Folkcomunicação e fantasias no carnaval de Olinda[1]

Maria Érica de OLIVEIRA LIMA[2]
Dannyelle de Souza NUNES[3]
Gabriella GERBER[4]
Jocielle Freire de Lima LIRA[5]
Marilton MEDEIROS[6]
Robert Emerson AMORIM[7]
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, UFRN

Resumo

Em um carnaval marcado fortemente pela valorização da cultura local e preservação de costumes, Olinda configura-se como centro das atenções quando se fala em carnaval tradicional. Esse artigo visa entender quais mensagens são passadas através das fantasias utilizadas pelos foliões e em que contextos elas estão inseridas. Como se dá a comunicação em âmbito popular apenas com o recurso dessas fantasias? E de que forma os meios de comunicação de massa se apropriam dessas manifestações folclóricas? Essas observações foram realizadas sob o prisma da teoria folkcomunicacional e com alguns conceitos de folkmídia, tendo como principal técnica a participação direta durante o carnaval.

Palavras-chaves: Folkcomunicação, Folkmídia, Carnaval, Olinda, Fantasias

Introdução

Quando pensamos em carnaval logo nos vem à mente a idéia de dias de folia, alegria e diversão. No Brasil, principalmente, esses dias marcam extra-oficialmente o início do ano. Porém muito mais que dias de festividades, o carnaval brasileiro representa um momento de fuga do real, do cotidiano. Fuga que Roberto Da Matta (1997, p.46) define como "um rito fundado na possibilidade de dramatizar valores globais, críticos e abrangentes da nossa sociedade". O carnaval representa dias de magia em que o grotesco, o esdrúxulo, o inesperado, as sátiras e a quebra de valores convencionais são permitidos. O carnaval é uma festa popular e como tal, é um acontecimento tradicional e

[1] Trabalho apresentado no NP Folkcomunicação, XXXI Congresso de Ciências da Comunicação, Intercom, Natal 2008.
[2] Professora Adjunta do Curso de RTV e Jornalismo da UFRN. Pesquisadora da Base Comunicação, Cultura e Mídia. email: mariaerica@cchla.ufrn.br
[3] Bolsista da Base de Pesquisa Comunicação, Cultura e Mídia, UFRN. email: dannyelle_nunes@hotmail.com
[4] Bolsista da Base de Pesquisa Comunicação, Cultura e Mídia, UFRN. email: gabigerber@yahoo.com.br
[5] Bolsista da Base de Pesquisa Comunicação, Cultura e Mídia, UFRN. email: jociellelira@yahoo.com.br
[6] Bolsista da Base de Pesquisa Comunicação, Cultura e Mídia, UFRN. email: marilton_medeiros@hotmail.com
[7] Bolsista da Base de Pesquisa Comunicação, Cultura e Mídia, UFRN. email: robert_rtv@msn.com

com identificadores de fatos locais e simbólicas (TRIGUEIRO, 2007). As informações e os discursos se misturam, os foliões se envolvem em torno de um mesmo rito e trazem para si uma mistura de cores, símbolos e imagens. Essa característica se dá através de uma diversidade de ritmos e manifestações. Do axé da Bahia ao frevo pernambucano, das imponentes e luxuosas escolas de samba do Rio de Janeiro e São Paulo, às bandinhas e blocos de rua dos interiores. O carnaval brasileiro consome e alicia até mesmo aquele que não quer se integrar. Afinal como manter-se indiferente as mudanças que ele impõe? Ninguém fica alheio às portas dos comércios fechadas, a programação televisiva alterada, aos *flashes* a todo instante mostrando as comemorações da cidade e dos outros estados, aos ambulantes vendendo apetrechos e alegorias carnavalescas. O clima gerado pelo carnaval arrasta multidões, movimenta a economia e recupera tradições. No Brasil são muitos carnavais dentro de apenas um, as variáveis para estudos são inúmeras e as conclusões nem sempre coincidem. Para a elaboração desse artigo, nosso objeto de estudo se concentrou no carnaval de Olinda, mais precisamente nas fantasias dos foliões que lotam e incendeiam as ladeiras com descontração e principalmente, criatividade. O que realmente essas fantasias representam e quais seus reais significados? Há mensagem por trás dessas fantasias? Quais as metáforas e alusões que elas nos remetem e em que contextos sociais, políticos e culturais estão inseridas essas representações simbólicas? Essas análises foram realizadas sob a ótica dos estudos de Luiz Beltrão sobre a comunicação realizada entre os meios de comunicação, o líder de opinião e o receptor, dentro de uma manifestação popular. Nesse sentido, a folkcomunicação foi utilizada para relacionar as mensagens vindas da cultura popular com as mensagens recebidas da cultura de massa, ou seja, como as fantasias são produzidas e concebidas dentro desse ciclo em que uma cultura se apropria da outra para tornar-se evidente e qual o significado que se quer passar.

Procedimentos metodológicos

Para elaboração desse artigo a metodologia aplicada foi o método observacional, histórico-descritivo e dialético, ambos unidos às técnicas de observação, entrevistas com os foliões, pesquisa bibliográfica, documental e participação direta do carnaval de Olinda. A pesquisa foi separada por três fases principais:

1ª fase: Foi utilizado o método observacional na tentativa de captar a comunicação visual das fantasias e os principais personagens em destaque para subsidiar o trabalho de interpretação relativa à fundamentação teórica principal da pesquisa. Todos os bolsistas estiveram no carnaval de Olinda em fevereiro de 2008.

2ª fase: Coleta de dados: Pesquisa documental e pesquisa bibliográfica. Nessa fase da pesquisa foi feito um levantamento de biografias relativas à temática do carnaval, frevo de Olinda e Folkcomunicação para fornecer elementos históricos e embasamento teórico sobre a comunicação visual por lá encontrada.

3ª fase: Foram realizadas entrevistas com os brincantes, cuja intenção foi colher depoimentos e entender quais mensagens são enviadas através de suas fantasias, e em que contextos se inserem.

Carnaval de Olinda: manifestações folkcomunicacionais e político-sociais

É incontestável, ao se falar em carnaval logo nos remetemos ao Brasil e apesar dessa tradição mundialmente conhecida como país do carnaval, não foi aqui o início dessa festa tão peculiar. A origem do carnaval ainda é muito discutida entre estudiosos e o começo da sua história tem sido buscado nos países mais antigos como Egito, Grécia e Roma. A única certeza que se tem é que essa festa caracterizada fortemente por bailes, uso de máscaras e excesso de luxúrias está intrinsecamente relacionada a fenômenos da astronomia e a ciclos naturais, ou seja, o carnaval desde seus primórdios surge para comemorar e agradecer a fartura e as graças alcançadas.

No Brasil, o entrudo, nome dado ao carnaval pelos portugueses, teve uma influência direta destes, pois foram eles que trouxeram o "mela-mela" de farinha e água com limão. Mais tarde também surgiram as brincadeiras com confetes e serpentinas. No Brasil, o carnaval começou a ganhar efetivamente força com o surgimento das marchinhas e dos blocos de ruas, a partir da década de 30, do século XX. Com o tempo essa versão foi se modificando e começou a tornar-se mais comercial. O carnaval virara um negócio lucrativo e rentável. O carnaval de rua cedeu espaço para os trios elétricos, as fantasias foram padronizadas através dos abadás e no lugar das marchinhas, muito axé e samba. Porém em Pernambuco, o carnaval continuou a cultivar suas raízes e até hoje se mostra como um dos maiores e mais importantes carnavais do mundo.

Desde a infância a valorização da cultura é incitada nos pernambucanos, de forma que esta se reflita no cotidiano. No carnaval ela torna-se ainda mais evidente, tendo maior expressividade no carnaval olindense. Este por sua vez, teve início no século XX e atualmente é um dos mais animados e tradicionais do país. Os blocos, o frevo, o maracatu, os caboclinhos, troças e bonecos gigantes representam a diversidade cultural existente em Pernambuco e no Nordeste, fazendo com que essa festa tenha certas particularidades que não são encontradas em nenhum outro carnaval.

Durante o carnaval de Olinda, grande parte dos artistas que se apresentam são regionais, expressando e fortalecendo ainda mais a cultura local, que é expressada através de danças, músicas e apresentações de atrações folclóricas.

É no carnaval em que acontece uma vivacidade do espírito popular. Ele é levado para a cultura de massa que se apropria de seus festejos, ritos e costumes. Porém é válido lembrar que esse fenômeno é bidirecional, ou seja, a cultura popular também se apropria da cultura de massa. No carnaval isso acontece constantemente. Enquanto os foliões usam dos meios de comunicação em massa para se inspirar e construir suas fantasias, estes mesmo meios, principalmente a televisão, absorve e transmite exaustivamente os fatos e os costumes que acontecem nesses dias de folia. Tal ocorrência é concebida pelo termo folkmídia, que basicamente busca entender como os meios de comunicação de massa se utilizam da cultura popular e manifestações folclóricas para reinterpretar e transmitir essas mensagens. Para Joseph Luyten é

> conveniente destacar o termo folkmídia como significativo de utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa. Acreditamos, desta forma, estarmos colaborando para um entendimento melhor de um fenômeno que se torna mais e mais evidente em uma época como a nossa, em que o inter-relacionamento das várias formas distintas de comunicação vai se revestindo de interesse cada vez maior da parte de estudiosos do fenômeno geral a que chamamos Comunicação Social. (LUYTEN, 2002)

Nesses três a quatro dias de carnaval, a cobertura da mídia é excessiva. É nessa época em que ela trata de resgatar os primórdios dos festejos, relembrar músicas e tradições passadas, exaltar o presente e "valorizar" as manifestações folclóricas decorrentes do carnaval. A todo instante, coberturas e *flashes* ao vivo por todo o Brasil. Na tela, apenas as pessoas sorrindo, brincando, pulando e festejando. Curiosidades são mostradas e

costumes exibidos. Os meios de comunicação se fazem pertencer à cultura popular. A integração é plena e a aliança praticamente indissociável.

> O poder das novas tecnologias de reprodução simbólica permitem que identidades culturais preservadas historicamente, mas estereotipadas pelos produtos midiáticos suscetíveis de difusão internacional, venham a projetar traços nacionais ou valores locais no mosaico multicultural da sociedade em rede. (CASTELS, 1996).

Porém, enquanto os meios de comunicação de massa buscam essa aliança com a cultura popular basicamente durante o carnaval, o contrário não acontece. Os foliões acompanham durante todo o ano o que é veiculado nesses meios e trazem para a festa essa vivência. Os grupos culturalmente marginalizados definidos por Luis Beltrão como agentes que contestam as normas e os valores morais/sociais vigentes encontram no carnaval um espaço propício e livre para se manifestar. Nesse período, os brincantes sentem que estão simbolicamente autorizados a transgredir todos os valores que consideram corretos e aceitos socialmente. Eles transcendem o real e passam a viver momentaneamente em uma nova sociedade, com novas regras e condutas bem menos arbitrárias que as primeiras. Nessa época, "a massa se comunica e a opinião se manifesta". (BELTRÃO, 1965, p.9-10).

A comunicação se dá a todo instante, a cada ladeira, a cada bloco e principalmente a cada fantasia. Elas se encaixam em contextos políticos, econômicos e sociais e buscam contestar, manifestar, alertar ou simplesmente entreter os que passam. As fantasias se inspiram em elementos midiáticos buscando uma comunicação em comum a todos que participam desse evento cultural.

As fantasias encontradas no carnaval de Olinda são signos e como tais estão abertos a representações e interpretações. De acordo com a semiótica de Pierce esses signos são vistos em relação a si mesmos (primeiridade), em relação ao seu objeto (secundidade) e em relação ao seu interpretante (terceiridade). No caso das fantasias o que mais convém observar é aquele que se relaciona ao interpretante, apesar de todos estarem intrinsecamente relacionados. Ao relacionar-mos as fantasias com o interpretante, as elevamos a categoria de símbolos e argumentos, ou seja, suas interpretações são convencionadas e necessitam de outros signos para estabelecer a relação entre significante e significado. Desse modo, uma fantasia que proteste contra determinado

regime político pode ser interpretada de diferentes maneiras, de acordo com a bagagem de signos que o receptor possua. Isso não quer dizer, que uma ou outra interpretação vai estar certa ou não. Várias são as referências e as metáforas que os foliões transmitem através de suas fantasias. Muitos remetem à sua cultura, seu povo, suas indignações e seus protestos. Alguns precisavam explicar o contexto de suas fantasias, outros eram praticamente metáforas visuais, dando margem a imaginação e interpretações dos mais variados tipos.

Em Olinda como em nenhum outro lugar, a variedade e a criatividade na confecção das fantasias pode ser vista em cada bloco e em cada ladeira. As temáticas são infindáveis, galgando entre o caráter social, político e econômico, passando pelas religiões e cultura local e até mesmo representando figuras influentes e/o midiáticas.

Tomando as representações da atualidade poderemos elucidar nas fantasias carnavalescas, a visão de formas e cores através de todo o conjunto em destaques nas ruas, ambas norteadas numa base, ou informação anterior, que se detecta no imaginário do grupo social.

> Como "festa popular", um festival do povo, o carnaval, é marcado por uma orientação universalista, cósmica, e que dá ênfase, sobretudo a categorias mais abrangentes, como a vida em oposição à morte, a alegria em oposição à tristeza, os ricos em oposição aos pobres etc. Como desfile, reúne um pouco de tudo - a diversidade na uniformidade, a homogeneidade na diferença, o pecado no ciclo temporal cósmico e religioso, a aristocracia de costume na pobreza real dos atores - ele remete a vários sub-universos simbólicos da sociedade brasileira (Da Matta, 1986:46).

São muitas as expressões, representações e grupos vistos neste período. Uma história de mais de 100 anos para contar. Além do centenário do frevo, o carnaval de Olinda também comemorou em 2008, os 25 anos do titulo de Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade recebido da UNESCO em 1983 e os foliões foram os que mais participaram e contribuíram com a festa: "o carnaval de Olinda ainda é um carnaval criativo. Aqui você pode brincar a vontade, pode usar fantasia e por não ter circuito fechado, Olinda se torna uma festa altamente democrática, uma grande bagunça organizada", disse Roberto Galvão, recifense de 28 anos, que se fantasiou de Barbie Mãe de Santo e junto

com seus colegas resolveu criticar a sofisticação das Barbies tradicionais, fazendo uma sátira político-social e criando as Barbies "indesejadas" como por exemplo a Barbie Tropa de Elite, a Barbie Prostituta e a Barbie Crente.

Já Cléia Maria Falcão, de 53 anos e Rosileide Solto de 50 anos trajavam fantasias que denominavam de superstição e explicaram a escolha por acreditar na forte crença e religiosidade do brasileiro: "a mensagem que queremos passar é que a cultura sempre é muito forte no carnaval de Pernambuco e deve ser mantida".

Outras fantasias encontradas e observadas nas ladeiras de Olinda também merecem destaque:

Os super-apaixonados: Thales Amorim Araújo Reis, 28 anos, médico e Fabiane Maria Nery de Souza, 26 anos, enfermeira. Ambos naturais Olinda-PE.

Afirmam que buscam pregar a paz, o amor e o respeito durante o carnaval e que só de ver o coração das fantasias, as pessoas conseguem associa-la ao amor, ou seja, eles acreditam que a mensagem consegue ser passada.

Coringa: Abies Moreira da Costa, 50 anos, arquiteto e natural de Olinda

Pula o carnaval de Olinda principalmente pela tradição. A fantasia de Coringa é uma homenagem ao ator que faleceu e ao bloco que pertence, chamado de "Enquanto isso na sala de justiça". Abies não abre de mão de brincar o carnaval fantasiado pois para ele, a "fantasia sempre foi uma coisa muito mágica, pois com ela se pode brincar todo tempo incorporando um personagem".

Renan - tudo acabou em pizza: Rosângela Bezerra, 54 anos, psicóloga, natural de São Paulo. Ela resolveu abordar o tema política para brincar o carnaval, protestando contra a impunidade do país. "Este ano estou retratando a bagunça do nosso congresso nacional, onde mais uma vez tudo acabou em pizza, como no caso de Renan Calheiros. Quero representar a desordem e retrocesso deste País através da minha indignação".

A Burra do Abdias: Arnaldo Pimentel Ferreira, 49 anos, advogado, natural de Olinda.

Há 41 anos o pai de Arnaldo fundou o bloco A Burra de Abdias e segundo ele sua fantasia representa o bloco como um todo, passando a mensagem de alegria e de valorização da cultura local: "tenho certeza de que o que depender de nós o carnaval

sempre vai poder contar com nossa contribuição. Meu Pai sempre dizia que aqui estão nossas raízes, vida, nossa identidade".

Vários outros personagens foram observados e que remetiam a determinados contextos, como Jesus, Tropa de Elite, o presidente Lula, Bin Laden, dentre outros que estavam em evidência na mídia explicita ou implicitamente, como no caso da fantasia do Homem-Mangueira que buscava passar a mensagem de preservação ao meio ambiente.

Segundo o jornalista e carnavalesco José Ataíde,

> "Foi em 1977 que o carnaval de Olinda assumiu o caráter eminentemente popular que o caracteriza hoje. Nesse ano, foram abolidos da folia olindense a comissão julgadora, a passarela e o palanque das autoridades, elementos considerados cerceadores da plena participação popular, o que lhe garantiu através do tempo o título de "carnaval Participação".

E é com esse título que Olinda prioriza suas tradições e faz do seu carnaval um dos mais importantes do Brasil. O resgate do uso das fantasias, a valorização da cultura local e a quebra temporária das hierarquias sociais fazem do carnaval de Olinda um misto de saudosismo e contemporaneidade. O primeiro por resgatar valores culturais armazenados por décadas e o segundo por ser desenhado por imagens e figuras atuais vindas principalmente da cultura de massa. A folkcomunicação pode ser observada a todo instante, nas ladeiras, nos blocos, nas esquinas, na música, nos maracatus e nas danças. As fantasias falam por si só, representando um discurso folclórico diretamente relacionado com os meios de comunicação de massa. A folkcomunicação é dinâmica e como afirma Beltrão, "ela é conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações , idéias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios ligados ao folclore" (BELTRÃO, 1980, p. 24). Intercâmbio que se dá entre os foliões pela alegria, pela brincadeira e pelos manifestos.

Considerações finais

Em um carnaval marcado principalmente pela valorização da cultura local, não foi difícil encontrar fantasias assinaladas pela vontade de aparecer e que por si só são gritos e palavras. No carnaval de Olinda as fantasias são espelhadas em manifestações,

protestos, desejos e aspirações. No geral essas fantasias expressam informação, remontadas em opiniões, criticas, sátiras, caricaturas e nos símbolos repletos de entretenimento e processos populares.

> Festas populares, como o carnaval converte-se constantemente em conteúdos midiaticos de natureza diversional, retroalimentando a própria agenda da mídia informativa ou educativa. Mais que isso. Na medida em que catalisam elementos peculiares das identidades nacionais, regionais ou locais, eles passam a nutrir processos de resistência cultural, numa conjuntura em que a homogeneização globalizante ameaça a preservação das tradições populares (Marques de Melo, 1996).

Mas apesar dos constantes modismos, intervenções e massificação das informações, Olinda continua como berço de um carnaval multicultural, sendo abusivamente explorada pela mídia televisiva que como também foi constatado faz dessa época um período para se "unir" e integrar-se as manifestações folclóricas que apesar de existirem durante o ano inteiro, só são destaques nessa curta, porém intensa semana, chamada carnaval.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Maria A; BENJAMIN, R. **Carnaval: cortejos e improvisos**. Recife: Fundação de Cultura da (Coleção Malungo; v. 5). Cidade do Recife, 2002.

_____ **Folkcomunicação:** a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

BELTRÃO. L. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

COMUNICAÇÃO & SOCEIDADE / **Programa de Pós – Graduação em Comunicação Social**; Universidade Metodista de São Paulo. (jul./1979). São Bernardo do Campo: Umesp, 2000. 320p.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

LUYTEN, Joseph. **Folkmídia, nova acepção da palavra.** Trabalho apresentado no V Folkcom – Santos (SP) – maio de 2002 e no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom 2002) - Salvador (BA) - de 01 a 05.09.2002.

MARQUES DE MELO, J. **Mídia e folclore.** Maringá: Cátedra UNESCO/UMESP/Faculdades Maringá, 2001.

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Editora Brasiliense, 2005.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Festas populares. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. (Orgs.). Noções **básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007

[online] Disponível em: <http://www.liesa.globo.com/historiadocarnaval-capitulo2/historiadocarnaval capitulo2_principal.htm > Acesso em: 25 mar.2008.

[online] Disponível em: <http://www.olinda.pe.gov.br/portal/carnaval> Acesso em: 22 fev.2008.

[online] Disponível em: <http://www.portalolinda.interjornal.com.br/carnaval2004/> Acesso em: 03 mar.2008.

[online] Disponível em: <http://www.carnavaldeolinda.com.br/> Acesso em: 05 mar.2008.