

## Trinta anos de folia nas páginas do jornal *O Globo*: análise da cobertura jornalística do Carnaval de Rua entre 1984-2015<sup>1</sup>

Andréa Almeida de Moura Estevão<sup>2</sup>  
Rodrigo Mões<sup>3</sup>

### Resumo

Esse trabalho sintetiza um primeiro esforço de mapeamento das formas como o Carnaval de rua carioca foi representado na editoria de cidade do periódico impresso *O Globo*, entre os anos 1984 e 2015, a partir da pesquisa e análise de conteúdo dos fac-símiles digitalizados das edições em que o tema é notícia. Uma vez que o Carnaval de rua é uma festa pública local e anual, com cobertura especial de grande visibilidade é possível identificar contornos de projetos e desejos de cidade, de festa e de cultura em disputa, através da forma como o folguedo momesco foi pautado e agendado ao longo dos últimos 30 anos.

### Palavras-chave

Carnaval de rua carioca; jornal *O Globo*; representação; agendamento

### A Força da Festa

Expressão legítima dos habitantes do Rio de Janeiro, desde o início do século XIX, o Carnaval de Rua tornou-se, hoje, o maior fenômeno cultural da cidade do Rio de Janeiro. Mais de cinco milhões de pessoas ocupam as ruas em quase 30 dias de festa, espalhados nos mais de 500 blocos existentes nas zonas sul, norte e oeste da cidade. Quase banido durante o regime militar, os blocos ressurgem e recuperam sua força na década de 1980, por ocasião do movimento das Diretas Já, com a abertura política. Inicia-se aí o processo de retomada e revitalização, que vai mostrar sua pujança na virada do século XXI e tomar conta da cidade no novo milênio. Entre meados dos anos 1980 e 2000, surgem 59 novos blocos e entre 2000 e 2014, são 304 novas agremiações a disputar o espaço da festa no Rio de Janeiro (Frydberg, 2014).

Diante de tamanha mobilização de pessoas em torno do carnaval de blocos, do volume de negócios que passa a aquecer a economia carioca e os impactos da festa na estrutura e funcionamento da cidade, a cobertura jornalística do carnaval de rua se transforma. Se se mostrava bastante tímida e saudosista de um carnaval que já não existia, em meados dos anos 1980; alarmista sobre os aspectos negativos da festa, na virada do

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Estácio de Sá – [andrea.estevao@gmail.com](mailto:andrea.estevao@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do 7 período do Curso de Jornalismo da Universidade Estácio de Sá – Iniciação Científica PIBIC/UNESA - [rodrigomoies@gmail.com](mailto:rodrigomoies@gmail.com)

milênio; hoje, a cobertura jornalística produz suplemento especial para o Carnaval de rua da cidade do Rio de Janeiro e faz grandes reportagens sobre a festa, desde duas semanas antes do Prefeito entregar a chave da cidade ao Momo.

### **Sobre a Pesquisa**

Em julho de 2015, iniciamos o projeto de iniciação científica “A Festa é boa pra pensar: Valores Notícia e Agendamento na cobertura jornalística do Carnaval de Rua Carioca do século XXI”, a partir do levantamento e seleção das cópias digitalizadas das edições impressas do jornal *O Globo* sobre Carnaval de rua carioca, entre os anos 1984 e 2015. A data escolhida como marco inicial tem sua importância e pertinência para essa pesquisa específica. O ano de 1984 marca a inauguração do sambódromo, e a criação do bloco *Simpatia é Quase Amor*<sup>4</sup>, um dos blocos paradigmáticos da retomada do Carnaval de rua carioca (SAPIA & ESTEVÃO, 2012). Ou seja, o carnaval das Escolas de Samba, ganha uma passarela especialmente construída para os seus desfiles e o carnaval de rua dá o pontapé inicial para a recuperação do seu espaço, num movimento de renovação da tradição momesca carioca. Algumas cópias digitalizadas do *Jornal do Brasil* entre 1984 e 1992 também foram consultadas e eventualmente servirão de material de cotejamento.

A escolha da editoria cidade se dará porque é aí que o Carnaval de rua ganhará visibilidade<sup>5</sup>. Foram consultados edições até 15 dias antes da festa, levando-se em conta a preparação para o desfile e os contratempos a ele relacionados são noticiados, e uma semana depois do término oficial do tríduo momesco, já que há fatos que repercutem depois de passado o momento alto da festa e, também, porque há blocos que alargam o tempo da festa, para além da quarta-feira de cinzas.

Para fazer as análises que ora apresentamos, levamos em consideração principalmente os títulos das matérias, as fotos e suas legendas, além de trechos da reportagem que permitissem a identificação dos valores-notícia em jogo e o modo como o veículo agendou: as características da festa, dos personagens, elementos de identidade das agremiações, acontecimentos, situações e locais onde os cortejos acontecem. Esse viés de análise nos pareceu capaz de revelar pistas sobre a participação da mídia na construção da opinião, da representação, do imaginário e da memória do Carnaval carioca.

---

<sup>4</sup> O bloco *Simpatia é Quase Amor* foi criado em 1984, mas o primeiro desfile só acontece em 1984.

<sup>5</sup> Curiosamente, o Carnaval está sob a responsabilidade da Secretaria de Turismo do Rio de Janeiro, e não da Secretaria de Cultura, do ponto de vista administrativo. Na cobertura jornalística está sob a responsabilidade da editoria de Cidade. Apenas eventualmente há matérias sobre carnaval nos cadernos culturais.

Para que possamos compreender o processo de produção noticioso sobre o carnaval, seus avanços e recuos, seu silêncio sobre aspectos importantes da celebração, seus personagens e espaços negligenciados em detrimento de atores e aspectos mais ligados à ordem midiática e comercial, se faz necessário fundamentar a pesquisa com teorias do jornalismo que nos auxiliarão na sondagem sem reducionismos dos critérios, dos objetivos e do tratamento dado ao acontecimento carnavalesco, ao longo dos últimos 30 anos. Nossa decisão de fazer essa sondagem à luz das concepções do *Newsmaking* e da Teoria do Agendamento se alicerça no que Mauro Wolf pontua:

“Em primeiro lugar, a pertinência sociológica desta abordagem [*Newsmaking*] é nítida e insere-se na corrente de estudos sobre os *mass media* atualmente dominante; além disso, a influência da sociologia do conhecimento sente-se claramente na tentativa que estes estudos fazem para explicitar as raízes da distorção que caracteriza a informação de massa e os processos de mediação simbólica que ela produz. A complementaridade existente entre esta pesquisa e a pesquisa sobre os efeitos a longo prazo – em especial, a hipótese do agenda-setting – parece teoricamente fundamentada e congruente [...] (2001, pag. 251)

A teoria do *newsmaking* diz que o jornalismo ajuda a construir a realidade, em vez de apenas refleti-la. Construtivista, esta teoria aceita que as notícias são vinculadas à realidade, mas também são determinadas pela organização do trabalho jornalístico e pelos processos de produção noticiosa. Isto porque a superabundância de fatos no cotidiano necessita de uma organização produtiva que segue uma rotina industrial. Concomitantemente, como as normas de produção são mais importantes que as preferências pessoais, o jornalista se submete a um planejamento produtivo no qual a seleção dos fatos e a maneira de abordá-los são cruciais. Nesse sentido, a teoria organizacional prega que o trabalho jornalístico depende dos meios utilizados para sua efetivação. Como o objetivo primeiro das organizações midiáticas é o lucro, esta teoria nos diz que o alcance (ou a audiência) das mensagens noticiosas é determinante no trabalho jornalístico. Isto equivale a dizer que o jornalista é um indivíduo que acata a política e as normas editoriais da empresa na qual trabalha em detrimento de suas escolhas e de seus valores pessoais. De acordo com esta ideia, o jornalista não orienta suas escolhas pensando no público e sim nos superiores, no mercado das notícias e no lucro, mas as rotinas laborais e sua experiência em relação a temas, público alvo e linha editorial permitem o acesso aos critérios de noticiabilidade e aos valores-notícia, de forma mais intuitiva do que mecânica, processo com uma miríade de tomadas de decisão extremamente complexo.

É bom estar alerta para o fato de que não existe determinação absoluta de verdades, que a mídia em geral e o jornalismo em particular não tem poder de determinar cruamente o pensamento dos indivíduos. Mais correto seria dizer que apontam, orientam e pautam sobre o que pensar, discutir, trocar e compartilhar. Nesse sentido, BARROS FILHO (2003) sistematiza duas clássicas hipóteses ligadas ao jornalismo: a hipótese do “*agenda setting*” (ou agendamento) e a hipótese da “*espiral do silêncio*”. Ambas partem do princípio de que a seleção que a mídia faz de determinados temas a serem veiculados é paralelo ao “apagamento” dos demais assuntos que não são por ela “iluminados”. No que diz respeito especificamente à ideia central da hipótese do “*agenda setting*”, Walter Lippmann, em 1922, já destacava o direcionamento da atenção dos leitores para determinados temas apontados pela mídia como sendo de “interesse coletivo”. Para ele, o conhecimento que as pessoas têm do mundo exterior é formado pela seleção midiática de determinados símbolos do mundo real. Posteriormente, em 1972, Maxwell McCombs e Donald Shaw cunharam a expressão (“*agenda*” = pauta e “*setting*” = fixação, determinação) após constatarem que o principal efeito provocado pela imprensa é produzir a imbricação entre a agenda midiática e a agenda pública.

De acordo com BARROS FILHO (2003), os fatores que condicionam o “*agenda setting*” estão ligados à mensagem e à recepção. Nesta, um dos fatores determinantes seria a necessidade de orientação que o público tem, necessidade esta que é condicionada pelo interesse e pelo grau de incerteza do receptor em relação a determinado assunto. No que diz respeito à mensagem, a maioria dos estudos do agendamento dizem respeito a temas políticos, uma vez que apontam em que medida a mídia interfere na luta política pelo poder. O conteúdo destas mensagens, por sua vez, é determinado pela possibilidade de personalização do conteúdo da informação; pela possibilidade de dramatização (geralmente) através de um conflito; e pela dinamização do tema que torna possível que o receptor constate uma ação ou um acontecimento. Concomitantemente a estas três características, a seleção de determinado conteúdo a ser veiculado em determinada mídia também é influenciada pela veiculação operada pelos outros meios e mídias. Ainda em relação ao conteúdo da mensagem, o autor destaca a diferenciação que deve ser feita entre os assuntos “temáticos” e os assuntos de “acontecimento”. Os primeiros se referem a reflexões sobre problemas sociais e preocupações públicas, como o desemprego, a corrupção ou a inflação, por exemplo. Os demais dizem respeito a fatos concretos e, geralmente, caracterizados pelo elemento surpresa, como um terremoto, um acidente ou

uma final de campeonato, por exemplo. Porém, esta divisão não é rígida, uma vez que um assunto inicialmente caracterizado como “acontecimento” pode vir a se tornar “temático”. O meio no qual a mensagem é veiculada também condiciona o agendamento. Ainda segundo o autor, há mais agendamento através das mensagens impressas do que das eletrônicas. Nestas últimas, o “agenda setting” televisivo ocorre em relação às informações de caráter geral e tem maior probabilidade de influenciar a agenda pública “quando a cobertura de um tema específico é feita de maneira intensiva em um curto espaço de tempo” (BARROS FILHO: 2003, p192).

### **O carnaval na rua**

O Carnaval é uma festa em constante transformação. Mas a matriz do carnaval carioca que vivemos até hoje é, segundo Felipe Ferreira:

“produto do século XIX, surgido do ideal de uma burguesia desejosa de mostrar o seu poder recém-constituído e do contato dessa burguesia com as manifestações festivas das chamadas classes populares. [...] Um carnaval que marca as tensões e a aproximação das diferentes cidades que compõem uma cidade. Tensões que sempre existiram e que continuam a existir. Tensões que geram um carnaval que recusa qualquer classificação formal e transborda continuamente em novas brincadeiras. (2012 , pag. 38)

Marina Frydberg (2014) identifica quatro momentos na história do Carnaval dos blocos de rua do Rio de Janeiro. O primeiro, que data do fim do século XIX e início do século XX, quando do surgimento dos primeiros blocos, cordões e ranchos na região do Centro da cidade. O Cordão da Bola Preta é desse momento.

O segundo momento, nas décadas 1950 e 1960, em que surgiram blocos tradicionais como bloco Bafo de Onça (1956) e seu maior rival, o bloco Cacique de Ramos (1961) e ainda a Banda de Ipanema (1965).

Um terceiro momento é o final da década de 1970 e engloba os anos 1980 e 1990. Os blocos surgidos nesse período tem um perfil diferente. São formados por jovens intelectualizados da classe média e músicos consagrados no cenário nacional. Fazem parte desse período os ainda existentes Clube do Samba, fundado pelo sambista João Nogueira, O Bloco do Barbas, O Simpatia é Quase amor, o Suvaco do Cristo, o Bloco de Segunda, o Bloco das Carmelitas, O Escravos da Mauá, O Meu Bem, Volto Já, o Que merda é essa e o Imprensa que Eu Gamo.

O quarto momento corresponde à primeira década do século XXI. Os blocos desse momento, descrito por Micael Herschmann (2012, 2014) como o da grande explosão do carnaval de rua carioca (num período de 15 anos foram criados mais de 300 blocos), caracterizam-se pela mobilização de jovens de classe média, que ocupam de forma mais significativa o centro e a zona sul da cidade com a sua festa carnavalesca e o seu ativismo musical. Esses blocos com perfil mais jovem, como Monobloco e Bangalafumenga, trazem estilos musicais mais diversificados para a cena carnavalesca. São exemplos dessa geração de blocos: Sargento Pimenta e Orquestra Voadora, e as neofanfarras.

### **O carnaval nas páginas do jornal**

O jornalismo tem se ocupado do carnaval desde meados do século XIX e teve, nas primeiras décadas do século XX, papel fundamental de mediador entre os agentes da cultura popular envolvidos com a produção da festa e as forças de disciplinamento e ordenação cujo projeto era construir a cidade do Rio de Janeiro como centro urbano moderno. O jornalismo contribuiu para que a folia assumisse padrões estéticos determinados, espírito de festa oficial, e ascendesse ao patamar de traço de identidade nacional. O auge dessa simbiose entre carnaval e imprensa se deu durante o período da República Velha, quando surgiu a figura do jornalista especializado desse tipo de festa, o cronista do Carnaval, que tem nomes representativos como Vagalume, Morcego e como produção contemporânea, os jornais humorísticos criados pelas sociedades carnavalescas (COUTINHO, 2006).

Faremos, a partir de agora, algumas observações que são resultado da pesquisa sobre a cobertura do Carnaval de rua, nas edições do periódico impresso O Globo, segundo os parâmetros por nós já previamente apresentados. Entre os anos 1980 e 1990, a cobertura de carnaval se dividia entre preparação e desfile das Escolas de Samba (que tinham o maior destaque); a infraestrutura e os blocos participantes do desfile na Avenida Rio Branco; o banho de mar à fantasia; os principais bailes da cidade (como o do Pão de Açúcar e os que aconteciam no Clube Monte Líbano) e o Carnaval de rua nas regiões do Centro da Cidade (Cinelândia e Carioca), na Zona Norte (principalmente o do bairro de Madureira); o dos grupos de Clóvis, que ocorriam na Zona Oeste (principalmente os de Marechal Hemes) e o das bandas da Zona Sul (Ipanema, Leblon e Copacabana).

Nas reportagens dos anos 1980 (a partir de 1984) percebemos que o Carnaval de rua é caracterizado como festa tradicional espontânea, espaço de exercício da imaginação e fantasia, expressão de alegria e brincadeira, possibilidade de inverter papéis e regras do cotidiano. A festa é qualificada ainda como atividade espontânea onde cabe o improviso, mesmo quando faz referências aos esforços de indivíduos ou grupos, blocos ou agremiações para confeccionar fantasias, escolher local e ocasião do desfile, encontrar o grupo de músicos que eventualmente embalará o cortejo. Alguns títulos exemplificam esses aspectos: “O que resta da alegria espontânea da maior festa do mundo. Foliões mantêm o improviso na rua para não deixar o carnaval morrer” (*O Globo*, 03/03/1987, pag.12); “Nas bandas e blocos, a tradição da alegria” (*O Globo*, 16/02/1988, pag. 13).

A questão da tradição é trabalhada no sentido da sobrevivência da festa e de um saudosismo a carnavais de outrora, sem qualquer localização precisa no tempo, que esbarra na categoria imaginária do carnaval ideal. O carnaval ao logo dos anos 1980 e primeira metade dos anos 1990 parece estar sob constante ameaça de desaparecimento como atestam alguns títulos de matéria: “Quarta feira de cinzas bloco Chave de Ouro encerra, sem antiga animação, festa no Subúrbio.” (*O Globo*, 21/02/1985, pag. 9); “‘Piranhas’ não deixam o carnaval de rua morrer”( *O Globo*, 25/02/1990, pag.13)

Durante esse período, há referências a políticas públicas para prover, organizar ou premiar iniciativas de personagens ou grupos que participam ativamente da festa carnavalesca. A questão da segurança está presente durante quase todo o período, desses últimos 30 anos de cobertura jornalística do Carnaval de rua carioca. Perturbação no trânsito (interdição de ruas), a questão do acúmulo de lixo e problemas com a limpeza urbana também atravessam a cobertura jornalística nesse arco de tempo total da pesquisa, já que o jornal como produto e instrumento da sociedade urbana moderna, funcional e disciplinar corrobora com os valores de ordem e eficiência.

Chama a atenção nas reportagens o tratamento que naturaliza as características da própria festa, como se uma vez cumprido ciclo de tempo, o Carnaval voltasse a acontecer com suas características estanques, seus personagens de sempre, seus enredos recorrentes. Esse traço se faz perceber na medida em que na cobertura da festa praticamente não há investigação sobre quem são os responsáveis pela organização das agremiações, como esses grupos se ocupam de criar e viabilizar os cortejos. Há apenas o relato automático de uma festa já pré-concebida, restando apenas o caráter factual de um contratempo ou personagem escolhido, ao acaso, pra falar da sua alegria ou da sua fantasia.

As fantasias são tratadas como expressão original da criatividade popular, bom humor, ou aspecto mirabolante e, eventualmente, há menções às fantasias que assumem aspectos de crítica política. Há referências ao prêmio “Folião Original” promovido pelas prefeituras, nos anos 1980 e 1990. Há uma insistência particular, uma fixação nas fantasias de bate-bolas e nos blocos em que os foliões do sexo masculino usam vestimenta, maquiagem e outros adereços femininos. Vale ressaltar o destaque dado, anos seguidos, ao conhecido Bloco das Piranhas, de Madureira.

Uma preocupação recorrente nesse período é determinar o grau de animação da festa: “Todo mundo brinca até sem dinheiro” (*O Globo*, 03/03/1987, pag. 9). Há reportagens que enfatizam a resistência dos foliões em apostar na alegria a despeito dos problemas econômicos e políticos e aquelas que atribuem de tal forma permeabilidade dos problemas ao espírito momesco, que chegam a enxergar o fim dos tempos carnavalescos. Essa animação também é medida em relação à condição climáticas da previsão meteorológica, de forma que o tempo chuvoso implica em carnaval menos alegre - “Muita água e pouca animação nas ruas” (*O Globo*, 05/04/1989, pag. 14) ou, inversamente, que a alegria resiste a qualquer tipo de intempérie: “Tempo ruim não desanima a Banda de Ipanema” (*O Globo*, 05/02/1989, pag. 14).

Há referência ao número de foliões apenas quando a contabilidade, sem referência a qualquer órgão de medição oficial, ultrapassa o número de 1000 participantes, número expressivo, nos anos 1980. Esses números crescem bastante de meados para o fim da década de 1990, quando é feita uma leitura pelo viés da renovação e consolidação do vigor do Carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro. Nos primeiros anos do século XXI, quando alguns blocos passam a arrastar multidões que entram na casa dos 10, 15 mil foliões, esses números passam a funcionar como referência para os problemas urbanos causados pelo agigantamento da folia: destruição de mobiliário urbano; engarrafamentos; aumento da violência, falência da limpeza urbana e a questão da deficiência na oferta de banheiros públicos durante a festa.

Podemos dizer que a geração dos blocos do terceiro momento da história dos blocos de rua (FRYDBERG, 2014) ou denominados como da retomada, segundo SAPIA E ESTEVÃO (2012), que começa com a criação do bloco Simpatia é Quase Amor, o Bloco do Barbas, o Suvaco do Cristo e o Bloco de Segunda forçará, pelas suas próprias características inovadoras, uma cobertura diferenciada. Cobertura essa em que se percebe uma defasagem entre os jornais *O Globo* e *Jornal do Brasil*. Enquanto o *JB* noticia a



criação e o primeiro desfile do Simpatia, em 1985, o jornal *O Globo* só fará menção ao bloco, em 1989. Mas a primeira matéria significativa em termos de detalhamento e abordagem da especificidade desses blocos criados na Zona Sul, em meados da década de 1980, publicada pelo jornal *O Globo* sairá em 1991, texto assinado pelo jornalista Paulo Sérgio Marqueiro: “Carnaval: é hora de botar o bloco na rua” (*O Globo*, 27/01/1991, pag. 19). Nessa reportagem há referência aos temas dos sambas e aos compositores desses blocos, aos artistas plásticos envolvidos com o desenho das camisetas criadas para gerar a renda que viabilizaria a saída dos blocos, anualmente.

A partir dessa reportagem emblemática, o jornal *O Globo* passa a fazer referência a esses detalhes fundamentais para o reconhecimento da identidade dessas agremiações, bem como menções a episódios saborosos da preparação do carnaval, detalhes constitutivos do tipo de atividade cultural que esses personagens vinham construindo – a amizade, a conversa de bar, o trânsito por certos territórios da cidade, os vínculos culturais com a música e a cultura popular e seus protagonistas, revelando o envolvimento dos diversos personagens partícipes da tessitura desse então novo Carnaval de rua. A revelação desses detalhes produzirá, nos parece, os importantes efeitos de inscrever o acontecimento carnavalesco na história e de trabalhar imaginários que vinculam o desejo à possibilidade da realização coletiva.

Ainda no final do século XX, a cobertura jornalística passará a dar importância ao período pré-carnavalesco, fazendo referência aos bailes-ensaios onde eram escolhidos os sambas dos blocos Simpatia é Quase Amor e Suvaco do Cristo, outro empreendimento criativo capaz de gerar caixa e viabilizar os desfiles. Mas o crescimento do carnaval de rua do século XXI, em termos de quantidade de agremiações e número de foliões força, também, uma expansão temporal da festa levando a organização de equipes que se ocuparão da cobertura de muitos mais acontecimentos festivos, folguedo que começa antes da entrega das chaves da Cidade ao Rei Momo e termina bem depois da quarta de cinzas.

Em 2000, começam aparecer referências à migração de foliões da Marquês de Sapucaí para o Carnaval de rua e o jornal *O Globo* começa a trazer um box de serviço, com data e horário de saída de alguns dos blocos já considerados referência nesse novo cenário momesco. Na reportagem intitulada “Novos blocos tomam as ruas do Rio. Só nos últimos 3 anos, pelo menos 15 bandas surgiram na cidade” (*O Globo*, 18/02/2001, pag. 14). Moacir Luz, um dos fundadores do bloco tijucano Nem Muda, Nem Sai de Cima, numa tentativa de

explicar o fenômeno da migração afirma: “O público quer participar e não ser mero espectador”.

Em 2001, o número de foliões dos blocos da terceira geração dobra de tamanho: “Carnaval volta a tomar conta. Suvaco de Cristo arrasta 15 mil pessoas no Jardim Botânico e Baixo Bebê anima foliões mirins” (*O Globo*, 19/02/2001, pag. 18). Diante desse cenário de crescimento os organizadores das agremiações começam reivindicar um envolvimento maior das autoridades municipais para vaibilizar da festa (CET-Rio, Guarda Municipal, PM). Em 1998, alguns blocos já começam a se preocupar com as implicações do crescimento de foliões que implicavam num aumento dos custos dos desfiles e a impossibilidade da brincadeira despreocupada. No ano de criação do bloco Bangalafumenga, a cobertura do fato traz o título “Quando ser menos é garantia de diversão maior” (*O Globo*, 15/02/1998, pag. 18).

A partir de 2003, aparecem referências ao Carnaval como oportunidade de negócios, numa notícia sobre a criação do bloco Galinha do Meio Dia, criado pela Associação Brasileira da Indústria de Hotéis. Em 2004, é elaborada a matéria “Rio terá mais visitantes caindo na folia. Previsão da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis é de aumento de até 12% em relação à 2003” (*O Globo*, 17/02/2004). Nessa matéria são apresentados dados relativos à receita gerada com turismo durante o carnaval e as expectativas de crescimento para o ano seguinte. A cobertura jornalística também se mostrará atenta à diversidade de interesses que movem grupos a criarem novos blocos, sejam eles interesses mercadológicos ou não: “Blocos evangélicos e estrangeiros animam o último dia de folia de Momo no centro do Rio” (*O Globo*, 25/02/2004, pag. 13). A cobertura seguirá a tendência de reportar o surgimento de novos blocos, não necessariamente fazendo destaque nos títulos das matérias. Os blocos já tradicionais e aqueles que nascem com grande expressão de público e/ou com vinculação com a indústria do entretenimento alcançam destaque como é o caso do Bloco da Preta e o Sargento Pimenta. Mas a diversificação inusitada som da festa carnavalesca ganha visibilidade: “O Sargento Pimenta leva uma multidão ao Aterro: Beatles em ritmo de samba” (*O Globo*, 21/02/2012, pag. 16); “Sinfonia de ritmos no Aterro” matéria sobre a diversificação musical dos blocos.

Em 2005, o jornal *O Globo* noticia providências da prefeitura para dar suporte ao Carnaval de rua e começa a prestar o serviço de informar aos leitores sobre mudanças no trânsito (fechamento de ruas, desvios para melhor circulação na cidade).

Em 2008, *O Globo* publica o primeiro título de matéria em que os problemas do carnaval agigantado aparecem em destaque: “Blocos atraem multidões e causam transtornos” (03/02/2008, pag. 12). Nesse ano, o bloco Cordão do Bola Preta desfila com 500 mil foliões. Em 2010, o número de foliões atinge proporções da ordem da improbabilidade: “Cordão da Bola Preta bate recorde de foliões: mais de um milhão e meio de pessoas acordam cedo para desfilar no Centro; à tarde, Banda de Ipanema empolga” (*O Globo*, 14/02/2010, pag. 16)

A primeira menção à falta de banheiros para os foliões como um problema no Carnaval aparece em 2007. Mas é a partir de 2009 que a pauta sobre essa questão ganha ênfase e insistência. Essa questão será tratada como falta de infraestrutura, falta de planejamento que garanta banheiros químicos suficientes e a falta de educação do folião, que não urina nos lugares adequados: “Um inconfundível cheiro de urina pelas ruas” (*O Globo*, 24/02/2009, pag. 9). Na vigência do primeiro mandato do prefeito Eduardo Paes, será criada a política do “choque de ordem”, com uma série de posturas de disciplinamento dos vários âmbitos da festa e na dinâmica da cidade, dentro e fora do Carnaval. As diversas medidas tratadas sobre essa denominação serão amplamente divulgadas pelo jornal *O Globo*, ora apoiando as medidas, ora apontando as falhas que garantiriam uma boa administração da cidade, principalmente diante da intensificação dos problemas que escala que da festa carnavalesca traz. Em 2011, a quantidade de novos blocos que saem sem autorização provocam caos no trânsito, nos transportes públicos, surpreendem impactando negativamente o planejamento que a prefeitura preparara para festa. Ao final do carnaval, *O Globo* publica: “Freio nos blocos da Zona Sul. Prefeitura exigirá em 2012 que grupos sem tradição desfilem em outros bairros” (13/03/2011, pag. 19). Ainda na linha de uma cobertura do Carnaval de rua que reivindica a ordem e o disciplinamento e passa abordar com ênfase os aspectos negativos da festa temos o exemplo da matéria “Multidão à deriva. Folia nas ruas é ilegal, e daí?” (*O Globo*, 13/02/2013, pag. 19). Embora a matéria apresente entrevista com os principais representantes das várias associações de blocos de rua do Rio de Janeiro que apontam a falta de adequação das exigências feitas pelo Corpo de Bombeiros para a saída dos blocos, o título direciona o leitor para uma visão negativa da festa carnavalesca, assim como as que se referem ao gigantismo do carnaval e ao problema da urina.

As coberturas de 2014 e de 2015 recuam da abordagem que enfatiza os aspectos negativos para apontar a preferência dos foliões pela rua. Surge matérias que tratam o

Carnaval de rua com romantismo, abordando casamentos durante o cortejo de blocos ou a concretização do encontro do par perfeito em meio a folia. A intensidade fica por conta da referência ao número de foliões, que passam das dezenas e centenas de milhares para a escala do milhão, já que a estratégia retórica será trabalhar com o número total de foliões que participaram do período total do Carnaval: “Folia com 344 blocos arrastará 5 milhões” (*O Globo*, 14/02/2015, capa). Na edição de 2015, a cobertura de Carnaval trará referência ao impacto de recursos tecnológicos na folia “Pau de Selfie vira adereço indispensável à folia de rua” (*O Globo*, 17/02/2015, Editoria Rio, pág. 10).

Nossa intenção com essa análise é fugir dos preconceitos e reducionismo em relação às coberturas realizadas sobre o Carnaval de rua carioca, indicando criticamente seus condicionamentos e limites, mas ressaltando, também, iniciativas que comprovam que mesmo diante de todas as determinações do processo produtivo, é possível reconhecer linhas de fuga, oportunidades de realizar um trabalho informativo em que o compromisso com o direito à cidade e vínculo com a cidadania estejam presentes. A pesquisa empírica guiada por essas teorias nos permitiram verificar alguns formatos pré-determinados forjados na rotina produtiva, mas, também, negociações e impasses na produção noticiosa de impressos, bem como sua potência formadora de opiniões. Investigar a cobertura jornalística é uma rica oportunidade para nos darmos conta da dinamicidade social e da transformação e possibilidades da produção jornalística. Já que segundo Fernando Resende, há relatos que:

dotam o mundo de diferenças, enquanto há outros que não; há os que rechaçam as particularidades e ainda há os que as ressaltam; há os que dizem de um lugar em movimento (...) e há os que narram o mundo como algo estático. (RESENDE, 2008b, p. 147)

Os temas e enfoques que a mídia alardeia ou silencia nos mostram, como discurso que se positiva, e narrativa que se presentifica, pistas dos interesses conflitantes que atravessam nossa vida de cidadãos cariocas e profissionais envolvidos com o jornalismo e sua produção.

## **Bibliografia**

- BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**. São Paulo: Hucitec/UNB, 1987.
- BARROS FILHO, Clóvis. **Ética na comunicação**. São Paulo: Summus, 2003.

- BURKE, Peter. **A cultura popular na Idade Moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- COUTINHO, Eduardo Granja. **Os cronistas de Momo**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.
- FERREIRA, Felipe. **Inventando Carnavais: O surgimento do carnaval carioca no século XIX e outras questões carnavalescas**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.
- FRYDBERG, Marina Bay. “Ó Abre Alas: Cultura e Economia através da Festa dos Blocos de Carnaval de Rua na Cidade do Rio de Janeiro”. Trabalho apresentado no 38º Encontro Anual da Anpocs GT02 – Arte e Cultura nas Sociedades Contemporâneas
- HERSCHMANN, Micael. Apontamentos sobre o crescimento do Carnaval de rua no Rio de Janeiro no início do século 21. In: Intercom – RBCC São Paulo, v.36, n.2, p. 267-289, jul./dez. 2013.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia – Jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo: Ática, 1986.
- SAPIA, Jorge e ESTEVÃO, Andréa. “Considerações a respeito da retomada carnavalesca: O Carnaval de rua no Rio de Janeiro”, in: *Textos Escolhidos de Cultura e Artes Populares*. Rio de Janeiro: UERJ, 2012, v.9, n.1, p.201-220.

---

\_\_\_\_\_. Narradores e Narrativas do Carnaval de Rua Carioca. **Textos escolhidos de cultura e arte populares**, Rio de Janeiro, v.11, n.2, p. 47-66, nov. 2014.

- RESENDE, Fernando. “O jornalismo e suas narrativas: as brechas do discurso e as possibilidades do encontro”. In *Revista Galáxia*, São Paulo, n.18/dez/2009.
- TRAQUINA, Nelson. **O estudo do Jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

### Internet

- FERNANDES, Cintia e HERSCHMANN, Micael. **Ativismo Musical nas ruas do Rio de Janeiro**.