

# Brinquedos do Carnaval Pernambucano: Um “Campo de Lutas” Cultural entre Maracatu Rural e Ursos baseado na Construção Social Bourdiesiana

**Roberta de Albuquerque Pereira<sup>1</sup>**  
**Maria de Lourdes de Azevedo Barbosa<sup>2</sup>**

## RESUMO

Inseridos em um cenário onde as relações de produção e trocas orientam a vida social contemporânea, vivemos, constantemente, disputando espaço e reconhecimento. Essas competências quando alcançadas, permitem que tenhamos destaque em relação a outros, nos tornando distintos. No que diz respeito a cultura, de forma geral, essa perspectiva não é diferente e, de forma específica, se focarmos no tema brinquedos populares pernambucanos, dos quais fazem parte os maracatus, cavalos-marinhos, bumba-meu-boi, ursos, caboclinhos, entre outros, identificamos que a lógica mercantil, geralmente, os leva à buscarem essa distinção por meio de uma dinâmica de poder. Nesse sentido, a fim de conhecer com maior profundidade as características desse fenômeno, o presente artigo se propõe a analisar como ocorre esse processo de distinção entre Maracatu Rural e Ursos, pelo fato do maracatu se destacar em relação aos demais no contexto da cultura pernambucana, buscando-se estabelecer uma análise comparativa entre os dois para identificar o que leva um brinquedo a ser mais reconhecido do que outro e quais os motivos que estabelecem esse processo. Para dar suporte a compreensão desse fenômeno, utilizamos a teoria fundamentada na Sociologia Econômica de Pierre Bourdieu, uma vez que esta nos possibilita entender a estrutura da sociedade dentro de uma dinâmica econômica, e como essa dinâmica se estabelece de modo a resultar no maior reconhecimento de um brinquedo em relação a outro. O problema de pesquisa levou a opção por uma abordagem qualitativa de pesquisa, com caráter interpretativista e etnográfico. Como resultado, verificamos que o Maracatu Rural tem maior distinção e reconhecimento quando comparado aos Ursos do Carnaval e essa prevalência advém de alguns elementos, dentre os quais se destacam as influências políticas, sociais, econômicas e simbólicas que o distinguem em relação a outros brinquedos.

**Palavras-chave:** Poder. Distinção. Produto Cultural. Maracatu Rural. Ursos.

## 1. Introdução

Pernambuco, Estado marcado pela diversidade cultural, é conhecido no país como cenário cultural vivo, graças às contribuições que, segundo Shinohara et al (2013), advieram de nossos colonizadores. De acordo com Grillo (2011), o solo fértil em expressões culturais permite o reconhecimento do Estado, em nível nacional e internacional, e encanta por sua diversidade, representada no seu patrimônio cultural, material e imaterial.

<sup>1</sup> Mestre em Administração em Marketing pelo PROPAD/UFPE - Programa de Pós-Graduação em Administração - Recife/PE. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7322223948986924> Endereço Eletrônico: [robertapropad@gmail.com](mailto:robertapropad@gmail.com)

<sup>2</sup> Doutora em Administração em Marketing pelo PROPAD/UFPE - Programa de Pós-Graduação em Administração - Recife/PE. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4418217720125569> Endereço Eletrônico: [lourdesbarbosa@gmail.com](mailto:lourdesbarbosa@gmail.com)

Uma das principais atividades econômicas do Estado, segundo a Empetur (2013) está relacionada ao turismo. Atividade responsável por gerar emprego e renda para o Estado, assim como, movimentar a economia local durante todo o ano com os eventos populares como Carnaval, Semana Santa e São João.

No carnaval, festa popular do Estado, segundo a Empetur (2013) podemos apreciar diversos brinquedos, como Maracatus, Caboclinhos, Coco de Roda, Ursos e o Frevo; já no interior contamos com os Caretas de Triunfo, Caiporas de Pesqueira e Papangus de Bezerros. Cada brinquedo com uma relevância e significação para sua região. Entretanto, é sabido que à medida que os brinquedos vão sendo reconhecidos por admiradores e brincantes, também vão se destacando em relação aos demais.

Dentre os diversos brinquedos populares integrantes da cultura pernambucana, assumimos que os acima citados, fazem parte do contexto maior contido na cultura do carnaval. Partindo de observações e conhecimentos prévios, percebemos que uns brinquedos têm maior reconhecimento do público do que outros. Dessa forma, verificamos que há uma distinção entre os folguedos (brinquedos populares), ou seja, alguns se tornaram mais populares que outros, fenômeno que parece estar baseado nas relações de poder que são articuladas pelos diversos agentes que integram o mercado do entretenimento. Essas relações de poder envolvem diretamente três grupos distintos, quais sejam, os grupos propriamente ditos (brinquedos populares), os agentes internos (pessoas que pertencem aos brinquedos) assim como, os agentes externos (pessoas/entidades que os influenciam de alguma forma, como por exemplo, a Federação Carnavalesca de Pernambuco que é responsável por autorizar ou não a apresentação dos grupos no concurso do carnaval). Esses grupos, a partir de seu ufanismo, determinarão cada brinquedo que se destacará dos demais no cenário do carnaval. Esse ufanismo pode aflorar a partir desses grupos de diversas maneiras seja pela admiração, adoração, identificação, ou por suas belezas, histórias e riquezas.

Como aporte teórico para entender como se dá essa relação de superioridade de um brinquedo para com outro, mediado pelo sentimento de ufanismo em demasia, utilizamos a teoria de Bourdieu, que fornece elementos para entender melhor como se dá essa prática, uma vez que se fundamenta na maneira como as relações sociais, se estruturam e são estruturadas por meio das leis do campo econômico. Bourdieu nos fornece subsídios para entender essa dinâmica econômica, a partir dos conceitos de campo e *habitus* que serão apresentados adiante.

A análise das relações entre os agentes envolvidos na lógica econômica que estabelece as regras no contexto da cultura do carnaval possibilita entender melhor os elementos que definem que brinquedo se distingue dos demais (principalmente em relação a questão do patrocínio como influente na distinção do brinquedo, uma vez que o patrocínio é responsável pela divulgação e possibilidade de tornar popular e conhecido o brinquedo). Bourdieu apresenta esse mercado como um “campo de lutas” baseado em uma construção social. E essa luta por distinção se apresenta de forma contundente nos folguedos populares,

em uma disputa permanente que faz com que, por exemplo, o “Maracatu Rural” (brincadeira típica da zona da mata de Pernambuco que consiste na disputa entre tribos indígenas pelo poder) se destaque diante dos “Ursos do Carnaval” (brincadeira originária da cultura cigana e consiste na figura de um domador que segura um urso por uma corrente fazendo com que este dance em prol de dinheiro). Nesse sentido, torna-se importante compreender porque e como se dá esse processo de diferenciação entre esses dois brinquedos, na medida em que ambos são considerados produtos culturais do Estado que, em tese, não apresentam uma hierarquia em termos de valor ou qualidade como produto cultural.

Tal fato nos leva a refletir como os agentes internos e externos elevam um brinquedo popular à posição de distinção no mercado do entretenimento, valorizando mais um folguedo popular em relação a outros e quais os fatores que ocasionam tal atitude. Se por um lado temos as influências de poder decorrente dos agentes reguladores, por outro, temos um afastamento em relação aos outros brinquedos devido ao ufanismo advindos dos agentes envolvidos.

Como justificativas para realização desta pesquisa apontamos inicialmente para os agentes envolvidos com os brinquedos populares que nos proporcionaram entender o funcionamento das posições e disposições na construção social deste campo de culturas populares, permitindo a compreensão da relevância dessas manifestações culturais e as formas de distinção de um brinquedo em relação a outro.

Acrescentamos ainda as contribuições ofertadas neste estudo para a construção de uma visão crítica sobre a lógica econômica contemporânea, que analisa as questões de trocas não apenas pelo capital econômico, mas considerando questões intrínsecas ao indivíduo (capitais social, cultural e simbólico) adquiridas ao longo de sua trajetória de vida. Nesse sentido, os brinquedos populares contribuem para analisarmos o processo de distinção cultural entre os mesmos, onde nos levam a refletir porque uns brinquedos sobressaem em relação a outros.

## **2. Revisão de Literatura: Um Celeiro Cultural**

Para entendermos melhor os objetos estudados, nesta sessão são apresentados os dois brinquedos, de forma isolada, para o melhor conhecimento acerca dos mesmos.

Para entender o Maracatu Rural é interessante retroceder em um contexto histórico, buscando conhecer o ambiente social, cultural e econômico em que estão inseridos para entender o surgimento da tradição desta brincadeira.

O Brasil no período colonial foi dividido em capitanias, pelo Rei de Portugal, que foram doadas para alguns de seus amigos e conhecidos, como forma de garantir sua herança. Pernambuco se constituía na capitania mais promissora, tendo como principal atividade econômica, a cultura do açúcar (SILVA, S., 2008).

A forma enérgica e autoritária com que a cultura do açúcar foi introduzida nas colônias, acarretou em problemas sociais, como a destruição ou desalojamento de

sociedades humanas devido a não adequação ao sistema, tendo em vista que se tratava de pessoas com técnicas rudimentares para desempenhar atividades de subsistência (SILVA, S., 2008).

Outro povo que também fez história em território pernambucano foram os índios. História marcada por lutas territoriais e de identidade. De acordo com Silva (2006), as aldeias indígenas serviam de reserva de mão de obra, além de recrutamento para combater possíveis conflitos, entre os portugueses e os negros. O autor enfatiza que em decorrência das invasões nas terras e extinção dos aldeamentos, alguns povos migraram para outras comunidades, onde trabalhavam com o cultivo sazonal da cana de açúcar, na zona da mata do Estado.

É nesse contexto que surgem os maracatus, que congregam personagens e histórias que estão ligadas a cultura canavieira. A organização estrutural do maracatu rural é formada pelos seguintes personagens: o *Mateu*, a *Catirina (ou Catita)* e a *Burra*: personagens responsáveis por avisar ao resto do grupo se o caminho está livre para sua passagem, assim como, roubar comidas para alimentar os demais integrantes do maracatu; o *Porta-estandarte*: responsável por segurar a bandeira com o nome, a data da fundação e o símbolo do maracatu. Era de responsabilidade deste folgazão, ser ágil e hábil para não deixar nenhum outro grupo roubá-los. Segundo Lima (2013) a versão mais antiga para bandeira estava vinculada ao pote onde os dinheiros arrecadados eram depositados; *Arreiamá*: tem a função de proteger a corte real, a dama do paço e as baianas; *Dama do Paço*: responsável por carregar a *calunga* (boneca que protege o maracatu); *A corte real*: composto pelo rei e a rainha; o *mestre* que comanda a brincadeira usando um apito e uma bengala na condução do grupo (Lacerda, 2010), e os *caboclos de lança*: *Os caboclos de lança*: protegem todos os brincantes do maracatu, assim como, abrem passagem para o mesmo desfilar. É de responsabilidade desses folgazões, não permitir que outros brincantes roubem ou invadam seus grupos. Sendo temidos e respeitados diante de outros personagens.

Essa brincadeira, de acordo com Barachinha (2013), é tradicionalmente da cultura canavieira e a princípio consistia na disputa por relações de poder entre grupos do mesmo município e/ou circunvizinhos que brigavam em busca de prestígios diante dos demais grupos da região. Lima (2013) afirma que a brincadeira consistia num passeio pelos vilarejos dos canaviais onde os folgazões passavam pedindo dinheiro para os moradores, a fim de comprar bebidas. Brigas eram observadas frequentemente, porque os grupos tentavam roubar uns aos outros para comprar bebidas. Dessa forma, essa brincadeira era completamente machista, devido ao caráter violento que a mesma apresentava.

Por outro lado, apresentemos o brinquedo Ursos do Carnaval, onde segundo Lóssio e Pereira (2008) representa um conjunto de figuras vestidas de “urso” – homens que usam máscaras de urso, confeccionadas com papel machê e pintada de várias cores; veste macacão de estopa, veludo e pelúcia – junto a um “domador” que segura o “urso” por uma corda, além da figura do caçador. O Urso se apresenta dançando embalado ao som da orquestra (sanfona, triângulo e bombo) e simula ataques ao público. Logo a figura do

domador aparece segurando o bicho pelas correntes e o papel do caçador que porta uma espingarda, exhibe o urso capturado. Geralmente estes personagens estão acompanhados por balizas, cordão feminino e estandarte.

Os Ursos do Carnaval, segundo Lima (2014), têm origem nos ciganos da Europa que andavam pelas ruas da cidade, segurando animais presos em correntes, passando de porta em porta pedindo dinheiro, em troca, ordenava que os animais dançassem. Afirma também, que a “La Ursa” como é conhecida popularmente, a brincadeira, está relacionada a imagem de crianças brincando nas ruas durante o carnaval, batendo latas, puxando alguém fantasiado de Urso gritando: “A La Ursa quer dinheiro, quem não dá é piranguero”.

Assim como o Maracatu Rural, o Urso também participa do concurso do Carnaval do Recife, entretanto, a visibilidade e reconhecimento entre os dois ocorrem de forma diferente, o número de grupos de Maracatu Rural que se inscrevem no concurso do Recife é maior que os demais que os demais brinquedos, por exemplo. Com base nesta observação, as relações de poder são responsáveis pelo norteamento desta pesquisa, na qual utilizaremos a sociologia econômica de Bourdieu para explicar como se dá esse movimento dentro do brinquedo e a forma como se porta em relação às dinâmicas de poder que o cerca.

### **3. Teoria Capitais e Distinção: atributos constituintes do cenário do carnaval.**

Bourdieu nos apresenta, em sua teoria social, a sociedade como estrutura estruturante de um sistema. Seguindo a lógica de mercadorização da cultura, buscamos entender como esta estrutura ocorre dentro de uma dinâmica econômica. Sendo assim, fundamentamos este artigo, na Sociologia Econômica de Bourdieu, que segundo Garcia-Parpet (2013), apresenta questionamentos sobre os conceitos da teoria neoclássica da estrutura social econômica, decorrente pesquisas realizadas em sociedades que conservavam tradições com economias diferentes da capitalista. Bourdieu (2000) aponta que essas pesquisas o levaram a refletir e perceber o quanto essa lógica mercantil é imposta, muitas vezes de forma brutal, nas sociedades que agem naturalmente dentro desta lógica incorporada nas práticas sociais. Garcia-Parpet (2006) corrobora afirmando que Bourdieu, refuta a forma particular e etnocêntrica da teoria econômica, que se apresenta disfarçada em universalismo, levando os agentes a aceitá-la como sem pensar, por exemplo, em questões culturais.

Bourdieu ressalta na teoria econômica o conceito de capital simbólico e afirma que o poder simbólico é essencial para a sociedade moderna, chegando à conclusão que a lógica da economia de mercados é uma lógica simbólica, onde as verdades são transformadas em dominação. Wacquant (2002) afirma que essa dominação, seja de caráter pessoal ou estrutural, são responsáveis pela constituição do espaço social e o poder simbólico consiste

na habilidade de transformar a realidade social por meio das representações, a partir do reconhecimento de significados identitários que regulam as práticas sociais (HALL, 1997).

O autor desta teoria assume este poder simbólico como um poder de construção da realidade que estabelece uma ordem e um sentido imediato de mundo, funciona como um instrumento de dominação, servindo de base para construção de uma ideologia constitutiva de um produto coletivo, servindo a interesses particulares e sendo passada a imagem de um interesse universal.

A construção do universo simbólico não deve ser enxergada como um lugar físico, mas como as diferentes formas de ocupações do sujeito que nos permitirá entender como ocorre o poder exercido pelos indivíduos, passiva ou ativamente diante essas relações (NASCIMENTO; MARTELETO, 2004). Bourdieu (2011) afirma que as posições ocupadas pelos indivíduos ou grupos nessa estrutura, não pode ser definida apenas como um ponto estático, onde ele assume uma posição relativa de superioridade ou inferioridade, mas deve-se analisar o sentido do seu trajeto social, podendo indivíduos de classes sociais distintas possuir propriedades comuns nessa trajetória, ou seja, desfrutar de experiências comuns. Diante disso, o autor afirma que os agentes e os grupos de agentes são definidos pelas posições relativas que ocupam, podendo se encontrar em classes com posições vizinhas.

A inquietação proposta por Bourdieu (2000) à teoria econômica decorre do fato desta ser baseada em um habitus econômico particular, pensada em um determinado período histórico, e generalizada para todo o sistema econômico, sem ao menos pensar nas questões sociais, históricas e políticas que envolvem os agentes. Raud (2007) afirma que para Bourdieu, as ações econômicas deveriam ser analisadas por meio da sociologia, uma vez que esta traria uma visão econômica como subconjunto da sociedade.

Outro ponto abordado por Bourdieu, diz respeito à importância e influência do agente político na construção do campo econômico. Segundo Raud (2007), o sociólogo afirma que a atuação e tradição do Estado são responsáveis pela construção das sociedades, e por determinar as regras de funcionamento do campo econômico, através de infraestrutura jurídica e regulamentos gerais. O Estado também é responsável por promover disputas entre empresas, criar demanda e oferta, permitir entrada de novas organizações e influenciar as relações de poder entre os agentes do campo econômico.

Diante do exposto, Bourdieu se recusa a analisar o campo econômico, apenas pelo acúmulo de capital econômico, mas como o sociólogo ratifica que o campo é construído socialmente, essa análise da relação de poder, deve ser observada através dos capitais (cultural, social e simbólico) adquiridos pelos agentes envolvidos no campo, onde não se devem negligenciar questões políticas e históricas.

Os diferentes campos só possuem sentido através dos relacionamentos por meio dos jogos das oposições e distinções formando o que Bourdieu (2012) chamou de espaços sociais. Essas relações objetivam a dominação dos agentes desprovidos de ascensão social no campo, por meio das normas que eles são submetidos. Para o autor, as lutas pelos

interesses dos agentes reduzem a identidade social das pessoas, transformando ou conservando as manifestações simbólicas.

Os dominados, em maioria, desprovidos de consciência, tornam-se pessoas submissas, escassos de cultura e de linguagem determinada pelas classes dominantes. Esses espaços, decorrente da influência de agentes dominantes, conseguem se isolar ao meio externo, permitindo uma maior conexão e articulações entre eles. Quando fronteiras são estabelecidas pelos agentes, ao meio externo, isso permite que o campo se fortaleça e se distingue diante dos demais, seja por meio de fatores culturais, econômicos, sociais ou políticos.

Não há como pensar nas questões culturais, separadas das questões econômicas. Segundo Gay e Pryke (2002), a cultura está em todo lugar e as questões culturais são regidas por significados. Estes por sua vez, são desenvolvidos por ferramentas que darão sentido as práticas materiais, sejam elas econômicas ou culturais.

Wacquant (2002) assume que o espaço social está organizado pelo imbricamento entre o capital cultural e econômico, onde constituem motivos de conflitos sociais. O acúmulo desses capitais constitui os efeitos de uma dominação. O objetivo nesse caso é se apropriar de uma identidade legítima e afirmá-la oficial e reconhecida. Para isso, é necessário enquadrá-la num mercado de bens simbólicos com regras e práticas próprias em busca de distinção. Entretanto, ao serem constituídos socialmente, estes bens devem ser modelados através de convenções sociais (MAUSS, 2002), para atender uma lógica de mercado, no caso, a Indústria Cultural.

A questão ideológica é trazida por Bourdieu como um sentido dado à vida, de forma que proporcione a condição de existência humana. Baudrillard (2005) afirma que essa ideologia é consumida pelos indivíduos não pela materialidade dos objetos ou pela utilidade dos mesmos, mas pelo valor simbólico que representam. Retondar (2007) corrobora ao afirmar que o mercado passou a integrar posições de lideranças na sociedade, não apenas por fomentar novas relações de produção, mas por expandir uma lógica mercantil em outros campos sociais, ampliando dessa forma, o universo cultural para práticas significativas como linguagem, arte, publicidade, onde constituem um campo complexo e extenso.

Por fim, Bourdieu traz a ideia de que o mercado econômico como é visto hoje, negligencia questões relevantes para seu entendimento, como fatores históricos, culturais e políticos. Acredita também que a construção do campo econômico ocorre por meio de lutas, na busca pela dominação de uma classe e que este controle é decorrente o acúmulo de capitais, e o desenvolvimento de produção de bens simbólicos, segundo Bourdieu (2011) ocorre em paralelo ao processo de diferenciação que se dá pela diversidade de público e produtos, onde através de interpretações individuais, os produtos têm significados diferentes, seja na forma de valor cultural ou mercantil. Quando um produto de arte é significado através de valores mercantis, o autor acredita que surge uma nova categoria de bens simbólicos, onde no mercado, a arte pode ser considerada simplesmente uma mercadoria ou arte como pura significação. Fato contundente a esse processo de distinção e

influência nas relações é possível decorrente ao que Bourdieu (2011) chama de *capital*, sendo este considerado toda forma de acúmulo de riqueza, seja ela cultural, social, econômica e simbólica.

Pode-se então entender o *capital econômico*, segundo Bonamino, Alves e Franco (2010) como o capital que se apresenta nas formas de produção (terras, fábricas e trabalho) e bens econômicos (dinheiro, patrimônio, bens materiais); por *capital social*, o conjunto de relações sociais que um indivíduo possui (BONNEWITZ, 2003); a respeito do *capital cultural* Bonamino, Alves e Franco (2010), apresenta-se na forma de bens culturais (esculturas, livros, pinturas) e investimento acadêmico; e por fim, o *capital simbólico* Bonamino, Alves e Franco (2010) traz como definição, o conjunto de rituais relacionados à honra e ao reconhecimento. Através deste capital é possível reconhecer que regras de boa conduta e protocolos não estão limitadas ao controle social, mas as vantagens sociais.

Partindo do pressuposto que o acúmulo dos capitais se dá por meio das vantagens sociais, ratificamos então, a proposta levantada inicialmente, sobre o prestígio do Maracatu Rural em relação aos Ursos. Alguns pontos que tornam a indagação mais contundente, serão apresentados mais a frente, na análise dos dados.

### **3. Procedimentos metodológicos**

Dentro da seara de métodos pertencentes à abordagem qualitativa, nos propusemos a utilizar na pesquisa um estudo de caráter etnográfico. Este método alinha-se à Sociologia Interacional, uma vez que esta se relaciona com a busca do entendimento dos significados e dos discursos a partir de pistas advindas de interações sociais (GOFFMAN, 1964). Essas pistas constroem cenários e dão significados às interações face a face, uma vez que, os detalhes constituintes da linguagem pragmática permitem uma compreensão não apenas no nível da semântica, mas no tocante ao contexto (Ribeiro e Garcez, 2002). Tanto falante quanto ouvinte são fundamentais na construção das mensagens e dos significados, os cenários e contextos tornam-se relevantes para o entendimento dessas interações, assim como, a forma como os indivíduos se dispõem nessas situações (RIBEIRO; GARCEZ, 2002).

Decorrente de um caráter naturalista/construtivista, que o artigo está alinhado, utilizou-se de observações participantes, alinhadas à técnica de entrevistas etnográficas para coletar os dados, uma vez que elas permitem entender o que está para além do que foi dito.

A observação participante foi uma técnica de coleta dos dados utilizada, uma vez que esta técnica reposiciona a pesquisadora como membro do grupo observado, compartilhando as experiências de vida, hábitos e convenções sociais (NOVAES; GIL 2009). Por meio desta observação foi possível imergir no campo de análise observando os fenômenos, a partir da perspectiva de um membro, assim como, influenciando o que é observado devido as suas participações (FLICK, 2004).

Inicialmente nossas pesquisas voltaram-se para coleta de dados em ambientes de apresentação do Maracatu Rural, entre ensaios, apresentações no carnaval e conversas com brincantes. Após as fases de identificação dos grupos analisados e da coleta de dados,



identificamos uma insatisfação por parte agentes públicos, em relação aos resultados das análises dos nossos dados. Por meio deste insight, resolvemos fazer uma análise comparando o que já havíamos coletado – Maracatu Rural – com a escolha de um brinquedo aleatório, neste caso, os Ursos. A partir daí foram realizadas leituras exaustivas dos materiais, sobre Ursos foram coletados, de forma a identificar se continham informações pertinentes ao objetivo de pesquisa, como sugerido por Minayo (1998) e fomentar nossas investigações acerca do processo de distinção e das relações de poder apresentadas por Bourdieu.

#### **4. Análise de Dados**

O que nos levou a analisar essa distinção entre os grupos de Maracatus Rurais e Ursos Carnavalescos, foi devido as pesquisas iniciais, realizadas com grupos de Maracatu Rural que buscaram compreender como estes se comportavam dentro do cenário do carnaval. Observamos que entre os próprios grupos de maracatus haviam àqueles que se destacavam em relação aos demais. Analisaremos mais a frente esse fenômeno à luz da teoria de Bourdieu, como sendo o acúmulo de capitais políticos, econômicos e sociais. Tal fato, nos levou a inquietação de tentar entender como se dava esse processo de distinção. Entretanto, o ponto crucial para nossas buscas, foi uma entrevista realizada com o Assessor de Marketing da Secretaria de Turismo do Recife, quando conversamos com ele sobre as insatisfações dos folgazões de Maracatu, quanto aos investimentos por parte dos Órgãos Públicos nestes brinquedos. O assessor não gostou de ouvir os comentários e afirmou: "eles - os brincantes - choram muito! Eles querem todo investimento para eles e não veem que têm outros grupos também! Eles são os que mais ganham investimento!". A fala do assessor nos levou a refletir o porquê desse maior investimento, e então, escolhemos aleatoriamente, o brinquedo Ursos Carnavalescos para analisar alguns pontos. Fundamentados na teoria de Bourdieu, identificamos na fala do assessor uma mensagem carregada de significados contundentes para nossa análise, inicialmente elencamos o capital social, que Bourdieu o explica como sendo as relações sociais que adquirimos e conservamos ao longo de nossas vidas, nesse caso, o capital social para os “maracatuzeiros” contribui para um melhor relacionamento entre os agentes internos e órgãos públicos responsáveis pelas questões de incentivos culturais. Outro capital observado foi o econômico, uma vez que esse estreitamento na rede de relacionamentos permite que os grupos de maracatus recebam maior investimento que outros brinquedos, quanto maior a comunicação e influência que ocupam os folgazões do maracatu em setores voltados para cultura e turismo, mais oportunidade de exibição eles possuem, e quanto mais investimentos os grupos recebem, eles investem na produção do grupo.

Um fator de relevância identificado na pesquisa, diz respeito à existência de Associações. No caso dos Maracatus existe uma Associação para organizar e orientar os grupos em relação as participações nos eventos do carnaval. Os grupos que são associados, conseguem facilidades e recebem investimentos para se apresentar. Esta ação permite identificarmos como estes representantes encaram a tradição que acreditam e como

valorizam sua cultura e seus costumes. Analisando este ponto à luz de Bourdieu, o capital social sobressai nas relações dos grupos de Maracatus e atrelado a este, identificamos o capital cultural, que Bourdieu o define como nossa bagagem de aprendizados, experiências e tradições, tudo que nos fora passado entre gerações, ou seja, a criação de uma Associação é uma forma de manter viva a cultura de um povo legitimamente. Sendo assim, mais um capital é observado fortemente na estrutura dos grupos de maracatus, o capital simbólico, que é trazido por Bourdieu como a ideia do significado, do valor, do sentimento de pertence que determinado objeto, cultura ou pessoa exerce sob uma população, e este capital simbólico é observado quando identificamos os grupos na forte busca de resgatar, preservar e valorização os seus costumes. Através da articulação entre os membros que se protegem, perpetuando seus valores nessa relação interpessoal. Nos grupos dos Ursos do Carnaval, não identificamos um órgão competente pela concentração, articulação e controle dos grupos. A ideia que nos fora passado, é que cada grupo de Ursos, funcionam por conta própria, fato que dificulta a articulação e envolvimento com agentes públicos, por exemplo. Ou seja, mesmo havendo uma articulação entre os próprios brincantes, esta não funciona de forma forte e concisa a ponto de criar um movimento próprio capaz de buscar melhorias em benefício da causa (aumentar valorização dos Ursos).

Fator observado em relação à quantidade de grupos existentes, segundo Henrique (diretor do Maracatu Piaba de Ouro e integrante da Associação de Baque Solto), são mais de 90 grupos de maracatus cadastrados e regulamentados na Associação. Em contrapartida, contamos com pouco mais de 11 grupos de Ursos do Carnaval, segundo ARAÚJO (2014), acarretando dessa forma, na significância de representantes na Programação do Concurso do Carnaval do Recife. Para se ter ideia, em números, identificamos que no Grupo de Acesso das 08 vagas reservadas para os Ursos- La Ursa, apenas 05 grupos se inscreveram; no caso do Grupo II, das 19 vagas para os Maracatus Baque Solto, foram inscritos 20; e das 08 dos Ursos, apenas 07 realizaram a inscrição; no Grupo I, das 17 vagas para Maracatu Rural, 18 se inscreveram e das 08 para Ursos, houve 09 inscritos e por fim o Grupo das Especiais que ambos possuem 06 vagas, todas as vagas foram inscritas.

Diante de tais evidências, admitimos que as vantagens sociais, de fato proporcionam um acúmulo de capitais, uma vez que a questão do prestígio, do reconhecimento e consequente divulgação, depende do fato de como, e com quem, os brincantes se articulam, para daí conseguir algum benefício em relação aos outros. Os grupos de Maracatus conseguem ter melhor articulação política, além de se venderem melhor com a ideia de cultura genuína. Estão em maior número, ou seja, mais representatividade no cenário do carnaval, fato que permite maior visibilidade. Tais pontos proporcionam aos grupos de Maracatus o aumento dos capitais culturais - pela sua tradicionalidade; capitais simbólicos - pela representação da força do brinquedo entre os demais brinquedos do Estado, tanto que o caboclo de lança é considerado símbolo de carnaval do Recife; Capitais sociais - devido às várias pessoas de diversos setores que se articulam buscando incentivos e melhorias para os seus grupos; e por fim, o capital econômico - devido à demanda de investimento destinada a

estes grupos. Quanto aos Ursos, a leitura feita sobre sua existência no cenário da cultura popular, é que as conquistas por eles desfrutadas, em relação ao reconhecimento de cultura e tradição decorre do esforço de grupos emblemáticos e significativos como os Maracatus.

## 5. Considerações Finais

Dentro do contexto apresentado, fica claro o quanto os grupos de Ursos- La Ursa, precisam melhorar, no sentido de se fortalecer, seja também criando uma Associação ou outro órgão que os represente com uma voz única dentro desse mercado do entretenimento que está inserido o carnaval. É necessário haver uma articulação que os fortaleçam como ocorre com os grupos de Maracatu Rurais. Essa unicidade e representatividade dos grupos, permite que as Instituição (Associações) legitimem, divulguem e profissionalizem o brinquedo, caso estes almejem divulgação e reconhecimento como cultura influente no Estado. É notório que a quantidade de grupos de Maracatus Rurais são relevantemente maior que as dos Ursos, isso implica em uma maior visibilidade de um em relação ao outro.

Como apresentado por Bourdieu, a legitimação e distinção entre os brinquedos, se dará decorrente ao acúmulo de capitais. Os grupos de Maracatu Rural souberam articular e se firmar em um mercado por meio da sábia utilização destes capitais, por exemplo, Mestre Manuel Salu, do Maracatu Piaba de Ouro, é referência artística no cenário local e por seus contatos no meio da política, conseguiu elevar seu grupo a um patamar elevadíssimo e influentes do Estado, ficando equivalente, se não mais relevante que o Cambinda Brasileira – maracatu de baque solto mais antigo que se tem registro. Há brincante do Piaba de Ouro que afirma que eles já não concorrem mais nos concursos do Carnaval, porque só faziam ganhar. Sendo assim, Manuel Salu deu oportunidade para outros grupos participarem e concorrerem no concurso também. Outro ponto importante que distingue o Maracatu Rural em relação a outros brinquedos, diz respeito a um personagem (o caboclo de lança) do seu cortejo ser reconhecido e legitimado como símbolo do Carnaval da Cidade, tal fato o eleva a uma categoria de maior reconhecimento, seja pelo acúmulo de capitais simbólicos e sociais. Outro ponto que eleva o Maracatu ao nível de reconhecimento e distinção é o fato deste brinquedo fazer parte do circuito de Rotas Turísticas oferecidas pela Secretaria de Turismo, assim como, ter uma cidade – Nazaré da Mata - que movimenta sua atividade econômica, entre outras coisas, com o turismo cultural baseado nos Maracatus Rurais.

Diante de tantas características que corroboram para o reconhecimento e distinção dos Maracatus Rurais em relação aos Ursos- La Ursa, nos deparamos com uma realidade onde quase não se escuta falar deste brinquedo, e o fato deles não terem grupos suficientes para se apresentarem nos diversos polos oferecidos pela Prefeitura do Recife, dificulta a divulgação deste brinquedo diante de turistas, moradores e até curiosos. Como dito anteriormente, é necessário a articulação e um maior envolvimento. Inclusive na questão das inscrições nos eventos do carnaval do Recife, pois como podemos observar nos dados apresentados, as vagas reservadas para os grupos de Ursos, nem sempre eram totalmente preenchidas.

Sendo assim, nossas indagações nos levaram a concluir que de fato, há uma distinção entre os brinquedos Maracatu Rural e Ursos – La Ursa, e que esta distinção não se dá por uma questão de tradicionalidade ou essência cultural por parte dos brinquedos, muito pelo contrário, o que identificamos é uma organização voltada para questões comerciais muito mais estruturada por parte dos Maracatu, do que as que funcionam individualmente por parte dos Ursos. Ambas atendem o mercado do carnaval, caso contrário, não seriam capazes de desfilar nos Concurso, o que falta de fato, é profissionalizar mais, e objetivar metas e objetivos mais altos por parte dos grupos dos Ursos.

## 6. Referências

- ARAÚJO, R. (2014). Carnaval no Nordeste do Brasil. Fundação Joaquim Nabuco. Disponível em [http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=576%3Acarnaval-no-nordeste-do-brasil&catid=37%3Aletra-b&Itemid=1](http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/index.php?option=com_content&view=article&id=576%3Acarnaval-no-nordeste-do-brasil&catid=37%3Aletra-b&Itemid=1) Acessado em: 24 de outubro de 2014.
- BARACHINHA. (2013). Histórias do maracatu. Parque dos lanceiros. Nazaré da Mata, 22 de jan. 2013. Entrevista por Roberta Pereira.
- BOURDIEU, P. (1996). *Razão práticas: Sobre a teoria da ação*. Campinas, SP: Papius.
- BOURDIEU, P. (2008). *A Distinção: crítica social do julgamento*; tradução Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk,.
- BOURDIEU, P. (2011). *A economia das trocas simbólicas*; introdução, organização e seleção Sérgio Miceli. 7ed. São Paulo: Perspectiva,.
- BOURDIEU, P. (2006). A formação do habitus econômico (tradução de “Making the economic habitus: Algerian workers revisited”. *Ethnography*, v.1, n.1: 17-41.
- BOURDIEU, Pierre. (2012). *O poder simbólico*; tradução Fernando Tomaz. 16ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- BOURDIEU, P. (2005). “O campo econômico”. *Política & Sociedade*, 6: 15-58 (tradução de “Le champ économique”. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 119: 48-66, 1997).
- DENZIN, Norman K. (1970). *Symbolic Interactionism and Ethnomethodology: A Proposed Synthesis*. Contemporary Sociological Thought.
- EMPETUR. (2013). Turismo. Disponível em < <http://www.pe.gov.br/conheca/turismo/>> Acessado em 15 de agosto de 2013.
- FLICK, Uwe. (2004). *Uma introdução à pesquisa qualitativa*. 2.ed. Porto Alegre: Bookman.
- GARCIA-PARPET, M. (2006). “A gênese social do homo-economicus: a Argélia e a sociologia da economia em Pierre Bourdieu”. *Mana* 12: 333-357.

GARCIA-PARPET, M. (2013). “A sociologia da economia de Pierre Bourdieu”. Sociologia&Antropologia. Rio de Janeiro, v.03.05: 91-117.

GAY, P.; PRYKE, M. (2002). *Cultural Economy: cultural analysis and commercial life*. London. Sage publications.

GOFFMAN, E. (1964). The neglected Situation. *American Anthropologist*, 66 (6): 133-166.

GRILLO, M. (2011). Cavalo-marinho: um folguedo Pernambucano. *Revista Esboços*, Florianópolis, v. 18, n. 26, p. 138-152.

HEYL, B. (2001). *Ethnographic Interviewing*. Handbook of ethnography. Sage: London.

LACERDA, A. (2012). Maracatu de baque solto se multiplica; Olinda faz encontro anual. O Estadão de São Paulo, São Paulo, 16 de fevereiro de 2010. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,maracatu-de-baque-solto-se-multiplica-olinda-faz-encontro-anual,511871,0.htm>> Acessado em 15 de maio de 2012.

LEÃO, André L. M. S.; MELLO, Sérgio C. B. (2007). Apresentando a Etnografia da Comunicação ao Campo da Pesquisa em Administração. In: I EnEPQ, 2007.

LIMA, A. (2013). *Tradição do Maracatu*. Ensaio do Maracatu Leãozinho de Aliança. Aliança. 12 de jan. 2013. Entrevista por Roberta Pereira.

LIMA, C. (2014). Ursos do Carnaval. Fundação Joaquim Nabuco. Disponível em [http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=753:ursos-do-carnaval&catid=55:letra-u&Itemid=1](http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/index.php?option=com_content&view=article&id=753:ursos-do-carnaval&catid=55:letra-u&Itemid=1) Acessado em: 24 de outubro de 2014.

LÓSSIO, R.; PEREIRA, C. (2008). *História e Estórias do Carnaval em Pernambuco*. Recife: Fundação Joaquim Nabuco.

MATTOS, P.L. (2005). A entrevista não estruturada como forma de conversação: razões e sugestões para sua análise. *RAP*. Rio de Janeiro 39(4):823-47.

MORAES, U. (2007). Pierre Bourdieu: Campo, habitus e capital simbólico. Um método de análise para as políticas públicas para a música popular e a produção musical em Curitiba (1971-1983). Escola de Música e Belas Artes do Paraná. Curitiba.

NASCIMENTO, D.; MARTELETO, R. (2013). A “Informação Construída” nos meandros dos conceitos da Teoria Social de Pierre Bordieu. *DataGramaZero*. Artigo 05. Out. 2004. Disponível em< [http://www.dgz.org.br/out04/Art\\_05.htm](http://www.dgz.org.br/out04/Art_05.htm)> Acessado em 15 de agosto de 2013.

NOVAES, M. GIL, A. (2009). A pesquisa-ação participante como estratégia metodológica para o estudo do empreendedorismo social em administração de empresas. RAM – revista de administração Mackenzie, v. 10, n. 1.

RAUD, C. (2007). “Bourdieu e a nova sociologia econômica”. Tempo Social, revista de sociologia da USP, v.19, n.2: 202-232.

RIBEIRO, B.; GARCEZ, P. (2002). *Sociolinguística Interacional: humanística*. São Paulo: Edições Loyola.

SHINOHARA, N.; MARTINS, C.; OLIVEIRA, K.; PADILHA, M.; PINTO, I. (2013). *O bolo souza leão: pernambuco dos sabores culturais*. Contexto da Alimentação – comportamento, cultura e sociedade. Volume 2, Número 1.

SILVA, E. (2006). Índios organizados, mobilizados e atuantes: história indígena em Pernambuco nos documentos do Arquivo Público. Revista de Estudos e Pesquisas, FUNAI, Brasília, v.3, n.1/2, p.175-224.

SILVA, S. (2008). Culturas do Açúcar em Pernambuco. Artigo de revista de Pesquisa Histórica – N. 26-2.

SILVA, S. (2012). *Festa do Caboclo*. 2. Ed. Revista e Ampliada. Olinda, PE: Associação Reviva, 2012.

SINDETUR. (2012). Projeto Pernambuco conhece Pernambuco: <http://sindeturpe.com.br/2012/04/projeto-pernambuco-conhece-pernambuco/> Acessado em 15 de agosto de 2013.