
O carnaval-espetáculo televisionado: um estudo sobre a midiatização do desfile das escolas de samba do Grupo Especial do Rio de Janeiro¹

João Victor Rodrigues SOARES²
Nicacio Ramon Braga LIRA³
Carmen Luisa Chaves CAVALCANTE⁴
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

Resumo

O presente trabalho busca compreender o processo de “midiatização” de um dos festejos mais significativos do Brasil: o desfile das escolas de samba do Grupo Especial do Rio de Janeiro. Para isso, faz-se necessário uma abordagem histórica do evento carnavalesco fundamentada, sobretudo, nos estudos de Araújo (2003) e Cabral (2011). A relação estreita entre as escolas de samba e a mídia, assim como também, as influências que ambas exercem sobre a outra, serão entendidas a partir do conceito de midiatização elucidado por Hjarvard (2012), principalmente a partir do início das transmissões televisivas dos desfiles.

Palavras-chave: carnaval carioca; midiatização; televisão.

Introdução

Quando as primeiras escolas de samba começaram a surgir no final da década de 1920, nos morros e subúrbios cariocas, seus idealizadores jamais poderiam imaginar que, naquele momento, começava a despontar o maior e mais importante dos festejos carnavalescos do Brasil: o desfile das escolas de samba do Grupo Especial do Rio de Janeiro. O evento se popularizou rápido, sobretudo, após sua primeira edição, que aconteceu extraoficialmente no ano de 1932. Hoje, sob a fascinante mistura de cores, luzes e sons, o festejo anual tem como palco o Sambódromo da Marquês de Sapucaí (QUEIROZ, 1992; SEBE, 1986).

¹ Trabalho apresentado na IJ 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Recém-graduado do curso de Jornalismo da UNIFOR, e-mail: joaovictorrdgs@gmail.com

³ Recém-graduado do curso de Publicidade e Propaganda da UNIFOR, e-mail: nicacioramon@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP). Professora dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da UNIFOR, e-mail: kaluchaves@gmail.com

O espetáculo carnavalesco combina linguagens artísticas distintas, como a música, a dança, o teatro e as artes visuais. O desfile, segundo nada mais é que a encenação de um enredo, ou seja, uma trama que será estruturada e transformada visualmente em alegorias e fantasias e sonoramente em samba-enredo. Seu desenvolvimento cabe à figura do carnavalesco, uma espécie de dramaturgo; cenógrafo; figurinista e diretor de cena. Através de um conjunto de regras e quesitos de julgamento, redefinidos anualmente, as escolas de samba competem mutualmente diante de um objetivo: ganhar o campeonato (CAVALCANTI, 2006; MAGALHÃES, 1997).

Hoje, o desfile engloba cinco divisões, totalizando cerca de sessenta escolas de samba. Segundo o site da Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro⁵ (2019), a primeira divisão, também conhecida como “Grupo Especial”, atualmente abrange quatorze. O campeonato, segundo Cavalcanti (2002, p. 49), consiste “em torno de uma estrutura inclusiva e aberta que promove anualmente as duas escolas vencedoras de cada grupo à divisão imediatamente superior e rebaixa as duas escolas perdedoras para a divisão imediatamente inferior”, respectivamente.

Considerado por Queiroz (1992) como o “maior espetáculo da Terra”, o festejo carnavalesco vem sofrendo transformações significativas ao longo do tempo, principalmente pela incorporação de um caráter midiático e comercial. Nos dias de hoje, o desfile é transmitido sob os holofotes da Rede Globo de Televisão para mais de 180 países. Neste ano de 2019, o desfile chegou a movimentar cerca de R\$ 3,78 bilhões de reais, de acordo com dados da Riotur, Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro, e mobilizou 26% a mais em relação ao ano passado. Para Cavalcanti (2001, p. 75), “os números atestam o inegável sucesso dos desfiles: a passarela do samba, o popular “Sambódromo”, comporta cerca de 60.000 lugares, e cada uma das escolas do chamado grupo especial [...] desfila com 3 a 5 mil componentes”.

Com base nos estudos de Araújo (2003) e Cabral (2011), é importante destacar que a relação entre as agremiações carnavalescas e a mídia carioca já existe desde 1932, seja por meio da expressiva cobertura midiática, bem como, quando veículos jornalísticos como O Globo e Mundo Sportivo assumem o custeamento financeiro dos desfiles. A partir de então, as escolas de samba nunca mais estariam distantes da mídia, relação que

⁵ Disponível em: <<http://liesa.globo.com/>> Acesso em: março. 2019

foi primordial para o crescimento e desenvolvimento dos desfiles carnavalescos, não só como espetáculo cultural carioca, mas também como produto midiático nacional.

Esses múltiplos entrelaçamentos entre mídia e sociedade, nos leva a refletir sobre a ideia de “mídiatização”. Esse conceito, de acordo com Hjarvard (2012), surge para compreender o papel e a influência da mídia nas instituições sociais e culturais, no caso dessa pesquisa, o desfile das escolas de samba. Para Verón (2001, p.15) “uma sociedade em vias de mídiatização é aquela onde o funcionamento das instituições, das práticas, dos conflitos, das culturas, começa a estruturar-se em relação direta com a existência das mídias”.

Sendo assim, esta pesquisa busca compreender o processo de mídiatização do desfile das escolas de samba do Grupo Especial do Rio de Janeiro, sobretudo, a partir do seu televisionamento. Para isso, utilizou-se como metodologia a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental. Para abordar essa questão, este trabalho inicia-se com um breve histórico do evento carnavalesco. Na sequência, aborda-se o início das transmissões televisivas do desfile e a revolução estética que tal fator provoca. E por fim, discorre-se sobre o conceito de mídiatização fundamentado, sobretudo, nas ideias de Hjarvard (2012) e Verón (2001).

O desfile das escolas de samba e a mídia: um breve histórico

As escolas de samba começaram a surgir nos morros e subúrbios do Rio de Janeiro em meados da década de 20. A “primeira” escola de samba ficou conhecida como Deixa Eu Falar ou, simplesmente, Deixa Falar. A agremiação foi fundada em agosto de 1928 por um grupo de sambistas do Largo do Estácio, antigo e tradicional reduto das rodas de samba da cidade, encabeçados por Ismael Silva (CAVALCANTI, 2006; COSTA, 2001). No entanto, para o escritor e jornalista Sérgio Cabral (2011, p. 41), a Deixa Falar nunca foi de fato uma escola de samba:

Foi, na verdade, um bloco carnavalesco (e, mais tarde, um rancho), criado no dia 12 de agosto de 1928 [...], no bairro carioca do Estácio de Sá e, que, por ter sido fundado pelos sambistas considerados professores do novo tipo de samba, ganhou o título de escola de samba (*apud* RAMOS, 2013, p. 20).

De acordo com Vianna (2012), esse “novo tipo de samba” era uma depuração feita pelos compositores do Estácio, pois o estilo antigo misturava muitas expressões musicais e não permitia que os cortejos carnavalescos pudessem se movimentar no ritmo. Segundo

a autora (2012, p. 123), “o que era uma modificação no samba passou a ser o verdadeiro samba”.

Para Cavalcanti (2006), o núcleo social de formação das escolas foram os blocos. Ainda de acordo com a autora, as crônicas dos jornais da época descrevem as diversas manifestações culturais carnavalescas que existiam e segmentavam a sociedade carioca:

[...] a cada camada social, um grupo carnavalesco, uma forma particular de brincar o Carnaval. As grandes sociedades, nascidas na segunda metade do século XIX, desfilavam com enredos de crítica social e política, apresentando som de árias de óperas, com luxuosas fantasias e carros alegóricos, e eram organizadas pelas camadas sociais mais ricas. Os ranchos, surgidos no final do século XIX, desfilavam também com enredo, fantasias e carros alegóricos ao som de sua marcha característica e eram organizadas pela pequena burguesia urbana. Os blocos, forma menos estruturada, abrigavam grupos cujas bases se situavam nas áreas de moradia das camadas mais pobres da população, os morros, os subúrbios cariocas. O surgimento das escolas de samba veio desorganizar essas distinções (CAVALCANTI, 2006, p. 39).

De acordo com Sebe (1986), no ano de 1930, cinco escolas já apareciam para desfilarem na praça Onze, zona central do Rio de Janeiro: a “Estação Primeira de Mangueira”, fundada pelo compositor Cartola e seus companheiros; a “Vizinha Faladeira”; a “Cada Ano Sai Melhor”; a “Para o Ano Sai Melhor” e a “Vai Como Pode”, atual Portela, idealizada por Paulo da Portela e Antônio Rufino. A partir do primeiro desfile, as escolas de samba se popularizaram muito rápido (RIOTUR, 1991) e passaram a deter a atenção dos jornais, antes voltada aos bailes das grandes sociedades e aos ranchos, blocos e cordões.

Em 1932 o carnaval é oficializado pelo Estado na cidade do Rio de Janeiro. A mídia, além de cobrir o festejo carnavalesco, passa a ser, também, responsável direta pela sua realização. Em vista disso, o jornal Mundo Sportivo se dispôs a custear o primeiro campeonato extraoficial entre as escolas de samba, que só viriam a se tornar oficiais três anos depois. Outros veículos jornalísticos, como O Globo, também apoiaram e divulgaram o evento.

O “campeonato de samba”, como era referido na matéria d’O Globo de 4 de fevereiro de 1932⁶, reuniria “as escolas mais celebradas da cidade, os príncipes da melodia do malandro, as altas patentes do samba” e consagraria a Estação Primeira de Mangueira como campeã daquele ano. De acordo com a reportagem publicada no Jornal do Brasil

⁶ Disponível em: <<http://memoria.oglobo.globo.com/>> Acesso em: março. 2019

no dia 9 de fevereiro daquele ano, transcrita por Cabral (2011, p. 76), o êxito dos desfiles foi enorme:

O que ali se viu, anteontem e ontem, das primeiras horas da tarde às últimas da madrugada, vale como um atestado de que, quando aquela gente se reúne, sabe se divertir. O que a Praça Onze mostrou ao carioca excedeu a qualquer previsão e foi ainda uma nota inédita, porque teve aspectos diferentes dos que se apreciam em outros pontos da cidade. O carnaval da Praça Onze é privativo da Cidade Nova. E tem por isso atrativos e motivos exclusivamente seus. Um sucesso, um grande sucesso, um legítimo sucesso o carnaval da Praça Onze (apud RAMOS, 2013, p. 21).

No ano subsequente, quem financiou o campeonato, que também aconteceu extraoficialmente, foi o jornal O Globo. Trinta e uma escolas participaram. A Estação Primeira de Mangueira foi mais uma vez campeã do concurso, ficando a atual Acadêmicos do Salgueiro em segundo lugar e respectivamente, a Unidos da Tijuca em terceiro. Ano a ano, a relação entre as escolas de samba e os jornais começavam a se estreitar cada vez mais.

Em 1935, a condução dos desfiles carnavalescos, antes desempenhada pelos veículos jornalísticos, é transferida ao Estado. À mídia, a partir daí, coube o papel de propagação simbólica do festejo, seja através de coberturas expressivas nos jornais regionais, como também nas transmissões feitas pela, então, recém-fundada Rádio Nacional. De acordo com Araújo (2003), os campeonatos oficiais das escolas de samba começaram a ter vida legal a partir desse ano.

Em virtude dessa “legalização”, as escolas de samba passam a integrar o calendário oficial do carnaval carioca e são obrigadas a se registrar oficialmente debaixo das siglas G.R.E.S. (Grêmio Recreativo Escola de Samba). Dessa forma, as agremiações também passam a receber incentivos governamentais para a confecção dos seus desfiles. Por esta época, os ranchos e blocos já estavam em declínio e a praça Onze – antes palco do carnaval das classes mais baixas e marginalizadas da população – passava a ser o cenário do grande espetáculo em que se transformava o carnaval carioca (CAVALCANTI, 2006; SEBE, 1986).

De acordo com Sebe (1986), a partir daí, a padronização já começava a se instalar na estrutura das escolas. Exigiu-se, por exemplo, uma ordem nos desfiles, que naquela época seria assim: 1) um coro masculino abria o desfile; 2) um grupo de pastoras⁷ cantava

⁷ Nome dado às cantoras e sambistas que, no carnaval, formam um conjunto típico do cortejo.

apoiando o compositor do samba principal; 3) uma porta-estandarte ladeada por mestre-sala; 4) as alas de baianas e, por fim, 5) o “caramanchão”, algo como uma ala de compositores cercados por músicos.

Muitos desses elementos incorporados aos desfiles das escolas de samba já eram comuns em outras festividades carnavalescas, como por exemplo, o uso de alegorias, máscaras e fantasias luxuosas, nas grandes sociedades; a presença de um regulamento para a competição, nos cordões; a participação de um grupo de instrumentistas nos blocos; e dos ranchos, a presença de um casal de mestre-sala e porta-bandeira, o desenvolvimento de enredos e a participação de cantores para impulsionar as músicas cantadas no momento do desfile, conhecidas posteriormente como um “subgênero” do samba: o samba-enredo.

Ao longo dos anos 30, as publicações jornalísticas são marcadas pela incorporação de um teor crítico em relação ao evento carnavalesco. Fora a crítica propriamente dita, as publicações dedicavam-se a defender a essência dos desfiles e não se impressionavam, de maneira positiva, com o teor espetacular e luxuoso dos desfiles de algumas escolas. Em seu livro, Sérgio Cabral transcreveu o trecho de matéria do jornal *Gazeta de Notícias* comentando o resultado:

Se algumas escolas de samba - aliás, a maioria - souberam guardar as suas tradições, outras desvirtuaram por completo a sua finalidade. Vimos escolas de samba com carros alegóricos, instrumentos de sopro, comissões a cavalo etc. Isto não é mais escola de samba. Elas estão se aclimatando com as rodas da cidade e, neste andar, os ranchos vão acabar perdendo para elas (*apud* CABRAL, 2011, p.124).

O desfile das escolas de samba tornava-se, paulatinamente, um evento comercial, menos espontâneo e menos crítico. A oficialização trouxe consigo benefícios, como o suporte financeiro e a visibilidade, fazendo com que os desfiles se tornassem mais organizados. Mas a submissão às regras fez com que algumas manifestações fossem limitadas, como por exemplo, o uso de carretas e a exibição de enredos internacionais.

Para Moraes (1958), o desfile se torna uma espécie de alegria dirigida, onde o governo é poupado e as sátiras religiosas passam a ser proibidas. Aqueles que antes eram motivo de gozação e escárnio, agora são homenageados e reverenciados. Embora os jornalistas mais antigos observassem essas transformações com um certo ar de nostalgia, já havia aqueles que cada vez mais iam se adequando ao novo contexto, como mostra Coutinho (2006):

A partir dos anos 1930, como consequência da mercantilização dos folguedos de Momo, verificam-se transformações no jornalismo especializado em Carnaval. Inicia-se uma nova fase da crônica

carnavalesca, que perde, progressivamente, a sua dimensão participativa e boêmia para dar lugar a um discurso tecnicista, mercadológico, publicitário e moralista. Os novos cronistas, mais preocupados com o brilhantismo do show business do que com a alegria das ruas, transformam-se, em muitos casos, nos paladinos da moralidade, chegando ao ponto - inimaginável em outras épocas - de apelar à polícia para reprimir não mais os famigerados cordões, e sim um dos traços característicos da festa popular, o erotismo (p. 167).

Os anos 50 dão origem a um conjunto de processos que, mais tarde, determinaria o rumo das escolas de samba nas próximas décadas. O desfile que até então ocorria na praça Onze, situada em uma zona deteriorada da cidade do Rio de Janeiro, muda-se para a avenida Rio Branco, depois para a Presidente Vargas e por fim Marquês de Sapucaí. A produção do cortejo passa a contar de maneira recorrente com a contribuição de cenógrafos e artistas plásticos especializados. Os ingressos para os desfiles passaram a ser cobrados, assim como a entrada nas quadras das escolas. A classe média da Zona Sul não mais apenas assistia, já desfilava. A década de 1950 marca também o enriquecimento das escolas. O mecenato do jogo do bicho passa a “contribuir” para o refinamento das fantasias e dos instrumentos, relação muito comum até hoje no interior das grandes agremiações (CAVALCANTI, 2006, SEBE, 1986).

À medida que o desfile e seu público evoluem, as escolas vão perdendo suas características originais e se transformando em espetáculo. De acordo com Cabral (2011, *apud* RAMOS, 2013, p. 25), os espectadores não queriam mais saber dos “bamboleantes monstregos sobre tablados de carros desconjuntados”. De acordo com Ramos (2013), o visual precário das alegorias já havia sido alvo de críticas pelo jornal O Globo após os desfiles de 1954, o que evidencia o interesse dos jornais: o caráter espetacular do evento.

O desfile chega à televisão

Na década de 1960, os desfiles começam a ganhar visibilidade televisiva. De acordo com Mattos (2002), este período marcou o início da consolidação da televisão como meio de comunicação com características próprias. As transmissões feitas inicialmente pela extinta *TV Continental* por meio de flash⁸, passam a trazer, de forma metafórica, a ‘praça pública’⁹ da Idade Média para dentro de casa.

⁸ Resumo da notícia gravada pelo repórter de rua.

⁹ Termo utilizado por Mikhail Bakhtin em *Cultura popular na Idade Média e no Renascimento no contexto de François Rabelais* para designar o local onde ocorria as festas populares e atos cômicos.

De acordo com Cavalcanti (2006), o advento das transmissões televisivas, a construção das arquibancadas na avenida Rio Branco em 1962, e a venda de ingressos ao público, deram início ao irreversível processo de comercialização do evento. Ainda segundo a autora, “a procura, muitas vezes dramática, por parte das escolas, de um lugar adequado para o seu carnaval e o sucesso dos desfiles fez, de ano a ano, as arquibancadas crescerem” (CAVALCANTI, 2006, p. 42).

A partir do momento em que passa a ser televisionado e a assumir caráter de espetáculo, o desfile torna-se ainda mais atraente aos olhos do público. O advento da televisão em cores e a chegada do videoteipe¹⁰ no Brasil, em meados da década de 70, possibilitaram aos telespectadores um grande espetáculo de cores, sons, luzes, movimentos e efeitos. Para Hiram Araújo (2003), tal impacto culminou em uma revolução estética não só na transmissão do evento, como também, na produção do cortejo. A confecção das fantasias e adereços passam a demandar cada vez mais tempo e recursos. As escolas passam a adotar uma paleta mais ampla de cores, e não apenas as do seu estandarte. A TV, a partir daí, começa a ganhar o espaço antes ocupado pelo rádio no cotidiano das famílias brasileiras, tornando-se veículo de massa e se espalhando pelo mercado nacional (JAMBEIRO, 2002).

De acordo com Araújo (2003), o período da ditadura militar, iniciado em 1964, acabou contribuindo para desenvolvimento da televisão e aproximando o público da classe média e os desfiles, tornando inevitável a união entre TV e carnaval. Segundo Mattos (2002) os meios de comunicação de massa se transformaram na principal ferramenta pela qual o regime poderia persuadir, impor e difundir seus ideais.

A ditadura militar contribuiu para o impulso no desenvolvimento da TV no Brasil, ao criar vários órgãos estatais que lidavam com a produção cultural, ao formular leis e decretos, ao congelar as taxas dos serviços de telecomunicação, ao dar isenção das taxas de importação para compra de equipamento, ao proporcionar uma construção de uma estrutura nacional de telecomunicações em redes e ao fazer uma política de crédito facilitado (LEAL, 2009, p.8).

Em seu livro sobre o carnaval, Queiroz traz discussões em torno do impacto que tais novidades tiveram sobre a figura do carnavalesco:

Em 1960, os Acadêmicos do Salgueiro, uma das escolas mais antigas, pela primeira vez contratou um carnavalesco que não era originário de suas alas e sim da Escola de Belas-Artes, onde exercia função de professor. A partir desse momento, a escolha foi se orientando para

¹⁰ Equipamento eletrônico que grava o sinal de áudio e vídeo gerado por uma câmera.

especialistas em decoração e artes plásticas, em geral muito bem pagos, os quais estão encarregados de compor um projeto em função do tema e levá-lo à realização (QUEIROZ, 1996, p. 91).

Para atender à necessidade, cada vez mais recorrente, de um espaço próprio e fixo para os desfiles, é construída em 1984 a Passarela do Samba, popularmente conhecida como “Sambódromo”. A imensa escultura arquitetônica em concreto armado, foi projetada por Oscar Niemeyer e instituída pelo governo do Estado no tempo recorde de quatro meses para o carnaval. A Passarela compreende 700 metros da rua Marquês de Sapucaí, que já vinha abrigando os desfiles das escolas dos grupos 1-A e 1-B, desde 1978. Com espaço para cerca de 60 mil espectadores, a Passarela do Samba é administrada ao longo dos anos pela prefeitura do Rio de Janeiro e pela Riotur (CAVALCANTI, 2006).

Figura – Construção da Passarela do Samba



Fonte: Portal G1¹¹

De acordo com Silva (2011), o espaço destinado aos desfiles, foi arquitetado levando em consideração a possibilidade de transmissão televisiva:

Pensou-se em lugares para as câmeras televisivas, e sua disposição é um arranjo, um acordo de captação e transmissão de sinais que permite olhar à distância a festa. As escolas de samba projetam seus desfiles para aqueles que assistem ao evento das arquibancadas, e também para aqueles que assistem ao desfile pela televisão. Há um acordo na concepção do desfile de forma que a escolha de materiais, coreografias, e dimensões dos carros alegóricos propiciem belos efeitos estéticos para ambos os públicos (p.166).

¹¹ Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/carnaval/2014/noticia/2014/02/titulos-polemicas-e-historias-lembram-os-30-anos-do-sambodromo-do-rio.html>> Acesso em: março. 2019.

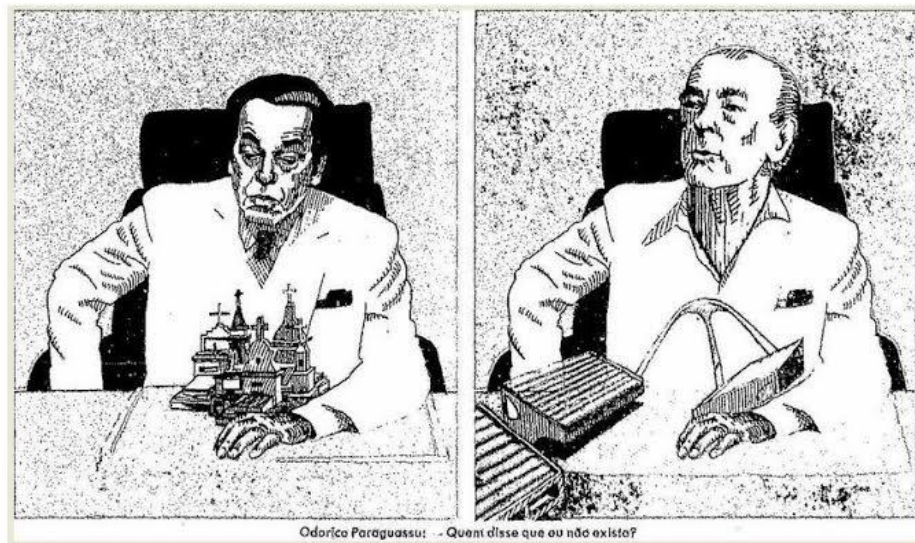
Tal afirmação também é defendida por Cavalcanti (2006):

A organização do espaço no sambódromo é uma hierarquia de visibilidade, os melhores lugares, que permitem a visão da evolução de toda a escola na pista são os mais caros. O televisionamento [...] foi previsto em sua arquitetura: a imagem frontal que se tem do desfile é única (p.57).

Embora, depois, viesse a transmitir os desfiles, a Rede Globo de Televisão e os outros veículos do grupo da família Marinho desde sempre se mostraram contra a construção do Sambódromo. O principal questionamento exibido nos jornais era a respeito dos altos custos da obra e seus verdadeiros benefícios à população carioca. Vale ressaltar, conforme a página *Conversa Afiada*¹² do jornalista Paulo Henrique Amorim, que o então governador Leonel Brizola, não tinha uma boa relação com a imprensa, especialmente com os veículos das Organizações Globo.

Figura 4 - Charge publicada na 1ª página do jornal O Globo em 03 de março de 1984

O Globo – 3/3/1984 - Primeira página



Fonte: Conexão Jornalismo¹³

¹² Disponível em: <<https://www.conversaafiada.com.br/pig/2014/02/27/a-globo-dizia-que-o-sambodromo-ia-cair>> Acesso em: março. 2019.

¹³ Disponível em: <<http://www.conexaojornalismo.com.br/colunas/internacionais/bastidores-da-construcao-do-sambodromo-do-rio,-por-fernando-brito-85-24278>> Acesso em: março. 2019

A partir de 1985, as transmissões do carnaval passaram a ser realizadas simultaneamente pela TV Globo e pela, hoje extinta, TV Manchete. No entanto, para Ramos (2013), as transmissões feitas pela Manchete são conhecidas até hoje por algo que teria se perdido ao longo do tempo na imprensa carnavalesca especializada: a crítica. Segundo Ramos (2013), nos períodos que precediam o carnaval, a TV Manchete dedicava quase toda sua programação às escolas de samba. Diversos boletins e programas, como o Jornal do Carnaval e o Botequim do Samba, eram produzidos exclusivamente para mostrar os preparativos para os desfiles, além de entrevistas com grandes personalidades.

De acordo com Ramos (2013), muitas das inovações que são vistas hoje na transmissão e na cobertura dos desfiles carnavalescos foram executadas primeiro pela Manchete, como por exemplo, o uso de câmeras robôs no alto das arquibancadas do Sambódromo e do helicóptero das emissoras para imagens aéreas do cortejo. As coberturas da TV Manchete foram interrompidas em 1999, devido a uma crise financeira que desencadeou na emissora.

Nos últimos anos, a Rede Globo de Televisão, tem transmitido hegemonicamente os desfiles das escolas de samba de alto de uma cabine montada exclusivamente para evento. Construída com recursos próprios, a cabine da emissora fica localizada embaixo do Arco da Apoteose, de frente para a dispersão¹⁴. No entanto, para Ramos (2013), quando se viu incumbida de transmitir o evento sozinha, a “Vênus Platinada¹⁵” começou a direcionar sua cobertura da forma como lhe fosse mais vantajosa, ou seja, adotando um caráter mais comercial. Tal fator chega ao ponto de influenciar diretamente na organização dos desfiles, como por exemplo, na decisão do início das apresentações, que são de acordo com o que é mais conveniente para sua programação.

O jornalista Eliakim Araújo comenta esta influência:

Até pouco tempo, duas emissoras transmitiam a festa no Sambódromo. Hoje a exclusividade é da Globo, que determina até o início do horário de transmissão, de acordo com a conveniência de sua programação. Com isso, não há uma disputa pela escolha das melhores imagens. O telespectador só toma conhecimento das 'celebridades' globais que desfilaram. Se alguém de outra emissora desfilou, ninguém sabe, ninguém viu. Sem contar a preferência pelas imagens de mulheres nuas e saradas, também com corpos iguais, como se sássem da mesma

¹⁴ Local do Sambódromo onde as escolas de samba encerram os seus desfiles.

¹⁵ O apelido de “Vênus Platinada” designava o resplandecente prédio administrativo da TV Globo na Rua Lopes Quintas, no bairro do Jardim Botânico, no Rio de Janeiro, inaugurado em 1976.

academia de ginástica. Pessoal da comunidade... Bem, só quando é alguém com história curiosa para contar [...] (2004, s/p)¹⁶.

Essa influência que o mercado financeiro exerce sobre cultura popular, no caso da TV Globo sobre o desfile das escolas de samba, é encontrada no pensamento desenvolvido por Adorno e Horkheimer (1985) na obra *Dialética do Esclarecimento*. A partir dessa obra é que surge o termo Indústria Cultural. O termo designa a transformação da cultura em mercadoria com a finalidade, sobretudo, de lucro. Dessa forma, essa condição mercantil elimina, ou simplesmente transforma a natureza da arte. O desfile, desse modo, se tornou um produto a ser consumido. Ou seja, quanto mais luxuoso e estonteante for, maior é público e a audiência televisiva.

A Miatização da cultura e da sociedade

Com base nos estudos de Hjarvard (2012), podemos caracterizar esses fenômenos decorrentes do início da cobertura - e até o patrocínio - dos desfiles pelos meios de comunicação como frutos da “miação”. De acordo com o autor, a miação surge para a compreensão acerca do papel e da influência da mídia na cultura e na sociedade. Essa influência, decorreria do fato da mídia ter se tornado uma parte integral do funcionamento de outras instituições, no caso as escolas de samba (HJARVARD, 2012).

A miação afeta e modifica as dinâmicas sociais contemporâneas, com base em um quadro de heterogeneidades, resignando um tecido social peculiar que os estudiosos chamam de “sociedade miazada” (FAUSTO NETO, 2006; SODRÉ, 2002; VERÓN, 1997, 2001). Verón (2001, p.15) acredita que “uma sociedade em vias de miação é aquela onde o funcionamento das instituições, das práticas, dos conflitos, das culturas, começa a estruturar-se em relação direta com a existência das mídias”.

Hjarvard (2012), também utiliza o conceito de “miação” para definir a influência da mídia sobre áreas como política, ciência e religião. De acordo com o autor (2012), outros pesquisadores relacionaram o conceito a teorias sobre a modernidade. Thompson (1990, 1995) analisa a miação como constituinte do processo de desenvolvimento da sociedade moderna. A criação da imprensa, no século XV,

¹⁶ Disponível em: <<http://academiadosamba.com.br/memoriasamba/artigos/artigo-082.htm>> Acesso em: abril. 2019

testemunhou o nascimento de uma tecnologia que propiciou a circulação de informações na sociedade de uma forma sem precedentes.

O desenvolvimento instantâneo dos outros meios de comunicação, como o rádio, a televisão e a internet, acentuou ainda mais o processo de modernização. A comunicação, antes relacionada à reunião física de indivíduos, passou a ser mediada, ou seja, a relação entre o emissor e a receptor é modificada em aspectos decisivos. No caso da transmissão dos desfiles das escolas de samba, feita pelos *mass media*, os emissores, em geral, mantêm o controle sobre o conteúdo da mensagem, mas têm pouca influência sobre como o receptor irá fazer uso dela. A partir do momento em que passa a deter os direitos exclusivos da transmissão dos desfiles, a Rede Globo de Televisão começa a moldar o espetáculo da forma como melhor lhe convier, inclusive reduzindo o tempo de apresentação das escolas.

Schulz (2004) e Krotz (2007) também utilizam o conceito de midiaticização para caracterizar o papel dos meios de comunicação nas mudanças sociais, a partir de um sentido mais abrangente. Schulz (2004) reconhece quatro tipos de circunstâncias onde os meios de comunicação modificam a comunicação e a interação humana.

Na primeira, eles distendem as possibilidades de comunicação humana, seja no tempo ou no espaço. Na segunda, passam a substituir as atividades sociais que antes se davam face a face – por exemplo, o espectador, que antes tinha que se deslocar até a avenida Rio Branco, passa a assistir aos desfiles do conforto de casa, seja através das transmissões da Rádio Nacional ou da realizada pelas emissoras de televisão.

Na terceira, os meios de comunicação estimulam uma fusão de atividades, ou seja, a comunicação pessoal passa a combinar com a comunicação mediada e, assim, os meios de comunicação penetram na vida cotidiana. A exemplo disso temos a estreita relação entre a mídia e as agremiações carnavalescas. Finalmente na quarta, os atores sociais de setores distintos têm que adaptar seu comportamento para acomodar as valorações, os formatos e as rotinas dos meios de comunicação. Como exemplo, tem-se o episódio citado anteriormente, em que as escolas de samba passam a ter seu tempo de apresentação reduzido – além da inclusão de transformações estéticas e visuais – em prol dos interesses da Rede Globo.

De acordo com Hjarvard (2012), embora usemos a forma plural, os meios de comunicação não são um fenômeno uniforme. Ou seja, cada meio tem suas próprias características e elas divergem tanto em seu “uso” quanto em seu “conteúdo” entre as

culturas e as sociedades. As consequências da midiaticização, então, dependem tanto do contexto quanto das características do meio ou meios em questão, levando em conta sua forma direta (forte) ou indireta (fraca) de midiaticização (HJARVARD, 2012).

A “midiaticização direta” remete a situações em que uma atividade interpessoal amplamente incorporada na sociedade adquire uma forma mediada, ou seja, começa a ser realizada a partir da interação com um meio, normalmente um computador ou dispositivo semelhante. Como exemplos disso, mais uma vez, os desfiles das escolas de samba, antes dependentes da presença física dos espectadores, e que, com o advento das transmissões, passa a ser televisionado. E a “midiaticização indireta” acontece quando uma atividade comum, como desfilar em uma escola de samba, passa a ser influenciada pelos símbolos e mecanismos midiáticos, levando pessoas normais a ganhar atenção da mídia a partir de uma posição de destaque dentro do desfile, seja pelo uso de uma fantasia considerada inusitada, ou em cima de um carro alegórico importante.

Considerações finais

Diante das circunstâncias apresentadas, não há dúvidas de que o processo de midiaticização do desfile das escolas de samba do Grupo Especial do Rio de Janeiro acompanha, simultaneamente, sua evolução e expansão. Se antes, a mídia organizava e custeava o evento, hoje a Rede Globo de Televisão, molda-o conforme seus interesses comerciais.

Embora a mídia exerça uma certa influência sobre o festejo, conforme o conceito de midiaticização elucidado por Hjarvard (2012), nota-se que o desfile também influi nos meios de comunicação. Como exemplo, temos o próprio televisionamento. O evento exige toda um planejamento e uma preparação por parte da emissora que irá transmiti-lo.

A mercantilização da festa, vista pelos moldes da Indústria Cultural de Adorno e Horkheimer (1985), é reforçada, principalmente, pelo seu caráter competitivo. A midiaticização, por outro lado, também democratizou a festa, torna-a mais acessível. A partir do televisionamento dos desfiles, aqueles indivíduos que não tinham acesso aos altos preços dos ingressos, puderam acompanhar de casa pela televisão.

O processo de midiaticização do carnaval carioca, entretanto, pode ser analisado a partir termos mais amplos. Por isso, se faz necessário continuar acompanhando esses entrelaçamentos entre cultura popular e mídia, como desdobramento dessa pesquisa.

Referências

- ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.
- ARAÚJO, Hiram. **Carnaval: Seis Milênios de História**. 2a ed., Rio de Janeiro, Gryphus, 2003. p.227
- ARAÚJO, Eliakim. A Globo atravessou o samba. Disponível em: <<http://www.academiadosamba.com.br/memoriasamba/artigos/artigo-082.htm>> Acesso em: abril. 2019.
- CABRAL, Sérgio. **Escolas de samba do Rio de Janeiro**. Editora Ibep Nacional, 2011.
- CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro. **Carnaval carioca: dos bastidores ao desfile**. Rio de Janeiro: Editora Ufrj, 2006.
- _____. O Rito e o Tempo: a evolução do carnaval carioca. **Fazendo antropologia no Brasil**, p. 75-91, 2001.
- _____. Os sentidos no espetáculo. **Revista de antropologia**, v. 45, n. 1, p. 37-78, 2002.
- COUTINHO, Eduardo Granja. Os cronistas de Momo: Imprensa e Carnaval na Primeira República. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- DE MORAES, Eneida. **História do carnaval carioca**. Editôra Civilização Brasileira, 1958.
- HJARVARD, Stig. Mídia e cultura: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, v. 5, n. 2, p. 53-91, 2012.
- MORAES, Eneida de. História do Carnaval carioca. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1958.
- RIOTUR. **Memória do Carnaval**. Rio de Janeiro: Oficina do Livro Editora e Livraria, 1991.
- RAMOS, André Mariz. **Cobertura jornalística do carnaval: panorama da abordagem do desfile das escolas de samba em diferentes épocas e veículos**. Rio de Janeiro. 2013.