duelo bumbá de rua passou a ser regido por itens do julgamento, estando sujeito às penalidades prevista no regulamento e sob a prerrogativa da pacificação das atitudes, atrelada ao cumprimento dos acertos previamente estabelecidos, à maneira do respeito aos horários de apresentação. Isto mudou o perfil precário da atividade, já que introduziu a necessidade de um corpo administrativo especializado para gerenciar as entidades brincantes.

Entre um e outro instante da análise há algo de curioso a ser destacado nesta espacialização do tempo da brincadeira junina em Parintins: por que a denominação de Festival Folclórico? Deixo, uma vez mais, que Muniz responda: "A idéia de Festival Folclórico foi nossa mesmo – nós três, os rapazes, e o padre. Nós um dia pegamos um livro sobre folclore e era o nome mais indicado: resgatar as raízes, pá...pá...e gostou do folclore." A versão, entretanto, é alvo de controvérsias. Hoje membro da Velha Guarda e sócio fundador da Associação de Boi-Bumbá Garantido, o militar reformado e pecuarista Emanuel de Almeida Farias participa do folguedo desde a adolescência. Segundo contou em seu depoimento para o autor, o modelo à idéia de Festival teria sido um evento similar realizado em Manaus, importado até Parintins por obra de um outro militar, ligado aos jovens da igreja. Penso ser estéril apurar quem está com razão, até porque uma e outra interpretação não se anulam, na medida em que são complementares. O festival manauense ocorrera ainda por influência das iniciativas do Movimento Folclorista de divulgação da atitude em defesa e promoção do folclore, entre os anos quarenta e o início dos sessenta. Vale lembrar que a realização de feiras e festivais fizera parte da mesma estratégia (Vilhena/1997, p: 215). Mediatizada pela Igreja Católica, no interior da qual o discurso folclorista encontrou ressonância junto ao programa de romanização dos rituais católicos populares, na década de cinqüenta (*Op. cit.*, p: 203), a influência folclorista comparece na preocupação dos jovens parintinenses. Mas, por outro lado, o modelo adotado alterava a proposta do Movimento, sendo alvo de veemente reprovação, acusado seus organizadores de "exacerbar" a competição, sendo esta estimulada pelo apoio monetário às entidades folclóricas com fins claramente eleitoreiros e a serviço de uma exposição turística da cultura popular (*Op cit.*, p: 189). Não é demais destacar, a promoção do evento esteve já a cargo do recém criado Departamento de Turismo do Estado do Amazonas (1962). Por outro lado, o acolhimento do modelo em Parintins ia à direção do horizonte dos rapazes trabalhadores do Grupo Jovem. Interessava-lhes mais promover uma festa junina "diferente" e menos a preservação "autêntica" do folclore, embora o verniz folclorista permitisse acesso ao decisivo apoio dos padres para ocupar o espaço da quadra e ainda facultava certa

notoriedade pública, em se tratando de um "encontro cultural", abençoado pela Igreja. O Festival Folclórico nasce já sob o signo de um evento lúdico-competitivo, ajustado às exigências de um espaço de sociabilidade de lazer. Aí o imperativo de entreter pressionará as manifestações no sentido de apelar a recursos que as tornem mais comoventes e convincentes; daí toda a necessidade de maior esmero nas apresentações. Eis porque, no seu depoimento ao autor, Emanuel acentua a postura mais, diria, espontânea dos participantes, quando resume as condições de sociabilidade constituintes do festejo anteriores ao Festival:

> O Boi aqui, logo quando ele começou, era figura principal; como até hoje, a estrela da festa é o Boi, o vaqueiro, o caboclo, índio, que pegava a palha de bananeira pra fazer roupa, aquela sainhia. Era só uma noite, fazia uma fogueira pro Boi brincar. Fazia na hora. O pessoal da batucada, até a década de cinqüenta, pintava o rosto de alvaiade. Claro que Boi-Bumbá tem muita pinga. Onde tinha uma poronga, uma lamparina grande – aqui não tinha luz, ainda mais lá pra baixo, no Parque São José. Aí a gente pegava cortiça, de tampa de cachaça, queimava na poranga pra fazer o bigode e uma costeleta pequena. E os vaqueiros enxergavam, uma costeleta enorme. Então, depois de pronto, ninguém conhecia ninguém. Olhava e tava todo mundo parecido. De manhã tava todo mundo borrado, na frente do mercado. Então brincava pelas casas. Era mais puro, claro! Não havia comércio, não havia interesse. O prefeito não ajudava. Os brincantes, cada um cuidava da sua roupa e pronto. Aí surgiu de (19)63 pra cá o Festival Folclórico. Aí depois surgiu os itens, foram criando isso. Aí surgiu as alegorias. E outra. O Boi era mais homens. Um Boi era cento e tantos homens. Basicamente de calça branca. Eram pescadores, estivador, cavoeiro. Na batucada era só palminha. Tambores, só existia dois. Eram de lata de manteiga. Eram com couro de porco: matava e tirava o couro. Hoje, palminhas são poucas mas tambores são dezenas.
> O Boi começava sair em Santo Antônio. Daí até o dia 30 (de junho). Aí vinha a matança, tinha o churrasco. Quase não ia gente de fora nos ensaios. Era difícil, era só mato – o bairro é novo (Parque São José). Começava os ensaios com 10, 20 componentes. Dava uma cachaçinha. Ia falando, porque não tinha rádio, por auto-falante e numas três semanas o ensaio pegava.
> Antes do Festival era o padrinho que bancava o Boi. O padrinho era o presidente. O padrinhho era tudo – diretor, coordenador. O dono do Boi (Garantido), seu Lindolfo, saia, pedindo, era com a "língua e sem língua".
> Mesmo com a licença da polícia, tinha muita porrada. No encontro dos Bois, tinha a toada de desafio. Aí veio o Festival, o Boi saiu da rua. Agora o Boi tá no palco.

Comparadas as falas de Emanuel com aquelas de Muniz fica-nos a impressão de dois pontos de vista distintos sobre o papel do Festival. Quando chama atenção para o caráter mais "puro" e "sem interesse", nosso primeiro agente atribui indiretamente certa perversão resultante da organização do evento. Até porque, na perspectiva de Emanuel, a criação do Festival esteve relacionada ao interesse da Igreja de desmobilizar a atenção cada vez maior da população em relação ao Boi: "Os padres eram contra. O pessoal gastava muito e esvaziou a festa da igreja. Depois eles viram que o Boi ajudou à arrecadação da igreja." Tal versão deve ser relativizada, se levarmos em conta consistir numa tradução recente da já aludida rivalidade entre os membros do clero com

outros setores sociais tradicionais de Parintins, na outra face dos enfrentamentos entre poderes laicos e religiosos. Sob outro ângulo, o confronto das interpretações sinaliza à consistência de alguns pontos, principalmente o papel pacificador exercido pela instauração do Festival sobre a viril expressão de rua. Já outras interpretações acima aludidas se mostram contestáveis. Porque, a presença mesma de Emanuel nas fileiras do Boi-Bumbá Garantido compromete a visão de uma brincadeira apenas integrada por moradores dos "bairros" da área periférica. Porque, se a importância da urbanização se fez sentir no re-mapeamento e atração centrípeta de todo o seu entorno – um índice a respeito é a imposição da licença da polícia para as apresentações –, o trânsito entre os distintos níveis de classes advém da formação da brincadeira dá-se no meio da principal atividade econômica, com suas raízes deitadas no curso histórico sobre o conjunto das reciprocidades locais, a saber, a pecuária. A identidade com o universo dos vaqueiros e proprietários favoreceu o prestígio inicial, a ponto de o auto do Bumbá freqüentar áreas reconhecidas como mais conspícuas do âmbito citadino, exibindo-se às famílias de pecuaristas, comerciantes e funcionários públicos, principalmente aos filhos menores. Tal entrosamento agudizou a função de diversão, coagindo preliminarmente às práticas lúdicas num sentido de exibição pública. E, no contraverso, possibilitou angariar recursos ao canalizar para o interior das duas entidades, Caprichoso e Garantido, uma heterogeneidade social – entre participantes e simpatizantes, acrescida mais ainda com a densificação da vida urbana. A força simbólica e socioeconômica e a popularidade do duelo festivo começam a ser decidida nas negociações entre zonas distintas da cidade, amalgamadas na situação da disputa entre os "contrários"[xix]. Deste modo, o interesse da Igreja pelo folguedo, a iniciativa dos quatro jovens organizadores, a adoção do modelo competitivo-turístico e, depois, com a intervenção da prefeitura local, somadas, denotam o entrelaçamento de novos fatores agindo sobre essa já mesclada matriz cultural popular, no momento em que esta é revertida num instrumento urbano de divertimento. Desde aí, as mesclas estarão orbitando em torno do sentido ordenador das disposições para a folia do Boi-Bumbá visando o evento, a festa espetáculo, cada vez mais sob as condições da ampliação na Amazônia das forças da modernização turística e da educação dos sentimentos em relação ao lugar dos bens culturais.

Trata-se, logo, de um caminho analítico a percorrer. Pois com a municipalização do Festival e em meio a redução de dez para três dias de apresentações, apenas o folguedo do Boi-Bumbá adquiriu o reconhecimento e a contribuição do poder público – embora oficializada

apenas com uma lei municipal de 1996. Vejo na capacidade estrutural de proceder mesclas, pavimentando seu caminho com uma base social extensa, o *locus* para avaliar as motivações da autonomia do Bumbá em relação às demais manifestações populares antes integradas no evento, sobrepujando-as. O agenciamento das condutas nessa direção, porém, deixa lacunas a serem preenchidas, as quais empurra o evento adiante das fronteiras locais e o posiciona na obrigação de oferecer respostas a demandas diversas. Respostas a serem materializadas nas exibições continuamente embutidas de novos dispositivos de expressão-comunicação. Basta lembrarmos do depoimento de Muniz e o quanto há de referências às mudanças constantes dos locais de apresentação, à sombra da necessidade de abrigar platéias sempre maiores na proporção do aumento dos conjuntos artístico-lúdicos. É a mesma imposição do espaço utilizado como justificativa para retirar as coordenadas gerais do Festival das mãos do município em favor do governo estadual[xx]. Em 1988, o complexo arquitetônico do anfiteatro é construído e entregue aos participantes da festa – já então a mais popular do Estado. A face de Juno da iniciativa do governo estadual compreende a subordinação do duelo aos desígnios da contemporânea razão dos poderes equilibrados em arranjos intra e intersocietais. Para finalizar este capítulo, vejamos a conexão entre essa razão do Estado com os desdobramentos da natureza sincrética da festa.

Inicio, observando o primeiro termo da equação. Sabemos que os últimos anos oitenta foram um período de mudanças em relação ao olhar nacional e mundial sobre a Amazônia. Nessa época, já era bem melhor definido o perfil das correlações subalternas da região com a sociedade nacional e com a sistemática aquisitiva do capitalismo. Submetida à postura predatória do modo como o desenvolvimento industrial no país foi conduzido, sobretudo com o advento dos governos militares, a região se tornou alvo das ostensivas incursões nos seus recursos naturais para fins de exportação madeireira e de minérios, no bojo de grandes projetos financiados por empresas multinacionais ou consorciadas com capitalistas do Centro-Sul. Ou ainda esteve à mercê de duvidosas fórmulas de povoamento agro-pecuário e integração por rodovias (Cardoso e Müller/*Op.cit.*, pp: 14-15) – a transamazônica é o exemplo cabal. Apesar de, a princípio, ter aparência de indutores da horizontalização da riqueza produzida, no que tange ao aumento da oferta de trabalho e à distribuição da renda, o funcionamento da refinaria de petróleo e a implantação da Zona Franca em Manaus, se ativaram um pólo produtivo, fomentando um mercado consumidor, no anverso, ambas deixaram a conta da desorganização das áreas agrícolas e a acentuação dos fluxos migratórios na direção dessa capital (*Op. cit.*, pp: 103-7).

Na contraface desta desilusão com as investidas modernizadoras, na igual década o reforço ao ímpeto preservacionista toma fôlego em escala mundial, com a propagação pelas mídias massivas do imaginário eco-ambiental, mobilizado pelo discurso das entidades não governamentais e nos enfrentamentos Norte *versus* Sul no xadrez das relações interestatais. A Amazônia, falamos acima, é o objeto privilegiado nas estratégias discursivas, reserva o lugar de "pulmão do mundo"[xxi]. Para lá se voltam muitas das atenções, em forma de uma agenda caleidoscópica de debates: as denúncias contra as devastações e as queimadas na mata, o extermínio da fauna, a perseguição aos povos indígenas, a presença do narcotráfico, o aprofundamento dos conflitos gerados pela questão fundiária e a disputa e a pirataria em torno da apropriação da biodiversidade, com fins de exploração econômica dos resultados da intervenção científicos-tecnológicos sobre a riqueza biótica[xxii]. O recobrimento contínuo por parte das mediações intensas dos fluxos discursivos transmuta os seculares significados remetidos à idéia de Amazônia no signo do santuário eco-ambiental do planeta, ameaçado e ameaçando a todos com seu virtual desaparecimento. Sabemos o quanto a penetração da interpendência turística na região acompanha e reproduz esta contextualização signica, na medida em que se vale e propaga a imagem de um paraíso, extraordinário e sob risco, digno de ser experimentado em sua rara e exótica diferencialidade.

Logo, a codificação turística é, a um só tempo, expressão e instrumento da economia de signos e espaços. Igualmente se põe à disposição de consumidores capacitados a mensurar e gozar da raridade. O irônico está em perceber a maneira como a codificação turística e o mercado da diferença compactuam tensamente com as iniciativas preservacionista, ou seja, no instante em que os primeiros são favorecidos pela defesa não apenas da sobrevivência do ambiente: também da autenticidade dos elementos componentes da selva. Em 1992, de uma maneira um tanto caricatural, Argemiro Procópio denunciava esta tendência inclusa na soberba importância agraciada pela temática ecológica nos países do Norte. Onde o consenso em torno da temática deu propulsão a um modismo, contraverso do comércio de etiquetas afins. Isto a despeito de qualquer problematização mais a fundo do intercruzamento entre o tema ambiental e a desigualdade na distribuição do produto econômico mundial. A situação dos povos indígenas é o exemplo mais dramático da infusão entre os interesses de preservação e exploração paisagística, até porque funciona como moeda de negociação, estando aliada ao aumento da especulação

imobiliária promovida por grandes grupos empresariais e incorporadoras imobiliárias (Procópio/1992, p: 134):

> Do modo como as coisas caminham, agora é só ceder às pressões por parte dos poderosos agentes da indústria do turismo que também querem que se conservem as tribos afastadas do civilizado e no estado mais rústico possível. O capitalismo avançado e moderno sabe que escravizar índios não rende como antigamente. Nada então de amansar índios, de integrá-los, porque quanto mais selvagens, mais dinheiro renderão. As elites atrasadas brasileiras ainda não se deram conta disso. Quanto mais rústicos e primitivos, melhor para despertar a atenção e curiosidade do turismo rotulado de ecológico, aliás o futuro do novo tropicalismo. Só assim valerão como peças atraentes e necessárias ao *décor* tropical do turismo dito ávido dos mistérios, do primitivismo acolchoado e das sensações novas da selva. (Procópio/*Op. cit.*, pp:142-3).

O inconveniente no tratamento maniqueísta reservado pelo autor – e compreensível à luz da proposta de polemizar e denunciar – reside no desperdício das próprias indicações, devido à modelagem dicotômica empregada na argumentação, enfocada no problema a partir da polaridade "Norte" rico e desenvolvido *versus* o perifericamente arcaico "Sul". Escapa-lhe a possibilidade de mensurar a extensão da interdependência funcional e institucional, caso considerasse o fato de o turismo integrar-se já, naquele instante, aos esquemas das "elites atrasadas brasileiras". Basta para isso, avançar alguns parágrafos do seu texto e ler:

> Com o otimismo e fantasia que não faltam aos caçadores de divisa fortes, não é demais imaginar para breve o pulmão do mundo cheio de indígenas saudáveis, nus e pintados fazendo rondas noturnas com assovios ou gritos de guerra em torno dos hotéis flutuantes com ar-condicionado. Será a delícia e êxtase dos leitores do autor de língua alemã mais lido no mundo que é Karl May ou os fãs de Indiana Jones. Como fonte de renda, na rubrica ecológica, finalmente se terá encontrado a soluções dos problemas amazônicos, bem ao gosto da prosperidade e curiosidade do rico cidadão do Primeiro Mundo.
> A Empresa Brasileira de Turismo e a Varig mostram bem perceber a preferência de sua clientela. Os vídeos que apresentam do Brasil nas bolsas e exposições de turismo, 70% do tempo falam da Amazônia com seus indígenas e queimadas. Isso é uma amostra do começo cínico de outro fim. (*Op. cit.*, p: 143).

Tomando as próprias informações arroladas por Procópio, diria que, acopladas às políticas públicas para o setor e em resposta às pressões do encadeamento composto por membros da iniciativa privada e ainda pelos representantes dos poderes estaduais, até mesmo dos municípios, as iniciativas de descentralização turística (fossem as imagens ou destinações do "Destino Brasil" – na época, concentradas no Rio de Janeiro) vão ao encontro do novo recobrimento discursivo sobre a Amazônia, na virada da década de oitenta para a atual. Neste contexto são ventiladas as expectativas de investimentos imobiliários, entre outros do setor hoteleiro, que deveriam se abrir

para o Estado do Amazonas. A capitalização eleitoral desta virtual "janela de oportunidades" foi canalizada pela facção elite da política encabeçada por Amazonino Mendes, à frente da administração pública naquele momento. O dado concreto da estratégia e o pontapé inicial se materializam na construção do Bumbódromo. Sem dúvida, o soerguimento do Sambódromo carioca, quatro anos antes, servira de modelo ao propósito visando compatibilizar o seqüestro populista, para fins eleitorais, de uma manifestação da cultura popular já de amplo reconhecimento regional com o incremento da atividade turística no Estado, colocando-o no mapa dos visitantes domésticos, principalmente, do roteiro de transatlânticos decididos a percorrer o leito do Rio Amazonas. Dotado de camarotes, tribuna de honra e cadeiras especiais, o complexo arquitetônico preenche, na grandiosidade das suas dependências, requintes obedientes aos requisitos de conforto e segurança, para atender um cliente identificado como exigente. No enxerto do depoimento para o autor da Secretária Municipal de Turismo de Parintins, Neide Cardoso, a mudança no modo de denominação traduz a intensificação do novo cliente: "O 'visitante', como nós costumávamos a chamar, passou a ser o turista. Antes ele chegava dia 27 e ia embora dia 30. Hoje, não. Os turistas começam a vir uma ou duas semanas antes. Na verdade, eles não vêm só pra assistir a festa. Eles vêm pra conviver com a comunidade. Eles passam mais tempo."

O Bumbódromo foi o portal suntuoso pelo qual o poder público estadual aprofundou sua presença no Festival. Apesar dos atropelos provocados pelo revezamento entre diferentes facções políticas, ao longo da década de noventa se observa constância na atitude do governo do Amazonas em apoiar a realização do evento, manifesto na manutenção do grande espaço de apresentação. A incursão no plano urbano obedeceu ao seguinte critério: caberia ao Estado dotar a cidade de infra-estrutura para receber os turistas. Tendo a coordenação a cargo da Secretaria Estadual de Cultura e Turismo, em conjunto com a Empresa Amazonense de Turismo (Emamtur), diversos outros órgãos têm sido mobilizados[xxiii]. Dois hospitais foram concluídos. O porto teve sua escala ampliada. Obras de barragem foram realizadas em algumas das encostas à margem do rio, onde o tratamento paisagístico torna a área um mirante à contemplação do leito do Amazonas beirando a outra margem coberta pela floresta. Houve o empenho de sinalizar com 80 placas a trajetória do turista pela cidade, indicando-lhe bares, restaurantes, sedes dos Bumbás, localização da grande arena, etc. Para atender o consumo de energia no espaço durante as noites de apresentações – cada Boi chega a consumir 150 KWA nas suas exibições –, a única central termoelétrica da cidade foi dotada de duas novas subestações geradoras, com a finalidade de

evitar "apagões". Com vistas a suprir a carências de mão-de-obra qualificada para as atividades turísticas, o Estado estabeleceu convênio com o Sebrae. No acordo, cabe a última entidade oferecer os técnicos para os cursos de gastronomia, *marketing*, atendimento ao público, artesanato, turismo receptivo, iniciação empresarial, qualificação na prestação de serviços, trabalho em equipe, entre outros, oferecidos a candidatos às vagas no subsetores de hotelaria, agência de viagem, restaurantes, bares e similares. Porém, a maior dificuldade verificada estava e permanece na área de hospedagem, na medida em que se intensificou a interdependência entre o Estado do Amazonas, a Embratur, as operadoras e as duas agências turísticas locais. Os nove hotéis da cidade são incapazes de suportar o fluxo crescente de visitantes e, não dispondo de meios capazes de sensibilizar a imediata investida da iniciativa privada, optou-se por alternativas de alcance médio, mas com resultados imediatos. O programa *Cama e Café* – financiado com recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento – é o carro-chefe das iniciativas. Consiste em um empréstimo no valor de R$ 15 mil, a serem pagos com taxas anuais de juros de 6,0%, num prazo de 10 anos, para moradores interessados em construir no terreno das suas casas *suítes* (dotadas de ar-condicionado), estando ainda obrigados a oferecer o café da manhã para o visitante-cliente. Até o último ano, 180 suítes foram construídas, segundo dados da Secretária de Turismo. Todas as iniciativas estão agrupadas sob a justificativa do fortalecimento da economia municipal, "valorizando aquele que é o maior talento da cidade, fazer folclore" (Informativo da Secretária Estadual da Cultura e Turismo/junho de 1999).

No plano interno ao espetáculo, sob a forma de subvenções às entidades de Boi-Bumbá, o Estado contribui mais diretamente para o "talento" folclórico parintinense. De modo tácito, aquelas se comprometeram com a maior elaboração dos móveis artístico-lúdicos levados à arena. Outros auxílios governamentais contribuem no reforço da receita dos Bois. De um lado, o Estado subsidia a distribuição de lugares nas arquibancadas, onde são alocadas as "galeras" de cada um dos Bois, correspondendo a um dos itens julgados. Por outro, o aval do governo amazonense facilitou, em 1994, a aproximação do Festival aos instrumentos de benefícios fiscais, no apoio empresarial às produções culturais, utilizados pelo Ministério da Cultura. Poder-se-ia falar o mesmo do sucesso nas negociações culminando no patrocínio da companhia Coca-Cola[xxiv] e com as redes de televisão, para a transmissão televisiva, primeiro regional, hoje de alcance nacional (Rede Amazônica e, depois, TV Crítica interligada com o SBT). Já a liberação de empréstimos públicos para que ambos – Caprichoso e Garantido – adquirissem terrenos, permitiu a construção

de sedes (os currais) e áreas para ensaios em dimensões mais extensas, que as então existentes. Áreas capacitadas a recepcionar maior número de freqüentadores nas festas realizadas sextas ou sábados, ao longo do período pré-evento (de abril a junho), quando o lucro obtido com a venda de ingressos e de bebidas é canalizado para a preparação das exibições. Às margens do rio Amazonas, dispondo de um pier próprio, herdado das instalações de uma antiga fábrica de beneficiamento de juta (80 metros de largura e 120 de comprimento), o Garantido abrigou em dois galpões a "Cidade Garantido". Aí, no maior, funcionam os escritórios administrativos, as salas de reunião e criação, os atelieres e o grande pátio reservado à produção das composições alegóricas. No menor estão os QGs para o fabrico das fantasias das tribos masculinas e femininas e dos tuxauas[xxv]. O Caprichoso montou uma estrutura de maior envergadura, graças ao investimento tenaz no patrimônio imobiliário. Ao novo curral, estão somados: o prédio do antigo curral, onde estão os escritórios da diretoria mais o almoxarifado, e ainda dois grandes galpões para a montagem das peças alegóricas e fantasias.

Se a interferência do poder público estadual na festa dá propulsão à capitalização imobiliária dos Bumbas, esta responde às exigências provenientes da dimensão estética operística do Festival. E exatamente para viabilizá-la, no rastro da departamentalização das entidades e na transformação destas, em 1995, em associações folclóricas, cujo *status* jurídico as permite gozar dos privilégios das leis de benefício à cultura, vem adquirindo importância uma ampla engrenagem burocrática e administrativa ocupada com a gerência dos recursos financeiros e com o controle das muitas instâncias de criação e produção responsáveis pela concretude do espetáculo no Bumbódromo. Em linhas gerais, a composição do organograma administrativo tem o seguinte perfil. Além da presidência, vice-presidência, as diretorias: jurídica, administrativa, financeira, de patrimônio (prédios e maquinários), *marketing*, estratégia (regulamento, jurados); secretários, conselho fiscal e a comissão de arte. As entidades primam pela separação entre a parte administrativa do que chamam "setor artístico". A cisão é sugestiva, já que a separação e disposição das competências em âmbitos especializados sinalizam o esforço de lidar com a complexidade crescente intrínseca a extensão social e cultural do evento, porém descortina um modelo organizacional de cuja hierarquia se depreende o esquema de equilíbrio de poder gerenciador das aquisições, regulando o trânsito e posição desta no interior do Festival.

Nesse sentido, traço em linhas gerais a dimensão produtiva do lúdico do Bumbá. Fora do período pré-evento, quando são abertas quase 700 vagas nos galpões e QGs, o número de

funcionários fixos não ultrapassa 14 pessoas, entre os quais se incluem os vigias e aqueles empregados na secretaria, no trato com os computadores e no almoxarifado. No preenchimento dos quadros técnicos, observa-se o conluio entre cotejo às determinações da tradição e o reconhecimento do mérito para o exercício do cargo. A breve descrição da trajetória do diretor jurídico do Garantido Telo Pinto no interior da instituição permite vislumbrar melhor esse aspecto. Sua presença na diretoria transcende aos encargos do trabalho jurídico. Nascido no seio de uma família de torcedores do Garantido e criado nas suas vizinhanças, na região da Baixa do Santo José, desde 1987 iniciou-se como brincante de tribo. Por outro lado, entrou para Caixa Econômica e, posteriormente, ingressou na Prefeitura, atuando sempre como operador de computadores. Em razão do envolvimento com as questões relativas à estocagem, sua inserção na área administrativa do Bumbá foi principiada colaborando no almoxarifado e daí passou a fazer as compras do Boi. Mais tarde, ele se tornou coordenador de tribos e capacetes, estando a seu serviço observar a distribuição de matérias, supervisionar a concepção e execução das fantasias. A experiência o capacitou ao convite para integrar a Comissão de Arte. Entre as atribuições, deve cuidar do setor de informática da comissão, incluindo da programação ao arquivamento de todos os expedientes a serem montados no Bumbódromo: pesquisa, pinturas, desenhos, projetos, plantas baixas. Aliás, Telo é o agente principal por trás da informatização que está fundindo as partes administrativa e artística numa única estrutura. De um computador simples, o Garantido já conta, desde de 1999, com mais três, interligados em rede e distribuídos pelos escritórios da presidência e diretorias e ainda na sala de arte. Aí o equipamento é mais potente e dotado de recursos diversos, permitindo o manejo com vários programas gráficos. Em razão da especificidade da sua posição, situada na encruzilhada artística e administrativa, na escuta do cotidiano diário de diretor, ao longo do ano, temos um retrato do processo de preparação da festa e os atravessamentos que o faculta:

> Depois do Festival, vêm as festas. Depois, começa o processo de elaboração de contratos, rever os convênios, reavaliar o Boi que passou (assistir várias e várias vezes o do ano passado), pra gente vê aonde errou, pra acertar. Aí vem o processo de escolha das toadas. Então, depois das toadas, aí começa o processo do Boi, porque o Boi parte das toadas. Nunca é idealizado um Boi pra depois mandar pras toadas. Não! Espera que as toadas que os compositores mandam pra gente e em cima delas, a gente monta o Boi. A partir daí a gente começa a editar o Boi de arena. Casar isso com isso. As fantasias. Fazer o trabalho de pesquisa. Porque, antes, o Boi era uma coisa assim muito folclore ao extremo. De o cara inventar uma coisa e botar lá e pronto. Hoje, nosso processo é bem diferente, procuramos fazer um trabalho bem fundamentado. A gente vai mostrar um ritual, a gente quer saber a fundamentação do ritual: o que acontecia no ritual, os elementos que o ritual tinha. Sempre trabalhar em cima da coisa, nunca viajar demais. Claro que a gente estiliza um pouco. No caso das

tribos é estilização pura. Mas botando três, quatro tribos no Bumbódromo. Tivemos bastante tribos com o índio bastante nu, com uma tanga, cocazinho, na realidade do índio na tribo – que poucas tribos têm isso hoje, mas as tribos do Xingu usam roupas indígenas mesmo, roupa pequena. A gente procura mostrar isso. Mas no geral tem a tribo...que a cor a tribo usava? A tribo usava amarelo e verde. Então vai amarelo e verde.
A comissão de arte pega cada toada e começa a editar coisas. A gente monta o ritual. O ritual tem esses elementos: uma montanha, uma cachoeira. Tem uma estrutura. Quando o artista vem, ele monta tua estrutura e procura enriquecer. No caso das tribos, a gente pesquisa as tribos e ver uma coisa forte: tem um atribo que tem um cocar bonito. Vamos reproduzir esses cocar. E assim agente leva em torno de 18 alegorias por noite, 12 tribos (uma é coreografada) e dez capacetes (tuxauas), sendo cinco de luxo e cinco de originalidade, mais 450 na batucada. A galera concorre. O Boi oferece o suporte material, isto é, chapéu, pompom, bandeira, vela, camiseta. E é coreografada. Antes era mais solto, fazia o que viesse, o que o Paulinho (apresentador)...Havia uma integração com o Paulinho e a galera. Como o Boi ficou muito grande, com muita coisa, o Paulinho ta aqui, apresentando um item e a galera ta morrendo. Esse ano, colocamos um pessoal embaixo, nas cadeiras, e ficou um rapaz fazendo coreografia de galera e levantava. Levantava o chapéu e a galera levantava o chapéu; levantava o balão e todo mundo levantava o balão; levantava o pompom; colocava a luz vermelha...E na hora que o Paulo se direcionava para a galera (e o Paulo tomava conta): "Levanta a mão vermelha! Levanta a mão branca!". Pra tudo isso, nós gastamos dois milhões e pouco, o que antes fazia com um milhão e 700.

Há no trecho uma superposição de planos, ancorados no pressuposto na passagem do "folclore mesmo" para o profissionalismo; quer dizer, o deslocamento de tempo da improvisação e do descompromisso para outro do rigor e da precisão, daí porque a urgência dos controles e da concatenação das atividades, na medida em que o ritmo é ditado pela escassez do tempo cronológico da produtividade. Entre as tantas informações arroladas no depoimento, portanto, é curioso observar a correlação do visual e o musical com vista à obtenção de uma plástica de impacto, no instante em que esta plástica aparece como um princípio gerador do próprio fazer da festa, afinal o "Boi" consiste no espetáculo a ser apreciado, a razão de todos esforços sistematicamente canalizados. Deste modo, a plástica compreende um parâmetro perseguido pelos idealizadores da encenação, mas simultaneamente os constrangendo na busca de formas mais realistas ainda que, também, sejam obrigados a estiliza-las. Isto faz da pesquisa um instrumento fundamental, porque a originalidade deve estar casada à capacidade de provocar efeitos nos olhos de quem a frui. O trabalho no setor de coreografia é o mais sugestivo, já que deve responder às pressões advindas dos planos rítmico-musicais e cênicos. Desde aí, na especialização da participação no conjunto da cena, estabelece-se uma primeira divisão interna: existem os coreógrafos de arena e os responsáveis pelo Boi "aeróbico". Os últimos cuidam das coreografias apresentadas nos shows anteriores ao evento, apresentadas nos ensaios nos currais ou nas festas realizadas em Manaus – ocasião quando as duas associações granjeiam recursos

adicionais importantes para as suas receitas[xxvi]. É do interior desse público que sairá a galera das arquibancadas. Com esses participantes, o acento é posto, então, no manejo pendular dos braços e nos saltos. Já no palco, em média, um Boi leva para a arena de 700 a 800 brincantes de tribo por noite. A tarefa do coreógrafo e da sua equipe consiste em sincronizar os movimentos destas pessoas, concebendo e ensaiando coreografias específicas para cada uma das tribos, sobretudo aquela que concorre ao item específico. Agora, uma outra segmentação se dá na atividade: de contornos mais simplificados, são criados movimentos para as chamadas "tribões", compostas de turista que chegam na véspera do Festival e são ensaiados em um ou dois dias. Já as danças centrais às cenas do Boi, levam até três meses de ensaio. A concepção deve aliar a singularidade do tema ao ritmo fremente de uma plástica capaz de atiçar e fisgar os olhares. A montagem da "ópera amazônica", em que consiste o Festival, esta baseada no permanente trânsito entre um "moderno" interpretado à luz dos limites locais, o qual, por outro lado, converte o regional num estilo. Em Parintins, o elemento indígena é convertido em estilo do espetáculo, peça idiossincrática do maravilhamento. Originário do universo das escolas de samba de Manaus, Ricardo Perrite, coreógrafo-chefe do Garantido, descreve as facetas da concepção e preparação do corpo de baile do Boi:

> A referência é, primeiro, com o ritmo da toada. A gente vê a parte mais agressiva, pra que você trabalhe com o jogo de braços. Quando se trata de tribo pra arena, a gente vê qual é a toada, qual é o tipo de tribo que se está em pesquisa, faz-se uma pesquisa da origem original dessa tribo e a gente faz uma volta no tempo. A gente pega o tradicional com a modernidade, pra que não fique aquilo muito repetitivo. A modernidade seria uma coreografia com mais agressão, mas sem sair da tradição. É uma coreografia cênica, um pouco mais ritmada, pra poder ganhar um pouquinho de movimento. Porque se você pegasse uma coreografia indígena mesmo, tribal, você ia ver que ela é baseada de uma batida somente, o "uca-uca", que nós chamamos. Então nós pegamos o uca-uca e faço os movimentos mais atuais. Sem sair da tradição. Eu vejo qual é o estilo de movimentos de braço, se há agito ou não há, se é dançado em linha ou não, e vou ajeitando pra poder chegar. Trabalho mais pela parte cênica. Não só pela parte cênica, mas o índio também em alguns movimentos no dia-a-dia. Então observo muitos detalhes e trago pra um lado mais cênico. Como se ele, de repente, toda vez, ao avistar uma caça, ele baixa e faz um formanto como se tivesse preparado para acuá-la. Então isso aí já te dá um movimento diferenciado. Tu traz isso pra dança bem cênico, aproveitando o movimento uca-uca.
> Mas, na montagem da coreografia, primeiro temos que ver o protótipo, a fantasia, pra ver se aceita determinado movimento. Eu não posso criar uma coreografia sem saber qual vai ser o figurino. Porque o efeito visual na arena é que determina. O movimento das costas é mais importante que o corpo.

Os maneios decorados por penas e empanamentos, ressaltando as formas desnudas dos corpos, estão realçados pelas molduras alegóricas.Epicentro do incremento da racionalização técnico-administrativa e do aumento seja no volume ou da complexidade produtiva da estrutura artístico-lúdica, os componentes cenográficos e indumentários do folguedo inflam, tornando-se a face teatral, agregando o apelo intenso aos sentidos com o dado particular, mas estilizado, da paisagem amazônica. São os nichos cênicos à metamorfose do Boi num evento grandioso, graças aos diálogos acionados com tradições distintas, mediante ao raciocínio sincrético que o preside. Aí o tecnológico esposa o colonial e o ameríndio, como delineia Assayag:

> Os pajés precisam subir nas montanhas sagradas, para conversarem com divindades. Precisam adentrar templos e queimar fogueiras. Precisam dançar no alto, mais perto de Tupã. Precisam domar feras gigantes e intimidar inimigos ferozes. Precisam do efeito das alegorias.
> A cunha poranga vai mostrar sua graça, beleza e encanto no alto, tocando a galera e trocando vibrações de perto. Seja ela a Maheíco dos Karajás, a Sisa dis Aimará, Aira-Uapé dos Tucanos ou a Onimuá-Sapé dos Muaé, tem que mostrar sua dança imponente para todo o Bumbódromo ver e aplaudir. A criatividade alegórica faz o centro do seu palco.
> Os índios precisam mostrar suas malocas, dar volume às lendas e exibir seus bichos e peixes. Os caboclos vão remar suas canoas e mostrar a devoção em suas capelas. Precisam encenar a caça, a pesca e a farinhada. Precisam da alegoria.
> Os rituais chocantes coreografados por variadas tribos indígenas e entoadas pelo canto forte do gênero complementam-se na pajelança, enriquecidos do elemento alegórico. A alegoria é imprescindível, hoje, na festa do boi, como o são a cunha poranga, a rainha do folclore e o pajé. (Assayag/1995, pp: 40-1).

É consensual entre os envolvidos com o Boi-Bumbá de Parintins que o incremento alegórico dos últimos anos está correlacionado à intervenção do artista plástico Jair Mendes. Brincante do Boi Garantido, sua primeira função era dançar debaixo do boi de pano na década de setenta (no papel do tripa). Contudo é preciso identificar a moldura das soluções criativas do agente. Participante de um evento-concurso subordinado à obrigatoriedade de convencer e comover, na década de setenta, Mendes incluiu na apresentação alguns efeitos cênicos para garantir maior impacto ao seu desempenho na arena – painéis pintados à mão os quais eram violados pelo salto inusitado do boi de pano, ou algum outro artifício ilusionista, à maneira de artefatos que abertos, deixavam vir à tona uma frase de saudação, ou o emprego de painéis pirotécnicos. O ímpeto em produzir materialidades capazes de maravilhar a platéia, contudo, tomará o caminho oferecido por um traço cultural da região: as lendas indígenas, sobretudo as relativas ao personagem da Cobra Grande. Aprofundando as potencialidades plásticas e de flexibilidade sugeridas pela forma, Jair Mendes – que confessa ter visitado e transportado

técnicas das escolas de samba cariocas – traz a carnavalização mediante a adoção de uma estética do maravilhamento do olhar, pela exuberância cromática e proporções semoventes dos elementos cênicos. Para isso irá ousar na criação de figuras de seres fantásticos cada vez maiores, dotadas de efeitos vários (luz, cor, som e cinética), incorporando matérias-primas variadas (Valentin e Cunha/1998, p: 131). As personagens das lendas regionais são fundidas ao repertório de imagens das séries televisivas ou dos filmes de ficção científica. O sucesso junto à audiência ativa a demanda pela complicação crescente da feitura e agrilhoou o conjunto do folguedo à necessidade alegórica. A pastelagem feita a partir da combinação entre a papa de mandioca e o papelão e sustentada por armações de bambu, foi substituída pelo isopor e o uso dos tubos metálicos, do recobrimento de madeiras, dos geradores de energia para alimentar as luzes. Assim, técnicas são definidas na esteira da sedimentação cotidiana de um processo de trabalho para concretizar o volume e extensão (ambas permanentemente acrescidas) dos cenários – montagem da ferragem dos módulos, revestimento com a madeira e decoração. De igual maneira, a mão-de-obra tanto aumenta em número quanto se complexifica: novos artistas e artesãos para desenhar, cortar, pintar, manejar ferro, vidros, palhas, tecidos, penas, plásticos, entre outros; soldadores, iluminadores, costureiras, bordadeiras e muito mais, numa rede envolvendo diretamente cerca de cinco mil pessoas e um número incontável, se considerada a extensão da rede interlocal.

Hoje, a preparação das três exibições de cada Boi emprega, precariamente, no período pré-evento, em torno de 600 pessoas em seus galpões. O Boi-Bumbá se torna o almejado mercado de trabalho numa cidade com graves deficiências de emprego, com predomínio das sublocações e com a média de rendimentos inferior ao salário mínimo[xxvii]. Entre os jovens o quadro se agrava. Embora o município apresente uma taxa de alfabetização de 9,3%, os 12 mil habitantes na faixa etária dos nove aos 18 anos ostentam índices de evasão escolar de 14,7% e de 36,9% de repetentes. Ao mesmo tempo, a baixa qualificação favorece a captação de trabalhadores baratos, em grande medida composta desses jovens – algo em torno de três mil no geral (ver Ribeiro Júnior/1999, p: 16) –, por parte de ambos os Bois. Infladas em sua importância no folguedo, pelo fato de corresponderem à chave para a economia de signos e espaços, a função estética e a ideologia da genialidade artística intrínseca ao povo parintinense se aliam com a estratégia de seleção dos artífices fundamentais à produção artístico-lúdica e também às táticas de sobrevivência de amplos contingentes humanos imersos na insegurança da informalidade e da desigualdade de recursos socioeconômicos. Cito três casos, entendo-os ilustrativos porque

condensam a ambigüidade interna ao existir da festa contemporânea: relato de modo breve as trajetórias: de um jovem artesão, a de alegorista e do ator responsável pelo ritual do pajé.

Incluída nas atividades da Diocese, a escolinha de artes coordenada pelo padre italiano Miguel De Pascale[xxviii] oferece cursos gratuitos para meninos desde os 11 anos de idade. São iniciados em pintura e escultura, além da catequese. Em média as turmas são de 50 alunos. E eles prestam serviços remunerados à comunidade – o conserto de estátuas ou a venda de peças sagras. Entre os alunos, encontramos Patrick Lima Colares (19 anos). Conta-nos que a indicação para o curso se deveu a um artesão ligado à Associação de Artistas Plásticos da cidade. Ao chegar ali não conhecia nenhuma técnica artística; atualmente é capaz de ingressar no QG do Garantido, onde ganhou R$ 50 trabalhando com esculturas e pintando isopor, durante dois meses. Estava cursando o segundo ano do segundo grau, na ocasião da entrevista. Contudo seu projeto de vida é ser contratado por alguma escola de samba de Manaus ou São Paulo, ou "até quem sabe" do Rio de Janeiro. Quer seguir os passos de Juarez Lima, nome afamado na cidade: depois de anos no Boi, o artista local transferiu seu talento para escola de samba paulistana Rosa de Ouro e obteve notas máximas dos jurados do quesito alegoria. Juarez, como muitos outros, também iniciou sua formação naquela mesma escolinha, identificada em vários depoimentos como a fonte artística de Parintins. Patrick, filho mais velho entre quatro irmãos, vem de uma família cujo pai abandonou a venda de frutas para confeccionar peças artesanais vendidas como souvenires para turistas. Patrick vacila quanto à lucratividade desse comércio: "Isto só acontece se os turistas não tiverem acesso a outras oportunidades de ofertas de coisas assim".

Jovens como Patrick estão nas bordas de um funil de apertado gargalo constituído pelos efeitos da modernização recente da Amazônia, aludidos acima. Se desde de o início, a maneira como se deram os cultivos na região não propiciou o desenvolvimento de um artesanato rural, subordinando assim o campo à cidade e esta aos mercados distantes do Sul e Sudeste brasileiro, a desorganização e em alguns casos, como o foi da juta, a dasativação do pólo produtor, forçou o êxodo rural às capitais – sobretudo, Manaus – ou a núcleos urbanos de menor porte e igualmente fragilizados pelos mesmos percalços. Parintins conhece o encerramento das atividades das firmas beneficiadoras da juta, na contrapartida do desaparecimento das lavouras desta planta. A escassez do pau-rosa redunda no declínio da prática extrativista e põe em crise as fábricas de destilação do óleo. Eis o lado obscuro da fulgente ascensão do Festival Folclórico. Não é exagero a frase "Parintins vive do Boi. Não tem indústria. A indústria que tem aqui é o Boi". Seu autor pertence ao

topo almejado por Patrick; Carlos Alves faz parte da elite de artistas em volta dos quais se formam grupos de outros artistas de menor prestígio, iniciantes e artesãos. Sua entrada, em 1987, na preparação do folguedo ocorreu igualmente no improviso e de "orelhada", observando a atuação dos mais experientes nas buscas de alternativas diárias ao trabalho no interior dos galpões, em um momento quando a remuneração e a especialização das funções eram insignificantes. O aprimoramento veio com a convivência alongada neste espaço. Ainda no seu depoimento para o autor, confessa que experiência adquirida atuando como *DJ* ajudou, afinal aprendeu a lidar com efeitos de fumaça e iluminação nos bailes de clubes, posteriormente galvanizado o acervo de saberes no espetáculo de arena. Outra contribuição importante, segundo recorda, foi colhida no tempo em que trabalhava com o pai numa oficina mecânica (consertando e estudando as engrenagens dos automóveis). Daí extraiu muito do que emprega na elaboração da parafernália mecânica dos movimentos das peças alegóricas, no manejo com a robótica, técnica no emprego de tubos articulados na criação dos efeitos de movimento das peças. O somatório desses fragmentos encontrou na ocasião de confecção da festa um espaço de totalização, obedecendo à necessidade de fabricar encantamentos, porém gozando de poucos recursos materiais mais especializados e financeiros. Atesta, o produto final hoje é uma combinação complicada de muitos fatores:

> No Bumbódromo que você têm o produto final. Lá entram elementos como a fumaça, a iluminação, efeitos especiais. Tem você que criar efeitos. Ter conhecimentos de iluminação na própria alegoria. Tudo isso fica por conta do artista. Nós colocamos iluminação no Garantido em (19)97 e de lá pra cá tem crescido muito. Por que é uma necessidade natural. O ritual, por exemplo. Ele não pode ser no claro. E a iluminação tem que ser de vanguarda. Tem um equipamento que a gente ta buscando em São Paulo. Nem sempre a gente conta com infra-estrutura. E aí que entra a criatividade do parintinense: a gente inventa. E quando dá, a gente testa para vê se atinge não o efeito esperado mas algo que chegue próximo. Algumas alegorias chegam a 12 metros de altura. Nosso galpão é baixo. E se botar lá fora, pra fazer o ensaio, perde o impacto. Não é como no cinema, que dá pra voltar e filmar de novo. Boi, você bota os módulos lá dentro (da arena) e você tem 20 a 50 minutos pra dá certo. Se deu, deu. Se não deu, tu tira e vai embora. Porque tem outro trabalho que vem e tudo é dentro de um tempo real. E tu não pode tomar o tempo do outro. São seis, sete estruturas, mas variam de acordo com a proposta de cada noite.

Ele chegou a trabalhar em uma escola de samba de São Paulo, porém a interferência do crime e a falta de apoio das diretorias o devolveram a Parintins, onde assegura viver apenas do que ganha no Boi Garantido. Sua função é a do alegorista responsável pela criação e execução do cenário do item ritual do pajé, sem dúvida o momento mais esperado do Festival. No instante do

ritual, interpretando estilizadamente alguma lenda indígena (pesquisada pelas comissões de arte das respectivas associações), invocando forças sobrenaturais, se dá a grande pajelança com o objetivo de ressuscitar o Boi. Sabemos que o ritual é uma das substituições ocorridas na trajetória de mesclas do folguedo entre o Nordeste e a Amazônia. Atualmente, a mesma característica se manifesta. Agora, contudo, a mestiça tradição cabocla do Boi-Bumbá se deixa engendrar pelas habilidades e recursos técnicos de outras modalidades de espetáculo para potencializar seu impacto cênico, sintético do festival de formas, cores e movimentos. No entanto foi das transformações no plano musical da onde fluíram alguns dos fatores decisivos à atual mestiçagem. Semelhante ao repertório do axé music e do forró, a toada tem sido decisivo a abrangência da identidade cabocla amazônica. Isto ocorre, principalmente, quando veiculada nos mídias áudio-eletrônicos, ela viabiliza uma expansão horizontal de valores sintetizados nas construções rítmico-melódicas e nas letras das canções, penetrando os poros da vida cotidiana regional. Por isso, antes de aprofundar a figuração atual da função pagé, abro um parêntese atentando à conexão plástica entre música e visual, na confluência toada e ritual na festa.

Hoje, nas três noites de apresentação, cada uma das duas associações canta, respectivamente, 15 toadas, antecipadamente veiculadas nas programações radiofônicas através da execução do *cd* específico de cada entidade. As canções alinhavam os quadros exibidos, tematizando os itens levados para o julgamento e atualizam esse gênero rítmico-musical do Boi-Bumbá. Porém, as letras não estão restritas a saga de ressurreição do Boi, envolvendo pai Francisco e mãe Catirina. As transformações tomaram forma na década de oitenta com a inserção de um conjunto de novos compositores. Filho de uma das irmãs de Lindolfo Monteverde, fundador do Garantido, Fred Góes vai ser iniciado menino no folguedo. Mais tarde, migrado para São Paulo, torna-se poeta, jornalista e compositor. Nesta época conhece um outro compositor e conterrâneo, Chico da Silva, com quem desperta para as toadas do Boi-Bumbá. Conhece, também, a diversidade musical latino-americana quando integra a banda musical Raices de América. A trajetória o leva de volta a Parintins, em 1985. Aí vai incluir alguns elementos musicais do altiplano andino nas canções de toada (Valentin e Cunho/1998, pp: 121-3). As novidades implicam em alterações sutis no andamento rítmico da percussão, pois é na melodia que ganham maior consistência.Mudam as divisões e a distribuição dos tons, resolvendo outros arranjos harmônicos. O rebuscamento melódico, no instante em que estende a métrica das composições, permite a transformação literária das músicas. Estas se tornam mais descritivas,

relatando o cotidiano insular, nos hábitos de sua gente, a exuberância do entorno florestal e os imaginários místicos expressos em lendas. O mesmo deslocamento estético e sociológico resultante da abertura poética e melódica, na contrapartida da acentuada especialização da função do compositor, propicia a incursão das toadas nas temáticas pungentes do dia-a-dia regional, desde a metade final da década de oitenta, perpassado pelo debate eco-ambiental. O papel do letrista adquiriu importância na estrutura artístico-lúdica do Festival. Embora perseguindo caminho distinto mas coincidindo no ponto de chegada, onde irá ocupar o lugar de compositor letrista, já formado em antropologia, o pernambucano Ronaldo Barbosa chega à Amazônia como funcionário da FUNAI, percorrendo aldeias indígenas. Radicado em Parintins, Ronaldo ingressa no Boi-Bumbá Caprichoso e transfere as atenções nas letras das toadas: em lugar dos personagens tradicionais do auto, as lendas e os dilemas enfrentados pelos povos ameríndios e todo sítio amazônico (Valentin e Cunha/1999, p: 184). Desponta na dimensão musical, de trânsito cada vez mais intenso nos canais da comunicação ampliada, a relevância conferida ao já existente quadro do ritual no folguedo, encontrando suporte na importância assumida pela alegoria e o peso dado por seus elaboradores na estilização maravilhosa das cenas da mata. Transcrevo a letras da toada *Templo de Mona*, considero-na ilustrativa, pois o resgate etnológico oferece subsídios à encenação dos mistérios amazônicos, sugerindo os requintes plásticos, alegóricos e coreográficos: "Paini pajé/ Paini paião/ Eia, eia, eia/ Senhoras das sombras/ Senhores das trevas/ Seguidores da luz/ Faz morada nas feras/ Em todas as terras/ Tempo de Mona/ Eia, eia, eia/ No grito de guerra da escuridão/ Na calada da noite a noite vagueia/ Silêncio na aldeia/ Vai orar o pajé/ Eia, eia, eia/ Mestre de todas as magias/ Sacerdote das feitiçarias/ Das noites sem lua/ Eia, eia, eia/ Proteja minha tribo/ Dos ventos da morte/ Que rios brotam/ Que surgem das águas/ Trazendo a serpente Dinahí/ Vai orar o pajé." (Ronaldo Barbosa)

Ora, o ritual une as pontas estéticas do Festival, pois música e visual se encontram justamente no desempenho cênico da dança do pajé, a expressão enfática da tradição cabocla do Boi-Bumbá parintinense. Sempre às voltas com desafios à sobrevivência das tradições da floresta – representadas, hoje, nas mesclas do auto do Boi-Bumbá –, dificuldades a serem superadas na pajelança, o grande feiticeiro extrai sua força de energias contidas nas cores, memórias e formas do eldorado amazônico. Deixo falar o próprio "pajé":

> O pajé, além de ser uma figura originária do Boi, da tradição indígena da nossa cultura, as tribos indígenas do Brasil – toda tribo têm um pajé, feiticeiro. O pajé é responsável pelos rituais no ápice do Boi, da apresentação. Durante três noites, sempre têm o ritual, que concorre, que é um item

> também. E o pajé entra nesse contexto aí como o grande curandeiro, o grande feiticeiro. Dança, traz a chuva, faz parar a chuva, afasta os espíritos maus; é a dança fertilidade, a dança do alimento e muitas outras danças que têm dentro das tribos, que quem começa toda essa pajelança aí é o pajé, após inalar o paricá (que é uma essência tirada da mata mesmo) e ficar um pouco alucinado e começa a fazer a pajelança.

Valdir Santana sintetiza neste fragmento do seu depoimento para o autor os fundamentos e origem do personagem que representa desde de 1987, nas apresentações do Boi Caprichoso. À maneira de outros, Valdir nasceu de uma família humilde de torcedores e desde garoto toma parte no festejo. Começou em tribos masculinas, mais tarde passando a ostentar as grandes fantasias de tuxaua originalidade. Estilização do comandante guerreiro indígena, a indumentária do tuxaua é muito adornada, com a arte plumária sobre um corsolete de ferro recoberto de fibra, chegando a pesar 35 quilos, a serem carregados sobre as costas. O acesso dele à função de pajé ocorreu na lacuna deixada pela saída de um componente, ponto de partida da estilização visual e coreográfica da encenação:

> E eles não conseguiram encontrar e como eu já dançava muito e já tinha o lado pra dançar – eu danço desde pequeno. Eu dançava na escola; dançava em boi mirim. Eles acharam que eu servia pra dançar no item do pajé, por causa da dança do pajé, danças sofisticadas e que vinham sofisticando mais ainda. Eu fiz um teste no primeiro ano. E deu certo: ganhei o item. Aí segurou todos esses anos. Aí eu consegui ficar. Eu inspirei uma dança própria, mesmo. Foi o jeito como eu dançava. Existiam os pajés no Boi, tanto no Caprichoso como no Garantido. As fantasias eram muito simples e humildes. Era muita palha, cobriam da cabeça aos pés. Ficavam dançando, numa dança como se fosse assim uma pessoa embriagada. O pajé ficava assim: só tombando e capengando. Quando eu comecei esse papel do pajé, eu mudei a roupa. Aí eu botei umas esculturas de monstros na cabeça. Eu já tirei as palhas e fiquei só de saia, aquela sainha de palha. No outro ano, eu já tirei a saia e botei um saiote de índio bem menor, mas já botei uma costa com pena de gavião, de faisão, com penas da região mesmo e umas palhas no rosto, pendurada na armação do costelete. Então eu fui mudando e fui aperfeiçoando tanto na roupa como na apresentação de dança. E eu fui o grande responsável por essa conotação nova do pajé. E hoje tá todo mundo aí fazendo o trabalho que eu vinha fazendo. Agora eu sou o parâmetro deles. Tem um pajé no Garantido e um pajé no Caprichoso (que sou eu). Mas têm outros pajés, que são das bandas de Boi

Antes de mais nada , é na sagacidade contidas nas soluções que encontrou para o ritual que o agente justifica a eficácia da sua empreita e o sucesso obtido. Graças à dança, esteve no Japão, Coréia do Sul, Tailândia e França. Obtém rendimentos extras propondo coreografias para eventos ou ensaiando comissões de frente de escolas de samba na capital amazonense ou, ainda, acompanhando bandas de Boi nos shows que organizam em Manaus ou para pacotes destinados a turistas em hotéis. Contratado do Boi Caprichoso, além de dançar, Valdir é responsável por um

dos QG do Boi, onde coordena uma equipe de 12 pessoas envolvidas com a confecção de tribos masculinas e femininas. Suas atribuições incluem as roupas da porta-estandarte, da rainha do folclore e da cunha poranga, de tuxauas e as próprias vestimentas do pajé. A habilidade de produzir artefatos visuais que, na verdade, impulsionou seu trajeto na festa. Habilidade depurada na alquimia de materiais e técnicas, possível com a mediação entre influências distintas, embora todas comprometidas com o espetáculo. O mais interessante é que, assim como na fala do alegorista acima transcrita, a educação dos sentidos promovida pelos meios de comunicação vinculados ao entretenimento tem relevante papel tanto à reflexividade exercida sobre as matrizes culturais quanto na recriação da tradição para fins de diversão turística, na pavimentação de um caminho profissional específico:

> Quando eu era bem garoto, eu via as coisas acontecendo. Por exemplo, eu via as fantasias do carnaval (eu sempre fui alucinado pelo Carnaval do Rio. Aliás, eu disse: "Se eu não fosse parintinense, eu queria ser carioca."). Eu via essas coisas assim. Não que eu tivesse copiado deles, mas com o Boi aqui, vendo as coisas acontecerem aqui, então a gente teve aqueles reflexos: "Bom, vamos fazer mas não vamos fazer igual. Eu vou fazer mais sofisticado ainda." Então o artista consegue se assegurar não pelas cópias mas pela criatividade dele. E então a nossa região era um pouco pobre nesses materiais. Esses sintéticos – como você percebe nessa arte plumaria – , não têm na nossa região. Têm outros tipos de penas, de dentes, têm outras coisas. Mas através disso, do material daqui, que era muito precário, mas a gente ia buscar na mata daqui. Então tirava os capins, tingia os capins. Tirava as sementes. Então eu já ia criando um outro estilo de material, de originalidade. Que hoje já se faz muito aqui. E até mesmo no Estado vizinho, no Pará, em Santarém, que eles conseguiram adaptar o trabalho que a gente fazia aqui. E eles fazem lá e vem de lá pra cá. Lembranças do Pará...
>
> Bom, com catorze de idade, primeiro me convidaram pra sair numa tribo. Aí eu fui. Mas só saia na tribo quem fizesse sua roupa. Então como já tinha o modelo, a gente só olhava e ia trabalhando. Eu fiz a minha e ficou muito. Quando foi no outro ano, eu achei que devia sair de tuxaua, com uma fantasia maior e mais bonita. Então eu pedia pra um colega meu (ele caçava) pra ele trazer penas de umas aves: gavião, garça, que hoje em dia não se usa mais, por causa da preservação. Mas eu usei muita pena de garça branca, semente de seringa, taquinhos e bambu (que eu cortava e depois envernizava). Então era um trabalho muito artesanal. Na época eu passei umas quatro semanas fazendo. Mesmo porque eu não tinha muita experiência. Eu fiz a primeira vez, quebrou. Então eu tive que botar um material mais forte – o caniço, que dá na mata, que verga mais não quebra. Então eu fiz um tuxaua originalidade, como chama aqui, que é um item. Quando foi no outro ano, já fazia três. Gostaram muito, porque não tinha aquele tipo de trabalho que eu faço. Quando foi no outro ano, eu já fiz 12 e aí eu fui embora. Eles me conheceram e eles foram me contratando mais, mais e fiquei nesse item aí, de tuxaua originalidade. Depois mudei de estilo, pra esse mais artesanal ainda.
>
> Eu vivo disso. Na época eu estudava, aí eu tive de escolher: "Ou eu trabalho ou eu estudo". Se na época, eu tivesse parado de trabalhar e estudado, eu taria desempregado, eu seria um Zé Ninguém. Não daria pra eu sustentar minha família. Seu tivesse estudado e abandonado o Boi, seria mais um, no meio da multidão.

A profissionalização do agente, sem dúvida, é a consagração dos lances ousados que realiza, a partir de uma competente investida nas suas habilidades artístico-lúdicas; lances arrumados coerentemente por um fim alcançado – sua posição hoje no Festival –, ainda que a coerência esteja construída pela narrativa pessoal, com a finalidade de prestar o depoimento para o autor. Contudo não há como desprezar os contingenciamentos intrínsecos às suas formação e escolhas, ou melhor, as contingências traduzidas no sentido que move seus atos relacionados a outros atos e na interface com ações de outros agentes em determinada direção. Basta lembrar que a valorização do trabalho artesanal criativamente reelaborado atende às necessidades de proporcionar impacto nas apresentações do Boi-Bumbá, ainda mais quando a inauguração da nova arena o dispõe aos olhos de turistas, das audiências televisuais e dos anunciantes. Por outro lado, Valdir confessa ter recorrido a um exercício de mesclas na concepção do estilo visual coreográfico adotado no ritual do pajé, intersecionando a pesquisa etnográfica das expressões corpóreas de povos indígenas às soluções mais variadas retiradas da memória da cultura popular de massas, viabilizada, principalmente, com a chegada da transmissão da televisão em rede nacional, na década de setenta[xxix]:

> Eu gosto muito da parte indígena, daqui mesmo da região, do Brasil todo. E nós temos documentários, nos temos fitas. E a gente assistiu. Por exemplo, a TV Cultura tem um programa muito bom sobre a Amazônia, sobre os índios. E eu gosto muito, é muito maravilhoso e a gente aprende muito. Além de'u saber um pouco, através de livros e conversando com pessoas mais velhas do que eu, eu tive o privilégio de viajar uma vez com um tuxaua, Albano Dirá, e conheci umas 12 tribos. E tive o privilégio de chegar numa aldeia e tarem fazendo uma dança da tocandeira, que é um ritual que existe até hoje. Eu achei aquilo maravilhoso. E então a gente viaja com aquilo; quando a gente gosta de uma coisa e a gente vê, a gente acrescenta mais aqui e vai adaptando. Aí vêm filmes que aparecem da Broadway, de Hollywood, filmes de dança, de jazz. Eu era, e sou, muito alucinado por balé clássico, eu acho fantástico. Baryshnikov, tenho ele como uma pessoas maravilhosa. Seu fosse ser um dançarino muito famoso, eu queria ser ele. Por sinal, têm uns amigos meus, de Manaus, que me chamam "Baryshnikov da Amazônia".
> Mas eu sempre tava metido em concurso de dança na escola. Tinha gafieira, tinha o próprio samba, tinha o frevo. Eu lembro que sai na escola, que sai numa dança de frevo. Por sinal a professora me botava no meio da roda pra dançar frevo. Eu me destacava mais que os meus colegas. Eu gostava muito de dançar, eu já convidava outros colegas meus pra dançar comigo. A gente já fazia. Olha, eu faço grupo de dança....fazia! Porque agora eu não faço mais, fiquei muito cansado, enjoado. Eu tive grupo de dança. Eu tinha uma banda de rock, de dublagem. Tinha concurso no maior clube, aí, de Parintins. E eu concorri com a minha banda – foi tricampeã de dublagem. Por sinal, eu era vocalista, era o principal, porque eu não sou besta. Era *couver*, maravilhoso! A gente mesmo fazia a produção, fazia a roupa e ensaiava. E ia pra lá e dava show. E era contratado pelas escolas, em encerramento de curso. As vezes, ia pro Ilha Verde e outras repartições públicas. Sempre fui envolvido com dança, teatro, com essas coisas.

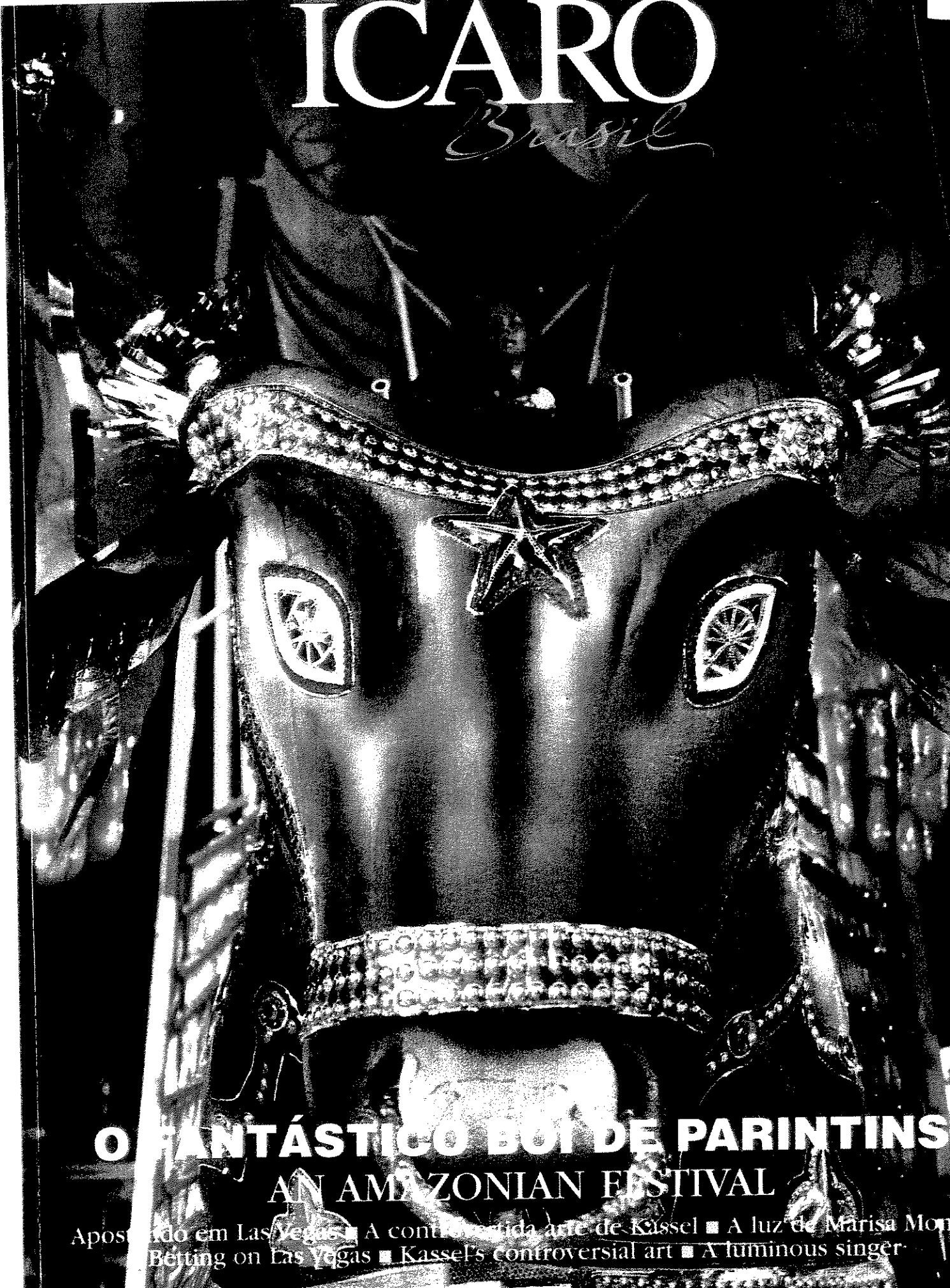
À penetração e ao assentamento de Valdir na posição do pajé conflui uma série de ingredientes nodais à forma de vida metropolitana que será interpretada de acordo com os matizes das condições locais, ou seja, as limitações educacionais impostas pela origem humilde, acentuada pela precariedade socioeconômica de uma região colonialmente subordinada e, ainda, os comprometimentos dos artefatos da tradição do bumbá com a invenção de uma identidade amazônica. O horizonte de materialização artística, ao mesmo tempo, está na contrapartida da interpretação deste texto identitário à luz da mesma tradução da forma de vida metropolitana. Os significados da tradição artístico-lúdica são reinventados pelo sentido do entretenimento, já que o agente os estiliza quando vivifica seus valores e símbolos com a finalidade de realizar um show de grandes proporções. Não somente no que concerne ao retorno monetário; principalmente, a experiência que se consubstancia nas expectativas, compromissos e na satisfação da auto-estima. Elementos frente os quais o agente persegue e dá concretude ao ideário estético, de ser o "Baryshnikov da Amazônia". Mais ainda. O curso do agente ao centro do palco, enaltecido pelo cenário montado na arena, deixa repercutir como o raciocínio sincrético do divertimento popular translitera o auto do Boi, mas o faz na congregação de planos e coações imediatamente localizadas e, igualmente, supostas na amplitude das relações viabilizadoras do evento. Ou seja, daquela ordem de mecanismos do mercado cultural e do entretenimento. Agora, a majestade da cena folclórica impacta nativos e adventícios, ao surgir nos limites insulares da Ilha Encantada, em meio à floresta e na vizinhança do grande rio. Convidado pela publicidade turística, o visitante deve tomar parte na tropicalmente invulgar "viagem fantástica" proporcionada pelo ritual amazônico, de acordo com a reportagem veiculada na revista Ícaro, da mesma Companhia Aérea Varig – ver reprodução a seguir:

> O fato é que, nessa festa, o cavaleiro do boi-bumbá conduz o público para uma viagem fantástica que transcende os limites do Bumbódromo. Logo atrás do estágio corre o majestoso Amazonas em meio à maior floresta tropical do mundo e única via de acesso a Parintins*. A pouca distância da pista do desfile, a realidade também assume contornos fantásticos. Em algum lugar nas redondezas moram índios praticamente sem contato com o mundo civilizado e florescem plantas que nem nome têm. A certa altura, as luzes das lanternas que as torcidas erguem parecem diluir-se na imensidão estrelada da noite amazonense.
> *"A história secular está no ar: a, a, a!"*

* Há aqui uma curiosa e imprecisa informação. O aeroporto de Parintins é local de pouso e decolagem dos vôos regulares da Companhia Penta, percorrendo destinações regionais e Estados vizinhos. Por ocasião do Festival, a própria Varig realiza vôos para cidade, com os passageiros fazendo conexão na vizinha cidade paraense de Santarém. O "esquecimento" do redator apenas reitera o imaginário sobre a distância desta Ilha Encantada.

ICARO

Brasil



O FANTÁSTICO BOI DE PARINTINS

AN AMAZONIAN FESTIVAL

Apost[illegible]do em Las Vegas ■ A contro[illegible]rtida arte de Kassel ■ A luz de Marisa Mo[illegible]

Betting on Las Vegas ■ Kassel's controversial art ■ A luminous singer

> Há um clara diferença entre esta e outras festas tradicionais. Aqui, o que se vê no Bumbódromo não é a mera celebração de uma velha história, de um passado extinto. Não sei nem explicar como, mas os seres e as histórias fantásticas que animam o boi-bumbá estão, de alguma forma, vivos, tão vivos como as mariposas verde-cintilantes que durante o espetáculo teimam em pousar sobre a câmera do fotógrafo.
> *"Gira meu boi, mira as estrelas*
> *Avança mais, passa do rio*
> *Pra poder vê-las."*
> Quem, afinal, venceu o desfile?
> Bem, quase nem importa. Nas duas primeiras noites o boi azul caprichou (sic) na arena, maravilhosamente. Mas, na última, o vermelho entrou com tal garra,tal coração, que terminou arrebatando o título deste ano. Quase nem importa. Nessa guerra de brinquedo quem todos os anos ganha somos nós, os expectadores. Nós que vimos uma festa sem igual no mundo, uma autêntica explosão de beleza em meio a uma floresta sem fim. (Ícaro/*Op. cit.*, pp: 63-4).

A cultura cabocla em confluência com o entorno eco-ambiental compõe o cenário do estilo amazônico de encantar, ali no contexto significacional instaurado na ocasião do Festival. Aí onde a codificação artístico-lúdica das expressões as dispõe no trânsito da globalidade; ócio e negócio pactuam na oferta e procura de diferenças na economia do lúdico, na contraface dos efeitos de extraordinário proporcionado no pacto significacional entre identidade e a sistemática do entretenimento-turismo.

NOTAS:

[i] Situado na terceira década deste século, mais precisamente em 1924, o escritor e jornalista paraense Raymundo Moraes oferece uma descrição das gaiolas que, já na sua época, percorriam as águas amazônicas.O teor do relato, recolhido durante o tempo em que acompanhou seu pai (mestre de embarcação) guarda muito de atual ou talvez fosse melhor dizer: essas naves perenizam um anacrônico ímpeto civilizador de desbravamento, utilizando recursos tão precários quanto é aventureira sua empreita, ao longo de todos esses anos quando se regularizam e intensificam os intercâmbios fluviais na região. Vejamos apenas um trecho da riqueza contida na sua crônica: "A vida, a bordo, revela tudo que há de mais imprevisto e curioso. No primeiro convés, ora de teça ora de aço, além dos guinchos, escotilhas, cozinha, rancho, camarotes de oficiais, casa de máquinas, abotelam-se cargas e quadrúpedes, como sal, querosene, gasolina, tijolo, telha, carneiras, cabras, porcos, burros, bois e vacas. Depois disto acondicionado, carregando baús, trouxas, sacos, embarcam os passageiros de terceira classe, nordestinos contratados para o corte da seringa, e ali se agasalham na maior promiscuidade, amarrando as redes ao lado e por cima dos animais até fazerem um denso trançado, que mal deixa passar a tripulação para a manobra." (Moraes/1987, p: 124).

[ii] Mostra-se sugestiva a proposta de Homi Bhabha de incluir um "terceiro espaço" na agenda dos estudos antropológicos culturais, exatamente para apreender a cultura como atividade interpelante (significante e simbólica), utilizando a noção benjaminiana de "tradução". Já que as culturas, como diz, são *incomensurabilidades*, o processo é sempre, no jogo de confronto entre as diferenças culturais, de

deslocamentos, reconhecendo a incompletude do simulacro elaborado em relação ao original, na sua abertura permanente e avessa à cristalização (ver Rutherford/1996, p: 36).

[iii] Norbert Elias alerta para a intermitência com que a sócio-gênese das ciências sociais interfere no incremento histórico das suas teorizações. Ou seja, inclusas no movimento de emergência e consolidação das sociedades nacionais, as ciências sociais fabricaram instrumentos conceituais e simbólicos que reenfatizam um mundo realizado no primado das nações e das relações internacionais (Elias/1997, p: 130-1). Ainda a respeito, escudado nesta assertiva de Elias, Federico Neiburg chama atenção a essa mesma tendência normativa "naciocêntrica" nas ciências sociais, efetivada nas teorias da "cultura ou da sociedade que têm no seu horizonte, ao mesmo tempo, uma ambição descritiva e prescritiva em relação a ideais de boa cultura e boa sociedade que, de uma forma ou de outra, se referem sempre à sociedade ou culturas nacionais." (Neiburg/1999, p: 45).

[iv] É pertinente uma nota sobre o autor, já que ela contribui à compreensão dos canais de mediação entre os lugares e as instâncias de comercialização turísticas dos espaços. Formado em jornalismo e atuando na carreira da docência universitária, Pellegrini é especialista na temática do folclore, campo no qual defendeu seu doutorado na Escola de Comunicação e Arte da Universidade de São Paulo. E tem publicado artigos em revista como a Revista Latinoamericana de Turismo. Detentor de uma bagagem de conhecimentos sobre um objeto caro à atividade turística – os cursos de turismo possuem disciplinas especializadas em folclore –, profissionais assim compõem um quadro de consultores, ao fornecem tanto o insumo de informação quanto à lógica de incorporação dos bens de cultura (e naturais) aos roteiros turísticos. Por exemplo, em agosto de 1997, a revista Planeta apresentou uma matéria assinada por Pelligrini, descrevendo o Festival Folclórico do Boi-Bumbá como "festa amazônica da ressurreição".

[v] Convencido de que a verdadeira história da exploração ocidental na América tem origem espiritual, Frederick Turner extraí de um movimento longo de "desmitologização" da vida, cujos albores estariam na fixação dos nômades do Oriente Médio como agricultores, as raízes de uma atitude desencantada, anticósmica e antropocêntrica. Postura devotada às classificações, as quais respondem aos modos de segmentar e hierarquizar o entorno, segundo uma lógica dicotômica: céu e terra, corpo e alma, cultura e natureza (Turner/1990, p: 15).

[vi] O acesso a esta publicação ocorreu no Aeroporto Internacional do Rio de Janeiro, neste espaço de passagem e com direto vínculo com os esquemas turísticos. Durante o mês de junho de 1998, estiveram dispostas no alto, sobre as placas de sinalização do trânsito, ao longo da via que dá acesso ao setor de embarque do Aeroporto, pares de esculturas das cabeças de bois, representando respectivamente os Boi-Bumbás Garantido e Caprichoso. No terceiro andar do prédio, em um *stand* promocional, decorado com os motivos da festa. Ali, vestidas a caráter, moças ofereciam material de divulgação do evento e comercializavam fitas de vídeos, *cds* e a publicação citada.

[vii] Apesar de a sede do município estar situada na Ilha de Tupinambarana, os limites territoriais da geo-política da cidade se estendem ao continente, nos seus sete mil 69 quilômetros quadrados.

[viii] Os exemplos a respeito seriam vários, porém uma reportagem recentemente publicada pela revista Veja (12 de julho 2000), tematizando a Ilha de Fernando de Noronha, talvez, traduza melhor a estrutura de sentimentos acima sugerida. A heuristicidade da matéria jornalística advém não em razão de confirmar literalmente a prerrogativa da natureza como ventre materno, mas devido à denúncia realizada contra a maculação do paraíso. Com o título "Inferno no Paraíso", o texto relata a precariedade infraestrutural cujos reflexos conturbam o aproveitamento turístico da localidade e, pior, deixam em área de risco de vida os visitantes. A listagem dos problemas insinua a incompetência dos governantes para administrar aquele cenário naturalmente idílico, ou seja, o dedo humano seria a raiz de todos os equívocos e transtornos. Porém, se pode concluir, a natureza permaneceria plena na capacidade de acolher e ofertar conforto, de posse uma racionalidade vigorosa.

[ix] Entre as três festas regionais visitadas, a do Boi-Bumbá é aquela que conta com maior divulgação visual, seja em materiais impressos ou vídeos, ou ainda na infovia. Ao contrário, do predomínio das imagens acústicas músicas da folia baiana e da oralidade do festejo de Caruaru, em Parintins o festival é uma sugestão para o olhar.

[x] Referindo-se tanto a etnia Ainu, no Japão, quanto aos hawaianos, Friedman observa como o turismo ocupa posição privilegiada no processo de reconstrução da consciência da identidade desses povos. A respeito dos Ainu, afirma: "A totalidade do projeto turístico dos Ainu pode ser visto da seguinte perspectiva, uma manifestação via a forma mercadoria de um largo processo constitutivo da identidade cultural, certamente, o que só adquire maior efetividade se tal afirmação identitária possui alguma existência real para outros (...)" (Friedman/1991, p: 321). Da mesma maneira, Jeremy Boissevan, no estudo sobre a situação vivida pelos habitantes de Malta, desde que a ilha se tornou um concorrido destino turístico, desde a década de 1960 (Boissevan/1998, pp: 108-10), demonstra como o sucesso do desenvolvimento do turismo como um dos efeitos mais sensíveis da globalização não implica tão-somente numa negativa alteração ou transformação da identidade local. Além disso, deixa antevê que não é necessária a contribuição do turismo à produção de (novas) formas de desigualdade internas às e entre as localidades.

[xi] O setor primário da economia municipal, insignificante do ponto de vista das lavouras, apresenta um importante coeficiente na área pesqueira – servindo tanto ao consumo interno quanto participando da pauta de exportação, com o fornecimento dos peixes lisos. A extração madeireira desempenha um papel importante na receita da cidade; o corte é seletivo, restrito a algumas espécies, estando a cargo de agentes independentes a serviço de três grandes serrarias. À exceção pequenas confecções, gráficas e metalúrgicas fabricantes de artefatos de ferro, cobre, alumínio e bronze, as demais microempresas voltadas para o beneficiamento de matérias-primas locais compõem o setor secundário. São madeireiras; fábricas de doces de compotas regionais, além daqueles produtores de sorvetes, charques, embutidos e defumados; olarias; núcleos fabris ocupados com a produção de óleos e essenciais vegetais (do pau-rosa, camaru, copaíba e andiroba); pequenos estaleiros construindo ou fazendo reparos em embarcações para o uso local. Motivados pela posição central à distribuição e ao abastecimento para as comunidades no seu entorno, mais de mil estabelecimentos dinamizam o variado comércio parintinense, entre varejistas e atacadistas. O mesmo setor terciário é constituído, ainda, por um leque razoavelmente largo de prestadores de serviços (cabeleireiros, borracharias, oficinas de veículos automotivos e de equipamentos eletro e eletrônicos). Consultórios e clínicas médicas e odontológicas, escritórios de contabilidade, atelieres fotográficos, hotéis, restaurantes, bares, pousadas e cinco agências bancárias complementam o quadro.

[xii] Costurando os tipos humanos da região no fulcro ambiental, o livro de Assayag favorece uma interpretação concluindo a convivência harmônica ecológica e do ponto de vista sócio-antropológico. No entanto, para isto é deixado de fora os desastres provocados pelo encontro entre o homem e a natureza, entre outros, as enxurradas destrutivas das lavouras ou os reboliços do rio, levando a pique barcos. Mais importante, mostra Samuel Benchimol a incompatibilidade de *ethos* entre o retirante sertanejo, sobretudo cearense, e o caboclo amazônico. Sobre o primeiro, pesa a senha da seca, convertendo-o num aventureiro capacitado à itinerância em busca da sobrevivência e sujeito à subordinação ao esforço mais resignado às formas vis de trabalho e afeito aos misticimos. Para originário homem amazônico, inundado de todos os lados naquele sítio insalubre, esquecido na mansidão geo-psicológica, resta a "adaptação passiva prodigiosa". "Com esses contrastes só poderiam nascer duas psicologias distintas. Dois destinos diferentes, quase sem comunicação. O 'cearense' audacioso, atrevido, falador. O caboclo, frio, suspicaz, discreto. Duas respostas: o cearense vinga-se com a faca; o caboclo, com o sorriso. Mas, distanciados assim, conservaram o que podiam de si mesmo. O cearense passou a viver na Amazônia, mas só a muito

custo deixa de ser cearense. O caboclo continuou igual a si mesmo perante o nordestino, imunizado na várzea. Isolamento geográfico e psicológico em torno deles." (Benchimol/*Op. cit.*, p:173).

[xiii] O sociólogo tem em mente o problema teórico e o dilema político postos às esquerdas intelectuais e militantes, no momento em que incorporam às suas bandeiras de reivindicação o direito à "vontade de diferença", sendo este um lema herdado pelo pela direita da reação ultraconservadora francesa, no combate ao ideário de igualdade humana, o qual fora esteado pela agenda democrática e republicana no movimento revolucionário de 1789 (ver Peirucci/1990, pp: 14-57).

[xiv] Existe uma variação de ano a ano nos itens postos em julgamento, a depender das negociações envolvendo os próprios bumbas, além das reivindicações das entidades promotoras do evento, sobretudo o Estado do Amazonas. Em 1997, foram observados os itens: apresentador, levantador de toadas, batucada, ritual, porta-estandarte, amo do boi, sinhazinha da fazenda, rainha do folclore, cunhã poranga, boi-bumbá evolução, toada (letra e música), pajé, tribos indígenas masculinas, tribos indígenas femininas, tuxaua originalidade, figuras típicas regionais, alegorias, lenda amazônica, vaqueirada, galera, coreografia/organização/animação/conjunto folclórico.

[xv] "O povo de uma ilha no coração da Amazônia exibe sua cultura numa exuberante ópera ao ar livre. É o Festival Folclórico de Parintins, onde a histórica rivalidade dos bois Caprichoso e Garantido transforma-se todos os anos numa disputa estética e apaixonada que hoje atrai a atenção de turistas e estudiosos de todo o mundo. Este livro apresenta os bastidores da festa que vem revelando uma nova face da cultura amazônica: a sensualidade cabocla, a criatividade que produz belíssimas alegorias, um ritmo contagiante e um povo alegre e orgulhoso de sua origem indígena". *(Valentin e Cunha/1999)*

[xvi] À maneira do congênere carioca, o prédio aloca durante o ano um complexo educacional e esportivo, com 18 salas de aulas.

[xvii] A falta de registro recobre de uma aura de obscuridão às origens de uma e outra entidade. Pelo que garantem seus herdeiros, o Garantido teria sido fundado por um migrante maranhense, o vaqueiro Lindolfo Monteverde, nos idos de 1913, quando confeccionou um boi de pano para divertir adultos e crianças, levantando toadas e versos. Sobre o Caprichoso as informações são ainda menos precisas, do resumo da história, parece que foi em 1925, pelo interesse junino de um grupo de moradores de Parintins. Penso que mais interessante é observar a disseminação deste modelo de brinquedo pela região, naquelas décadas iniciais deste século. Interessante porque a exploração e comércio da borracha propiciam a formação de uma elite capacitada a importar ingredientes da civilização européia. Hábitos mundanos de diversão chegam com o traslado e serão as reuniões dançantes combinadas ao, entre outras manifestações, folguedo do Boi-Bumbá. Acoplando o último aos gostos das classes abastardas, fator importe na sua disseminação (ver Daou/2000, p: 41).

[xviii] Concluído o segundo grau, para candidatar-se a vereador, adulto e pai de três filhos, Raimundo Muniz foi presidente da Câmera de Vereadores e ocupou interinamente o cargo de prefeito. Trabalha hoje no escritório da Junta Comercial, graças à indicação de um deputado federal.

[xix] Trata-se da categoria manipulada pelos torcedores e integrantes de um dos Bois-Bumbá para identificar o adversário. Entre os próprios concorrentes e seus, respectivos participantes, existe a percepção da polaridade estabelecida. E esta coloca um na dependência direta do outro, ou como se fala em Parintins, ou Caprichoso ou Garantido existem para vencer um ao outro. Da mesma maneira, a categoria revela a rede de reciprocidades instaurada em torno da disputa e que lhe fornece recursos diversificados mas gerando uma espécie de mapeamento urbano. Porque, tendo a Catedral como limite, de um lado se concentram o maior número de adeptos de um dos Bumbás e do outro lado, os do "contrário". A

incorporação de novos moradores, na esteira do incremento à expansão urbana, nos últimos anos, tem contribuído à diluição espacial desta polaridade. Mas permanece o hábito de, em muitas das casas, as cores das paredes externas serem escolhidas para realçar a preferência e estimular a rivalidade.

[xx] A prefeitura se restringe, hoje, a intermediar as reuniões entre os Boi-Bumbás, quando são discutidos e decididos os itens da disputa. Cabe-lhe, ainda, promover e coordenar o concurso de escolha das telas ilustrativas a serem transportadas para a mídia do cartaz, na divulgação do Festival.

[xxi] Em 1989, na cidade alemã de Berlim, durante o encontro *Amazonientage*, muitos dos participantes defenderam a formação de tropas de voluntários sem distinção de pátria com o objetivo de levar a pique tanto as instalações do Projeto Calha Norte do Exército brasileiro quanto os campos de pouso dos garimpeiros nas áreas indígenas (Procópio/*Op. cit.*, p: 142).

[xxii] Publicado por ocasião da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro, em 1992, o livro *Amazônia: Desenvolvimento ou Retrocesso* é exemplar da legitimação deste novo imã sedimentação das linhas de debates e do jogo político entre forças as forças sociais entretidas na delimitação do significado contemporâneo da Amazônia. Reunindo geógrafos e outros cientistas sociais, os artigos compilados abordam o largo leque de temas, porém todos pisando o mesmo solo da valoração ambientalista do espaço amazônico.

[xxiii] Para a realização do Festival, na verdade, dá-se uma confluência de esforços. Primeiro, após a assinatura de um decreto municipal, uma comissão organizadora é formada. Sendo o presidente, na maioria das vezes, escolhido entre moradores da cidade indicados pela prefeitura ou o próprio secretário estadual de turismo. A vice-presidência é cativa do mesmo órgão, cujas atribuições são deslocadas de Manaus a Parintins. Os demais membros da comissão são representantes dos diversos setores envolvidos (abastecimento, segurança, energia, comunicação e saúde). Equipes de médicos e enfermeiros, ao lado de um efetivo policial, são transferidas momentaneamente para a cidade.

[xxiv] Em vista da identificação de um dos seus produtos com a região (o guaraná) e pela característica carnavalesca da festa, desde de 1995, a Coca-Cola compra a parte majoritária das cotas de patrocínio do evento. Sua participação na festa compõe a estratégia de *markentig* cultural da empresa, escudado nas leis de incentivo fiscais ao patrocínio cultural do Ministério da Cultura. Além do repasse de verbas aos Bumbás, a Coca-Cola atua intensamente na divulgação do Festival. Monta *stands* decorados com motivos regionais amazônicos em grandes *shoppings-centers* de São Paulo, Brasília e do Rio de Janeiro e são apresentados vídeos e fotos do espetáculo e sorteados *kits* (camisetas, mochilas e bonés com ilustrações do Festival). O investimento de maior peso nessa estratégia é a organização de um camarote vip para 200 convidados, entre astros da televisão, esportistas, empresários, *socialytes*, modelos e outras celebridades. Para a oportunidade, a empresa reserva uma área de 15 mil metros quadrados, abrigando um porto e área de lazer, na Chácara Baranda, às margens do Amazonas. Artesões locais são empregados na decoração recriando o entorno, com o uso de materiais naturais: vitória-régia, palhas, bambus, cipós. Aí, por exemplo, a Revista Caras fundeou seu barco dos famosos, posteriormente estampado nas paáginas do periódico nacionalmente veiculado.

[xxv] Ainda neste segundo galpão, uma área está reservada à exibição das roupas usadas pelos brincantes. A idéia é, aproveitando o píer, atracar navios de turistas ali mesmo e oferecer espetáculos durante todo o ano.

[xxvi] As festas eram, inicialmente, a justificativa para o encontro de parintinenses radicados em Manaus. Nessas ocasiões, ao som das batucadas e toadas, laços afetivos eram atualizados e, também, propaladas questões cotidianas da cidade natal. O sucesso fonográfico e radiofônico das toadas de Boi potencializa o

aparecimento de bandas especializadas no gênero na capital do Estado. Canalizada para o interior das mesmas festas, divulgadas boca a boca, pela imprensa, nas programações das emissoras de rádio e até das televisões, os espaços acanhados de antes são substituídos: hoje se realizam em dias alternados, nos finais de semana, no Sambódromo manauense. Reconhecidos como movimentos, tanto o da Marujada do Caprichoso quanto o de Amigos do Garantido organizam grandes shows nos meses antecedentes ao Festival. Além dos levantadores de toadas oficiais de ambas associações – David Assayag e Arlindo Júnior (os quais têm uma carreira solo durante o ano) –, as mais de 60 bandas de Boi levam miniaturas das apresentações dos Bumbás: são cunhas porangas, portas-estandartes, rainhas do folclore, brincantes de tribo, tuxauas, pajés, tripas envergando o boi de pano, entre outros. É o momento de levar ao público as novas canções, sem desprezar as já conhecidas. Os coreógrafos divulgam as coreografias, pois muitos dos milhares de pessoas que freqüentam os eventos estarão integrando as galeras no Bumbódromo ou mesmo participando na arena.

[xxvii] As pressões do desemprego e da insuficiência dos rendimentos obtidos nos meios mais regulares e cotidianos, em Parintins, à maneira de outras partes do Brasil, hoje, estão manifestas em muitas das decisões de montar barracas nas ruas durante os dias de comemoração. A princípio, o setor de Arrecadação Interna do Município, órgão da prefeitura encarregado de supervisionar as questões fundiárias e de arrecadação, estabeleceu um mapeamento para conceder as licenças para aos barraqueiros: às margens da rua Rui Barbosa deveriam ficar a venda de comida; em torno do tradicional bar Chapão, o comércio de bebidas; na Praça Eduardo Ribeiro se instalariam vendedores de artesanato; finalmente, nas imediações do Bumbódromo estariam combinadas as vendagens de comes e bebes. Entretanto, nos dias de festa, os barraqueiros se aferram na disputa pelos locais mais concorridos no centro da cidade e se espalham na busca dos virtuais consumidores. As práticas clientelistas dos políticos locais beneficiam a situação, já que estimulam com promessas de espaços aos eleitores e, por outro lado, constrangem as investidas da fiscalização municipal.

[xxviii] Há 24 anos em Parintins, o padre esteve antes em São Paulo e Manaus. O deslocamento e fixação naquela cidade se deveram à tarefa de pintura da Igreja do Carmo. Tal ocasião suscitou a oportunidade em algumas das mães de famílias locais de consulta-lo sobre a possibilidade de vir orientar seus filhos na formação artística. Com apoio do bispo Cerqua, o padre De Pascale monta a escolinha, inicialmente numa capela, para depois fixa-la numa área de garagem abandonada, na Diocese, onde funciona até hoje.

[xxix] A cidade é servida, hoje, por cinco repetidoras de redes nacionais: TV Alvorada (Rede Vida), TV Amazonas (Rede Globo), TV A Crítica (SBT), TV RBN (Rede TV) e TV Tupinambarana (Rede Bandeirantes).

CONCLUSÃO

Ao percorrermos nesta tese uma trajetória espacial e no tempo, alguns pontos despontam como passíveis de informar conclusões provisórias, justamente porque instauram a possibilidade de desdobramentos. Em síntese, se o estudo das festas populares no Brasil remeteu às questões decorrentes do nexo entretenimento, nação e modernidade, convida a esclarecer um pressuposto cuja extensão atravessou toda a argumentação anterior e, agora, incita assinalar o que pode estar sugerido desde aí à correlação diversão e esfera de consumo, no atual estágio das relações sociais.

Vou retomar o ponto de partida na pesquisa e considerar o vínculo carnaval e nação. Nosso pressuposto foi o de que a festa espetáculo carnavalesca carioca consiste em uma das configurações do plano cultural da efetivação da sociedade-nação brasileira, em se tratando do estágio das interdependências funcionais no decurso mais avançado da modernização do país. Pois, de um ponto de vista mais alongado, enladeada à psicologização dos indivíduos, a tendência à carnavalização na sociedade nacional brasileira teve repercussões sobre à pacificação das relações sociais, ou seja, para a compactação homogeneizante de indivíduos e coletividades na uniformização dos sentimentos e comportamentos na construção da memória identitária da nação. Em outros termos, a tradição brasileira forjada, a partir da simbiose entre vernacular e moderno, mas com decisivo predomínio dos traços considerados informais na montagem do caráter nacional no Brasil, tem no artístico-lúdico carnavalesco um dos seus principais traços distintivos. Isto ocorrendo ao lado do desenvolvimento no país da estrutura vertical competitiva ordenada pelo mercado capitalista, da burocratização tecno-jurídica e da ordem política institucional e ideológica igualitária e das formas adquiridas pela intelectualização das relações sociais, quando

estas assumem cada vez mais características de uma sociedade de massas com a hegemonia assumida pelo eixo Centro-Sul. Modernização cujo impacto recompõe em novas bases, mas ainda assim acopla, os fatores hierárquicos e de desigualdade herdados do regime colonial, proporcionando elementos claudicantes da vida brasileira contemporânea. A cultura popular porta a dubiedade do arranjo moderno brasileiro, faz pactuar o formal e o informal, mesmo o marginal. Daí porque a compreensão do ajuste contemporâneo das matrizes populares, mediante à sua presença nas sociabilidades de lazer das festas populares, aos dispositivos de controle da sociedade de consumidores passou pelas vicissitudes das modernizações e projetos civilizadores empreendidos no país, ao longo deste século, do qual a festa espetáculo carnavalesca tanto é uma expressão como um modelo.

A tradição brasileira lúdica e telúrica esposa tais pontos espinhosos da formação nacional. Diria até que os absorve na sua própria constituição e permanência. Há, nesse sentido, algo de heurístico na semelhança de procedimentos entre o literato Jorge Amado, quando para identificar o Brasil o denomina de "O País do Carnaval", e o antropólogo Roberto da Matta que, mais tarde, reconhece no carnaval a concentração de traços diacríticos da nação brasileira, capacitando-a singular. Embora ocupem posições diferentes, ambos dão forma e eles sintetizam idéias, concepções, categorizações, enfim, modos vários de produzir e re-processar conhecimentos sobre o "eu-nós" brasileiro. Um e outro estão reiterando, mas amplificadamente, representações coletivas inscritas na imagem de um povo vibrantemente alegre, até zombeteiro e libidinoso; provavelmente excessivo, quase infantil, na exposição dos afetos, já que despojado dos rigores normativos ou da precisão de objetivos verificados em outros povos. Assim, o "gringo" é "sem cintura" diante da ambivalência sinuosa do brasileiro. Imagem do "eu-nós" nacional disposta em complementaridade com o sonho-imagem daquela sociedade deitada sobre o berço esplendido da sua exuberância continental, onde os contatos interclassistas, sobretudo as relações interétnicas, seriam mais flexíveis e acomodados numa espécie de família extensa, hierárquica, mesmo contrastiva, porém generosa, dada aos amestiçamentos e à capacidade de assimilar valores e éticas disparatadas entre si. A festa carnavalesca corresponderia para além de um evento, tratar-se-ia do exteriorizar do "espírito do povo" na confraternização democrática dos dias de desinterdito. Embora caricatural, a fantasia do carnaval dá voz à maneira como a unidade social Brasil se constitui na auto-estima do povo-nação e representa a si internamente, mas também na autodistinção frente a outras nações. A folia popular guarda e potencializa um Brasil ideal – o lugar extraordinário nos trópicos: quente, colorido, risonho, lúdico, sensual, carnavalesco. A

personalidade do povo-nação e o sonho imagem da sociedade brasileira estiveram como *habitus* e dimensões imaginárias de um país no qual as desigualdades étnico-raciais e socioeconômicas, conjugadas às discrepâncias regionais, não impediram a formação de uma pungente infra-estrutura urbano-industrial e de serviços, que deitou raízes no território nacional e cujas dinâmicas modernizadoras esposaram os contrastes e dubiedades, participando das muitas reinvenções desta tradição miscigenada brasileira, carnavalesca e barroca, autoritária mas sinuosa, colonial e contemporânea. Indo do "asfalto" ao "morro", da "cidade" ao "sertão", do "litoral' ao "interior", do "Sul" ao "Norte"; desmentido a dualidade no mesmo diapasão que a enfatizava. Trata-se, assim, de uma tradição brasileira embebida das fontes coloniais, porém ajustada à dinâmica de uma sociedade nacional dando largos passos à sua conformação. A atuação do ordenamento estatal no trato com este patrimônio esteve lhe sempre a frente, incorporado os móveis étnico-históricos e lúdico-artístico ao acervo da nação e daí, transportando-os aos fóruns do comércio cultural.

O argumento sobre o qual se operacionalizou este trabalho partiu da hipótese geral de que o entretenimento-turismo compactua deste alongamento sócio-estrutural, no instante em que o seu encadeamento institucional lança mão do sonho-imagem brasileiro. Mais que isto. Tem desempenhado papel fundamental na materialização deste mesmo outro lugar – o "destino Brasil" –, de acordo com as prioridades do arranjo funcional inscrito no mercado da diversão e das viagens de lazer. E os posicionamentos lúdico-artísticos da cultura popular correspondem o ponto de interseção mais vigoroso da tradição brasileira com a sociedade de consumidores; ponto de interação entre o ideal e o histórico, o comum e o extraordinário, o cultural e o turístico, o nacional e o transocietal, detendo primazia sobre a formação dos agentes competentes à sua realização. E, simultaneamente, é o fator de congregação da rede institucional e de sociabilidades com ingerência sobre a mobilização espetacular dos fatores inscritos nas celebrações. Sob esse aspecto, a carnavalização é indicativa não apenas da reatualização da tradição brasileira e do peso que o Estado adquiriu na condução dos destinos desta tradição; faz chamar atenção aos mecanismos sociais sempre mais atuantes na consagração desses símbolos e das práticas culturais. Quer dizer, por um lado, a incorporação do conjunto de festas ao circuito das festas espetáculos informa uma carnavalização cada vez maior das práticas lúdico-artísticas, internalizando-as no recipiente da civilização brasileira. Mas, por outro lado, a recriação desta carnavalidade modelar está sobretudo na dependência dos dispositivos do entretenimento e do mercado cultural. Está ainda por ser realizado o mapeamento mais amplo da inclusão dos

elementos da cultura popular brasileira na economia do lúdico: vaquejadas no Nordeste, festas ribeirinhas no Pará, os rodeios no Centro-Sul, a cavalhada em Goiás, os boi-bumbás no Maranhão são exemplares do encadeamento festivo ancorado no campo do entretenimento e da diversão mercantilizada. Porque melindram, mercado e entretenimento despontam já agora como rivais da supremacia do Estado na guarda e manejo deste patrimônio. As instâncias do poder público paulatinamente se acomodam ao papel de intermediários privilegiados, ainda assim secundários.

As conseqüências suspeitas a partir deste deslocamento no equilíbrio de poder, suscitam indagações a respeito do que aguarda o âmbito cultural. Uma densa e obscura camada de incerteza cobre os tipos de perspectivas decorrentes, seja porque as mudanças agudas correspondem até agora a uma tendência seja porque a mesma tendência não recebeu atenção mais criteriosa dos pesquisadores. Umas das tarefas na produção de conhecimentos sociológicos, portanto, é avaliar o perfil e a bitola das transformações em curso, levando em conta que se trata do desvelamento de uma rede de dependências cujo desenho encontra na diversão e no consumo turístico uma das suas expressões fisionômicas mais sensíveis. O entreter penetra, pelos canais do reconhecimento, os vasos da auto-estima individual e dos grupos, para assim definir uma economia libidinal e uma dieta afetiva cuja pressão desloca valores, suprime outros, para ungir validações hedonistas, *ethos* de condutas materializados em comportamentos que consagram estilos de viver portados por sujeitos ávidos da espessura aconchegante do presente.

Proceder a um descortinar desta natureza exige modalidades de pesquisa não apenas numericamente de maior envergadura, como também articulando áreas disciplinares capazes de apreender os múltiplos planos desta realidade, para qualifica-la à luz da diversidade de aspectos que a informa. Até porque, descer ao conjunto de práticas e atividades inclusos na realidade do entretenimento exige romper com certos pudores e incluir termos pouco conspícuos. Para falar como Durkheim, exige interrogar, à luz do que vemos como exceção, se a normalidade codificada permanece coerente com o desenho das relações sociais contemporâneas. Deste modo, questões como o consumo de drogas, a prostituição, comércio de armas, a lavagem de dinheiro, a orgia especulativa condizente com o estágio financeiro do capital, entre outros, poderão ser aproximados da mesma sistemática na qual culto ao corpo, cinema, exposições artísticas, shows, futebol, para citar alguns, são visibilizados como termos aceitáveis do lazer e da diversão. Os entrecruzamentos sugeridos embutem dimensões que, creio, apenas aparentemente não estariam aproximadas. Já que formal e informal, o lícito e o criminoso, o tradicional e o tecnológico, o espontâneo e o calculado, o lúdico e o trabalho resolvem-se no que há de específico a esta esfera

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Martha – O Império do Divino: Festas Religiosas e Cultura Popular no Rio de Janeiro, 1830-1900 – RJ e SP: Nova Fronteira/FAPESP, 1999.

ADORNO, Theodor - "Fetichismo na Música e Regressão da Audição" in: Os Pensadores (Adorno e Outros) - SP: Abril Cultural, 1975.

ADORNO, T. W. e HORKHEIMER, M. – A Dialética do Esclarecimento – RJ: Jorge Zahar Editor, 1987.

AGACHE, Alfred – Cidade do Rio de Janeiro: Extensão – Remodelação – Embelezamento – RJ: Prefeitura do Distrito Federal, 1930.

ALENCASTRO, Luís F. – "Vida Privada e Ordem Privada no Império" in: NOVAIS, F.A.A. (coord.); ALENCASTRO, L. F. (org.) – SP: Cia das Letras, 1997 (História da Vida Privada no Brasil, vol. 02).

ALMEIDA, Gilberto Wildberger – Política e Mídia na Bahia: a Trajetória de Antônio Carlos Magalhães – Tese de Doutoramento, Salvador: FACOM/UFBA, 1999.

ALMEIDA, Marco. Antônio - Narrativa Policial e Modernidade: Imaginário Urbano, Sociabilidade e Formas Culturais - Dissertação de Mestrado em Sociologia, FFLCH/USP, 1995.

ALMEIDA, P. H. & COELHO NETO, E. - "Náutica de Lazer; Turismo Costeiro e Marinas: Mercado Mundial e o Caso de Salvador" - Bahia Dados & Análises, Salvador: SEI vol. 8 n. 1, junho 1998.

ALMEIDA, Roberto S. de - "A Promoção Imobiliária no Município do Rio de Janeiro: Aspectos Espaciais do Fim da Década de 70 e Tendências Futuras" - Revista Rio de Janeiro vol. 1 n. 4, Niterói: set/dez. 1986.

ALEXANDER, Jeffrey C. - "The Promise of a Cultural Sociology (Technological Discourse and Profane Information Machine" in: MÜCH, Richard & SMELSER, Neil (edts.): Theory of Culture - Berckley: University of California Press, 1992.

ALLEN, I. L. - "The Ideology of Dense Neighbourhood Redevelopment" in: J. J. Palen e B. Londom (eds.): Gentrifications, Desplacement and Revitalization - Albany: State University of New York Press, 1984.

ANDERSON, Perry - O Fim da História. De Hegel a Fukuyama - RJ: Jorge Zahar Editor, 1992.

_____ - As Origens da Pós-Modernidade - RJ: Jorge Zahar Editor, 1987.
ANDERSON, Benedict – Nação e Consciência Nacional – SP: Ática, 1987.
ANDRADE, Ilza - Políticas e Poder - Tese de Doutorado em Ciências Sociais, Unicamp, 1984.
ANDRADE, Pedro de - "Sociologia da Viagem: O Cotidiano e os seus Inter-trajectos" - Revista Crítica de Ciências Sociais n. 37, junho 1993.

APPADURAI, Arjun - "Intrododuction: Commodities and the Politics of value" in: Arjun Appadurai (edit.): The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective. Cambridge University Press, 1996.
_____ - "Sovereignty Without Territoriality: Notas for a Postnational Geography" in: Ann Arbor – Michigan: University Michigan Press, 1996a.
ARAMBURU, Mikel – "Aviamento, Modernidade e Pós-modernidade no Interior Amazônico" – RBCS, n. 25 ano 09 junho de 1994.
ARANTES, Antônio Augusto - "A Guerra dos Lugares" - Revista do Patrimônio Histórico Artístico Nacional n. 23, 1994.
ARAÚJO, Tânia Bacelar de – "Herança de Diferenciação e Futuro de Fragmentação" – Estudos Avançados vol. 11 n. 29, 1997.
ARAÚJO, T. P., Souza, A. V. e LIMA., R. A. - "Nordeste: Economia e Mercado de Trabalho" - Estudos Avançados vol. 11 n. 29, 1997.
ARAÚJO, Ubiratan Castro de - "Repassando pelo Centro da Bahia (ou memórias em trânsito)" - in: Marco Aurélio A. de Figueiras Gomes (org.), Pelo Pelô - Salvador: Mestrado em Arquitetura e Urbanismo, Edit. UFBA, 1994.
ARINÕ, Antonio - "La Utopia de Dionisos: Sobre las Transformaciones de la Fiesta en la Modernidad Avanzada" - Revista Antropologia, n. 11, marzo 1996.
ARON, Raymond – Estudos Sociológicos – RJ: Bertrand do Brasil, 1991.
ASCHER, François - "Tourisme" - Societe vol. 2 n. 2, avril 1986.
ARRILAGA, J. I. – Introdução ao Estudo do Turismo – RJ: 1976.
ASSAYAG, Simão - Boi-Bumbá: Festas, Andanças, Luz e Pajelanças - RJ: Funarte, 1995.
_____ - Projeto Caprichoso 97 – Manaus: Novo Tempo, 1997.
ARTONI, Ambrogio – "El Juego de la Tradición, o la Refuncionalizacion de la Fiesta Campesina de Tradición Oral en la Modernidad Tardía" - Revista Antropologia, n. 11, marzo 1996.
AUGE, Marc - "Espacio y Alteridad" - Revista do Occidente n. 140, enero 1993.
_____ - Não Lugares: Uma Introdução à Antropologia da Supermodernidade - Campinas: Papirus, 1994.
_____ - Por Uma Antropologia dos Mundos Contemporâneos - RJ: Bertrand do Brasil, 1997.
AZEVEDO, Fernando de - A Cultura Brasileira - Brasília e RJ: Editora UnB/Editora UFRJ, 1996.
AZEVEDO, José Gabrielli de - "Flexibilidade no Mercado de Trabalho e Desemprego: A Experiência Americana e Européia" - Bahia: Dados & Análises vol. 5 n. 3, Salvador: SEI, dezembro 1995.
_____ - "Pequena Reestruturação Produtiva no Turismo e Comércio Varejista da RMS na Última Década" - Bahia Dados & Análises, Salvador: SEI vol. 8 n. 1, junho 1998.
AZEVEDO, Roberto Marinho de - "Será o Novo Pelourinho um Engano? " - Revista do Patrimônio Histórico Artístico Nacional n. 23, 1994.
BACELAR, Tânia - "Herança e Diferenciação e Futuro de Fragmentação" - Estudos Avançados, n. 29, 1997, pp. 07-36.

BAKHTIN, Mikhail - A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: O Contexto de Françoais Rabellais - SP: Hucitec, 1991.
_____ - Marxismo e Filosofia da Linguagem - SP: Hucitec, 1993.
BALANDIER, Georges – O Contorno: Poder e Modernidade – RJ: Bertrand Brasil, 1997.
BANDY, Joe - "Managing the Other of Nature: Substainbility, Spetacle and Global Regimes of Capital in Ecoturism" - Public Culture, n. 8, 1996.
BANES, Sally – Greenwich Village 1963: Avant-garde, Perfomance e o Corpo Efervescente – RJ: Rocco, 1999.
BATAILLE, Georges – A Parte Maldita – RJ: Imago, 1975.
BATESON, Gregory – Vers une Écologie de l'Esprit – Paris: Seuil, 1997.
BARBALHO, Nelson - Caruaru: Nomes e Cognomes - Caruaru: Vanguarda, 1992.
_____ - Caruaru: Sua Prefeitura. Sua Autonomia Municipal. Sua Emancipação Política. - Caruaru: Art Berg, s.d.
BARRETO, Margarita - Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo - Campinas, SP: Papirus, 1995, Terceira edição.
_____ - "As Ciências Sociais Aplicadas ao Turismo" in: LUCHIARI, M.T.D.P. (org.): Turismo e Meio Ambiente (vol. I) - Textos Didáticos, Campinas: IFCH/Unicamp, n. 31, vol. 1, novembro 1997.
BARTH, Fredrik – "Grupos Étnicos e Suas Fronteiras" in: Teorias da Etnicidade, POUTIGNAT, P. e STREIFF-FENART, J. – SP: UNESP, 1998.
BASTIDE, Roger - A Sociologia do Folclore Brasileiro - São Paulo, Anhambi, 1959.
_____ - Brasil País de Contrastes - SP: Anhambi, 1969.
_____ - "Mmemórie Colletive et Sociologie du Bricolege" - L'Anée Sociologique vol. 21, 1970.
_____ - As Américas Negras - SP: Difel/Edusp, 1974.
_____ - "As Contribuições Culturais dos Africanos na América Latina: Tentativa de síntese" in: QUEIROZ, Maria Isaura P. (org.): Bastide – SP: Ática, 1983 (Grandes Cientistas Sociais).
BAUDRILLARD, Jean – O Sistema dos Objetos – SP: Perspectiva, 1973.
_____ - A Sociedade de Consumo – Lisboa: Edições 70, 1979.
_____ - A Troca Simbólica e a Morte - SP: Loyola, 1996.
BAUMAN, Richard - Verbal Art as Performance - Rowley (Massachusetts): Newbury House Publishers, s.d.
BAUMAN, Zygmunt - A Liberdade - Lisboa: Estampa, 1989.
_____ - Modernity and Ambivalence - Polity Press/Blackwell Press, 1991.
_____ - Mal-Estar na Pós-modernidade - RJ: Jorge Zahar Editor, 1998.
_____ - Modernidade e Holocausto - RJ: Jorge Zahar Editor, 1998.
BEEMAN, William O. - "The Anthropology of Theater and Spetacle" - Annual Review of Anthropology vol. 22, 1993.
BELCHIOR, Elysio de Oliveira – História pelos Cartões-Postais – RJ: Prefeitura/Departamento de Documentação, 1992.
_____ - Publicidade - Uma História de Sucesso - RJ: Y.R. Marketing & Projetos Culturais Ltda - M.E., 1996.
_____ - Cartões-Postais da Coleção Yolanda Roberto - RJ: Y.R. Marketing & Projetos Culturais Ltda - M.E., 1996a.
BELCHIOR, E. O. E RAMON, P. - Pioneiros da Hotelaria no Rio de Janeiro - RJ: Senac, 1987.
BELL, Daniel – O Advento das Sociedades Pós-Indústriais – SP: Cultrix, s.d.

BENCHIMOL, Samuel – "ECO-92: Borelismo Ecológico e Tropicalismo Ambiental" e "Amazônia Interior: Apologia e Holocausto" in: COSTA, José Marcelino M. (org.) – Belém: CEJUP, 1992.

BENJAMIN, Walter - "O narrador" in: Os Pensadores - SP: Abril Cultural, 1975a.

_____ - "Alguns temas em Baudelaire" in: _____

_____ - "O autor como produtor" in: KOTHE, Flávio (org.), Benjamin - SP: Ática, 1991.

_____ - "A obra de arte no tempo da sua reprodutibilidade técnica" in: Os Pensadores - SP: Abril Cultural, 1975c.

_____ - "Paris, Capital do Século XIX" in: KOTHE, Flávio (org.): Benjamin – SP: Ática, 1991 (Grandes Cientistas Sociais).

_____ - "Experiência e pobreza" in: Obras Escolhidas (vol. I) - SP: Brasiliense, 1986.

BERQUE, Augustin - "De paysage en outro pays"- Le Debat, n. 65, 1991.

BENEVIDES, Ireleno Porto - Turismo e Prodetur (Dimensões e Olhares em Parceria) - Fortaleza: EUFC, 1998.

BONALD, Olímpio – Planejamento e Organização do Turismo: Conceitos Básicos – Recife: Fundação Antônio dos Santos Abranches/FASA, 1984.

BOISSEVAIN, Jeremy – "Apresentando 'Amigos de Amigos: Redes Sociais, Manipuladores e Coalizões" in FELDMAN-BIANCO, Bela (org.): Antropologia das Sociedades Contemporâneas – Métodos – SP: Global, 1987.

_____ - "Consuminf the Other: Globalization and Mass Tourism in Malta" - Focaall n. 30/31, 1998, pp. 107-119.

BONALD, Olímpio - Planejamento e Organização do Turismo: Conceitos Básicos - Recife: Fundação Antônio Santos Abranches-FASA, 1984.

BONFIM, Juarez Duarte - Políticas Públicas para o Centro Histórico de Salvador: o Caso do Parque Histórico do Pelourinho (Investigação de Originalidade numa Ação do Governo Local) - Dissertação de Mestrado em Administração, Escola de Administração/UFBa, 1994.

BOO, Elizabeth - Tourism: The Potentials and the Pitfalls - London: The Tourism Concern/WWF, 1992.

BOOLS, Norbert - "Onde encontrar a diferença entre uma obra de arte e uma mercadoria?"in: Dossiê Walter Benjamin - Revista da USP, vol. 15, SP: 1992.

BOORSTIN, Daniel J. - The Image: A Guide to Pseudo-Events in America - New York: Atheneum, 1973.

BORNHEIM, Gerd – "O Conceito de Tradição" in: Cultura Brasileira: Tradição/Contradição – RJ: Jorge Zahar Editor/Funarte, 1987.

BORGES, Ângela & PROSÉRPIO, Renata - "A Bahia nos Anos 90" - Bahia: Dados & Análise vol. 6 n. 3, Salvador: SEI, dezembro 1996.

BOSI, Alfredo - "Plural mas não Caótico" in BOSI, Alfredo (org.): Cultura Brasileira: Temas e Situações - SP: Ática, 1995.

_____ - Dialética da Colonização - SP: Cia das Letras, 1999.

BOURDIEU, Pierre - "L'Identité et la Représentation Eléments pour une Réflexion Critique sur l'idée de Région" - Actes de la Recherche en Sciences Sociales n. 35 - novembre 1980.

_____ - As Regras da Arte - RJ: Cia das Letras, 1996.

_____ - A Economia das Trocas Lingüísticas - SP: Edusp, 1996.

_____ - Razões Práticas: Sobre a Teoria da Ação – SP: Papirus, 1997.

_____ - "Efeitos do lugar" in Pierre Bourdieu (org.): A Miséria do Mundo - Petrópolis (RJ): Vozes, 1998.

BOYER, Marc - "Le 'Tour English Style'" - Autrement, n. 111.

BOCOCK, Robert – "The emergence of the consumer society" in: BOCOCK, R et al.:The Polity Reader in Cultural Theory – Cambridge/Oxford: Polity Press/Basil Blackwell, 1994

BRAGA, José Carlos S. - "Financeirização Global. O Padrão Sistêmico de Riquez do Capitalismo Contemporâneo" in: Maria da Conceição Tavares (org.): Poder e Dinheiro. Uma Economia Política Globalização - Petrópolis, RJ: Vozes, 195-242.

BRAUDEL, Fernand - A Dinâmica do Capitalismo - RJ: Rocco, 1987.

BROMBERGER, Christian - "Pour une Ethnologie du Spectacle Sportif. Les Matchs de Football à Marseille, Turin et Naples" in: ALTHABE, G., FABRE, D. & LENCLUD, G. (direction): Vers une Ethnologie du Present - Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1994.

BUENO, Maria Lúcia - Artes Plásticas no Século XX: Modernidade e Globalização – Campinas: Edunicamp, 1999.

BRUHNS, Heloisa Turini (org.) - Introdução aos Estudos do Lazer - Campinas: Edunicamp, 1997.

BURKE, Peter - A Cultura Popular na Idade Moderna -SP: Cia das Letras.

BURKHART, A.J. & MEDLIK, S. - "Tourism: Past, Present and Future" - Vol. I, London: Heinemann.

BURMAN, Grazia - "As Novas Tendências do Turismo" - Bahia: Dados & Análises vol. 5 n. 3, Salvador: SEI, dezembro 1995.

_____ e PROSÉRPIO, Renata – "Turismo em Salvador" – Salvador: CPE, 1989.

_____ & QUEIROZ, Lúcia A. - "O Turismo se Volta para Dentro dos Municípios Baianos" - Bahia: Dados & Análise vol. 6 n. 3, Salvador: SEI, dezembro 1996.

BURNS, T. – "Leisure in Industrial Society" in: SMITH, M. A. [et al.] (orgs.): Leisure and Society in Britain – London: Allen Lane, 1973.

CABRAL, Sérgio - No Tempo de Ari Barroso - RJ: Lumiar, 1990.

_____ - Pixinguinha: Vida e Obra - RJ: Lumiar, 1997.

CALLOIS, Roger - "Teoria da Festa" in: O Homem e o Sagrado, Roger Callois - Lisboa: Edições-70.

CAMAROFF, J. – "Humanidade, etnia, nacionalidade: perspectivas conceituais e comparativas sobre a URSS" – RBCS, n. 22 1993.

CANCLINI, Néstor García - As Culturas Populares no Capitalismo. SP: Brasiliense, 1983.

_____ - "Ni Folkorico Ni Massivo: ? que es lo Popular? - Lima: Revista Dialogos (De la Comunicacion), n. 17, 1987.

_____ - Culturas Hibridas. México, D.F: Grijalbo, 1990.

_____ - Consumidores e Cidadãos - RJ: Edit. UFRJ, 1995.

_____ - "O Patrimônio Cultural e a Construção Imaginária do Nacional" - Revista do Patrimônio Histórico Artístico Nacional n. 23, 1994.

_____ - La Globalización Imaginada – Buenos Aires, Barcelona e México: Paidós, 1999.

CANDIDO, Antônio – "A Revolução de Trinta e a Cultura" – SP: Novos Estudos Cebrap, n. 4, 1975.

CARDOSO, F. e MÜLLER, G. – Amazônia: Expansão do Capitalismo – SP: Brasiliense/Cebrap, 1977.

CARELLI, Mario – Culturas Cruzadas: Intercâmbios Culturais entre França e Brasil – Campinas (SP): Papirus, 1994.

CARVALHO, Inaiá M. M. – "Descentralização e Políticas Sociais na Bahia" – Caderno CRH, Salvador: n. 26/27, jan/dez. 1997.

CARVALHO, José Jorge de - "O Lugar da Cultura Tradicional na Sociedade Moderna" in: Seminário: "Foclore e Cultura Popular: as Várias Faces de um Debate" - RJ: IBAC, 1992.

_____ - "Black Music of All Colors: The Construction of Black Ethnicity in Ritual and Popular Genres of Afro-Brazilian Music" in: Music and Black Ethnicity (The Caribbean and South America), BÉRAGUE, Gerard H. (edit.) – New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): North-South Center, Transaction Publishers, 1992.

CARVALHO, Sérgio Lage T. - "A Saturação do Olhar e a Vertigem dos Sentidos" - Revista da USP, n. 32 dezembro/janeiro/fevereiro 1996-7.

CASAIS, José – Um Turista en el Brasil – RJ: Imprenta Franz Timon, 1940.

CASTELLI, Geraldo - Turismo e Marketing: Uma Abordagem Hoteleira - Porto Alegre: Sulina, 1984.

_____ - Turismo: Atividade Marcante do Século XX - Caxias do Sul, R.G.Sul: Escola Superior de Hotelaria da Univ. de Caxias do Sul, 1986.

CASTELLS, Manuel - "The Net and the Self" in: Ida Susser (org.), Antropological Perspectives on the Informational Society - Critique of Anthropology, vol. 16, 1996.

CASTELLS, Manuel - "The Net and the Self (Working Notes for a Critical of the Informational Society) - Critique of Anthropology vol. 16, 1996.

CASTORIADIS, Cornelius – A Instituição Imaginária da Sociedade – RJ: Paz e Terra, 1982.

CASTRO, Nádya – "Trabalho e Desigualdades Raciais: Hipóteses Desafiantes e Realidades por Interpretar" in: CASTRO, N. e BARRETO, V. S. (orgs.): Trabalho e Desigualdades Raciais (Negros e Brancos no Mercado de Trabalho de Salvador) - SP: Annablume, 1998.

_____ e BARRETO, Vanda – "Os Negros que dão Certo" in: CASTRO, N. e BARRETO, V. S. (orgs.): Trabalho e Desigualdades Raciais (Negros e Brancos no Mercado de Trabalho de Salvador) - SP: Annablume, 1998.

CAVALCANTI, MARIA L. V. C. - "A Cidade e o Samba" - Revista USP, n. 32 dezembro/janeiro/fevereiro 1996-7.

_____ - O Rito e o Tempo: Ensaios sobre o Carnaval - RJ: Civilização Brasileira, 1999.

CAVALCANTI, M. L. C.; BARROS, M. L.; VILHENA, R. P.; SOUZA, M. M. e ARAÚJO, S. M. – "Os Estudos de Folclore no Brasil" in: Seminário: "Foclore e Cultura Popular: as Várias Faces de um Debate" – RJ: IBAC, 1992.

CAZES, G. - Le Tourisme Internacional (Mirage ou Stratége d' Avenir) - Paris: Hatier, Collection J. Brémond, 1989.

_____ - "Le Tourisme dans le Monde" in: Bailly, A. et alli: Encyclopédie de la Geographie – Paris: Economica, 1992, pp. 839-50.

CERQUA, D' Arcângelo – Clarões de Fé no Médio Amazonas (A Prelazia de Parintins no seu Jubileu de Prata) – Manaus: Imprensa Oficial do Est. Amazonas, 1980.

DE CERTEAU, Michel - A Invenção do Cotidiano: os Usos da Cultura - Petrópolis: Vozes, 1994.

CHAMBERS, Ian - Urban Rythms. Pop Music and Popular Culture. New York: St. Martin's Press, 1985.

CHAMBAT, Pierre - "La Place du Spectateur (de Rousseau aux Reality Shows)" - Espirit n. 188, janvier 1993.

CHARTIER, Roger - "Cultura Popular: Revisitando um Conceito Historiográfico" - Estudos Históricos, vol. 8 n.16, 1995.

CHAUI, Marilena – Conformismo e Resistência: Aspectos da Cultura Popular Brasileira – SP: Brasiliense, 1986.

_____ - Brasil: Mito Fundador e Sociedade Autoritária – SP: Perseu Abramo, 2000.

CONNOR, Steven - Cultura Pós-Moderna - SP: Loyola, 1992.

CHOMBART DE LOUVRE, Paul-Henry - "Apropriation de L'espace et chagement social" - Cahiers Internationaux de Sociologie, vol. 66, 1979.

COHEN, Erik - "Who is a Tourist? A Conceptual Classification" - Sociological Review, vol 22, n. 4, 1974.

_____ - "A Phenomenology of Tourist Experiences" - Sociology vol. 13 n.2, may 1979a.

_____ - "Rethinking the Sociology of Tourism" - Annals of Tourism Research, jan./mar. 1979.

_____ - "Toward a Sociology of Internacional Tourism" - Social Research, vol. 39, n. 1.

_____ - "The Sociology of Tourism: Approaches, Issues and Findings" - Annual Review of Sociology, n. 10, 1984.

CONAN, Michel - "Généalogie du paysagé retrospective et prospective" - Le Debat, n. 65, 1991.

COPPET, Daniel de - "Introduction" in: COPPET, Daniel (edited): Understanding Rituals - London and New York: Routledge, 1992.

CORBIN, Alain - O Território do Vázio (A Praia no Imaginário Ocidental) - SP: Cia das Letras, 1989.

CORRÊA, Mariza - As Ilusões da Liberdade - Bragança Paulista (SP): EDUSF, 1998.

COSTA, F. C. - O Primeiro Cinema: Espetáculo, Narração, Domesticação - SP: Scritta, 1995.

CRICK, Malcolm - "Representations of International Tourism in The Social Sciences: Sun, Sex, Seights, Savings and Servility" - Annual Review of Antropology, vol. 18, 1989.

COSTA, Luiz Afonso - "Um Salto Planejado" - Bahia: Dados & Análise vol. 5 n.4, Salvador: SEI, março 1996.

CUNHA, Euclides – À Margem da História – SP: Martins Fontes, 1999.

DANTAS, Beatriz G. – Vovó Nagô e Papai Branco: Usos e Abusos da África no Brasil – RJ: Graal, 1988.

DANTAS, Marcelo - Olodum: De Bloco Afro a Holding - Salvador: Curropio, 1994.DE CERTEAU, Michel - A Invenção do Cotidiano: Os Usos da Cultura (vol. I)- Petrópolis: Vozes, 1994.

_____ - "Gestão Cultural e Leadership: O Caso de Três Organizações Afro-Baianas" - Bahia: Dados & Análise vol. 5 n.4, Salvador: SEI, março 1996.

DAOU, Ana Maria – A *Belle Époque* Amazônica – RJ: Jorge Zahar Editor, 2000.

DEBORD, Guy - A Sociedade do Espetáculo. Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo - RJ: Contraponto, 1997.

DEBERT, Guita e SIMÕES, Júlio Assis – "A Aposentadoria e a Invenção da 'Terceira Idade" in: DEBERT, Guita (org.): Antropologia e Velhice – Campinas: IFCH/Unicamp, n. 13 março de 1994 (Textos Didáticos).

DELEUZE, Gilles – A Lógica do Sentido – São Paulo: Perspectiva, 1988.

_____ e GUATTARI, Félix - O Anti-Édipo: Capitalismo e Esquizofrenia - RJ: Imago, 1976.

DIAS Márcia R. T. – Sobre a Mundialização da Indústria Fonográfica. Brasil: Anos 70-90 – Dissertação de Mestrado em Sociologia, Campinas: IFCH/Unicamp, 1997.

DOMINGUES, José Maurício - "Modernidade, Tradição e Reflexividade no Brasil Contemporâneo" - Revista Tempo Social, vol. 10 n. 2 outubro de 1998

DORFLES, Gillo - Simbolo, Comunicacion y Consumo - Barcelona: Lumen, 1967.

DREIFUSS, René Armand - A Época das Perplexidades (Mundialização, Globalização e Planetarização: Novos Desafios - Petrópolis, RJ: Vozes, 1996, Segunda edição.

DREYFUS, Dominique - A Vida do Viajante: A Saga de Luiz Gonzaga - SP: Editora 34, 1997.

DRUCK, Maria da Graça – Terceirização: (Des)Fordizando a Fábrica (Um Estudo do Complexo Petroquímico) – Salvador e SP: EDUFBA/Boitempo, 1999.

DUARTE, Luís. F. D. – "Formação e Ensino da Antropologia Social: os Dilemas da Universalização Romântica" - RJ: ABA, março, 1995.

DUARTE, Vladir Vieira - "As Escolas de Administração e a Prática Hoteleira" in: Estudos de Turismo e Hotelaria - SP: SENAC-SP, s.d.

DURHAM, Eunice. R. – "Cultura e Ideologia" – Revista Dados, RJ: IUPERJ, Vol. 27, n. 1, 1984.

_____ – "A Pesquisa Antropológica com Populações Urbanas" In: CARDOSO, Ruth C. L. & DURHAM, Eunice R. (orgs.), A Aventura Antropológica – RJ: Paz e Terra, 1986.

DUMAZEDIER, Joffre - A Revolução Cultural do Tempo Livre - SP: Studio Nobel/SESC, 1994.

DUMAZEDIER, J. & BOUILLIN-DARTEVELLE, R. - "Commentaires" - Sociétés n. 32, 1991.

DUMÊT, Eliana M. B. - "O Gerenciamento do Carnaval" - Bahia: Dados & Análise vol. 5 n.4, Salvador: SEI, março 1996.

DUMONT, L. – O Individualismo: uma Perspectiva Antropológica da Ideologia Moderna - RJ: Rocco, 1985.

DUNNING, E. & SHEARD, K. - "La Separation des Deux Rugbys" - Actes de la Recherche en Sciences Sociales n. 79, septembre 1989.

DUVIGNAUD, Jean - Festas e Civilizações - Fortaleza: Edições Univ. Fed. Ceará/RJ: Tempo Brasileiro, 1983.

EAGLETON, Terry – A Ideologia da Estética – RJ: Jorge Zahar Editor, 1993.

_____ - As Ilusões do Pós-Modernismo - RJ: Jorge Zahar Editor,1998.

EDER, Klaus - "Culture and Crisis: Making Sense of the Crisis of the Work Society" in: MÜCH, Richard & SMELSER, Neil (edts.): Theory of Culture - Berckley: University of California Press, 1992.

EISENSTADT, Shmuel Noah - A Dinâmica das Civilizações (Tradição e Modernidade) - Lisboa: Cosmos, 1991.

_____ - "O Panorama Civilizacional Contemporâneo: Uma ou Mais Civilizações Modernas" - Análise Social, n. 122.

ELIADE, M. - Mito e Realidade - SP: Perspectiva, 1972.

ELIAS, Norbert - O Processo Civilizador (vol. II) - RJ: Jorge Zahar Editor, 1993.

_____ - Mozart, Sociologia de um Gênio - RJ: Jorge Zahar Editor, 1995.

_____ - Sobre el Tiempo - México (DF), Buenos Ayres e Madrid: Fondo de Cultura Economica, 1997.

_____ - Os Alemães (A Luta pelo Poder e a Evolução do Habitus nos Seculos XIX e XX) - RJ: Jorge Zahar Editor, 1997.

_____ & DUNNING, E. - Deporte y Ocio en el Processo de la Civilizacion - México (D.F.): Fundo de Cultura Economica, 1992.

D'EPINAY, Christian Lalive- "Loisir: Dynamique et Différenciation Sociales" - Sociétés n. 32, 1991.

ESTANQUE, Elísio - "O Lazer e a Cultura Popular" - Revista Crítica de Ciências Sociais n. 43, outubro 1995.

FABRE, Daniel - "Le Rite et ses Raisons" - Terrain n. 8, Avril 1987

FALCÃO, Joaquim Arruda – "Política Cultural e Democracia: a Preservação do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional" in: MICELI, Sérgio (org.): Estado e Cultura no Brasil – SP: Difel, 1984.

FALCÃO, José Augusto G. – Turismo Internacional no Rio de Janeiro. Mecanismos de Circulação e Transferência de Renda – Dissertação de Mestrado, Instituto de Geociências/UFRJ, 1992.

FARIAS, Edson - O Desfile e a Cidade: O Carnaval-Espetáculo Carioca - Dissertação de Mestrado em Sociologia, IFCH/Unicamp, 1995.

_____ - "Direções Analíticas no Estudo do Nexo Cultura Popular, Entretenimento-Turístico e a Civilização Moderna" in: Maria Tereza D.P. Luchiari (org.): Turismo e Meio Ambiente (Vol.I) - Textos Didáticos, IFCH/Unicamp, n. 31(1), 1997.

_____ - "Orfeus em Tempo de Modernidade no Carnaval Carioca" – Estudos Afro-Asiáticos, n. 34 dezembro de 1998.

_____ - "Paulo da Portela: Um Herói Civilizador" - Revista do CRH, ns 30/31 janeiro/dezembro de 1999.

FAVARETO, Celso – Tropicália, Alegoria, Alegria - SP: Kairós, 1979.

FEATHERSTONE, Mike – "O Curso da Vida: Corpo, Cultura e Imagens do Processo de Envelhecimento" in: DEBERT, Guita (org.): Antropologia e Velhice – Campinas: IFCH/Unicamp, n. 13 março de 1994 (Textos Didáticos).

_____ - "A Globalização da Complexidade: Pós-modernismo e Cultura de Consumo" – RBCS, n. 32 ano 11 outubro de 1996.

_____ - O Desmanche da Cultura (Globalização, Pós-modernismo e Identidade) - SP: Nobel, 1997.

FEIFER, Maxine - Tourism in History - New York: Stein and Day Publishers.

FELDMAN-BIANCO, Bela (org.) – Antropologia das Sociedades Contemporâneas – Métodos – SP: Global, 1987.

FERNANDES, Florestan - A Sociologia numa Era de Revolução Social - SP: Cia Editora Nacional, 1963.

_____ - O Negro no Mundo dos Brancos - SP: Difusão Européia do Livro, 1972.

_____ - O Folclore em Questão - SP: Hucitec, 1978.

_____ - Mudanças Sociais no Brasil - SP/RJ: Difel, 1979.

FERRAZ, Joandre - Regime Jurídico do Turismo - Campinas: Papirus, 1992.

FERREIRA, Claudino - "Práticas e Representações Sociais dos Termalistas" - Revista Crítica de Ciências Sociais n. 43, outubro 1995.

FIDELIS, Eliecim R. - Bahia: Evolução Econômica e o Perfil dos Gastos Governamentais - 1976 a 1986 - Dissertação de Mestrado em Administração, Escola de Administração/UFBa, 1990.

FINNEGAN, Ruth e THOMPSON, Kenneth – Popular Culture and Everyday Life – The Open University Press, 1985.

FIORI, José Luís – "A Riqueza de Algumas Nações" – Revista Praga (Estudos Marxistas) n. 8, SP: Hucitec, 1999.

FISCHER, Tânia e Outros - "Olodum: Arte e Negócios" - Revista de Administração de Empresas, vol. 33 n.2, março/abril 1993.

FISKE, John – Understanding Popular Culture – Boston: Unwin Hyman, s.d.

FONSECA – O Patrimônio em Processo : Trajetória da Política Federal de Preservação no Brasil - RJ: UFRJ/IPHAN, 1997.

FORTUNA, Carlos - "Turismo, Autenticidade e Cultura Urbana: Percurso Teórico, com Paragens Breves em Évora e Coimbra" - Revista Crítica de Ciências Sociais n. 43, outubro 1995.

FOSTER, Hal - Recodings (Art, Spectacle, Cultural Politics) - Port Townsend/Washington: Bay Press, 1985.

FOUCAULT, Michel - "Espaço e poder" - Revista do Patrimônio Histórico Artístico Nacional n. 23, 1994.

FRANCO, Ângela - "Não Só de Referência Cultural (Sobre)Vive o Centro de Salvador" in: Marco Aurélio A. de Figueiras Gomes (org.), Pelo Pelô - Salvador: Mestrado em Arquitetura e Urbanismo e Edit. UFBA, 1994.

FRANCO JÚNIOR, Hilário – "Reflexões Sobre o Conceito de Cultura Popular" – Revista USP n. 11 set/out/nov. 1991.

FREYRE, Gilberto - Manifesto Regionalista - Recife: Instituto Joaquim Nabuco de PesquisaSociais, 1976.

_____ - Sobrados e Mocambos – RJ: Record, 2000.

FRIEDMAN, Jonathan – "Being in the World: Globalization and Localization" in: FEATHERSTONE, Mike (org.): Global Culture – London: SAGE, 1991.

FRY, Peter - Para Inglês Ver - Identidade e Política na Cultura Brasileira - RJ: Zahar Editores.

FRY, P.; CARRARA, S. e MARTINS-COSTA, A. L. – "Negros e Brancos no Carnaval da Velha República" in: REIS, João José (org.): Escravidão e Invenção da Liberdade. Estudo sobre o Negro no Brasil – SP: Brasiliense, 1988.

GABLER, Neal – Vida: o Filme – Como o Entretenimento Conquistou a Realidade – SP: Cia das Letras, 1999.

GALLERO, Alvaro Lopez - "El Impacto de la Globalizacion sobre el Turismo" in: Adyr A. B. Rodrigues (org.): Turismo e Geografia: Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais - SP: Hucitec, 1996.

GALVÃO, Eduardo - "Vida Religiosa do Caboclo da Amazônia" - Religião e Sociedade n. 10, novembro 1983.

GALVÃO, Luiz - Anos 70: Novos e Baianos - SP: Editora 34, 1997.

GAY, Peter - O Coração Desvelado (A Experiência Burguesa da Rainha Vitória a Freud) - SP: Cia das Letras, 1999.

GAUDENZI, Paulo – Operário do Turismo: Retalhos de Idéias e Pensamento – Salvador: Omar G. Editora, 1999.

GAUDIN, Benoit – "Da *Mi-carême* ao *Carnabech*" – Tempo Social, vol. 12 n. 1 maio de 2000.

GELLNER, Ernest - Nações e Nacionalismo - Lisboa: Gradiva, 1993.

_____ - "O Advento do Nacionalismo e sua Interpretação: os Mitos da nação e da Classe" in: Gopal Balakrishnan (org.): Um Mapa da Questão Nacional – RJ: Contraponto, 2000.

GIDDENS, Anthony - A Constituição da Sociedade - SP: Martins Fontes, 1989.

_____ - Conseqüências da Modernidade - SP: Unesp, 1992.

_____ - A Transformação da Intimidade (Sexualidade, Amor e Erotismo nas Sociedades Modernas) - SP: Unesp, 1996.

_____ - "A Vida numa Sociedade Pós-Tradicional" in: GIDDENS, Anthony e outros: Modernização Reflexiva: Política, Tradição e Estética na Ordem Social Moderna - SP: Unesp, 1997.

GINER, Salvador – "Religión, Carisma, Razón" - Revista Antropologia, n. 11, marzo 1996.

GINZBURG, Carlo – O Queijo e os Vermes: o Cotdiano e as Idéias de um Moleiro Perseguido pela Inquisição – SP: Cia das Letras, 1987.

GIRON, Luís Antônio – Ensaio de Ponto. Recortes Carnavalescos por Saturnino Praxedes, Ex-funcionário da Companhia Nacional de Burletas & Revistas do Teatro São José – SP: Editora 34, 1998.

GLUCKMAN, Max - "Les Rites de Passage" in: GLUCKMAN, Max (edited): The Ritual of Social Relations (Daryll Forde, Meyer Fortes, Max Gluckaman and Victor W. Turner) - Manchester: University Press, 1962.

GLUCKMAN, Mary & GLUCKMAN, Max - "On Drama, and Games and Athletic Contests" in: MOORE, S. F. & MYERHOFF, B.G. (Editeds): Secular Ritual - Assen/Amsterdam: Van Gorcum, 1977.

GODI, Antônio J.V.S. – "De Índio a Negro, ou o Reverso" – Caderno CRH (Suplemento), 1991.

_____ – "Música Afro-carnavalesca: das Multidões para o Sucesso das Massas Elétricas" in: SANSONE, Livio e SANTOS, Jocélio Teles dos (orgs.) - Ritmos em Trânsito (Sócio-Antropologia da Música Baiana) - SP: Dynamis Editorial/Salvador: Programa Cor da Bahia e Projeto S.A.M.B.A, 1997.

GÓES, Fred de - O País do Carnaval Elétrico – Salvador: Corrupio, 1982.

GOMES, Ângela de Castro – Essa Gente do Rio...Modernismo e Nacionalismo – RJ: FGV, 1999.

GOMES, MARCO A. F. e FERNANDES, Ana - "Pelourinho: Turismo, Identidade e Consumo Cultural" in: Marco Aurélio A. de Figueiras Gomes (org.), Pelo Pelô - Salvador: Mestrado em Arquitetura e Urbanismo e Edit. UFBA, 1994.

GONDIM, Neide – A Invenção da Amazônia – SP: Marco Zero, 1994.

GOULEMOT, Jean M. - "Le Discours sur les Voyages au XVIIIe Siècle: Remarques sur une Émergence Complexe" - Societes vol. 2 n. 2, avril 1986.

GOTTSHALL, Carlota - "A Era dos Shoppings-Centers" - Bahia: Dados & Análise vol. 6 n. 3, Salvador: SEI, dezembro 1996.

GRAMSCI, Antônio – Cadernos do Cárcere, vol. I – RJ: Civilização Brasileira, 1999.

GUARINELLO, Norberto Luiz – Festa, Trabalho e Cotidiano – SP: Dep. História/USP, 1999 (mimeo).

GUERREIRO, Goli – "Um Mapa em Preto e Branco da Música na Bahia: Territorialização e Mestiçagem no Meio Musical de Salvador" in: SANSONE, Livio e SANTOS, Jocélio Teles dos (orgs.) - Ritmos em Trânsito (Sócio-Antropologia da Música Baiana) - SP: Dynamis Editorial/Salvador: Programa Cor da Bahia e Projeto S.A.M.B.A, 1997.

_____ - "Um Mapa em Preto e Branco da Música na Bahia: Territorialização e Mestiçagem no Meio Musical de Salvador" - Bahia Dados & Análises, Salvador: SEI vol. 8 n. 1, junho 1998.

GUIBERNAU, Montserrat - Nacionalismos: O Estado Nacional e o Nacionalismo no Século XX - RJ: Jorge Zahar Editor, 1997.

GUIMARÃES, Antônio Sérgio – "Racismo e Anti-Racismo no Brasil" – Novos Estudos Cebrap n. 43 novembro de 1995.

GUIMARÃES NETO, Leonardo - "Trajetória Econômica de uma Região Periférica" - Estudos Avançados vol. 11 n. 29, 1997.

GUINLE, Jorge – Um Século de Boa Vida – SP: Globo, 1997.

GULLAR, Ferreira – Vanguarda e Subdesenvolvimento (Ensaios sobre Arte) – RJ: Civilização Brasileira, 1984.

GUPTA, AKHIL e FERGUNSON, James – "Beyond "Culture": Space, Identity, and the Politics of Diference" – Cultural Anthropology, vol. 07 n. 01 February 1992.

GURSDORF, Georges - Jeux et Sports (Encyclopédie de la Pléiade) - Paris: Gallimard, 1967.

HABERMAS, Jürgen – O Discurso Filosófico da Modernidade – Lisboa: D' Quixote, 1990.

HALL, Stuart - A Questão da Identidade Cultural – Campinas: IFCH/Unicamp, n. 18 dezembro de 1995 (Textos Didáticos).

_____ - "New of place" In: Doreen Massey et Pat Jess: A Place in the World - New York: Oxford University Press, 1995.

HALL, Stuart, HELD, David, HUBERT, Don and THOMPSON, Kenneth - Modernity. An Introduction to Modern Societies - Polity Press/Blackwell, 1995.

HELLER, Agnes e FEHÉR, Ferenc – A Condição Política Pós-moderna – RJ: Civilização Brasileira, 1998.

HANNERZ, Ulf – "Fluxos, Fronteiras, Híbridos: Palavras-Chave da Antropologia Transnacional" – Mana, PPGAS/Museu Nacional/UFRJ, volume 3 n. 1, abril de 1997.
_____ – "Borders" – Internacional Social Science Journal, n. 34 october 1997.
HANNIGAN, John – "The Posmodern City: A New Urbanization" – Current Sociology, vol. 43.
HARDMAN, Francisco – Trem Fantasma. A Modernidade na Selva – SP: Cia das Letras, 1988.
HARVEY, David – A Condição Pós-moderna – SP: Loyola, 1992.
HASHIMOTO, Rosa – "As Faces Sombrias do Turismo na Bahia" in: Pré-Textos para Discussão – Bahia, Turismo e Cultura, Salvador: BDA, 1997.
HEGEL, G. W. F. – Linhas Fundamentais da Filosofia do Direito ou Direito Natural e Ciência do Estado em Compêndio (Terceira Parte: "A Eticidade", Segunda Seção: "A Sociedade Civil-Burguesa" in: MÜLLER, Marcos (trad.) – Campinas: IFCH/Unicamp, n. 21, março de 1996 (Textos Didáticos).
HERSCHMANN, Micael – "Entre a Insalubridade e a Ignorância: a Construção do Campo Médico e do Ideário Moderno no Brasil" in: Missionários do Progresso (Médicos, Engenheiros e Educadores no Rio de Janeiro, 1870-1937), HERSCHMANN,M; KROPF, S.P. e NUNES, C. – RJ: Diadorin, 1996.
_____ – O Funk e o Hip-Hop Invadem a Cena – RJ: UFRJ, 2000.
HERSCHMANN, M. & PEREIRA, C. A. – A Invenção do Brasil Moderno (Medicina, Educação e Engenharia nos Anos 20-30) – RJ: Rocco, 1994.
_____ & Outros – Abalando os 90 - *Funk e Hip-hop*. Globalização, Violência e Estilo Cultural – RJ: Rocco, 1997.
_____; Farias, E. e Chiavari, M. P. – "Rio's Beaches: the Great Meting Place" – Aguapólis, Itália, v. 20 n. IV, 1999.
HIERNAUX, Andre – Teoria y Praxis del Espacio Turístico – México: Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, 1989.
_____ – "El Espacio Reticular del Turismo" – Geografia y Desarrollo, México, 1989.
_____ – "En Busca del Edén: Turismo y Território en las Sociedades Modernas"- Ciudades, 23:24-30, 1994.
HOBSBAWM, Eric – A Era das Revoluções – RJ: Civilização Brasileira, 1977.
_____ – A Era do Capital – RJ: Civilização Brasileira, 1982.
_____ – Nações e Nacionalismo desde 1780 – RJ: Paz e Terra, 1989.
_____ – A Era dos Extremos – SP: Cia das Letras, 1996.
_____ e Ranger, T. – A Invenção das Tradições. RJ: Paz e Terra, 1997.
HOLANDA, Heloísa Buarque de – Impressões de viagem. CPC, Vanguarda e Desbunde: 1960/70 – SP: Brasiliense, 1980.
_____ e GONÇALVES, Marcos A. – Cultura e Participação nos anos 60 – SP: Brasiliense, 1986.
HOLANDA, Sérgio Buarque – "Elementos Básicos da Nacionalidade: O Homem". Palestra proferida na ESG, 1967.
_____ – Caminhos e Fronteiras - SP: Cia das Letras, 1995.
_____ – Raízes do Brasil - SP: Cia das Letras, 1998.
HORKHEIMER, Max. - "Teoria tradicional e teoria crítica" in: Os pensadores - SP: Abril Cultural, 1975.
HOSOKAWA, S. –"L' Effet Walkman" - Societes n. 22, mars 1989.
HOUSEMAN, M. e SEVERI, C. – Naven ou le Donner à Voir: Essai d'Interprétation de l'Action Rituelle – Paris: CRNS/ Maison des Sciences de l'Homme, 1994.

HROCH, Miroslav – "O advento do nacionalismo e sua interpretação: os mitos da nação e da classe" in: Gopal Balakrishnan (org.): Um Mapa da Questão Nacional – RJ: Contraponto, 2000.

HUGHES, Georg – "Authenticity in Tourism" - Annals of Tourism Research, vol. 22, n.4, 1995.

HUIZINGA, Johan – Homo Ludens – SP: Perspectiva, 1990.

HUYSSEN, Andreas – Memórias do Modernismo – RJ: Edit. UFRJ, 1997.

IANNI, Octávio – Estado e Capitalismo – SP: Brasiliense, 1989.

_____ – A Formação do Estado Populista na América Latina - RJ: Civilização Brasileira, 1991.

_____ – O Labirinto Latino-Americano – IFCH/Unicamp n. 50, Campinas: 1993 (Primeira Versão).

_____ – "A Modernização do Mundo" - Margem, n. 3 Anual, 1994.

_____ – A Idéia de Brasil Moderno - SP: Brasiliense, 1994.

_____ - A Metáfora da Viagem – Campinas (SP), 1995 (mimeo).

_____ – A Era do Globalismo - RJ: Civilização Brasileira, 1997.

_____ – Globalismo e Transculturação – IFCH/Unicamp, abril de 1997.

JAMESON, Frederic – El Posmodernismo o la Lógica do Capitalismo Avanzado – Barcelona, Buenos Aires e Mexico: Paidos, 1991.

_____ – Espaço e Imagem. Teorias do Pós-Moderno e Outros Ensaios – RJ: Edit. UFRJ, 1995, Segunda edição.

JAY, M. – "Scopic regimes of modernity" in: Scott Lash e Jonathan Friedman (org.), *Modernity and Identy* – OxfordCambridge (Mass.): Blackwell.

KAPLAN, E. Ann (org.) – O Mal-Estar no Pós-Modernismo (Teorias e Práticas) – RJ: Jorge Zahar Editor, 1993.

KELLNER, Douglas – "Popular Culture and the Construction of Postmodern Identities" in: Scott Lash e Jonathan Friedman (org.), *Modernity and Identy* – OxfordCambridge (Mass.): Blackwell.

KERTZER, David. I. – Ritual, Politics, and Power – New Haven and London: Yale University Press, 1988.

KNOFOU, R. - "L'Invention du Tourisme" in: Encyclopédie de Geografia - Paris: Economica, 1992, pp. 851-64.

KNOFOU, R.; BRUSTON, M; DEPREST, F.; DUHANEL, P.; GAY, J-C et SACAREAU,J. - "D'une Géographie du Tourisme. Pour une Approche Scientifique d'un Phénòmène Géografique, Le Tourisme" - L'Espace Geografique, 1996.

KOPYTOFF, Igor - "The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process" in: Arjun Appadurai (edit.): The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective. Cambridge University Press, 1996, pp. 64 a 91.

KRIPPENDORF, Jost - Sociologia do Turismo: Para uma Nova Compreensão do Lazer e das Viagens - RJ: Civilização Brasileira, 1989.

KUMAR, Krisham - Da Sociedade Pós-Industrial à Pós-Moderna (Novas Teorias Sobre o Mundo Contemporâneo) - RJ: Jorge Zahar Editor, 1997.

LABATE, Beatriz Cauby - "A Experiência do Viajante-Turista na Contemporaneidade" in: LUCHIARI, M.T.D.P. (org.):Turismo e Meio Ambiente (vol. I) - Textos Didáticos, Campinas: IFCH/Unicamp, n. 31, vol. 1, novembro 1997.

LACLAU, Ernest – "Os Novos Movimentos Sociais e a Pluralidade do Social" - RBCS, n. 2 vol. 1, 1986.

LAFARGUE, Paul – O Direito à Preguiça – SP: Hicitec, 1999.

LAGE, Beatriz H.G. - "Segmentação do Mercado turístico" - Bahia: Análise & Dados, vol. 2, março 1993.

LAMBERT, Jacques – Os Dois Brasis – SP: Cia Editora Nacional, 1969.
LANFANT, M. F. - "Identité, Mémoire, Patrimoine et 'Touristification' des Nos Societés" - Societés, 46:433-9, Paris, 1994.
LASH, Scott - "A Reflexividade e seus duplos: estrutura, estética e comunidade" in: GIDDENS, Anthony e outros: Modernização Reflexiva: Política, Tradição e Estética na Ordem Social Moderna - SP: Unesp, 1997.
LASH, Scott & URRY, John - The End of the Organized Capitalism - Cambridge: Polity Press.
_____ - Economies of Signs and Space - London: Sage, 1994.
LEED, Eric J. - The Mind of the Traveler: From Gilgamesh to Global tourism - New York: Basic Books.
LEFEBVRE, Henri - A Vida Cotidiana no Mundo Moderno - SP: Ática, 1991.
LE GOFF, Jacques - "Calendário" - Enciclopéida Einaudi, vol. I (memória e história), Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 1984.
LENHARO, Alcir - Cantores do Rádio - Campinas: Edunicamp, s.d.
_____ - A Sacralização da Política – Campinas: Papirus e Edunicamp, 1986.
LÉVI-STRAUSS, Claude – "Raça e História" in: Raça e Ciência, Vol. I – SP: Perspectiva, 1970.
_____ - O Pensamento Selvagem – SP: Cia Editora Nacional, 1976.
_____ - De Perto e de Longe – RJ: Nova Fronteira, 1990.
_____ - Tristes Trópicos - SP: Cia das Letras, 1996.
LIMA, Adelaide e QUEIROZ, Lúcia - "Fluxos e Mercadorias no Carnaval de Salvador: Uma Primeira Aproximação" - Bahia: Dados & Análise, Salvador: SEI, vol. 5 n. 4, março 1996.
LIPPI, Lúcia - "Modernidade e Questão Nacional" - SP: Lua Nova n. 2O, 1990.
LOIOLA, Elizabete & MIGUEZ, Paulo - Lúdicos Mistérios da Economia do Carnaval Baiano: Trama de Redes e Inovações - Revista Brasileira de Administração Contemporânea vol. 1, setembro 1995.
LOPES, D. Paul – "Innovation and Diversity in the Popular Music Industry, 1969 to 1990" – American Sociological Review, vol. 57 February 1992.
LOPES, Juarez Rubens B. – Desenvolvimento e Mudança Social – SP: Cia Editora Nacional, 1971.
LOPES, José Sérgio Leite - "Esporte, Emoção e Conflito Social" - Revista Mana vol. 1 n. 1, outubro 1995.
LYOTARD, J-F – Economie Libidinale – Paris: 1974.
_____ - A Condição Pós-Moderna - RJ: José Olympio, 1985.
_____ - Le Postmoderne Explique aux Enfants – Paris: 1986.
LUNDERBERG, Donald E. - Organizacion y Administracion del Turismo - Madrid: Cetrum, 1986.
M. JÚNIOR, Érico Pina - "Um Projeto para o Desenvolvimento do Turismo na Bahia" - Bahia: Análise & Dados, vol. 2, março 1993.
MACEDO, S.S. - Paisagem, Urbanização e Litoral - Tese de Livre Docência, SP: FAU/USP, 1993.
MACCNELL, Dean - The Tourist: New Theory of the Leisure Class - New York: Schocken Books, 1989.
_____ - "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings" - American Journal of Sociology, vol. 79, 1973.
MACFARLANE, Alan – A Cultura do Capitalismo – RJ: Jorge Zahar Editor, 1987.
MACNAGHTEN, P & URRY, J. - "Towards a Sociology of Natur" - Sociology, vol 29, 1995.
MAFFESOLI, Michel - Elogia da Razão Sensível - Petrópolis (RJ): Vozes, 1998.
MAGNANI, José Guilherme Cantor - Festa no Pedaço (Cultura Popular e Lazer na Cidade) - SP: Hucitec/Unesp1998.

MAIO, Marcos Chor - A História do Prjojeto Unesco: Estudos Raciais e Ciências Sociais no Brasil - Tese de Doutoramento em Ciências Sociais, RJ: IUPERJ, 1996.

MALERBA, Jurandir – A Corte no Exílio – Civilização e Poder no Brasil às Vésperas da Independência (1808 a 18210 – SP: Cia das Letras, 2000.

MENESES, Rogério – Um Povo a Mais de Mil: os Frenéticos Carnavais Baianos e Caetanos – SP: Scritta, 1994.

MARBACK NETO, Guilherme - Turismo de Eventos: O Caso do Centro de Convenções da Bahia - Dissertação de Mestrado em Administração, Escola de Administração/UFBa, 1992.

MARCUSE, Herbert – A Ideologia da Sociedade Industrial: o Homem Unidimensional – RJ: Zahar Editores, 1973.

MARIA FILHO, Antônio - Parintins: O Ritual Amazônico - RJ: Ler Publicidade e Eventos Ltda, 1995.

MARTIN, W. G. & MARK, B. - "Toward a Global Sociology? Evaluating Current Conceptions, Methods, and Practices" - The Sociological Quarterly vol. 39 n. 1, 1998.

MARTINHO, Lenira M. e GORENSTEIN, Riva – Negociantes e Caixeiros na Sociedade da Independência – RJ: Secret. Mun. Esportes, Cultura, Turismo e Esporte/Dep. Geral de Doc. e Informação Cultural (Divisão Editorial), 1993.

MARTÍN-BARBERO, Jesus – De los Médios a las Mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonia – México: G. Gilli, 1987.

MARTINELLO, Pedro - A "Batalha da Borracha" na Segunda Guerra Mundial e suas Conseqüências para o Vale Amazônico - Rio Branco (Acre): UFAC, Cadernos UFAC n. 1, 1988.

MARIOT, Nicolas - "Le Rite sans ses Mythes: Forme Rituelle, Temps et Histoire" - Gêneses, 21, 1995.

MASSEY, Doreen – "A Global Sense of Place" – Marxism Today, june 1991.

_____ - "Politics and Space/Time"- New Left Review, n. 196.

MATELLART, Armand - La Cultura como Empresa Multinacional - México: Era, 1974.

_____ - A Comunicação Global - Petrópolis: Vozes, 1995.

_____; DELCOURT, X. e MATTELART, M. – Cultura Contra Democracia? O Audiovisual na Época Transnacional – SP: Brasiliense, 1987.

MATTA, Roberto da - Carnavais, Malandros e Heróis (Para uma Sociologia do Dilema Brasileiro) - RJ: Zahar Editores, 1979.

_____ - A Casa e a Rua - SP: Brasiliense, 1985.

MATTOS, Adherbal Meira – "O Interesse Nacional e os Interesses Internacionais na Amazônia Brasileira" in: COSTA, José Marcelino M. (org.) – Belém: CEJUP, 1992.

MATTOS, B. & TRAVASSOS, A. - Colombo: 100 Anos no Dia-a-Dia da Cidade do Rio de Janeiro - RJ: Confeitaria Colombo, 1994.

MAUAD, Ana Maria – "Imagem e Auto-imagem do Segundo Reinado" in: NOVAIS, F.A.A. (coord.); ALENCASTRO, L. F. (org.) – SP: Cia das Letras, 1997 (História da Vida Privada no Brasil, vol. 02).

MELEIRO, Antonio – "Fiesta y Utopia en Altar de Dioniso" - Revista Antropologia, n. 11, marzo 1996.

MALIN, Ana B. – "Economia e Política de Informação: Novas Visões da História" – Análise & Dados, Salvador: SEI, v. 05 n. 1, junho de 1995.

MELLO E SILVA, Sylvio Bandeira - "Geografia, Turismo e Crescimento: O Exemplo da Bahia" in: Ady A. B. Rodrigues (org.): Turismo e Geografia: Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais - SP: Hucitec, 1996.

MENDONÇA, Ana Rita – Carmem Miranda Foi a Washington – RJ: Record, 1999.

MENDONÇA, Marcelo - "A Nova Elite do Nordeste" - República, n. 8, 1996.

MEGALE, Nilza B. - Folclore Brasileiro - Petrópolis (RJ): Vozes, 1999.
MENEZES, W. & CARRERA-FERNANDEZ, J. - "Mercado de Trabalho Informal do Setor Terciário na RMS" - Bahia Dados & Análises, Salvador: SEI vol. 8 n. 1, junho 1998.
MÉSZÁROS, István – O Poder da Ideologia – SP: Ensaio, 1996.
MICELI, Sérgio – A Noite da Madrinha – SP: Perspectiva, 1973.
_____ – Entre no Ar em Belíndia (a Indústria Cultural Hoje) – Cadernos IFCH/Unicamp, Campinas: 1984.
MIGUEZ, Paulo - "Yes, Nós Temos (Chiclete) com Banana" - Bahia: Dados & Análise vol. 5 n.4, Salvador: SEI, março 1996.
_____ - "A Contemporaneidade Cultural na Cidade da Bahia" - Bahia Dados & Análises, Salvador: SEI vol. 8 n. 1, junho 1998.
MIRA, Maria Celeste – Circo Eletrônico. Silvio Santos e o SBT – SP: Loyola/Olho D'Água, 1995.
_____ - Narrativa e Indústria Cultural - SP: 1995, mimeo.
_____ - O Leitor e a Banca de Revistas (O Caso da Editora Abril) - Tese de Doutoramento em Ciências Sociais, IFCH/Unicamp, 1997.
_____ - "Invasão de Privacidade? Reflexões sobre a Exposição da Intimidade na Mídia" - Revista Lugar Comum, n. 5-6, 1999, pp.9-14.
MONTEIRO, Martin Noel - Organização e Contabilidade de Empresas de Turismo (Hotéis, Empresas de Transportes e Agências de Viagens) - Lisboa: Parceria A.M. Pereira Ltda, 1969.
MONTES, Maria Lúcia - "O Erudito e o que é Popular" - Revista USP, n. 32 dezembro/janeiro/fevereiro 1996-7.
MONTERO, Paula - "O Problema das Diferenças em um Mundo Global" in: MOREIRA, Alberto da Silva (org.): Sociedade Global (Cultura e Religião) - Petrópolis (RJ): Vozes/SP: Universidade de São Francisco, 1998.
MORAES, Eneida – História do Carnaval Carioca – RJ: Civilização Brasileira, 1958.
_____ – História dos Subúrbios: Copacabana – RJ: Dep. História e Documentação da Prefeitura do Distrito Federal, 1959.
MORAES, Eduardo. J. – A Brasilidade Modernista – RJ: Graal, 1978
_____ - "Modernismo e Folclore" in: Seminário Folclore e Cultura Popular: as Várias Faces de um Debate – Rio de Janeiro: IBAC/Coordenadoria de Pesquisa, 1992.
MORAES, Raymundo – Na Planície Amazônica – BH e SP: Itatiaia/USP, 1987.
MORAES, Fernando - Chatô: O Rei do Brasil - SP: Cia das Letras, 1998.
MORALES, Anamaria – "Blocos Negros em Salvador: Reelaboração Cultural e Símbolos de Baianidade" – Caderno CRH (Suplemento), 1991.
MORATÓ, Arturo Rodriguez – "Uma Nueva Formación Cultural: el Complejo Cultural Metropolitano" – Trabalho Apresentado no Seminário Internacional Arte e Cultural (I Encontro do Grupo de Estudos Arte e Cultura na Vida Cotidiana), Campinas (SP): setembro de 1999.
MORIN, Edgar - Cultura de Massas no Século XX (Vol. I: Neurose) - RJ: Forense Universitária, 1990.
MOURA, Milton – "Faraó: Um Poder Musical" – Caderno do CEAS n. 112.
_____ – "O Carnaval como Engenho de Representação Consensual da Sociedade Baiana" - Caderno CRH n. 24/25, janeiro/dezembro 1996.
_____ - "Quem quer Comprar a Cara desta Cidade?" - Bahia Dados & Análises, Salvador: SEI vol. 8 n. 1, junho 1998.
_____ - Mundo de Fantasia, Fantasia de Mundo (Espaço Geográfico e Representação da Identidade no Carnaval de Salvador, Bahia) - Salvador, mimeo.

MOTA, Carlos Guilherme - Ideologia da Cultura Brasileira (1933-1974) - SP: ática, 1985.
MOURA, Roberto - Grande Otelo - RJ: Relume Dumara/RioArte, 1996.
MULLINS, Patrick - "Tourism Urbanization" - Internacional Journal of Urban and Regional Reserch, vol. 15, n. 3, 1991.
_____ - "Class Relations and Tourism Urbanization: The Regeneration of the Petite Bourgeosieand the Emergence of a New Urban Form" - International Journal of Urban and Regional Reserch, vol. 18, n. 4, 1994.
MUNT, Ian - "The 'Other' Postmodern Tourism: Culture, Travel and the New Middle Classes" - Theory, Culture & Society, vol. 11.
NASCIMENTO, Regina Célia Oliveira - A Trajetória de Uma Identidade - Dissertação de Mestrado em Sociologia, IFCH/Unicamp, 1994.
NAVARRO, Caio – Iseb: Fábrica de Ideologias – Campinas (SP): Udunicamp, 1997.
NEIBURG, Federico – "O naciocentrismo das Ciências Sociais e as Formas de Conceituar a Violência Política e os Processos de Politização da Vida Social" in: WAIZBORT, Leopoldo (org.): Dossiê Norbert Elias – SP: Edusp, 1999.
NETTO, Francisco – "Carnaval com Segurança" (Entrevista) – Análise & Dados, Salvador: Sei, v. 05 n. 04, março de 1996.
NICOLAS, Daniel Hirnaux - "Elementos Para uma Análisis Sóciogeográfico del Turismo" in: Adyr B. Rodrigues (org.): Turismo e Geografia: Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais - SP: Hucitec, 1996.
OFFE, Clauss - Capitalismo Desorganizado - SP: Brasiliense, 1989.
OLIVEIRA, Christin D. M. – "A Monumentalidade do Templo e da Romaria. Uma Periodização Geográfica das Peregrinações à Basílica de Aparecida" in RODRIGUES, Adyr A. B. (org.): Turismo e Geografia: Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais – SP: Hucitec, 1996.
OLIVEIRA, Francisco de – O Elo Perdido: Classe e Identidade de Classe – SP: Brasiliense, 1987.
_____ - "A Metamorfose da Arribaçã (Fundo Público e Regulação Autoritária na Expansão Econômica do Nordeste)" - Novos Estudos Cebrap n.27, julho de 1991.
OLIVEIRA, Lúcia Lippi - Elite Intelectual e Debate Político nos Anos 30 - RJ: Fundação Getúlio Vargas/MEC, 1980.
OLIVEIRA, Nelson – "Notas Sobre a Recente Expansão Industrial na Bahia" – Cadernos do CEAS n. 112.
OLIVEIRA, Paulo C. M. - Carnaval Baiano: As Tramas da Alegria e as Teias dos Negócios - Dissertação de Mestrado em Administração, Salvador: PPA/UFBA, 1996.
OLIVEIRA, Roberto C. – Identidade, Etnia e Estrutura Social – SP: Pioneira, 1976.
OLIVEN, Ruben George – "A Relação Estado e Cultura no Brasil: Cortes ou Continuidades" in: MICELI, Sérgio (org.): Estado e Cultura no Brasil – SP: Difel, 1984.
_____ - "O Nacional e o Regional na Construção da Identidade Brasileira" - RBCS, n. 2, vol. I, 1986.
_____ - A Parte e o Todo. A Diversidade Cultural no Brasil-nação – Petrópolis (RJ): Vozes, 1992.
_____ - "Velhos e Novos Regionalismos" – Lugar Comum, n. 04 jan./abril de 1998.
ORTIZ, Renato – "Cultura Popular: Organização e Ideologia" – SP: Cadernos de Opinião, n. 12, 1979.
_____ - A Consciência Fragmentada - RJ: Tempo Brasileiro, 1980a.
_____ - "Religiões Populares e Indústria Cultural" - Religião e Sociedade n. 5, 1980.
_____ - Cultura Brasileira e Identidade Nacional - SP: Brasiliense, 1984.
_____ - A Moderna Tradição Brasileira - SP: Brasiliense, 1988.

_____ - Mundialização e Cultura - SP: Brasiliense, 1994.
_____ - Cultura e Modernidade – SP: Brasiliense, 1991.
_____ - Um Outro Território - SP: Olho d'Água, 1999.
_____ - Los Artífices de una Cultura Mundializada – Santafé de Bogotá: Siglo del Hombre Editores/Fundacion Social, 1998.
_____ - Românticos e Folcloristas - SP: Olho d'Água, s.d.
PADILLA, O. T. - El Turismo: Fenómeno Social - Mexico (D.F.): Fondo de Cultura Económico, 1990.
PAIANO, Enor - "Homogeneidade e Diversidade na Cultura Global: o Caso da World Music" in: BORELLI, Silvia H. S. (org.):Gêneros Ficcionais, Produção e Cotidiano na Cultura Popular de Massa - SP: Intercom, Coleção GT'S n. 1, 1994.
PAIVA, Maria das Graças M. V. - Sociologia do Turismo - Campinas, SP: 1995.
PANTANO, E. & IBANEZ, J.L.L. - "Política Estratégica para o Turismo na América Latina" - Bahia: Análise & Dados, vol. 2, março 1993.
PARKER, Stanley – A Sociologia do Lazer – RJ: Zahar Editores, 1978.
PASSERINI, Luisa – "Juventude, Metáfora da Mudança Social. Dois Debates sobre os Jovens: a Itália Fascista e os Estados Unidos da década de 1950" in: LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean-Claude (orgs.): História dos Jovens 2. A Época Contemporânea – SP: Cia das Letras, 1996.
PAULA, Maria Lúcia Bueno C. – "Artes Plásticas, Fluxo Visual Globalizado e Mudanças na Percepção" in: MOREIRA, Alberto S. (org.): Sociedade Global: Cultura e Religião – Petrópolis (RJ) e Bragança Paulista (SP): Vozes/USF, 1998.
PAZ, Raul José - Turismo na Economia da Região Metropolitana de Salvador - Salvador: CENPES, 1986.
PEIRANO, Mariza – "A Legitimidade do Folclore" in: Seminário: "Foclore e Cultura Popular: as Várias Faces de um Debate" - RJ: IBAC, 1992.
PELLEGRINI FILHO, Américo - Ecologia, Cultura e Turismo - Campinas, SP: Papirus, 1993.
_____ - "O Auto Amazônico da Ressureição" – Revista Planeta ed. 299 ano 25 n. 08, agosto de 1997.
PEREIRA, Aldo - Breve História da Aviação Comercial Brasileira - RJ: Europa, 1987.
PEREIRA, Carlos Alberto Messeder – O que é Contracultura – SP: Brasiliense, 1986.
_____ - Reinventando a Tradição (O Mundo do Samba Carioca: O Movimento do Pagode e o Bloco Cacique de Ramos) - Tese de Doutoramento em Comunicação Social, ECO/UFRJ, 1995.
PICARD, Michel - Bali: Tourisme Culturel et Culture Touristique - Paris: L'Harmattan, 1992.
PIERUCCI, Flávio – Ciladas da Diferença – SP: Dep. Sociologia da USP/Editora 34, 1999
PINHEIRO, Paulo Sérgio - "Classes Médias Urbanas: Formação, Natureza, Intervenções na Vida Política" in: BORIS, Fausto (org.):História Geral da Civilização Brasileira - Tomo III (O Brasil Republicano).
PINTO, Roque – Amizades e Negócios na Trama da Folia: Notas sobre a Formação de Clientela em Blocos de "Gente Bonita" – Monografia de Graduação em Ciências Sociais, Salvador: FCH/UFBA, 1999.
POCHMANN, Márcio – O Emprego no Brasil – Campinas (SP): Unicamp/Instituto de Economia, 1998.
POERNER, Arthur José - Identidade Cultural na Era da Globalização (Política Federal de Cultura no Brasil) - RJ: Revan, 1997.
PORTO, E., HEBER, F. FILGUEIRAS, J. & QUEIROZ, L. - A Região Turística de Salvador: Bahia de Todos os Santos. Elo de Integração Regional - Carta da CPE 29/94, Salvador:1994.

POUTIGNAT, P. & STREIFF-FENART, J. – Teorias da Etnicidade (seguido de Grupos Étnicos e suas Fronteiras de Fredrik Barth) - SP: Unesp,1998.

PROCÓPIO, Argemiro – Amazônia: Ecologia e Degradação Social – SP: Alfa-Omega, 1992.

PROCÓPIO, Margarida – Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo – Campinas (SP): Papirus, 1995.

_____ - "As Ciências Sociais Aplicadas ao Turismo" in: Maria Tereza D.P. Luchiari (org.): Turismo e Meio Ambiente (vol. I) - Textos Didáticos, IFCH/Unicamp, n. 31 (1), 1997.

PRONOVOST, Gilles - "Pour un Renouveau de la Sociologie du Loisir" - Société n. 32, 1991.

QUEIROZ, Delcele e SANTOS, Jocélio dos – "Raça e Educação Superior: a Cor da Bahia" – Trabalho Apresentado no XXII Encontro Anual da Anpocs, Caxambu: outubro de 1998.

QUEIROZ, Lúcia A. – "O Turismo Baiano no Real e na Competividade Intrernacional" - Bahia: Dados & Análises vol. 5 n. 3, Salvador: SEI, dezembro 1995.

_____ - "Novos Investimentos Turísticos em Salvador. Um Novo Ciclo para a Atividade? In: Pré-Textos para Discussão – Bahia, Turismo e Cultura, Salvador: 1997.

QUEIRÓZ, Maria Isaura P. - "Cientistas Sociais e o Auto-Conhecimento da Cultura Brasileira"- SP: Cadernos Ceru n. 13, 1980.

RAMOS, Arthur - Estudos de Folk-lore - RJ: Livraria-Editora da Casa Estudante do Brasil, 1949.

_____ - As Culturas Negras no Novo Mundo - SP: Ed. Nacional, 1979.

RAMOS, José Mário O. – "Cultura Popular de Massa, Ficção Audiovisual e a Questão do Pós-Moderno" – Revista Margem n. 2, SP: Educ, 1993.

_____ - Televisão, Publicidade e Cultura de Massa – Petrópolis: Vozes, 1995.

REILY, Suzel Ana - "Macunaima's Music: Nacional Identity and Ethomusicological Reserch in Brazil" in: STOKES, Martin (edited): Ethnicity, Identity and Music (The Musical Constrution of Place) - Oxford/Providence (USA): 1994.

REIS, Arthur Cezar F. – As Origens de Parintins – Manaus: Governo do Amazonas/Secretaria de Imprensa e Divulgação, 1967.

REIS, José de Oliveira – O Rio de Janeiro e seus Prefeitos: Evolução Urbanística da Cidade – Prefeitura da Cidade do RJ, 1977.

_____ - A Guanabara e seus Governadores – Prefeitura da Cidade do RJ, 1977.

REJOWSKI, Miriam - Turismo e Pesquisa Científica - Campinas, SP: Papirus, 1998, Segunda edição.

REQUIXA, Renato - O Lazer no Brasil - SP: Brasiliense, 1997.

RIBEIRO, Ana Clara Torres - Rio-Metrópole: a Produção Social da Imagem Urbana - Tese de Doutoramento, Departamento de Sociologia/USP, 1988.

RIBEIRO, Lavina - A Institucionalização do Jornalismo no Brasil: 1808-1964 - Tese de Doutoramento em Ciências Sociais, IFCH/Unicamp, 1998.

RIBEIRO JÚNIOR, Ziomar da R. – Diagnóstico do Município do Município de Parintins – Prefeitura de Parintins, 1999.

RIO, João – A Alma Encantadora das Ruas in: Raul Antelo (org.) – SP: Cia das Letras, 1997.

RISÉRIO, Antônio – Carnaval Ijexá – Salvador: Corrupio, 1981.

_____ – Avant-garde na Bahia - SP: Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, 1995.

RIESMAN, David – "O Turno da Noite" in Adorno.../ et al./; introdução, comentário e seleção de Luiz Costa Lima – RJ: Paz e Terra, 1978.

ROBERTS, K. – Leisure – London: Longman, 1970.

ROBINS, Kevin - "Tradition and Translation: National Cultural in its Global Context" in CORNER, J. & HARVEY, S. (eds.): Enterprise and Heritage: Crosscurrents of National Culture - London: Routledge, 1991.

ROCHA, Eclair - Touring, 70 Anos. A Memória dos Tempos da Mão-Inglesa - RJ: Touring Club do Brasil, 1993.

RODRIGUES, Ady B. - "Percalços do Planejamento Turístico: O Prodetur-Ne" in: Adyr A. B. Rodrigues (org.): Turismo e Geografia: Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais - SP: Hucitec, 1996.

_____ - Turismo e Ambiente. Reflexões e Propostas - SP: Hucitec, 1997.

_____ - Turismo, Modernidade e Globalização - SP: Hucitec, 1997a.

RODRIGUES, João Jorge - "Olodum e o Pelourinho" in: Marco Aurélio Figueira Gomes (org.), Pelo Pelô - Salvador: Mestrado em Arquitetura e Urbanismo e Edit. UFBA, 1994.

ROGER, Alain - "Le Paysage Ocidental" - Le Debat, n. 65, 1991.

ROJEK, Chris - Ways of Scape: Modern Transformations in Leisure and Travel - London: Macmillan, 1993.

_____ - Decentring Leisure - London: Sage, 1995.

ROVETTA, G. & SANTANA, M. - "Turismo Interno - Fonte Segura de Receita" - - Bahia: Análise & Dados, vol. 2, março 1993.

RUBEN, Guilhermo Raul - "Teoria da Identidade: Uma Crítica" - Anuário Antropológico, Ed. UNB, 1988.

_____ – "A Teoria da Identidade na Antropologia: um Exercício de Etnografia no Pensamento Moderno" in: CORRÊA, Mariza & LARAIA, Roque B. (orgs.), Roberto Cardosos de Oliveira: Homenagem – Campinas: IFCH/Unicamp, 1992.

RUBIM, Antônio albino Canelas - "Viver Bahia: Convivência e Televivência" - Bahia Dados & Análises, Salvador: SEI vol. 8 n. 1, junho 1998.

RUBINO, Silvana – "Os Espaços de Lina: Cultura e Política em São Paulo e Salvador, 1947-64" – Trabalho apresentado no XXII Encontro Anual da Anpocs, Caxambu: outubro de 1998.

RUTHERDORD, Jonathan - "O Terceiro Espaço (uma Entrevista com Homi Bhabha)" in: Antônio Augusto Arantes (org.) - Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, n. 24, RJ: IPHAN, 1996.

SACK, R.D. - Place, Modernity and the Consumer's World - Baltimore: The Johns Hopkinks University Press, 1992.

SADER, E. & PAOLI, M. C. - "Classes Populares' no Pensamento Sociológico Brasileiro" in: CARDOSO, R.C.L e DURHAM, E. R. (orgs), A Aventura Antropológica –RJ: Paz e Terra, 1986.

SAMPAIO, Antônio H. Lima - "O Centro Histórico de Salvador: uma Agenda de Questões" In: Marco Aurélio Figueira Gomes (org.), Pelo Pelô - Salvador: Mestrado em Arquitetura e Urbanismo e Edit. UFBA, 1994.

SAMUEL, Nicole - "Les Revendications Sociales en Faveur du Temps Libre et leurs Conséquences Culturelles" - Sociétés n.32, 1992.

SANSONE, Livio - "Pelourinho: O dos Jovens Negros-Mestiços da Classe Baixa da Grande Salvador" In: Marco Aurélio Figueira Gomes (org.), Pelo Pelô - Salvador: Mestrado em Arquitetura e Urbanismo e Edit. UFBA, 1994.

_____ - "O Local e o Global na Afro-Bahia Contemporânea" - Revista Brasileira de Ciências Sociais n.29 ano 10, outubro 1995.

_____ - "Os Objetos da Identidade Negra: Consumo, Mercantilização, Globalização e a Criação de Culturas Negras no Brasil" – Revista Mana, n. 6 vol. 1 abril de 2000.

SANTANA, M. W. - "Pracatum, a Organização dos Timbaus" - Bahia: Dados & Análise vol. 5 n.4, Salvador: SEI, março 1996.

SANTOS, M. E.; GARRIDO, J. M. e PEDRÃO, F. – "Informal em Salvador: Análise Comparativa e Indicações de Políticas" – Revista da GEDEM/COM, 1996.

SANTOS, Milton - "Salvador: Centro e Centralidade na Cidade Contemporânea" in: Marco Aurélio Figueira Gomes (org.), Pelo Pelô - Salvador: Mestrado em Arquitetura e Urbanismo e Ed. UFBA, 1994.

_____ - Técnica, Espaço e Tempo (Globalização e Meio Técnico-Científico Informacional - SP: Hucitec, 1998.

SAROLDI, Luiz Carlos e MOREIRA, Sônia Virgínia - Rádio Nacional – o Brasil em Sintonia – RJ: Martins Fontes/Funarte, 1988.

SASSEN, Saskia - The Global City: New York, London, Tokyo - New Jersey: Princeton University Press, 1991.

_____ - "L'ethnicité et L'espacé dans Ville Globale: Une Nouvelle Fronteière" - Les Anneles de la Recherche Urbaine, n. 64, 1994.

SCHAFF, Adam - A Sociedade Informática - SP: Unesp/Brasiliense, 1996.

SCHAMA, Simon - Paisagem e Memória - SP: Cia das Letras, 1996.

SCHAPOCHNIK, Nelson - "Cartões-Postais, Álbuns de Família e Ícones da Intimidade" in: SEVCENKO, Nicolau (org.): História da Vida Privada no Brasil (República: da Belle Époque a Era do Rádio) - SP: Cia das Letras, 1998.

SCHIVELBUSCH, Wolfgang - Históire des Voyages en Train - Le Promeneur...

SCHORSKE, Carl E. – Viena Fin-de-Siécle: Política e Cultura – SP: Edunicamp/Cia das Letras, 1998.

SCHWARCZ, Lilia M. - O Espetáculo das Raças - SP: Cia das Letras, 1995.

_____ - "Complexo de Zé Carioca. Notas sobre uma Identidade Mestiça e Malandra" - Revista Brasileira de Ciências Sociais n. 29 ano 10, outubro de 1995.

SCHWARTZMAN, S. , BOMENY, H.M.B. E COSTA, V.M.R. – Tempos de Capanema – RJ: Paz e Terra e Editora FGV, 2000.

SCROFEMEKER, C.M.A. - "Breve Retrospectiva Histórica do Turismo" - Veritas, vol. 29, n. 115, 1989, pp. 409-19.

SJÖSTEDT, Óskar e MARIA FILHO, Antonio – Parintins: O Ritual Amazônico – RJ: Ler, 1995.

SEGATO, Laura - "A Antropologia e a Crise Taxionômica da Cultura Popular" in: Seminário: "Foclore e Cultura Popular: as Várias Faces de um Debate" - RJ: IBAC, 1992.

SEVCENKO, Nicolau - "Introdução: O Prelúdio republicano, Astúcias da Ordem e Ilusões do Progresso" NOVAIS, F.A.A. (coord.); SEVCENKO, N. (org.) – SP: Cia das Letras, 1998 (História da Vida Privada no Brasil, vol. 03).

_____ - "A Capital Irradiante: Técnica, Ritmos e Ritos do Rio" In: _____.

SCHAEBER, Petra – "Música negra nos Tempos de Globalização: Produção Musical e *Management* da Identidade Étnica – o Caso do Olodum" in: SANSONE, Livio e SANTOS, Jocélio Teles dos (orgs.) - Ritmos em Trânsito (Sócio-Antropologia da Música Baiana) - SP: Dynamis Editorial/Salvador: Programa Cor da Bahia e Projeto S.A.M.B.A, 1997.

SILBER, Ilana Friedrich - "Space, Fields, Boundaries: the Rise of Spatial Metaphors in Contemporary Sociological Theory" - Social Research vol. 62 n. 2, Summer 1995.

SILVA, Eduardo S. - "Mercado Turístico Mundial 1985-89" - Bahia: Análise & Dados, vol. 2, março 1993.

SILVA, JORGE A. S. - O Desempenho do Turismo em Salvador - Dissertação de Mestrado, Salvador: PPA/UFBA, 1988.

SIMMEL, Georg – "Como as Formas Sociais se Mantêm" in: MORAES FILHO, Evaristo (org.): Simmel – SP: Ática, 1983 (Grandes Cientistas Sociais).

_____ - "Sociabilidade – Um Exemplo de Sociologia Pura ou Formal" in:_____.

SIMON, Gérard - "Le Paysage, Affaire de Temps" - Le Debats, n.65.

SIQUEIRA, Maria de Lourdes - "A Produção do Carnaval e suas Exportações" - Bahia: Dados & Análise vol. 5 n. 4, Salvador: SEI, março 1996.

SKLAIR, Leslie - Sociologia do Sistema Global - Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.
SMELSER, Neil J. - "Culture: Coherent or Incoherent" in: MÜCH, Richard & SMELSER, Neil (edts.): Theory of Culture - Berckley: University of California Press, 1992.
SMITH, Anthony D. – "Towards a Global Culture?" in: FEATHERSTONE, Mike (org.): Global Culture – London: SAGE, 1991.
SODRÉ, Muniz – A Comunicação do Grotesco – Petrópolis: Vozes, 1985.
SODRÉ, Nelson Werneck - Síntese de História da Cultura Brasileira - SP: Difel, 1986.
SOIHET, Raquel – A Subversão Pelo Riso – RJ: FGV, 1998.
SOJA, Edward W. - Geografias Pós-Modernas. A Reafirmação do Espaço na Teoria Social Crítica - RJ: Jorge Zahar Editor, 1987.
SORKIN, Michael - "Introduction: Variations on a Theme Park" in: Michael Sorkin (editor), A Theme Park - New York: Hill and Wang, 1992.
_____ - "See You in Disneyland" in: _____, 1992a.
SOUZA, Jessé de – "A Ética Protestante e a Ideologia do Atraso Brasileiro" in: SOUZA, Jessé (org.): O Malandro e o Protestante (A Tese Weberiana e a Singularidade Cultural Brasileira) – Brasília: UnB, 2000.
_____ - A Modernização Seletiva: Uma Reinterpretação do Dilema Brasileiro – Brasília: UnB, 2000.
STALLYBRASS, P. & WHITE, A. - Politics and Poetics of Transgresson - London: Mathuen.
STAM, R. & SHORAT, E. - "Da Família Imperial ao Imaginário Transnacional - o Consumo dos Meios na Era da Globalização" - Revista ComunicaÇão & Política, CEBELA Vol. II, N. 4, 1995.
STARING, R., LAND, M. V., TAK, H. E KALB, D. - "Localizing Cultural Identity" - Focaal n. 30/31, 1997, pp. 7-21.
STRATHERN, Marilyn - "The Nice Thing about Culture is that Everyone has it" in: STRATHERN, M. (Edited): Shifting Contexts (Transformations in Antropological Knowledge) - London and New York: Routlege.
SUAREZ, Marcus Alban - Salvador: Uma Alternativa Pós-Industrial. Cultura, Turismo e Alta-Tecnologia. Salvador: Governo do Estado da Bahia & UFBA, 1990.
SUE, Roger - "De la Sociologie du Loisir à la Sociologie des Temps Sociaux" - Société n. 32, 1991.
TABARES, Fábio Cárdenas - Comercializacion del Turismo: Determinacion y Analisis del Mercados - México: Trillas, 1986.
TACHENER, Gisela - "Raízes da Cultura de Consumo" - Revista USP, n. 32 dezembro/janeiro/fevereiro 1996-7.
TAMBIAH, Stanley Jeyaraja - Culture, Thought, and Social Action - Cambridge/London: Harvard University Press, 1985.
TAUSSIG, Michael - "Cultura do Terror. Espaço da Morte na Amazônia" - Religião e Sociedade n. 10, novembro 1983.
TEIXEIRA, Sérgio Alves - Os Recados das Festas - RJ: FUNARTE/Instituto Nacional do Folclore, 1988.
THOMPSON, E.P. - Costumes em Comum (Estudos Sobre a Cultura Popular Tradicional) - SP: Cia das Letras, 1998.
THOMPSON, John B. - A Mídia e a Modernidade (Uma Teoria Social da Mídia - Petrópolis (RJ): Vozes, 1998.
_____ - Ideologia e Cultura Moderna (Teoria Social Crítica na Era dos Meios de Comunicação de Massa) - Petrópolis (RJ): 1998.
TINHORÃO, José Ramos - História Social da Música Popular Brasileira - SP: Editora 34, 1998.
_____ - As Festas no Brasil Colonial – SP: Editora 34, 2000.

TOURAINE, Alain – A Sociedade Post-Industrial – Lisboa: 1970.
_____ - Crítica da Modernidade - Petrópolis (RJ): Vozes, 1994.
TODOROV, Tzvetan - Teorias do Simbólico – Campinas (SP): Papirus, 1996.
TOPIK, Steven – "Metrópoles Macrocéfalas: Uma Comparação entre a Primazia do Rio de Janeiro e a Cidade do México entre 1800 e 1900" – Dados, vol. 34 n. 01, 1991.
TOTA, Antônio Pedro – O Imperialismo Sedutor: a Amaricanização do Brasil na Época da Segunda Guerra – SP: Cia das Letras, 2000.
TRAVASSOS, Elizabeth – Os Mandarins Milagrosos: Arte e Etnografia em Mário de Andrade e Bela Bartók – RJ: Funarte/Jorge Zahar Editor, 1997.
_____ – Modernismo e Música Brasileira – RJ: Jorge Zahar Editor, 2000.
TRIGO, Luiz Gonzaga G. - Turismo e Qualidade. Tendências Contemporâneas - Campinas, SP: Papirus, 1995.
_____ - Turismo Básico – SP: Senac São Paulo, 1998.
_____ - Viagem na Memória: Guia Histórico das Viagens e do Turismo no Brasil – SP: Senac de São Paulo, 2000.
TURNER, Frederick - O Espírito Ocidental contra a Natureza: Mito, História e as Terras Selvagens - RJ: Campus, 1990.
TURNER, L. & ASH, J. - The Golden Hordes: International Tourism and Pleasure Periphery - London: Constable, 1975.
TURNER, Victor - "Variations on a Theme of Liminality" in: MOORE, S. F. & MYERHOFF, B.G. (Editeds): Secular Ritual - Assen/Amsterdam: Van Gorcum, 1977.
_____ - From Ritual to Theatre (The Human Seriosness of Play) - New York: Paj Publications, 1982.
_____ - "Are There Universals of Perfomance in Myth, Ritual, and Drama?" in: SCHECHMER, Richard & APPEL, Willa (eds.): By Means of Performance: Intelectual Studies of Theatre and Ritual - Cambridge: Cambridge University Press, 1993.
_____ - Dramas, Fields, and Metaphors (Symbolic Action in Human Society) - Ithaca and London: Cornell University Press, s.d.
URBAIN, Jean-Didier - "Le Tourisme: La Xénomanie des Borgnes et des Aveugles?" - Societes vol. 2 n. 2, avril 1986.
_____ - L' Idiot du Voyage: Histoire des Touristes - Paris: Plon, 1991.
URRY, John - "Cultural Change and Contemporary Holiday-Making" - Theory, Culture & Society, n. 5, 1988.
_____ - "The 'Consumption' of the Tourism" - Sociology, vol. 24 n. 1, 1990.
_____ - "The Tourist Gaze and the 'Environment'" - Theory, Culture & Society, vol. 9, 1992a.
_____ - "The 'Tourist Gaze' Revisited" - American Behavioural Scientist n. 36, 1992b.
_____ - Consuming Places - London: Routledge, 1995.
_____ - O Olhar do Turista - SP: Studio Nobel/SESC, 1996.
URRY, J. & CHAWSHAW, C. - "Turismo e Consumo Visual" - Revista Crítica de Ciências Sociais n. 43, outubro 1995.
VALENTIN, A. e CUNHA, P. J. - Vermelho: um Pessoal Garantido - Manaus: A. Valentim, 1998.
_____ - Caprichoso: A Terra é Azul - _____, 1999.
VAN GANNEP, Arnold – Os Rituais de Passagem - Petrópolis: Vozes, 1978.
VEBLEN, T. - A Teoria da Classe Ociosa - SP: Pioneira, 1965.
VELASCO, H.; CRUCES, F. e RODA, A. D. – "Fiestas de Todos, Fiestas Para Todos" Revista Antropologia, n. 11, marzo 1996.

VELHO, Gilberto - Projeto e Matamorfose (Antropologia das Sociedades Complexas) - RJ: Jorge Zahar Editor, 1994.

VELLOSO, Monica Pimenta - "A 'Cidade- Voyeur': o Rio de Janeiro visto pelos Paulistas..." - Revista Rio de Janeiro vol. 1 n. 4, Niterói: set/dez. 1986.

_____ - Modernismo no Rio de Janeiro - RJ: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

_____ - Que Cara Tem o Brasil?: Cultura e Identidade Nacional – RJ: Ediouro, 2000.

VENEZIANO, Neyde - O Teatro de Revista no Brasil - Dramaturgia e Convenções - Campinas (SP): Edunicamp, 1991.

VIARD, Jean – "L'ordre Touristique" – Autrement Revue (série Mutations n. 111).

VIANNA, Hermano – O Mistério do Samba – RJ: Jorge Zahar Editor/UFRJ, 1995.

VIERA, Hamilton – "O Negro e a Indústria do Turismo" – Cadernos do CEAS n. 93.

VIERA FILHO, Raphael Rodrigues - A Africanização do Carnaval de Salvador, Ba - A Recriação do Espaço Carnavalesco (1876-1930) - Dissertação de Mestre em História, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 1995.

_____ - "Folguedos Negros no Carnaval de Salvador (1880-1930)" in: SANSONE, Livio e SANTOS, Jocélio Teles dos (orgs.) - Ritmos em Trânsito (Sócio-Antropologia da Música Baiana) - SP: Dynamis Editorial/Salvador: Programa Cor da Bahia e Projeto S.A.M.B.A, 1997.

VILHENA, L. R. - Projeto e Missão: O Movimento Folclórico Brasileiro (1947-1964) - RJ: Funarte/Min. da Cultura e Fundação Getúlio Vargas, 1997.

_____ - Ensaios de Antropologia - RJ: Eduerj, 1997.

VIGNOLO, Paolo – El Pan y El Circo – Bogotá: TM/Inst. Distrital de Cultura y Turismo, 1997.

WACQUANT, Löic - "Três Premissas Perniciosas no Estudo do Gueto Norte-americano" - Revista Mana, vol. 2 n. 2, RJ: PPGAS/Museu Nacional/UFRJ, 1996.

WAHAR, Salah-Elin Aboel - Introdução à Administração do Turismo - SP: Bibliotéca Pioneira de Administração e Negócios, 1977.

WALLERSTEIN, Immanuel. - "Culture as the ideological battleground of the modern world-system" in: Mike Featherstone (org.), Global culture: nationalism, globazation and modernity - Sage: London, 1990.

WEBER, MAX - "Rejeições Religiosas do Mundo e suas Direções" in: GERTH, Hans e MILLS, Charles Wright (orgs.):Max Weber, Ensaios de Sociologia - RJ: Zahar Editores, 1974.

_____ - A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo - SP: Pioneira, 1992.

_____ - Economia e Sociedade (Vol. I) – Brasília: UnB, 1992.

WEGNER, Robert - "Os Estados Unidos e a Fronteira na Obra de Sérgio Buarque de Holanda" in: SOUZA, Jessé (org.): O Malandro e o Protestante (A Tese Weberiana e a Singularidade Cultural Brasileira) – Brasília: UnB, 2000.

WILLIAMS, Raymond – Cultura e Sociedade – SP: Cia Nacional, 1969.

_____ - Marxismo e Literatura - RJ: Zahar Editores, 1979.

_____ - Campo e Cidade - SP: Cia das Letras, 1989.

WILSON, Elisabeth - "The Invisible Flâneur" - New Left Review n. 191, january/february 1992.

WISSENBACH, Cristina Cortez - "Da Escravidão à Liberdade: Dimensões de uma Privacidade Possível" in: SEVCENKO, Nicolau (org.): História da Vida Privada no Brasil (República: da Belle Époque a Era do Rádio) - SP: Cia das Letras, 1998.

WITTGESTEIN, Ludwig J.J. – "Investigações Filosóficas" in: Os Pensadores – SP: Abril Cultural, 1979.

WOUTERS, C. - "Formalization end Informatization: Changing Tension Balances in Civilization Process" - Theory, Culture & Society, vol. 3, 1986.

YÁZIGI, E., CARLOS, A. F. A. e CRUZ, R. C. A.(orgs.) - Turismo: Espaço, Paisagem e Cultura - SP: Hucitec, 1996.
XAVIER, A.; BRITO, A. e NOBRE, A. L. – Arquitetura Moderna no RJ – RJ e SP: Rio Arte/Fundação Vila Nora Artigas/ PINI, 1991.
ZAJDZNAJDER, Luciano – Ética, Estratégia e Comunicação na Passagem da Modernidade à Pós-Modernidade – RJ: FGV, 1999.
ZALUAR, Alba – "O Clóvis ou a Criatividade Popular num Carnaval Massificado" – Cadernos CERU n. 11 série 01, SP: CERU, setembro de 1978.
_____ - "Violência Fácil e Justiça no Brasil: 1980-1995" - – Estudos Afro-Asiáticos, n. 34 dezembro de 1998.
_____ e ALVITO, Marcos – "Introdução" in: Um Século de Favela, ZALUAR, A. e ALVITO, M. – RJ: Fundação Getúlio Vargas, 1998.
ZAN, J. R. – "Música Popular: Produção e *Marketing* in: BORELLI, Silvia Helena S.(org.): Gêneros Ficcionais, Produção Cotidiano na Cultura Popular de Massa – SP: Intercom (Coleção GT'S Intercom, n. 01).
ZUKIN, Sharon - Loft Living – London: Hutchinson/Radius, 1988.
_____ – The Cultures of Cities - New York: Blackwell, 1995.
_____ - "Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder" in: Antônio Augusto Arantes (org.) - Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, n. 24, RJ: IPHAN, 1996.

PERIÓDICOS CITADOS:

Revista Exposição de 22 – RJ: 1922.
Semana Ilustrada – agosto de 1923.
_____ - março de 1937.
_____ - março de 1940.
Revista da Semana – 7 de outubro 1922.
_____ - 17 de novembro de 1928.
_____ – 15 de dezembro de 1928.
Revista Manchete – 20/08/1960.
Geographical – February 1995.
A Tarde – 22/11/1996.
_____ - 29/01/1998.
_____ - 22/01/2000.
Axé Bahia – 1979.
Bravo – fevereiro de 1999.
Black People - 1997, n. 2 ano 2.
BrasilTuris Jornal - agosto de 1995.
_____ - julho de 1996.
_____ - setembro de 1996.
Check In Varig – 1997.
Cláudia – agosto 1999.
Diário Oficial da Bahia – 02/12/1997.
Ensaio Geral – 1999/2000.
Estado de São Paulo – 16/06/1998.
Exame – 16 de dezembro 1998.
Festa e Folia – junho de 1999.

Folha de São Paulo – 23/03/1978.
Gazeta Mercantil – 12/06/1998.
_____ - 27/05/1999.
_____ - 05/06/1999.
_____ - 14/06/1999.
_____ - 16/06/1999.
_____ - 19/06/1999.
_____ - 30/06/1999.
Balanço Anual (Gazeta Mercantil) – ano XXII n. 23, 30/06/1999.
Gazeta Mercantil – 08/07/1999.
_____ - 05/08/1999.
_____ - 06/08/1999.
_____ - 19/08/1999.
Gazeta Mercantil Latino-Americana – 09/2000.
_____ - 04/10/1999.
_____ - 03/11/1999.
_____ - 16/12/1999.
_____ - 24/02/2000.
_____ - 03/06/2000.
Geo - fevereiro de 1999.
Ícaro – junho de 1998.
Jornal do Brasil – 24/07/1994
_____ - 15/02/1998.
_____ - 04/06/2000.
Jornal do Comércio de Pernambuco – 17/09/1999.
Le Figaro - 17/09/1996.
O Cruzeiro – 0101/1931.
_____ - 01/08/1931.
_____ - 03/09/1931.
_____ - 03/10/1931.
O Dia - 15/09/1997.
O Globo – 09/02/1997.
_____ - 04/09/1997.
_____ - 28/09/1997.
_____ - 02/12/1997.
_____ - 15/01/1998.
_____ - 09/02/1998.
_____ - 12/02/1998.
_____ - 15/02/1998.
_____ - 19/02/1998.
_____ - 12/02/1999.
Na Poltrona (Itapemirim) – junho de 1999.
Rumos do Desenvolvimento – julho de 1997.
O Resumo – janeiro de 1999.
Revista Semana – 06/11/1915.
_____ - 23/10/1915.
Vanguarda – 10/05/1935.
Veja – 12/01/2000.
Veja – 12/06/2000.

Verão & Folia – Janeiro de 1993.
Veredas – fevereiro de 1998

OUTRAS FONTES CITADAS:

Anuário Brasileiro de Mídia – 1997.
Boletim da Fundação de Cultura de Caruaru – 1998.
Informe da Secretária de Turismo de Caruaru – 1998.
Informe da Secretária de Turismo de Pernambuco – junho de 2000.
Programa Nacional de Municipalização do Turismo – 1994.
Guia Turístico de Parintins – 1998.
EMBRATUR - A Indústria do Turismo no Brasil - Perfil & Tendências - Brasília: Instituto Brasileiro de Turismo/ABRESI/SEBRAE, 1997.
_____ - Política Nacional de Turismo. Diretrizes e Programas (1996-1999) - Brasília: Min. Indústria e Comércio/Instituto Brasileiro de Turismo.
Lei Orgânica do Município de Caruaru - 1996.
Informativo da Secretaria Estadual de Cultura e Turismo do Amazonas – junho de 1999.
Receseamento do IBGE – 1991.
Relatório do Ministério do Trabalho do Brasil - 1998.
Diagnóstico dos Investimentos em Cultura no Brasil (III volumes) – Brasília e Belo Horizonte: Ministério da Cultura/Fundação João Pinheiro, novembro de 1998.
Plano de Desenvolvimento do Rio de Janeiro.
Plano de Ordenamento Turístico do Rio de Janeiro.- outubro de 1977.
Boletim Internacional Congress and Convention – outubro de 1999.
Relatório da Empresa Municipal de Desenvolvimento do Rio de Janeiro – 1997.
Guia do Viajante – RJ: 1884.
Diretrizes para uma Política Nacional de Turismo.
Anuário da OMT – 1999.
Discovering Rio – 1997.
Anuários da Embratur – 1969, 1973, 1990 e 1994.
Boletim Adibra – 2000.
Boletim Abasce – 2000.
Boletim do IBOPE – julho de 2000.
Pesquisa Gallup/Seleções – 1997.
Plano Maravilha (Plano de Turismo da Cidade do Rio de Janeiro) – 1997.
Informe da Embratur – novembro de 1998.
Informe da Embratur – junho. de 1996
Informe da Embratur – 1994.
Relatório do Instituto de Hospitalidade (Fundação Odebrechet, Sebrae, Senai e Senac) – 1999.
Embratur – 1998.
Relatório do Iser – 1995.
Revista de "Os Internacionais" – Ano IX, n. 08 fevereiro de 1986.
World, La Planete Musical – n. 9 février 99.
Projeto Festas Populares (Ciclo 95/96) – Emtursa/Prefeitura de Salvador, 1995.
Touring: 70 anos – RJ: Touring Club do Brasil, 1993.
Hotel Glória – ET-121/97.
Le Meridien no Brasil e no Mundo – 1998.
Brahama: Breve Noticia sobre a Cervejaria – RJ: Brahma, 1951.

Brahma: 109 Anos de História. Companhia Cervejaria Brahma: 93 Anos de Sucesso – RJ: Acervo da Brahma, 1997.
Enciclopédia dos Municípios Brasileiros – RJ: IBGE, XVIII vol. 1960.
Seminário POT/Rio – outubro de 1977.
Aparência do Rio de Janeiro – 1959.
O Rio de Janeiro e sua Arquitetura – RJ: Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Esportes/Riotur, janeiro de 1989.
Lei Municipal n. 152/96 – Parintins: 1996.
Pesquisa em Parintins – Secretária Estadual de Cultura e Turismo do Amazonas, Manaus: 1999.
The Schorter Oxford English Dictionary – 1950.
Boletim da Secretaria de Turismo e Cultura da Bahia – junho de 2000.
Smiles no Ar – Varig/Rio Sul/Nordeste/Pluna, novembro de 2000.
Turismo e Lazer – Primeiro Semestre de 1996.

0