

3.

Os objetos carnavalescos

Mesmo as alegorias previstas num projeto terminam por falar mais, muito mais, do que o seu enunciado verbal faria supor. O conjunto de seus elementos visuais remete simultaneamente a tantos sentidos possíveis, que vê-las em desfile é extasiar-se, encher os olhos e acolher a perplexidade diante da impossibilidade de decifrá-las totalmente. Esse é o seu poderoso encanto. Impossível compreendê-las totalmente: dentro do barracão nunca estão prontas. Tudo o que podemos ver, e o processo surpreende o próprio carnavalesco, são elementos que dia a dia se agregam.¹

Iniciamos este capítulo denominando de “objetos carnavalescos” toda a produção material realizada em função do carnaval: seja no âmbito dos desfiles das Escolas de Samba; seja na comercialização dos artefatos com a temática carnavalesca.

Para tanto, este capítulo está dividido em dois grandes blocos: (3.1) a produção para a Festa e (3.2) a produção para o Mercado. Nomeamos de Festa, os desfiles das Escolas de Samba para o carnaval carioca, e abrimos o capítulo apresentando como acontece a produção desses objetos carnavalescos. Consideramos o Mercado como campo de produção de objetos realizados com finalidade comercial. No segundo bloco deste capítulo, apresentamos o estudo de caso que envolve a AMEBRAS, as oficinas de qualificação e as lojas. Após a contextualização sobre a Festa e o Mercado, chegamos aos *souvenirs* carnavalescos, tendo na produção destinada ao Mercado um subcampo da produção dos objetos criados em função da Festa.

¹ CAVALCANTI (1994, p. 153).

Mais uma vez a produção destinada aos desfiles das Escolas de Samba é descrita e analisada neste capítulo, mas, desta vez, recortada nos objetos mais relevantes para nossa pesquisa, como: alegorias, adereços e fantasias. Dessa maneira, apresentamos na sequência, como se dá a produção dos outros objetos gerados em função do carnaval, mas com as especificidades do mercado turístico de “lembrancinhas temáticas”. Entendemos que estes dois campos, a Festa e o Mercado, apresentam características similares em seus materiais e processos e nos conduzem à análise dos *souvenirs* carnavalescos.

3.1 A produção para a Festa (ou “para dentro”)

Elaboramos um ciclo de desenvolvimento para a preparação de um desfile de Escola de Samba para situar os momentos e ações nos quais se desenvolvem os objetos carnavalescos. Chamamos atenção para o fato de os objetos carnavalescos aqui analisados fazerem parte de dois quesitos julgados nos desfiles das Escolas de Samba, no grupo Especial: (1) alegorias / adereços e (2) fantasias.

As Escolas de Samba estão divididas em vários grupos, de acordo com a sua colocação no desfile do ano anterior, conforme explicitado no segundo capítulo. Portanto, existe uma espécie de *ranking*², no qual as melhores escolas, segundo o julgamento oficial da LIESA, ocupam o grupo Especial.

Desde o ano de 2008, o grupo especial é composto por 12 agremiações carnavalescas³, dividindo os seus desfiles em duas noites: a metade desfila no domingo de carnaval e a outra metade, na segunda-feira. Esse fato acabou acirrando ainda mais a disputa entre as grandes Escolas do Grupo Especial, permitindo a permanência na Cidade do Samba de menos Escolas de Samba do que as 14, inicialmente, alocadas no ano de sua inauguração, em 2006.

De acordo com o ciclo de desenvolvimento dos desfiles das Escolas de Samba, o ano é dividido em vários momentos, como: criação do enredo e projeto plástico-visual; execução de fantasias, alegorias e adereços; ensaios e

² “O ranking LIESA é formado pelo somatório da pontuação obtida nos últimos cinco desfiles” (<http://liesa.globo.com/>).

³ CAVANCANTI (2009, p. 91) revela que “neste mesmo carnaval de 2008, o número de grandes escolas a desfilar no Sambódromo fixou-se em 12, [...]”.

coreografias; desfile propriamente dito; desmontagem das alegorias e, finalmente (ou inicialmente), preparação de um novo ciclo⁴.

Este circuito se desenvolve de acordo com cada agremiação, mas há um calendário comum a todas as escolas que ocupa alguns meses do ano (segundo Quadro 01). Sem generalizar este calendário, pudemos observar, através da participação em diversas agremiações carnavalescas, que o carnaval comumente é organizado em etapas que, com poucas variações, se repetem nas Escolas de Samba, pois todas seguem uma espécie de calendário ao contrário, contabilizando os dias que faltam para o seu desfile. Essas etapas foram esquematizadas a seguir (no Quadro 01) e são comentadas, à medida que as ações vão ocorrendo. Ilustramos essas etapas com as principais ações preparatórias para os desfiles das Escolas de Samba, principalmente, no que se referem às fantasias, alegorias e adereços.

Quadro 01 – Ciclo de produção dos desfiles das Escolas de Samba, no grupo Especial

Etapas	Meses	Ação
01	Fevereiro/Março	Os desfiles das Escolas de Samba;
02	Abril/Maio	Desmontagem das alegorias; reaproveitamento de materiais; venda de esculturas para outras agremiações;
03	Maio/Junho	Contratação/recontratação de carnavalesco ⁵ e outros profissionais, como: mestre de bateria, diretor de harmonia, etc.; eleição de nova diretoria;
04	Junho/Julho	Desenvolvimento do enredo;
05	Julho/Agosto	Lançamento do enredo e desenho das fantasias e alegorias; definição do roteiro do desfile; entrega da sinopse do enredo para a ala de compositores do samba-enredo;
06	Agosto/Setembro	Confecção de peças-piloto ou protótipos a serem entregues aos diretores de ala, para reprodução; ensaios nas quadras, com eliminação dos sambas-enredos pré-selecionados; início de trabalhos para estruturação de alegorias (ferragem, marcenaria);
07	Outubro	Desfile de lançamento das principais fantasias-protótipos; escolha final do samba-enredo; início de trabalho de decoração das alegorias (trabalho de bancadas);
08	Novembro/Dezembro	Confecção das fantasias de ala (nos barracões), de composição e destaque (em ateliês externos); lançamento dos samba-enredos;
09	Janeiro/Fevereiro	Finalização de decoração nas alegorias; finalização e entregas de fantasias e adereços e, finalmente, preparação para o desfile.

⁴ OLIVEIRA (2006b). Este cronograma foi apresentado em comunicação oral referente ao V LaRS – Simpósio do Laboratório da Representação Sensível. O PPG de Design promove, sistematicamente, discussões com temas instigantes e, nesta edição, o mote do evento era **“Ilícite erro - Transgressão ou Impertinência?”**.

⁵ Diferentemente do sentido primeiro de se divertir, este termo é comumente empregado para se referir ao profissional considerado como membro central na concepção dos desfiles das Escolas de Samba. FERREIRA (1999) e GUIMARÃES (1992) apresentaram dados referentes à evolução e ao desenvolvimento desta profissão, em suas respectivas pesquisas, apontando os percursos pelos quais passaram, ao longo do tempo.

A partir do quadro 01, podemos entender como se estrutura um desfile de Escola de Samba para compreender como, quando e onde se dá a produção dos objetos carnavalescos, destinada aos desfiles de carnaval. Os desfiles acontecem entre os meses de fevereiro e março (etapa 01), de acordo com o calendário oficial da Igreja Católica, pois o carnaval não tem uma data fixa e varia de acordo com a celebração da Semana Santa⁶.

Após os desfiles e comemorações referentes à colocação de cada Escola, há um período de descanso para as equipes fixas e a dispensa das equipes temporárias. As alegorias costumam ser desmontadas para guardar as peças que poderão ser aproveitadas (placas de acetato, esculturas, adereços, por exemplo), vendendo ou doando para outras escolas aquilo que não servirá mais (etapa 02).

Neste “meio tempo”, há uma espécie de “jogo de cadeiras simbólico” entre os diversos profissionais que mais se destacaram em suas agremiações. Como esses profissionais são autônomos e seu “passe” não é fixo, há uma negociação entre as Escolas e estes profissionais. Em alguns casos, os “contratos” são renovados⁷. Em outros casos, há uma substituição por outro profissional que esteja disponível ou que receba uma oferta melhor (etapa 03).

Em artigo publicado sobre “Estilo individual e individualidade artística”, SANTOS (2009) faz uma analogia entre o trabalho no carnaval e campo artístico. Os carnavalescos são “responsáveis pela concepção estética das escolas de samba, funcionam como mediadores privilegiados entre mundos socioculturais” (p. 153). Este profissional,

“usualmente ‘pensa o enredo’ que deverá contar a história ao ser desfilado na Passarela do Samba, ou seja, escrever a sinopse, desenhar as fantasias, adereços e carros alegóricos, entre outras atribuições. Alguns carnavalescos atuam, ainda, como captadores de recursos financeiros que viabilizarão o desfile. [Essa é uma tendência atual: contratar carnavalesco que leve para a agremiação um enredo ‘patrocinado’ ou, pelo menos, ‘patrocinável’]” (p. 170).

⁶ “O regime temporal do carnaval baseia-se, como nos explica Barroso (1950), na Páscoa da Ressurreição cristã (*apud* CAVALCANTI, 2009, p. 115).

⁷ Nem sempre há um contrato oficial entre os profissionais e as Escolas de Samba em que eles atuam. Muitas vezes, este contrato é somente verbal e nada garante a sua permanência em uma agremiação, a não ser o bom desempenho nos desfiles de carnaval.

Após a contratação (ou renovação) do carnavalesco, este profissional passa para o desenvolvimento do enredo, ao qual toda a Escola voltará os seus esforços a fim de executar o projeto temático (etapa 04). Os enredos podem ter inspiração histórica, contar uma narrativa fictícia ou, ainda, homenagear uma figura pública, cultura/etnia, etc. Segundo a carnavalesca Rosa MAGALHÃES (1997, p. 26), o enredo tem papel fundamental para o desenvolvimento de um desfile de Escola de Samba e é o fio condutor para as várias fases de um projeto de desfile de carnaval (etapa 05). É a partir dele que os objetos carnavalescos passam a tomar forma.

A Festa carnavalesca, no caso das Escolas de Samba, acaba arregimentando uma infinidade de profissionais e suas mais diversas práticas, como: sapateiros, costureiras, modelistas, aderecistas, ferreiros, pintores, desenhistas, escultores, além do carnavalesco. Toda essa variedade de profissionais realiza uma produção que nomeamos de objetos carnavalescos e têm a função de dar “forma” às ideias imaginadas pelo carnavalesco no enredo apresentado para a sua Escola de Samba. Ou seja, a existência desses objetos é, exclusivamente, de cunho festivo e de consumo “para dentro” da própria Festa. Mesmo se tratando de objetos que podem ser comercializados (como no caso das fantasias de ala), estamos distinguindo de outros que só são produzidos com a finalidade externa à Festa, como no caso das “lembranças com temática carnavalesca” que nomeamos de produção “para fora” e que analisaremos mais adiante.

Alguns carnavalescos apresentam em seus trabalhos aspectos projetuais, pois “após ter feito o projeto, o carnavalesco tem a chance de ver funcionando os vários setores, e se torna uma espécie de mestre-de-obras que acompanha a realização de suas idéias” (MAGALHÃES, 1997, p. 135). Podemos, ainda, acrescentar à citação da carnavalesca, o sentido mais amplo de projeto, conforme o professor BOMFIM (1998, p. 162) descreve: “O projeto é a atividade onde informações de natureza abstrata serão transformadas em algo concreto – a forma. A esta atividade pertencem três tarefas principais: a organização de informações, a geração de conceitos e a apresentação de resultados”. BECKER (2009, pp. 32-37) afirma que qualquer representação da realidade social é sempre parcial e, a fim de facilitar essas representações, o autor revela algumas etapas no trabalho, como: seleção, tradução, arranjo e interpretação.

Dessa maneira, entendemos como se dá a interdisciplinaridade no trabalho do carnavalesco que parece se mover numa linha imaginária, atravessando a arte e o design, em processos que levam em consideração os vários atores sociais que compõem as tarefas indispensáveis à criação e ao desenvolvimento de um desfile de Escola de Samba. Entendemos que o trabalho desenvolvido por alguns carnavalescos se assemelha, em parte, tanto aos projetos elaborados por designers, como ao trabalho de caráter artístico. Por isso, concordamos com o pensamento de BOMFIM (1998) quando ele afirma que:

“[...] os termos ‘arte’, ‘obra de arte’, e ‘artista’ serão várias vezes empregados, o que implica numa pergunta inevitável: qual a ligação entre design e arte? De um lado a resposta é simples: nada, pois design e arte se diferenciam pelos seus objetivos, métodos e conteúdos. Mas de outro lado a resposta é afirmativa, pois design, arte e outras atividades que contribuem para a configuração de nosso meio podem ser objetos de estudo da estética. Entre essas atividades a arte se constitui como um caso específico, porque nas atividades artísticas os valores estéticos são os mais importantes. Assim, é compreensível que a estética (ciência) se ocupe principalmente da arte (*praxis*), do mesmo modo como é comum confundir o estético com o artístico. Contudo, sabe-se que os valores estéticos não são encontrados apenas no campo da arte, mas também na natureza, na arquitetura, no design, etc.” (p. 23).

Outros estudos colocaram mais duas esferas nas quais as práticas de design têm se inscrito, como a ciência e a tecnologia. Os estudos de Bonsiepe, numa abordagem crítica, ao mesmo tempo em que nega os estatutos de ciência e de arte atribuídos ao design, assegura que haja interações construtivas entre design-arte e entre design-ciência⁸.

Entretanto, a abordagem para esta questão apresentada por VELHO (2006, p. 139 *apud* SANTOS, 2009, p. 170) se utiliza do conceito de Howard S. Becker para comparar o trabalho do carnaval ao trabalho artístico, já que é “sempre uma ação coletiva, em que diferentes indivíduos desempenham papéis específicos, em princípio complementares, embora nem sempre desprovidos de tensão e conflito”. Sendo assim, BECKER (1977, pp. 09-10) adverte que

“é possível entender as obras de arte considerando-as como o resultado da ação coordenada de todas as pessoas cuja cooperação é necessária para que o trabalho seja realizado da forma que é. Esta abordagem impõe

⁸ COUTO (1997).

um roteiro específico à nossa pesquisa. Devemos, em primeiro lugar, estabelecer a relação completa dos tipos de pessoa cuja ação contribui para o resultado obtido. [...] esta relação poderia incluir desde as pessoas que concebem o trabalho – compositores ou dramaturgos, por exemplo – as que executam – como músicos e atores – as que fornecem os equipamentos e materiais indispensáveis à sua execução – fabricantes de instrumentos musicais, por exemplo -, até as que vão compor o público do trabalho realizado – freqüentemente de teatro, críticos, etc. Embora, convencionalmente, se selecione uma ou algumas destas pessoas como sendo o ‘artista’, a quem atribuímos a responsabilidade pelo trabalho, parece-nos ao mesmo tempo mais justo e mais produtivo, do ponto de vista sociológico, considerá-lo como a criação conjunta de todas elas”.

Neste sentido, entendemos o carnavalesco como o chefe de uma equipe que agrega uma série de profissionais, com especificidades de acordo com as funções necessárias para o desenvolvimento dos desfiles das Escolas de Samba. Enquanto o carnavalesco desenvolve o enredo e o projeto de fantasias e alegorias, os outros profissionais põem em prática e dão forma ao projeto como um todo. Mesmo o carnavalesco assumindo essa liderança na equipe, o trabalho continua sendo coletivo e, em alguns casos, de criação conjunta, conforme apontado na citação anterior.

A questão sobre a qual campo (arte, design ou outra categoria) o trabalho do carnavalesco melhor se enquadra ainda carece de uma pesquisa mais aprofundada e que não é o foco principal de nosso estudo. Entendemos que a melhor maneira para colocarmos o carnavalesco nessa ou naquela categoria, deva ser a partir de sua própria fala, ou seja, como ele mesmo se autodenomina. Alguns carnavalescos se apresentam como artistas, outros se colocam como designers ou ainda como pesquisadores de novas linguagens e isso deve ser suficiente para, nesse momento, seguirmos adiante.

Apesar de haver uma falsa impressão de homogeneidade nos desfiles das Escolas de Samba, percebemos que cada carnavalesco acaba desenvolvendo uma linguagem com códigos visuais bem marcados, diferenciando os trabalhos da equipe que compõe cada agremiação. Uma análise mais apurada do trabalho destes “artistas coletivos” e de seus “artesãos habilidosos” revela que há uma linguagem diferenciada e relaciona-se com uma infinidade de pessoas que se identificam com suas Escolas de preferência.

Esta identidade visual criada pelos carnavalescos pode ser entendida como um aprimoramento nas linguagens desenvolvidas: seja por meio de novas

técnicas, materiais ou visões diferenciadas, cada carnavalesco “escreve” também sua história e se “inscreve” na história das Escolas de Samba. Este misto de artista e designer, o carnavalesco, se constituiu ao longo dos desfiles das Escolas de Samba, importando seu *know-how* das artes plásticas, dos espetáculos de teatro, da arquitetura e de outras origens que os tornam “clássicos”, contemporâneos, contestadores, polêmicos, etc.⁹.

Para ilustrar o(s) lugar(es) deste profissional, que conquistou espaço no universo do carnaval, vale lembrar alguns que ficaram famosos por suas atuações, como: Fernando Pamplona, Arlindo Rodrigues e Fernando Pinto, entre outros clássicos que formaram “escola”¹⁰ e trouxeram os carnavalescos, como Joãozinho¹¹ Trinta, Rosa Magalhães e Renato Lage, como aprendizes. Os dois últimos se mantêm no comando de Escolas de Samba do grupo Especial.

Joãozinho Trinta, mesmo tendo feito parte do grupo de Pamplona, desenvolveu uma “nova estética”, que culminou na “espetacularização” dos desfiles das escolas de Samba, na década de 1980, com alegorias e fantasias (re)dimensionadas para cima, em função da verticalidade do Sambódromo.

João Trinta defende sua visão dos desfiles de Escolas de Samba como óperas modernas comparando estes espetáculos às obras teatrais clássicas, em que as fantasias fazem às vezes dos figurinos, os enredos são os libretos, a evolução das alas sambando relacionam-se às coreografias, os sambas-enredos são as falas/cantos dos personagens e as alegorias prestam-se a representar os cenários destas apresentações. No trecho escrito por SOUZA (1989), abaixo, Joãozinho Trinta faz uma analogia com a ópera dos teatros clássicos:

“Eu acho que aí tem uma diferença do meu trabalho com o de alguns outros carnavalescos, porque eu sempre via a escola de samba como um todo, como uma grande ópera, como a proposta de um trabalho teatral. [...] Porque não podemos esquecer que uma escola de samba é um áudio visual. É exatamente como uma ópera. Você tem um libreto, você está escutando as pessoas falarem, precisa de um determinado local, uma determinada cenografia, determinada intenção e tudo isso se passa com

⁹ Conforme aponta o estudo de BECKER (1977).

¹⁰ GUIMARÃES (1992) tratou deste assunto em sua dissertação de mestrado, chamando os carnavalescos de “profissionais que fazem escola,” conforme pode ser observado na bibliografia deste trabalho.

¹¹ Joãozinho Trinta, na década de 1980 assumiu nova grafia para seu nome, substituindo o “z” pelo “s”.

uma escola de samba. Então a engenharia que temos que construir é exatamente a colocação de toda esta elaboração” (pp. 109-110).

Por pensamentos como os descritos acima, Joãosinho Trinta é referência do “novo carnaval”, desenvolvido na “Passarela do Samba”, que possibilitou novas formas de apresentações em que o lúdico, próprio da linguagem teatral, retrata não a realidade dos fatos contados, mas aqueles imaginários e imaginados por sua visão de mundo, facilmente compreendido por todos. Este carnavalesco foi, diversas vezes, campeão no carnaval carioca em decorrência de sua boa comunicação com os jurados e o público, presentes nos desfiles das Escolas de Samba.

Apresentamos, a seguir, alguns exemplos de alegorias para conhecermos parte do trabalho de três grandes carnavalescos responsáveis pelo desenvolvimento dos desfiles das Escolas de Samba, na “era Sambódromo”. Seleccionamos para ilustrar esses exemplos Joãosinho Trinta, Renato Lage e Rosa Magalhães, pois os três experimentaram o sabor da vitória em diversos carnavais, nos últimos anos.

João é considerado um Mestre do carnaval, tendo escrito seu nome na história do Sambódromo por verticalizar os desfiles das Escolas de Samba, propiciando a espetacularização da festa. Renato Lage consagrou-se como um vitorioso carnavalesco, associando o seu nome ao de uma grande Escola da década de 1990, ao conquistar campeonatos importantes para o GRES Mocidade Independente de Padre Miguel. Foi nessa agremiação que o carnavalesco desenvolveu um estilo “futurista”, trazendo para a avenida alegorias, adereços e fantasias com apelo *Hi-Tech*. Rosa Magalhães, a única mulher assumindo a função de carnavalesca do grupo Especial, é a maior detentora de títulos, desde a construção do Sambódromo: foram cinco prêmios máximos que ela conseguiu levar para o GRES Imperatriz Leopoldinense, nos anos que por lá esteve¹².

¹² Rosa Magalhães saiu da Imperatriz Leopoldinense no ano de 2009, após longo período naquela Escola de Samba.

Na Figura 12, podemos observar uma alegoria projetada por Joãozinho Trinta, na década de 1990 e sua tendência à verticalização, nos elementos plástico-visuais¹³. Ela tem formato cônico, estreito em cima e mais largo na base. Os componentes vestem grandes fantasias com resplendores para aumentar ainda mais o seu tamanho. A altura desta alegoria pode ser percebida pela presença dos vários andares dos camarotes, à esquerda da figura. Esta alegoria representa as trevas e a escuridão que simula a formação do universo, no enredo “Das trevas à luz”, que deu o primeiro campeonato à agremiação GRES Unidos do Viradouro, em 1997.



Figura 12 – Foto de alegoria desenvolvida por Joãozinho Trinta para Viradouro, 1997.
Fonte: PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

Em contraste com o trabalho de João Trinta, Renato Lage desenvolveu outra linguagem visual em que deixava os ferros de suas alegorias aparentes, pintando-as de cores fluorescentes, o que lhe deu o codinome de *Hi-Tech*, “batizado” pela imprensa especializada. Ele próprio define o seu processo como um trabalho projetual que teve sua origem no trabalho de cenografia para

¹³ ARAÚJO (2008, p. 16) informa que essa tendência à verticalização começou a ser exercitada por João Trinta, ao compactar os seus desfiles, eliminando os espaços vazios, quando, em 1973, ele retirou os “pesados” destaques do chão e os colocou em cima dos carros alegóricos.

televisão, do qual “importou” sua prática, como observamos no depoimento colhido por SOUZA (1989):

“Tudo é projetado em escala, feita a planta baixa, frontal, tudo é calculado. Os outros carnavalescos são mais de improviso. O meu processo é um processo de projetar devido à minha escola, devido ao fato de trabalhar em televisão, ser cenógrafo, estar acostumado a fazer uma planta, projetar um cenário para dar o trabalho ao pessoal. O meu caminho foi um caminho mais técnico. Eu projeto a planta e me preocupo como vai construir, a proporção. [...] Todo o meu projeto de carnaval eu faço sem cor, mas eu sei que cor vou usar. Primeiro eu uso as cores nas roupas, depois eu uso a cor nos carros, de acordo com a das roupas, os setores e tal. De acordo com o material de acabamento que a gente vai usando, a coisa vai tomando forma. E aí fica melhor que o projeto. [...] É um processo” (pp. 113-114).

O processo de criação e a construção dos objetos idealizados pelo carnavalesco Renato Lage, a partir de sua própria fala, surpreendem pela linguagem utilizada por engenheiros e designers, como: “projeto”, “caminho técnico” e “processo”. Mesmo sem a preocupação de localizar sua prática em um dos campos acima citados (engenharia ou design), o carnavalesco utiliza-se de outros conhecimentos sistemáticos fundamentados pela sua própria *práxis*, antecipando, “no plano teórico e representativo, concepções formais para problemas de projeto”¹⁴.

Renato Lage, após passar vários anos no GRES Mocidade Independente de Padre Miguel, onde desenvolveu esta linguagem “futurista”, foi contratado pelo GRES Salgueiro, em 2003 onde se sagrou vice-campeão para o carnaval de 2008 e campeão no desfile de 2009.

O estilo de Renato Lage, em que partes da ferragem das alegorias ficam expostas e fazem parte da estética, tornou-se uma espécie de “assinatura” deste carnavalesco, na década de 1990, em sua longa trajetória pela Escola de Samba do bairro de Padre Miguel.

¹⁴ BOMFIM (1997, p. 28).

Na Figura 13, o desfile da Mocidade Independente de Padre Miguel aconteceu já pela manhã e a alegoria foi projetada para ressaltar os seus elementos com cores contrastantes. Esta alegoria representa parte do enredo em que o carnavalesco ressaltava a relação entre o homem e a máquina, com o título de “Criador e criatura”, que lhe rendeu o campeonato de 1996.



Figura 13 – Foto de alegoria desenvolvida por Renato Lage para GRES Mocidade Independente de Padre Miguel, 1996.
Fonte: PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

A terceira representante do seleto grupo de carnavalescos selecionados para exemplificar o trabalho dos carros alegóricos é Rosa Magalhães. Desde o começo de seu trabalho junto às Escolas de Samba, na década de 1970, ela levou para o carnaval o seu conhecimento acadêmico. Com formação em Artes Plásticas, Cenografia e Indumentária, Rosa Magalhães atravessa as fronteiras da criação nas diferentes formas de arte e consegue transitar com fluência e personalidade, imprimindo sua marca em todos os trabalhos que faz. Esta carnavalesca passou dezoito anos no GRES Imperatriz Leopoldinense, onde realçou ainda mais a dialética relação entre arte e técnica, conquistando um posto ainda inédito no carnaval carioca: única carnavalesca que conquistou cinco campeonatos para uma mesma Escola, desde a inauguração do Sambódromo, em 1984. Recentemente, Rosa Magalhães foi agraciada com o prêmio Emmy de

melhor figurinista, por seu trabalho realizado na abertura dos Jogos Pan-americanos, em 2007.

A alegoria de Rosa Magalhães, na Figura 14, é composta por níveis que afinam da base para cima, finalizando a parte superior por uma grande fantasia de destaque, o que potencializa ainda mais a altura desta alegoria. Contornando todo o carro alegórico, os componentes se misturam às esculturas pintadas em cores contrastantes para ressaltar a diversidade da flora e da fauna brasileiras, no enredo campeão de 1999, intitulado “Brasil, mostra a sua cara”.



Figura 14 – Foto de alegoria desenvolvida por Rosa Magalhães para Imperatriz Leopoldinense, 1999.
Fonte: PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

A produção de objetos de grandes dimensões, como esses apresentados, mostra uma unidade entre forma e conteúdo. De acordo com a especificação dos elementos que definiam sua natureza e utilidade, entendemos esses objetos como aqueles chamados por BOMFIM (1994) de “objeto configurado”. Aliás, esse autor defende a configuração dos objetos como possibilidades de reflexão a partir da

teoria do design, na medida em que, “para qualquer sociedade, os produtos, independente de suas características particulares, são instrumentos para a realização das utopias, através da realização dos indivíduos ou parte deles em seus relacionamentos com outros indivíduos (sociedade) e com seu contexto material e temporal (meio ambiente)” (p. 19).

Esses e outros objetos produzidos para os desfiles das Escolas de Samba precisam de espaços cada vez maiores para sua confecção. Esses lugares ficaram conhecidos como barracões e são unidades de produção dos desfiles das Escolas de Samba, em que cada agremiação possui o seu. Para entendermos como se processa a confecção dos objetos carnavalescos apresentamos, a seguir, o barracão enquanto espaço de produção destes.

3.1.1 O barracão e a produção dos objetos carnavalescos

Há uma tendência em nomear os barracões da Cidade do Samba como fábricas, unidades fabris ou indústrias do samba. No entanto, o termo “barracão” é utilizado neste trabalho referindo-se ao local de produção de objetos carnavalescos, independente da inauguração da Cidade do Samba, pois este termo existe desde os primórdios dos desfiles de carnaval.

Como vimos nos exemplos mostrados anteriormente, os carros alegóricos passaram a ser imponentes por suas dimensões (largura, altura e extensão), principalmente considerando o acoplamento de vários carros menores, na “Era Sambódromo”. É fundamental que o transporte desses “cenários móveis” seja planejado minuciosamente, dando atenção especial à saída do barracão, feita com antecedência que é estabelecida em função do horário da apresentação. Ter uma estrutura organizacional competente é um princípio básico para que esta etapa, conjugada a outras, seja cumprida a contento.

As dimensões de uma alegoria devem ser descritas aqui para entendermos o espaço necessário para a sua construção, sabendo que cada agremiação multiplica pelo número de vezes quanto o regulamento especifica. Ou seja, no grupo Especial esta quantidade varia entre 7 e 8 alegorias.

Portanto, para que o barracão comporte, além de seus trabalhadores, o produto de seu trabalho, observamos que essas características serviram de base para a elaboração dessas unidades fabris, na Cidade do Samba, como ilustramos por meio da Figura 15, na qual podemos ver os vários andares circundados por corredores dos barracões.

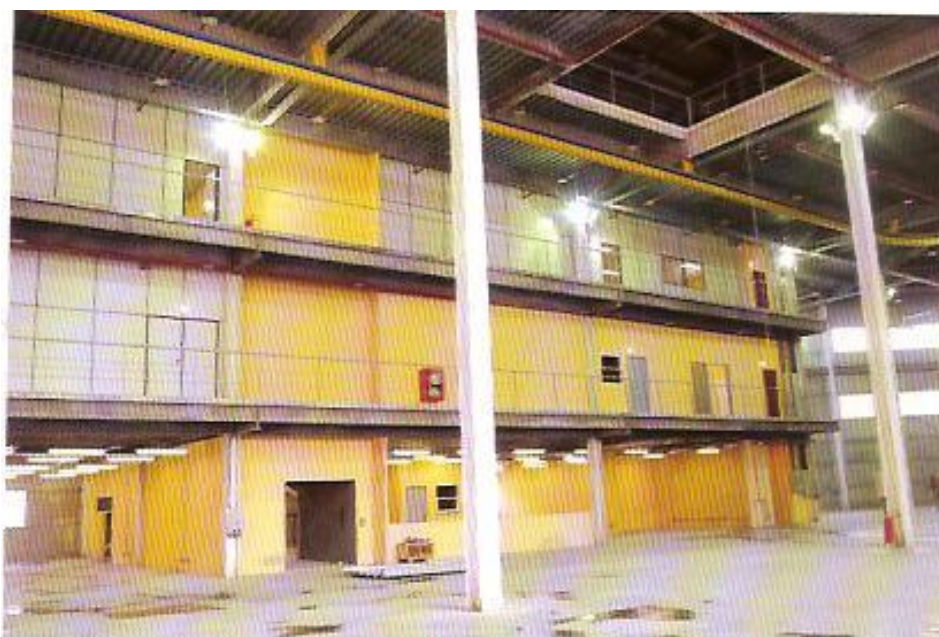


Figura 15 – Foto de barracão vazio, antes de sua ocupação na Cidade do Samba.
Fonte: <http://liesa.globo.com/>

Observando a imagem acima e pesquisando nos escritos de BARBIERI (2009, p. 127), ressaltamos que cada barracão construído na Cidade do Samba tem aproximadamente 7.000 metros quadrados e pode chegar a 19 metros de altura, sabendo que cada alegoria deve ter, no máximo, 9 metros de altura. Além do andar térreo, onde efetivamente são construídos os carros alegóricos, há dois andares intermediários onde as diretorias e equipes de carnavalescos desenvolvem o seu trabalho. O quarto andar do barracão disponibiliza a mesma dimensão do andar térreo e foi projetado para abrigar tanto as equipes de costura, quanto a parte de esculturas e pinturas de arte. As esculturas são, geralmente, muito grandes e, à medida que vão ficando prontas, são transportadas pela passagem central quadrada que aparece na imagem acima, para ser acoplada à alegoria.

Alguns autores trataram do espaço destinado à produção de objetos carnavalescos como espaços de criação industrial, devido às suas grandes

dimensões e aos processos realizados, além da variedade de trabalhadores desempenhando tarefas repetidas, ao longo de seu desenvolvimento. SOUZA (1989) antecipou a denominação de “barracão” para “fábrica”, somente reconhecido assim após a construção da Cidade do Samba, em 2006. Conforme ele mesmo explica, no barracão não se produz apenas fantasias para algumas alas, adereços e alegorias, pois o seu produto maior é a própria Escola em desfile:

“No barracão desenvolvem-se atividades que podemos associar ao trabalho de uma fábrica propriamente dita. Devemos lembrar mais uma vez que o ‘produto’ da ‘fábrica’ escola de samba é a *escola de samba desfilando* e, portanto, a produção do barracão deverá ser somada à produção dos outros setores da escola para a realização do desfile” (SOUZA, 1989, p. 95).

Conforme explicitado anteriormente, com a criação da Cidade do Samba, houve uma considerável transformação nas relações de trabalho e de profissionais que atuam nos barracões.

São nesses locais que cada agremiação carnavalesca desenvolve seus objetos carnavalescos. Os desfiles das Escolas de Samba do grupo Especial são regidos por um regulamento que define a quantidade de alegorias em cada agremiação, conforme já citado anteriormente. Ou seja, os barracões devem abrigar esses grandes objetos e cada agremiação se encarrega de transportá-los para o local do desfile. Além disso, os barracões devem acolher ainda equipes de costura que produzem as fantasias e adereços das alas que desfilam intercalando com as alegorias e criando uma sequência, anunciada no enredo, no início da elaboração do projeto.

Desta forma, os barracões passam a ser detentores de “segredos” só revelados nas noites de desfiles, prezando pela surpresa que só realmente aparecem por inteiro na avenida. BARBIERI (2009) engrossa o coro do “segredo ritual”, pois “a preocupação em esconder alguma surpresa, em reservar algo para o desfile, faz parte do ritual competitivo das escolas de samba” (p. 135). É interessante reconhecer como se dá a preservação dos “segredos” e convivência entre profissionais que trabalham em barracões vizinhos.

Ao mesmo tempo em que há uma (compreensível) resistência quanto à circulação do público visitante nos barracões, por questões de segurança e

organização dos trabalhos das equipes, observamos um impressionante poder de adaptação das Escolas de Samba quando se trata de absorver inovações em suas atividades. Por isso, sempre que estudamos o carnaval, encontramos situações contraditórias e, ao mesmo tempo, complementares, como no caso do turismo que nutre a festa, mas também parece se alimentar de toda essa produção que é o carnaval.

Se, por um lado, o profissionalismo dos barracões se reflete em outros segmentos da Festa, certamente os órgãos públicos, como a Prefeitura e o Governo do Rio de Janeiro, vêm resgatando o carnaval de rua através de bailes populares, blocos, coretos, o “Terreirão do Samba”¹⁵ na Praça Onze e os ensaios técnicos do Sambódromo. O enriquecimento dos carnavais de rua depende da participação comunitária, tanto local quanto aquela que é atraída pela consagrada congregação popular carnavalesca. É quando a festa urbana e seus atores sociais se apropriam de mais uma “tradição a ser inventada”¹⁶, em um processo de produção de tradições que se naturalizam e são formalmente institucionalizadas. Este procedimento das agremiações carnavalescas e de seus organizadores compõe um quadro de manipulação de valores, normas e modelos que, por sua repetição, estabelecem uma continuidade com o passado.

Para examinarmos melhor esse processo, apresentamos a produção dos principais objetos carnavalescos realizados nos barracões das Escolas de Samba: (3.1.1.1) alegorias e adereços e (3.1.1.2) fantasias.

3.1.1.1 Alegorias e adereços

Apesar de serem trabalhos diferentes, as confecções de alegorias e de fantasias consomem muito tempo, dinheiro e energia. Estes são os itens mais dispendiosos em todo o trabalho de uma Escola de Samba. Segundo CAVALCANTI (2009, p. 108) “[...] o desfile de uma grande escola atualmente não custaria menos do que 5 milhões de reais”. Esta mesma autora ressalta que

¹⁵ O “Terreirão do Samba” é uma grande praça que fica localizada nas imediações do Sambódromo, onde é montado um palco para apresentações artísticas e barracas de comidas e bebidas para os foliões que comemoram o carnaval. Este espaço é controlado pela Prefeitura do Rio de Janeiro, cercado o seu acesso e cobrando pelos ingressos é feito por bilheterias eletrônicas.

¹⁶ Conforme HOBBSAWM, E. e RANGER, T. (1997).

este valor ainda pode ser maior, pois grandes Escolas de Samba, como a Beija-Flor e a Mangueira, que “[...] têm apresentado desfiles considerados extremamente ‘ricos’ e ‘luxuosos’, com um fortíssimo investimento no ‘visual’, gastariam para isso, como vimos, aproximadamente 8 milhões de reais, segundo as estimativas do meio do carnaval” (p. 113).

As alegorias podem ser desenhadas, em concomitância com os figurinos¹⁷. Há uma grande preocupação com os carros alegóricos já que eles integram uma nota imprescindível atribuída pelo corpo de jurados, ao resultado final de cada desfile.

As alegorias, que antes da criação da Cidade do Samba, eram confeccionadas em barracões improvisados, sempre precisavam de grandes espaços para o desenvolvimento do trabalho. No entanto, a partir de 2006, com todas as agremiações reunidas na Cidade do Samba, as alegorias passaram a aumentar ainda mais as suas dimensões e, desta forma, é muito difícil esconder a execução deste item nos dias próximos aos desfiles das Escolas de Samba.

A execução das alegorias é precedida de algumas etapas que envolvem muitos profissionais: desde os autodidatas até os profissionais formados em cursos de graduação (geralmente, na área de artes) ou artistas reconhecidos e de renome. As principais etapas de estruturação e decoração de alegorias são: (1) estrutura e movimentos; (2) revestimento de madeira; (3) forração, acabamento e coloração das esculturas; (4) pintura e detalhes finais de acabamento; e (5) instalação dos efeitos especiais e da iluminação¹⁸.

¹⁷ Para algumas pessoas, figurino refere-se ao desenho de fantasia, quando a fantasia ainda não foi confeccionada. Para nosso trabalho, este termo é sinônimo de fantasia.

¹⁸ MAGALHÃES (1997, p. 71).

Por meio das Figuras 16 e 17, mostramos a produção das alegorias, ainda em seu estágio inicial, ou seja, a estrutura física montada sobre chassis de caminhões, num emaranhado de ferro retorcido servindo de base para a cobertura feita em madeira (etapa 06), para preparar para a próxima fase, a adereçagem (etapa 07).



Figuras 16 e 17 – Fotos de alegorias em seus estágios iniciais: primeiro, a ferragem; depois, a marcenaria começa a dar forma.
Fonte: <http://liesa.globo.com/>

As alegorias podem ser entendidas como grandes objetos que possuem mobilidade e, em sua composição, são preenchidos de pessoas fantasiadas. Geralmente, as Escolas de Samba, desenvolvem a base das alegorias, contratando os ferreiros e marceneiros. Com esta base pronta, os profissionais responsáveis pela decoração, os aderecistas, iniciam o seu trabalho. MAGALHÃES (1997) adverte que “um dos ‘territórios’ mais interessantes para ser explorado dentro de um barracão é a parte de adereços. É onde se tem mais possibilidades de transformar os materiais” e “[...] Um bom aderecista tem de ter duas qualidades: habilidade manual e criatividade para transformar”, pois “adereço abrange forração, decoração e acabamento. Os materiais são os mais insólitos” (p. 99).

CAVALCANTI (1994) afirma que as alegorias levam para os desfiles das Escolas de Samba a primazia do visual sobre outras partes das apresentações, pois a

“[...] afinidade existente entre as alegorias carnavalescas enquanto formas artísticas e o processo social que articula em torno do desfile diferentes segmentos e grupos da cidade do Rio de Janeiro, e se vê implacavelmente às voltas com a comunicação de massa e uma crescente mercantilização. [...] A idéia da primazia do visual no carnaval carioca ganha aqui sentido

amplo. A força crescente das alegorias no desfile deve ser atribuída ao fato de elas possibilitarem a expressão da experiência fragmentada de vida dos habitantes da grande cidade que as apreciam e aplaudem. Elas correspondem a uma das formas encontradas pelas escolas de samba para a expressão das transformações do seu tempo e da sua cidade” (p. 156).

A citação da antropóloga acima revela alguns pontos que merecem destaque, como: (a) a crescente mercantilização dos desfiles das Escolas de Samba, com o alto investimento financeiro em profissionais e materiais a fim de obter uma boa colocação em sua apresentação; (b) devido às dimensões das alegorias, esses grandes objetos “expressam” um grande poder de comunicação entre o público e as Escolas, e, (c) as próprias alegorias podem revelar fragmentos da história e das sociedades, funcionando, às vezes, como representações de fatos históricos e/ou sociais.

Nas Figuras 18 e 19, podemos observar dois exemplos recentes de alegorias, nos quais duas tendências atuais se misturam. No primeiro caso (Figura 18), uma alegoria que sintetiza um estilo mais tradicional, no sentido de apresentar grandes esculturas centrais muito adereçadas, no formato piramidal.



Figura 18 – Alegoria da Portela, para o desfile de 2008.

Fonte:

http://oglobo.globo.com/fotos/2008/02/04/04_MHG_carro.jpg

No segundo exemplo (Figura 19), a alegoria apresenta um novo estilo, trazido pelo carnavalesco Paulo Barros¹⁹, em que os próprios componentes (pessoas) se posicionam no “carro”, compondo coreografias, desenhos, imagens e formas que se integram ao enredo, causando um efeito surpresa, em momentos específicos do desfile. Esse novo modelo de alegoria acabou sendo chamado de “alegoria viva” e passou a ser copiado por outros carnavalescos.



Figura 19 – Alegoria “DNA”, da Unidos da Tijuca, 2004.

Fonte:

http://media.photobucket.com/image/alegoria%20Tijuca%202004/seven2004/carnaval/050118_carna_tijuca_01a.jpg

Assim como Joãozinho Trinta, na década de 1980, verticalizou os seus desfiles, alongando as alegorias e fantasias, Paulo Barros parece ter inaugurado outra vez o “novo carnaval”, apresentando as “alegorias vivas” em seus desfiles,

¹⁹ Carnavalesco autodidata chegou a cursar a Faculdade de Arquitetura, mas precisou largar o curso para trabalhar como comissário de bordo na VARIG, onde ficou por 17 anos. Em 1993, foi convidado para ser figurinista da Escola de Samba “Vizinha Faladeira”, no grupo de acesso. No ano seguinte, assumiu o posto de carnavalesco e saiu do desfile com o segundo lugar, com o enredo “Sou rei, sou rainha na corte da Vizinha”. Depois de passar por outras escolas do grupo de acesso, como Arranco do Engenho de Dentro e Paraíso do Tuiuti, Paulo fez sua estreia no Grupo Especial em 2004, na Escola de Samba Unidos da Tijuca. Ele mudou a história desta agremiação nos dois anos que por lá passou, ajudando-a conquistar dois vice-campeonatos consecutivos (HOFSTATTER, 2008).

desde 2004. Até 2009, esse carnavalesco só tinha conseguido um vice-campeonato, mas, no último carnaval, finalmente, seu estilo foi reconhecido pelo corpo de jurados, consagrando-o como o grande campeão do carnaval de 2010.

A partir da Figura 20, podemos perceber alguns materiais usados na confecção de alegorias, como o acetato “batido” em máquina de *Vacuum Forming* no formato de elementos decorativos, como estrelas. O trabalho de adereçamento das alegorias decora estes objetos carnavalescos, utilizando-se ainda de esculturas, muitas vezes feitas em isopor, como presentes nas Figuras 21 e 22.



Figuras 20, 21 e 22 – (20) Placa de acetato com estrelas já “batidas”; (21) Bloco de isopor sendo esculpido para dar forma à alegoria e (22) Alegoria com esculturas de grandes dimensões, sendo finalizada por aderecista.
Fonte: Madson Oliveira

Através dos exemplos apresentados nesse item, mostramos como esses grandes objetos carnavalescos, os carros alegóricos, passam por várias etapas, começando pelo projeto desenvolvido pelo carnavalesco. A estrutura da alegoria fica a cargo dos ferreiros para serem recobertos e, em seguida, pelos marceneiros. A fase seguinte é a forração e decoração, realizada pelos aderecistas. Todas essas etapas devem ser acompanhadas pelo carnavalesco, no caso de precisar realizar algum ajuste. Como esses objetos são de grandes dimensões, o mais próximo do resultado final é o recurso miniaturizado, que permite realizar um estudo de volumes e antever o formato global desse produto, fruto de uma ação coletiva.

Muitos dos processos usados na produção das alegorias e adereços podem ser observados na confecção de fantasias, principalmente, no que se refere aos materiais e processos, como vemos a seguir.

3.1.1.2 Fantasias

Dando continuidade ao processo de desenvolvimento dos objetos carnavalescos produzidos nos desfiles das Escolas de Samba, passamos para as fantasias, que são os objetos que vestem todos os brincantes. As fantasias fazem parte do projeto visual iniciado com o desenvolvimento do enredo (etapa 05). Para entendermos melhor a importância das fantasias nos desfiles de Escolas de Samba, FERREIRA (1999, pp. 105-6) descreve os tipos de elementos imprescindíveis para uma boa compreensão de seus significados, pois

“as fantasias para escola de samba têm elementos específicos e podem ser classificadas quanto ‘aos patamares corporais’, em: elementos apoiados na cabeça; elementos apoiados nos ombros; elementos apoiados na cintura; elementos apoiados no pescoço; elementos apoiados nos braços e pernas; elementos presos às mãos e elementos presos aos pés”.

Desta maneira, os integrantes das agremiações utilizam espécies de “próteses” que aumentam, vertical e horizontalmente, as alas a fim de: (1) “dar leitura” ao público, por conta da distância das arquibancadas e (2) reforçar o entendimento dos personagens e pontos-chaves descritos nos enredos. As fantasias são compostas por chapéus, perucas, palas, ombreiras, colares, gravatões, anquinhas, escudos, braçadeiras, perneiras, sandálias, etc.

O projeto de figurinos é comumente realizado a partir de desenhos ou croquis, manuais ou digitalizados. Muitos carnavalescos contratam desenhistas e ilustradores profissionais para este fim. O trabalho, mesmo sendo desenvolvido por um desenhista terceirizado, deve ser realizado em conjunto com o carnavalesco, já que a definição das silhuetas, da cartela de cores e dos materiais é de sua responsabilidade. Cada vez mais, observamos que os projetos de fantasias são comprometidos em apresentar inovações estéticas, seja por meio da pesquisa de novos materiais ou substituição daqueles já utilizados por novas formas de expressão, como pinturas corporais, plumas sintéticas ou materiais reciclados,

sempre com o intuito de comunicar-se com o grande público e o corpo de jurados, respeitando os conceitos apresentados no enredo. Este processo é desenvolvido entre os meses de julho e agosto (etapa 05), para dar tempo de apresentar algumas fantasias à comunidade no desfile de fantasias-protótipos, em setembro ou outubro (etapa 06). Além destas fantasias, outras são também desenhadas e distribuídas para componentes de destaque, na Escola.

Basicamente, existem três tipos de fantasias: (1) fantasias de ala, (2) fantasias de composição e (3) fantasias de destaque ou de luxo. As alas são grupos de brincantes que desfilam “no chão” e usam um mesmo modelo de fantasia representando parte do enredo. Esses grupos podem variar em quantidade de participantes, chegando a um número de, aproximadamente, 200 componentes, como no caso das alas de baianas ou bateria. As fantasias de composição são aquelas que vestem os brincantes que desfilam em cima de alegorias, mas não ocupam os lugares centrais. As “composições” são conhecidas assim por ajudarem a compor, no sentido de preencher as alegorias, em toda a sua extensão. As fantasias de destaque ou luxo são aquelas fantasias únicas: extremamente rebordadas e elaboradas. Elas desfilam em cima das alegorias, ocupando locais “de destaque”: central ou frontal. Algumas pessoas ainda subdividem as fantasias de destaque em “semidestaque”, mas, para o entendimento em nosso trabalho, essas três categorias já são suficientes.

As fantasias de alas, geralmente em grandes quantidades (que variam de acordo com os setores de cada Escola) são reproduzidas nos próprios barracões ou em ateliês externos a cada agremiação, em espécies de manufaturas prestadoras de serviços ou profissionais fixos contratados por cada agremiação (etapa 08). Propomos uma comparação entre o trabalho desenvolvido nos universos do carnaval e da moda. Em ambos os casos, há a produção única e exclusiva e o contrário disso: a reprodução em grade escala.

No caso da produção exclusiva no carnaval, as fantasias de luxo, conhecidas como “fantasias de destaque”, são únicas e realizadas em ateliês especializados para este fim, por estilistas do carnaval, artesãos habilidosos ou, simplesmente, artistas. Na moda, as roupas confeccionadas sob medida recebem a

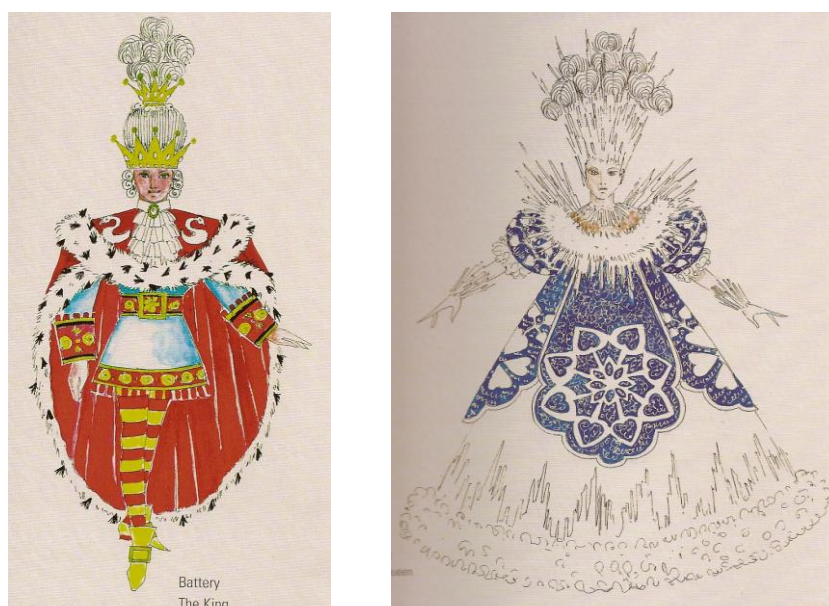
denominação de Alta-costura²⁰ e são realizadas por criadores / costureiros, artistas ou artesãos. No outro lado desta comparação, no caso da reprodução repetidamente, as fantasias confeccionadas para os desfiles em alas seguem o princípio de moldes escalonados (P, M e G) e o aproveitamento de etapas para barateamento dos custos, enquanto as roupas confeccionadas em escala industrial, comumente conhecidas como *prêt-à-porter*²¹, são de responsabilidade de estilistas e designers de moda.

Desta forma, tanto no carnaval como na Moda, há uma primeira separação entre os profissionais, suas habilidades e competências, criando subcategorias, muitas vezes sem precisão em seus significados.

²⁰ Segundo LEHNERT (2000), o conceito de Alta-costura foi criado no século XIX e, durante muito tempo, era sinônimo de moda. Até meados do século XIX, a produção do vestuário era um trabalho manual: os alfaiates confeccionavam o vestuário masculino, enquanto as costureiras e as modistas serviam ao público feminino. Foi Charles Frederick Worth, de nacionalidade inglesa, quem inventou a Alta-costura parisiense, contribuindo para modificar o conceito de moda, até então. Atualmente, a Alta-costura deixou de ser um fator econômico importante da moda, sendo, no entanto, um forte fator publicitário do qual depende a fama das grandes Casas de Moda.

²¹ O termo *prêt-à-porter* aparece na França, mas foram os americanos que primeiro desenvolveram este sistema que revolucionou a moda, no século XX, conhecido como *ready-to-wear* ("pronto para usar"). Era uma maneira de produzir roupas, de um mesmo modelo, em escala industrial com qualidade, expressão de moda, numeração distinta e variantes de cores, como explica LEHNERT (2000).

Apresentamos o processo de criação e desenvolvimento de duas fantasias da carnavalesca Rosa Magalhães que deixou registrado em um de seus livros como ela deu forma a dois temas extraídos do universo infantil. Para o carnaval do ano de 2005²², a carnavalesca desenvolveu um enredo sobre o escritor dinamarquês Hans Christian Andersen que pode ser exemplificado nas Figuras 23 e 24, facilitando o entendimento do caminho percorrido pela carnavalesca, desde o desenho de seus croquis até as fantasias em seu desfile, na Avenida Marquês de Sapucaí.



Figuras 23 e 24 – Croquis das fantasias desenvolvidas por Rosa Magalhães.
Fonte: OLESEN, Jens (2005)

Nesses exemplos, podemos perceber dois tipos de inspiração para um projeto de figurinos: o primeiro croqui, a fantasia da bateria, faz referência ao conto infantil do autor dinamarquês “A nova roupa do rei”. Há referências à figura do rei tanto no adereço de cabeça, a coroa, como no manto real vermelho, com pele de arminho branco. Já no caso do segundo figurino, a baiana é imaginada como a representação do frio, gelo e elementos que simbolizam o inverno

²² OLIVEIRA (2006c). Em capítulo destinado aos artistas da Escola de Belas Artes / UFRJ, descrevemos como a carnavalesca Rosa Magalhães deu forma aos personagens imaginados dos contos infantis de Hans Christian Andersen, misturando-os com outros personagens criados por Monteiro Lobato; Este enredo contava “a história de uma dos mais brilhantes escritores da literatura infantil mundial – Hans Christian Andersen – e o seu tradutor, não menos famoso, o brasileiro Monteiro Lobato”.

rigoroso na Dinamarca, a partir da representação das cores “frias”, branco e azul. No adereço de cabeça e nos ombros, o desenho da fantasia apresenta representações de estalactites pontudas para se parecerem com fragmentos de gelo. Tanto na gola, quanto na barra do vestido podemos enxergar uma horda de pele branca, fazendo referência ao pêlo alto próprio das roupas que protegem contra o frio intenso. Mais adiante, ainda nesse tópico, mostramos outras fases destas mesmas fantasias.

Após a finalização do projeto de fantasias, são contratados profissionais específicos para sua confecção, como: contramestres, costureiras, aderecistas e sapateiros. O trabalho de criação passa para a confecção, começando pelas fantasias-protótipos, que são desfiladas nas quadras de cada agremiação e apresentadas à comunidade (etapa 07): as Escolas desenvolvem um exemplar de cada fantasia de ala que ficou conhecida como fantasia-protótipo, a fim de realizar um estudo sobre os melhores materiais e calcular os custos de cada fantasia.

Esse processo das fantasias-protótipos antecede à confecção das fantasias que compõem as alas nos desfiles das Escolas de Samba. Cada ala comercializada pela Escola de Samba possui um encarregado em fazer a venda e entrega das fantasias: o diretor de ala. O diretor de ala é responsável pela confecção e venda de fantasias, das alas comercializadas pelas Escolas de Samba. Geralmente, esta pessoa contrata profissionais para reproduzir em grande quantidade a partir das fantasias-protótipos, encarregando-se do pagamento dos profissionais, compra de materiais e entrega das fantasias aos seus compradores.

A relação do diretor de ala com cada Escola varia, de agremiação para agremiação, não sendo obrigatoriamente fixa e exclusiva. É comum o diretor de ala oferecer suas fantasias em classificados de jornais, sites na internet e, pessoalmente, nos ensaios realizados nas quadras das Escolas de Samba. O diretor de ala, durante a festa de protótipo, faz a escolha de uma ala para ser o responsável (etapa 06). Este procedimento (a prototipagem das fantasias de alas) foi se desenvolvendo pela necessidade de um melhor esclarecimento sobre a fantasia como um todo (frente e costas), já que somente receber os desenhos, croquis ou figurinos não eram suficientes para eliminar totalmente as dúvidas. GOLDWASSER (1975) informa que

“[antes do advento dos protótipos] os componentes de Mangureira recebem do modelo de suas fantasias apenas os *croquis* de frente colorido; o restante fica por conta de sua imaginação. Por isso, as Alas se reúnem tanto nessa ocasião; é preciso discutir materiais e tonalidades apropriadas, definir adequadamente detalhes e complementos apenas assinalados, analisar bordados e elementos de adorno; é necessário também promover pequenas concorrências para tomada de preços, escolher fornecedores e costureiros, decidir pagamento e prestações. A Escola pulula de pessoas que vão oferecer serviços e mercadorias, propondo vantagens ou tipos especiais [que confirmam a idéia de um mercado específico para o carnaval]” (p. 164).

A citação acima é parte de um estudo desenvolvido durante o doutoramento em antropologia, em uma pesquisa que estudou o GRES Estação Primeira de Mangureira. Neste estudo, a pesquisadora se deparou com uma novidade para a época (década de 1970), a prototipagem das fantasias. Além de servir para evitar eventuais diferenças entre as texturas, cores e tecidos comprados por pessoas distintas, a agremiação resolveu confeccionar uma fantasia de cada ala e vendê-la ao diretor da ala para que ele se encarregasse da reprodução, conhecendo todos os materiais utilizados na fantasia de protótipo. Além de eliminar os eventuais conflitos entre os materiais, esse processo possibilitou uma racionalização do trabalho com relação à confecção das fantasias de ala, na hora da compra dos materiais, negociações com fornecedores e unidade visual entre as alas pelo uso de materiais similares, se não idênticos, em todo o desfile.

Muitas agremiações carnavalescas oferecem as suas fantasias em seus sites, ou em classificadas na internet, a fim de comercializá-las mesmo à distância, ou durante as festas que acontecem nas quadras de suas próprias Escolas. Essas fantasias são uma fonte de renda para cada agremiação carnavalesca, pois arrecadam dinheiro para ajudar nos custos da produção dos desfiles, permitindo, ao mesmo tempo, o acesso do brincante à Passarela do Samba, durante o desfile daquela Escola.

Observamos que esse processo de confecção de fantasias utiliza as mais diversas profissões (nem todas devidamente estabelecidas e reconhecidas) que envolve, inclusive, fotógrafos e *webdesigners* para atualizar as informações sobre o processo de cada Escola de Samba.

A Figura 25 é um exemplo extraído da internet para representar essa comunicação entre o brincante que pretende desfilar e a Escola de Samba que pretende vender suas fantasias de ala.



Além dos desfiles de protótipo, alguns carnavalescos realizam um trabalho bem delicado que é a confecção de protótipos em miniatura. A partir dos croquis mostrados anteriormente de Rosa Magalhães, a carnavalesca costuma fazer, além da apresentação das fantasias-protótipos na quadra de sua Escola (Etapa 07), fantasias-protótipos miniaturizadas, conforme as Figuras 26 e 27.



Figuras 26 e 27 – Protótipos miniaturizados de fantasias da Bateria e Baianas, da Imperatriz Leopoldinense, em 2005.
Fonte: OLESEN, Jens (2005)

Nesta fase da prototipagem, o carnavalesco e sua equipe conseguem “tirar do papel” aquela ideia somente rascunhada ou desenhada. O projeto consegue medir a proporcionalidade dos seus elementos, nas fantasias em miniaturas. Formas, texturas e volumes são testados para melhor representar os croquis, inicialmente desenhados. Aquele carnavalesco que realiza o protótipo em miniatura consegue usar em seu protótipo os tecidos que mais se aproximam dos desenhos e as soluções para o modelo final começam a ser testadas nesta fase.

No caso deste enredo de 2005, a embaixada da Dinamarca fez uma série de apresentações sobre o trabalho desenvolvido pela carnavalesca, por conta de apoio financeiro que deu ao GRES Imperatriz Leopoldina. A carnavalesca foi convidada, inclusive, a expor os seus croquis e todo o processo, desde os desenhos, passando pelos protótipos miniaturizados no Museu de Belas Artes (RJ)

e as fotos do desfile transformaram-se em livro, distribuído pela Embaixada da Dinamarca²³.

Neste caso específico, Rosa Magalhães acabou deslocando-se do lugar de carnavalesca, apresentando-se como artista, tanto pelo lugar onde expôs seus trabalhos, quanto pelo *status* social que adquiriu ao longo de sua carreira. Sabemos que isso não é a regra para todos os carnavalescos, mas mostramos, através deste exemplo, como esse lugar não é rígido e fixo, podendo ocupar outros espaços sociais, desde que haja o reconhecimento de seus pares ou algum setor da sociedade que regule este campo²⁴.

Recapitulando o processo de produção das fantasias de ala, o carnavalesco: (1) desenha os figurinos; (2) contrata profissionais para a confecção de um exemplar de cada ala a ser comercializada; (3) apresenta as fantasias-protótipos em desfile para a comunidade e seus diretores de ala; (4) distribui as fantasias-protótipos para os diretores de ala confeccionar, e (5) acompanha a reprodução das fantasias.

²³ OLESEN (2005).

²⁴ BOURDIEU (2009, p. 105).

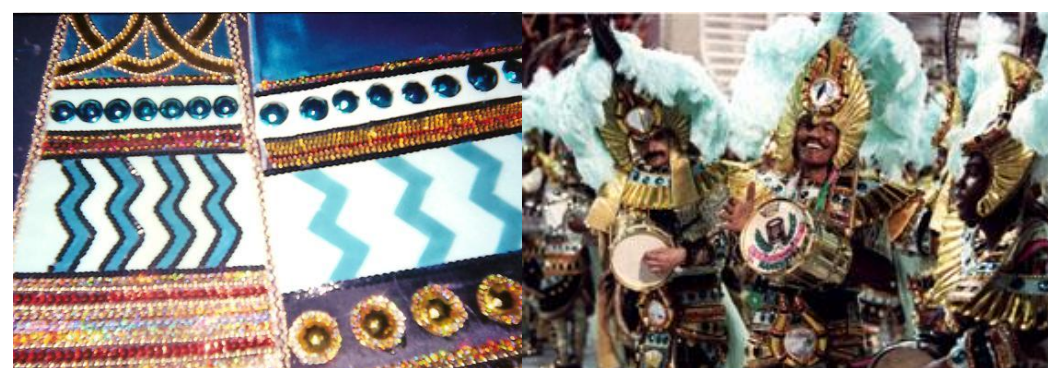
Os materiais utilizados na confecção de fantasias também parecem incomuns, pois, além dos tecidos e malhas, alguns carnavalescos utilizam acetatos, paetês, plumas, penas e aviamentos que servem para adereçar as fantasias (Figura 29). O trabalho é muito rebuscado, pois, apesar de alguns aviamentos e bordados serem comprados a metro, industrializados ou manufaturados em oficinas especializadas, o modo de aplicação é, muitas vezes, manual, ressaltando, assim, o caráter artesanal, como vemos nas Figuras 28, 29, 30, 31, 32 e 33.



Figuras 28 e 29 – (28) Placa de acetato “batida” e (29) Materiais para confecção de fantasias.
Fonte: Madson Oliveira



Figuras 30 e 31 – Partes da fantasia, usando as placas de acetato: (30) gola e (31) gravatas.
Fonte: Madson Oliveira



Figuras 32 e 33 – (32) Parte da fantasia ao lado e (33) Fantasias já prontas e vestidas.
Fonte: Madson Oliveira

As imagens acima são do GRES Estação Primeira de Mangueira e serviram para ilustrar outra pesquisa realizada em 2001²⁵, quando pudemos registrar a fase de reprodução das fantasias de uma ala, naquela agremiação. Observamos que os objetos carnavalescos produzidos para vestir os brincantes geram trabalho e incrementam o comércio (etapa 08). Algumas áreas nesse segmento criam modos de produção inusitados ou adaptam os saberes de outras áreas, como ilustramos na Figura 28, na qual a placa de acetato verde contém uma grande quantidade de pequenas bolinhas, batidas em máquina de *Vacuum Forming*, desenvolvida exclusivamente para esse fim.

As máquinas de *Vacuum Forming* foram desenvolvidas artesanalmente para moldar, através da pressão a vácuo, folhas de acetato posicionadas em cima de esculturas de fibra, podendo, assim, reproduzir pequenos enfeites para depois adereçar tanto alegorias, quanto fantasias. Esse exemplo aponta para novas profissões essenciais na feitura dos desfiles das Escolas de Samba: escultores de pequenas peças em argila para serem reproduzidos em série, além de pintores de arte, aderecistas, etc.

As pequenas bolinhas da Figura 28 estão aplicadas nas Figuras 30, 31 e 32 imitando pedras preciosas - esmeraldas – usadas em grandes quantidades. A Figura 33 mostra integrantes da Bateria do GRES Estação Primeira de Mangueira em pleno desfile (etapa 09), vestidos com fantasias que representavam “os povos do Egito”, completamente adereçadas com as bolinhas de acetato, para se parecerem com “esmeraldas”.

²⁵ OLIVEIRA (2001). Entre os meses de dezembro de 2000, janeiro e fevereiro de 2001, realizamos estágio supervisionado no GRES Estação Primeira de Mangueira, como requisito obrigatório para a graduação no curso de Estilismo e Moda, da UFC. Esse processo está registrado naquela Universidade e consta na bibliografia desta Tese.

Nos croquis (Figuras 23 e 24) e protótipos miniaturizados (Figuras 26 e 27) apresentados anteriormente como exemplos de duas fantasias criadas pela carnavalesca Rosa Magalhães, mostramos o resultado final no desfile do GRES Imperatriz Leopoldinense, referindo-se ao enredo sobre Hans Christian Andersen, conforme vemos nas Figuras 34 e 35, abaixo:



Figuras 34 e 35 – (34) Fantasia de bateria, representando o conto infantil “A nova roupa do rei” e (35) fantasia da ala de baianas, representando o frio típico da Dinamarca, local de nascimento do autor infantil.
Fonte: OLESEN, Jens (2005)

As fantasias prontas não revelam a grande quantidade de etapas que antecedem os desfiles, como: desenho de croquis, compra de materiais, confecção de protótipos e reprodução das fantasias. Tudo isso de uma forma que alia o modo artesanal com a ajuda de alguns processos manufatureiros ou de design, como vimos nas etapas descritas anteriormente e que utilizam as máquinas: de costura, pistola de cola quente, soldas, placas de acetato, etc.

Com as fantasias, os adereços e as alegorias em processo de confecção, os barracões e ateliês ficam repletos de “funcionários”²⁶ dando forma às ideias designadas pela equipe de criação, geralmente chefiada pelo carnavalesco ou pela comissão de carnaval.

De acordo com os exemplos apresentados até aqui, observamos que os elementos plástico-visuais dos desfiles das Escolas de Samba funcionam como uma espécie de sintaxe que comunica as informações principais desenvolvidas no enredo. Estes objetos carnavalescos, compostos pelas alegorias, adereços e fantasias, “escrevem” visualmente as partes da história, que deve ser compreendida pelos que assistem aos desfiles das Escolas de Samba. Esta “escrita visual” é o que possibilita a definição das assinaturas dos carnavalescos e o *status* como artistas modernos ou designers de uma prática ainda por se estabelecer.

CANCLINI (1984) demonstra, em seu estudo sociológico sobre a América Latina, que diversas formas de arte podem ser entendidas, como acreditamos encontrar no carnaval brasileiro. Esse autor sugere uma discussão de propostas para uma arte popular contemporânea, onde focalizam tópicos como experimentação formal e cultura popular nas artes plásticas, criação coletiva e novas concepções do espaço teatral, e pelo entendimento de um cinema popular. Buscamos apoio neste estudo de CANCLINI (1984, p. 03) que abre espaço nas ciências sociais para enxergarmos o trabalho desenvolvido pelos carnavalescos nas Escolas de Samba do Rio de Janeiro como “uma arte que as estéticas tradicionais”, preocupadas com a beleza, não podem oferecer.

Desta maneira, podemos perceber que a função do carnavalesco em uma Escola de Samba demonstra “como certos indivíduos no mundo do carnaval carioca funcionariam como ponto de confluência de algumas ‘tensões e relações’”, conforme demonstrou SANTOS (2009, p. 160). Entendemos o trabalho realizado pelos carnavalescos atuais em parte como arte, em parte como design e, por isso, podemos estudar os objetos carnavalescos, ao mesmo tempo, como processo e produto de “novas formas de design”.

WOLFF (1982) desenvolveu uma pesquisa sobre a natureza das artes, tendo como base a produção, distribuição e recepção. Uma questão secundária,

²⁶ As pessoas que trabalham confeccionando fantasias, tanto em barracões de Escolas de Samba, quanto em ateliês, não necessariamente possuem vínculo empregatício com os seus contratantes, na maioria das vezes, trabalhando no regime de serviços prestados ou de maneira autônoma.

presente em seu estudo, é o problema “do autor ou do artista” e a questão de como uma abordagem sociológica das artes pode conceituar a criatividade individual sem depender de noções como o do “artista-como-gênio”, pré-sociológicas e mistificadoras. De acordo com WOLFF (1982, pp. 150-151), a noção de artista como criador individual “é enganosa”. Em vez disso, o mais indicado seria tratar o assunto como um produto cultural ou artístico, pois dessa maneira levam-se em consideração os processos sociais envolvidos no seu trabalho.

Assim, os objetos produzidos para (e pelo) o carnaval devem ser entendidos como produtos de um tecido social. As alegorias, adereços e fantasias, até aqui nomeados de objetos carnavalescos, demonstram uma produção, no âmbito das Escolas de Samba, que mistura modos de operação e se assimilam às ações de design (através dos projetos e processos sistematizados), outras vezes artisticamente defendidas (com soluções intuitivas), ou ainda, realizadas de maneira artesanal (quando a habilidade e o prazer da ação são primordiais).

Pelo que vimos até aqui, ainda não temos como colocar a produção dos objetos utilizados nos desfiles das Escolas de Samba numa única categoria, em parte pela dinâmica da própria festa; em parte, pela maneira como os carnavalescos se apresentam; em parte, pela não-oficialização da profissão. De qualquer maneira, isso não inviabiliza sua inscrição no campo do carnaval, como atividade de criação e por isso preferimos nomeá-las como “novas formas de design”.

Após explicar sobre a produção dos objetos carnavalescos destinados à Festa (ou “para dentro”), apresentamos a seguir a produção comercial dos artefatos carnavalescos, mais especificamente, os *souvenirs* carnavalescos, a fim de realizar um estudo sobre o modo de produção, seus agentes e processos dessa produção destinada ao Mercado (“ou para fora”).

3.2 A produção para o Mercado (ou “para fora”)

Até agora, apresentamos os materiais, processos e alguns profissionais responsáveis pela produção destinada à Festa carnavalesca, por meio dos desfiles das Escolas de Samba que nomeamos de “para dentro”, pois essa produção diz respeito aos objetos que só são vistos e usados nos desfiles de carnaval e tem um

“prazo de validade” (que é o tempo do desfile) e temática relativa ao enredo desenvolvido por cada carnavalesco, de acordo com um tempo específico.

Após essa contextualização sobre os materiais, processos e práticas, podemos apresentar outra produção, também realizada em função da temática carnavalesca, mas com finalidade exclusivamente comercial, no caso das “lembrancinhas carnavalescas”, como outra categoria dos objetos carnavalescos. Esses objetos carnavalescos comerciais são identificados em nossa pesquisa como “*souvenirs* carnavalescos”.

O universo de produção, que envolve a circulação e a venda dos *souvenirs* carnavalescos, é apresentado pela atuação da ONG AMEBRAS, tanto nas oficinas profissionalizantes, quanto nos pontos de venda (na Cidade do Samba e no Sambódromo) e no compromisso social de inclusão dos artesãos que passam pelas oficinas desta ONG.

3.2.1 A ONG AMEBRAS

A AMEBRAS é uma ONG que se encarrega da qualificação²⁷ de mão de obra para o carnaval e em atividades que possibilitem aos seus alunos a autonomia e a transformação de sua habilidade técnica e artística em valor comercial, com intuito de aumentar a autoestima e (re)colocar os interessados no mercado produtivo de artefatos voltados para o mercado carnavalesco.

É importante explicarmos que o que chamamos de “artefatos voltados para o mercado carnavalesco” poderá ser citado como artesanato (pelos instrutores e alunos) ou *souvenir* carnavalesco (termo cunhado em nosso trabalho como ponto principal de análise).

Realizamos várias visitas à sede da AMEBRAS e, por meio de depoimentos, visitas aos pontos de venda e às oficinas de qualificação, descrevemos e analisamos os objetos produzidos por aquela ONG.

Os depoimentos feitos com funcionários, instrutores e produtores da AMEBRAS (Anexos 7) funcionam como marcadores e como um posicionamento

²⁷ SENNETT (2009, p. 264) fala de capacitação relacionada ao artesanato, como processo de melhoria nas atividades manuais que possibilitam aumento no raciocínio e concentração. Além disso, o autor afirma que os aprendizes se instruem por metáforas e são estimulados para usarem a imaginação. Dessa forma, a imaginação passa a ser uma ferramenta inventiva e, ao mesmo tempo, necessária para se fazer bom uso das ferramentas de difícil utilização.

para as discussões que trazemos para nosso trabalho de pesquisa. Os depoimentos foram colhidos entre os anos de 2008 e 2009, de acordo com a disponibilidade dos informantes, foram captados por meio de câmera de vídeo e, depois, transcritos para serem anexados a este trabalho.

As duas dimensões pensadas para tratar o tema proposto nesta Tese, **tempo** e **espaço**, também servem como delimitadores do objeto pesquisado. Entendemos que o tempo e o espaço da produção dos *souvenirs* carnavalescos, no caso da AMEBRAS, se assimilam às dimensões que regem os objetos carnavalescos produzidos pelas Escolas de Samba, em seus desfiles, ultrapassando o tempo cronológico e o espaço geográfico.

3.2.1.1 A oficina de adereços da AMEBRAS

A partir das oficinas oferecidas pela AMEBRAS no semestre de 2008.1, passamos a frequentar uma delas, sistematicamente, a fim de entendermos o processo de qualificação de mão de obra destinada tanto aos desfiles de Escolas de Samba, quanto à criação e venda nos pontos de venda daquela ONG, conforme o quadro 02, abaixo:

Quadro 02 - Oficinas oferecidas pela AMEBRAS à comunidade em 2008.1

DIAS	CURSO	HORÁRIO	INSTRUTOR
2ª. Feira	Arte em espuma	13 às 17 h	Ronaldo Pitigliani
3ª. Feira	Adereços Cartonagem	13 às 17 h 09 às 16 h	Sandro Raimundo Márcia de O. F. Batista
4ª. Feira	Arte em espuma Modelagem e costura	13 às 17 h 13 às 17 h	Ronaldo Pitigliani Maria das Graças Regis
5ª. Feira	Adereços Chapelaria	13 às 17 h 13 às 17 h	Sandro Raimundo Rômulo Fernandes Rosa

De acordo com a nossa disponibilidade de horário, conseguimos acompanhar o desenvolvimento da oficina de “Adereços” (Anexo 7.3: Alunos do curso de Adereços, na Cidade do Samba, em 09/05/2008), realizada às terças-feiras, no período da tarde e encontramos uma turma de aproximadamente 15 alunos, com faixa etária distinta e motivos também diferentes que os levaram a realizar o curso. Pessoas com idades muito diferentes e originadas de bairros distintos procuraram a oficina de Adereços da AMEBRAS para (a) se

qualificarem, desenvolvendo uma habilidade ou técnica artesanal e, assim, transformarem esse aprendizado em atividade profissional e (b) ocuparem seu tempo de maneira produtiva, quase terapêutica, no caso de pessoas de mais idade.

Conseguimos anotar os principais dados desta turma, que mostramos a seguir, no Quadro 03, explicitando a heterogeneidade com relação à idade e aos bairros de origem, conforme:

Quadro 03 – Alunos da oficina “Adereços”, em 2008.1

Daclê Aguiar Silva	Higienópolis	07/04/1939
Neuza Yan de Q. Mantuano	Del Castilho	07/09/1943
Lílian Maria da Silva Teixeira	Santo Cristo	12/01/1975
Adalgisa Louzada de Araújo	Del Castilho	27/11/1939
Luiz Fernando de S. Lourenço	Vila da Penha	22/02/1963
Dandara da Costa Machado	Abolição	30/08/1937
César Martins da Silva	Bangu	16/07/1960
Kátia Louzada da Rocha	Del Castilho	24/11/1953
Cristiane da Silva	Engenho de Dentro	11/11/1978
Sueli Maia Esposito	Encantado	13/11/1952
Nelma dos Santos Cantizano	Engenho de Dentro	10/06/1945
Anna Paula Leal da Silva	Inhaúma	26/03/1986
Aracildes Neves de Melo	Piedade	06/07/1946
Alexandre Dutra Diogo	Tijuca	28/02/1975
Bruno Assunção Falcão	Barros Filho	19/08/1984

De acordo com o instrutor desta turma, Sandro Raimundo, os interesses para se inscrever nas oficinas não são idênticos, pois

“alguns alunos já tiveram experiências anteriores com o carnaval, realizando algum tipo de trabalho na decoração de carnaval para escolas de samba. Outros alunos são completamente inexperientes. Estes últimos são pessoas aposentadas ou com tempo livre e usam os cursos como ‘passatempo’ ou ‘lazer, mas ainda é cedo para tecer conclusões” (Anexo 7.2: Depoimento de Sandro Raimundo, em 29/04/2008).

As oficinas de adereços produzem objetos com temática carnavalesca que, no caso da oficina acompanhada, passam por fases, descritas pelo instrutor como: (1) “reciclagem de materiais”, (2) “book de materiais”, (3) “confeção de capuchão (broches) de unhas e bordado”, (4) “máscaras de cartão e em EVA”, (5) “cocar indígena, tiaras, *bottons*” e (6) “boneca em miniatura (baiana e passista)”. Sandro revela que “todo o material para a confecção dos adereços é fornecido pela AMEBRAS, além da estrutura física, equipamentos (pistolas de cola quente,

tesouras, cartão, tecidos, etc.)”, como relata o instrutor do curso. Sandro complementa sua fala sobre as oficinas da AMEBRAS afirmando: “Os alunos não pagam nem um centavo” (Anexo 7.2: Depoimento de Sandro Raimundo, em 29/04/2008). A partir do acompanhamento da oficina de adereços, elaboramos um quadro (Quadro 04) sobre as fases sequencialmente descritas pelo instrutor, esmiuçadas logo adiante.

Quadro 04 – Fases observadas na oficina “Adereços”, em 2008.1

FASES	DESCRIÇÃO
1	Reciclagem de materiais
2	Book de materiais
3	Confecção de capuchão de unhas e bordados
4	Máscaras de cartão e em EVA
5	Cocar indígena, tiaras e <i>bottons</i>
6	Bonecas em miniatura

Registramos nossas visitas à oficina de adereços com fotos para demonstrar as fases desse processo. As Figuras 36, 37 e 38 ilustram a dinâmica da oficina de adereços, incluindo o instrutor, Sandro Raimundo, e os alunos realizando estes objetos. Posteriormente, mostraremos algumas peças produzidas nessa oficina, nos pontos de venda da AMEBRAS.



Figuras 36, 37 e 38 – (36) Sandro Raimundo, (37 e 38) alunos em oficina de adereços.
Fonte: Madson Oliveira

As fases da oficina de adereço, elencadas por Sandro Raimundo, em parte, assemelham-se com as etapas presentes na confecção de adereços para as Escolas de Samba. Desdobramos as fases acima para tornar mais compreensível esta relação com a feitura dos objetos carnavalescos. Na fase (1) “reciclagem de materiais”, boa parte da matéria-prima é reaproveitada de fantasias e adereços já usados e recolhidos após os desfiles das Escolas de Samba, como tecidos, galões, penas e plumas, broches, placas de acetato e pedrarias.

A fase (2) “book de materiais” é o lance imediatamente seguinte ao anterior, pois cada aluno passa a ter uma cartela de materiais que acabou de reaproveitar, retirando de adereços e fantasias já usadas. A cartela de materiais é muito usada pelos carnavalescos no desenvolvimento de seus projetos de enredos

para os desfiles das Escolas de Samba, na medida em que esse “book” demonstra a pesquisa realizada na fase do projeto e antecede à compra dos materiais. No caso das oficinas da AMEBRAS, o aluno seleciona os materiais aproveitados (ou reciclados) e os novos que precisam ser comprados para complementar o seu “artesanato”, conforme a fala da coordenadora dos cursos da AMEBRAS, Vera Lúcia: “compramos cola, tesoura, pistola de cola... é o tipo de coisa que compramos... mas, em termos de material assim... os alunos aproveitam muita coisa das fantasias que vêm para serem recicladas, por exemplo: aljofre, ‘unhas’, pedras... pastilhas...” (Anexo 7.1: Depoimento de Vera Lúcia, em 17/04/2008).

Ilustramos a fase descrita anteriormente, mostrando como é feito o mostruário e a seleção de matérias-primas para as Escolas de Samba (Figuras 39 e 40) e nos cursos da AMEBRAS (Figuras 41 e 42), preparando o aluno para “a realidade do mercado de carnaval”.



Figuras 39 e 40 – Pesquisa e amostras de matérias-primas (tecidos e aviamentos), do GRES Mocidade Independente de Padre Miguel para o carnaval de 2003.
Fonte: Madson Oliveira



Figuras 41 e 42 – Seleção, separação e acondicionamento de materiais reaproveitados para serem usados na oficina de adereços.
Fonte: Madson Oliveira

Na fase (3) “confecção de capuchão (broches) de unhas e bordado”, cada aluno exercita o desenvolvimento de adereços em partes menores, como os broches, que podem ser usados por cima das roupas ou podem compor um adereço maior. Nas Figuras 43 e 44, vemos o instrutor ensinando os alunos a desenvolver seus adereços e alguns broches já prontos para serem comercializados, na loja do Sambódromo.

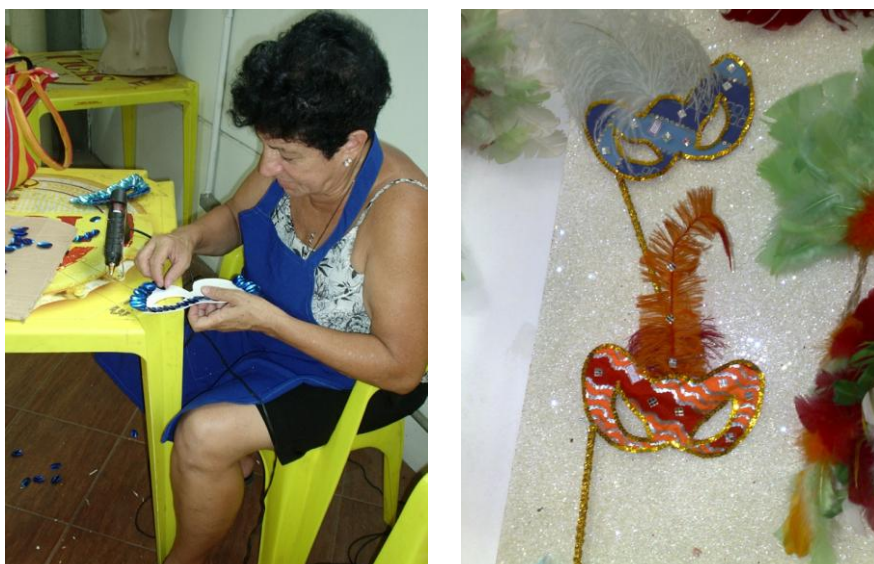


Figuras 43 e 44 – (43) Broches sendo ensinados em oficina de adereços, em 2008.1 e (44) broches expostos para venda, na loja do Sambódromo.
Fonte: Madson Oliveira

Um item indispensável na oficina de adereços é a confecção de máscaras carnavalescas. Por isso, a próxima fase, (4) “máscaras de cartão e em EVA”, exercita a criação e desenvolvimento de máscaras faciais adereçadas para bailes carnavalescos. A inspiração dessas máscaras vem, sem dúvida, das máscaras dos bailes de Veneza e outras típicas de bailes à fantasia.

No exemplo que mostramos a seguir, observamos o que SENNETT (2009, p. 264) descreveu como “a integração entre a mão, o punho e o antebraço” que permitem aprender o uso da força mínima, além de uma considerável sensibilização das mãos, mais especificamente, na ponta dos dedos. Enquanto a mão trabalha, o olho contempla fisicamente o que vem pela frente, treinando a concentração das pessoas.

Mostramos, por meio das Figuras 45 e 46, o modo artesanal e o processo de confecção de uma máscara carnavalesca em EVA, confeccionada pela artesã Adalgisa de Araújo e o artefato já finalizado e exposto na loja para ser comercializado, como resultado desta fase.



Figuras 45 e 46 – (45) Artesã confeccionando máscara em oficina da AMEBRAS e (46) máscara finalizada exposta em loja do Sambódromo.
Fonte: Madson Oliveira

O lance subsequente ao descrito anteriormente, (5) “cocar indígena, tiaras, *bottoms*”, desenvolve a habilidade dos alunos em pequenas peças, além de produzir artesanatos bastante procurados pelos turistas nas lojas da AMEBRAS. Existe uma certa dose de exotismo nestes itens, a começar pelo “cocar indígena” (conforme vemos mais adiante, nas Figuras 66 e 67), que comumente não faz parte da indumentária dos brasileiros, mas está sempre presente nos desfiles das Escolas de Samba, quando elas “defendem” algum enredo que passe pela etnia indígena. As tiaras e adereços de cabeça são muito procurados, principalmente, pelas pequenas dimensões de tamanho e baixo preço.

A última fase da oficina de adereços, (6) “boneca em miniatura (baiana e passista)”, costuma trabalhar o desenvolvimento de figuras e objetos típicos das Escolas de Samba, em miniaturas, como: baianas (grupo obrigatório nos desfiles das Escolas de Samba), passistas (ala de bailarinos profissionais, masculinos e femininos, que desfilam junto aos componentes da bateria), instrumentos musicais

(bumbo, surdo, pandeiro e etc.) e elementos próprios da “cultura do carnaval” (a feijoada, por exemplo).

Os adereços produzidos pela oficina descrita anteriormente são encaminhados para a venda nas lojas da AMEBRAS e sua renda revertida para a manutenção da própria ONG.

Após o término de cada oficina, a AMEBRAS se encarrega de entregar um certificado aos alunos e indicá-los para trabalhos, caso haja disponibilidade e interesse, como explica a coordenadora dos cursos, Vera Lúcia:

“Ao final de cada curso é gerado um relatório encaminhado para a administração, na pessoa de Ivana, para que sejam confeccionados os certificados entregues aos alunos que concluíram os cursos. Após este processo, os alunos são cadastrados em um banco de dados que se presta a fazer a ligação entre o mercado (Escolas de Samba, por exemplo) e os alunos. As Escolas de Samba são as mais interessadas na mão de obra qualificada dos alunos que saem da AMEBRAS. A principal demanda é por alunos dos cursos de chapelaria, adereços, costura, escultura em espuma e isopor e pastelagem” (Anexo 7.1: Depoimento de Vera Lúcia, em 17/04/2008).

Além disso, a AMEBRAS costuma realizar um coquetel ao final de cada curso ou em festas promovidas pela Cidade do Samba, onde acontecem os cursos da ONG. As Figuras 47 e 48 mostram uma cerimônia de “formatura”, ao final de mais uma série de oficinas promovidas pela AMEBRAS.



Figuras 47 e 48 – (47) Cerimônia de “formatura” das oficinas promovidas pela AMEBRAS e (48) Banner do Projeto Social “Carnaval e Cidadania”.
Fonte: Madson Oliveira

Acompanhamos um evento de conclusão de curso e pudemos observar alguns *banners* expostos com a logomarca dos principais parceiros dos projetos

desenvolvidos pela AMEBRAS, nas oficinas de qualificação e profissionalização como forma de agradecimento e divulgação, mas também para atrair novos parceiros, mostrando a visibilidade das marcas junto a um Projeto Social, como podemos ver nas Figuras 49 e 50, a seguir:



Enquanto a Figura 49 mostra a AMEBRAS como realizadora do projeto “Armazém do Samba – Carnaval e Cidadania” e coloca as logomarcas de seus principais parceiros, como: Ministério do Turismo, LIESA, Fundação Banco do Brasil e a Cidade do Samba, a Figura 50 mostra outro *banner* com uma mensagem “positiva” para atrair a atenção dos visitantes sobre os projetos geridos pela AMEBRAS. A mensagem diz: “Mais importante do que devolver a dignidade ao cidadão é não deixar que ele a perca!”. É interessante apontar aqui que as ações promovidas pela AMEBRAS são direcionadas por um discurso de inclusão social, tema que será retomado mais adiante, no momento oportuno.

Além do certificado, a AMEBRAS registra em seus arquivos os alunos que desenvolveram bons trabalhos para indicá-los às Escolas de Samba que precisem de mão de obra qualificada, assim como disponibiliza a venda de suas futuras produções, expondo os artesanatos em suas lojas.

Os artesanatos ou *souvenirs* carnavalescos produzidos pelas oficinas da AMEBRAS, em parte, se assemelham ao termo conhecido como “especialização sociável”, principalmente pela interação social e transferência de conhecimento entre os seus participantes, bem como pelo incentivo na adaptação das habilidades

individuais em função do grupo. Entendemos que a especialização sociável não cria ideologicamente a comunidade, mas consiste em boas práticas. Assim, se a organização artesanal é bem constituída, ela centrará sua atenção nos seres humanos, além de estimular, aconselhar e orientar os artesãos com padrões configurados numa linguagem que possa ser entendida por qualquer pessoa na organização²⁸.

A seguir, apresentamos os dois principais pontos de venda da produção realizada pela oficina de adereços da AMEBRAS: uma, na Cidade do Samba e a outra, no Sambódromo.

3.2.1.2 As lojas da AMEBRAS

Conforme informamos no segundo capítulo desta Tese, há dois locais de importância para o nosso estudo, tanto pelo apelo turístico, quanto por sua função de circulação dos *souvenirs* carnavalescos comercializados.

A loja da AMEBRAS situada na Cidade do Samba está localizada no andar térreo do barracão de número 1, onde observamos que a sua estrutura se assemelha aos *stands* de feiras, com tábuas de fórmicas e paredes de vidro montadas numa armação de alumínio, no melhor estilo vitrine, conforme Figuras 51 e 52.



Figuras 51 e 52 – Cidade do Samba: (51) Barracão no. 1 e (52) loja no modelo de stand de feira.

Fonte: Madson Oliveira

²⁸ SENNETT (2009, p. 278).

Este ponto de venda da AMEBRAS na Cidade do Samba teve o apoio da LIESA, que cedeu o espaço no térreo do barracão 1, e do SEBRAE, que se responsabilizou pela montagem da loja. As duas logomarcas (LIESA e SEBRAE) aparecem, entre a própria logomarca da AMEBRAS, na parte superior da loja.

Ao longo do ano, a visitação à loja da AMEBRAS na Cidade do Samba depende dos horários de funcionamento daquele Parque Temático. A Cidade do Samba promove visitação de turistas aos seus barracões, diariamente, exceto às segundas-feiras. Além disso, há um show com serviço de buffet e simulação de um desfile de Escola de Samba, todas as quintas-feiras, conhecido como “Show Cidadão Samba”. Ademais, a administração daquele Parque Temático aluga a praça de alimentação para eventos de empresas externas, ao longo do ano. Nesses casos, a movimentação na loja da AMEBRAS na Cidade do Samba recebe um bom número de visitantes e compradores dos objetos produzidos através das oficinas.

A outra loja da AMEBRAS, situada no Sambódromo, recebe um fluxo relativamente maior de visitantes do que na Cidade do Samba, incluindo os períodos não-carnavalescos, por conta da visitação turística naquele ponto onde acontecem os desfiles das Escolas de Samba.

Nas visitas realizadas às lojas da AMEBRAS, entre os anos de 2008 e 2009, deparamo-nos com turistas conhecendo o Sambódromo como ponto turístico e alugando fantasias para se fotografarem, a fim de registrar sua passagem pelo “carnaval carioca”, mesmo em tempos de “não-carnaval”. Nesses casos, as fotografias funcionam como “lembranças de viagem” daquele local de visitação turística.

A sequência de fotos a seguir (Figuras 53, 54, 55 e 56) demonstra a movimentação dos turistas no Sambódromo e na loja da AMEBRAS.



Figuras 53 e 54 – Turistas visitando o Sambódromo: (53) placa indicativa com horário de visitação da loja da AMEBRAS e (54) turistas fantasiados.
Fonte: Madson Oliveira



Figuras 55 e 56 – Turistas fotografam: (55) a loja da AMEBRAS no Sambódromo e (56) vestidos de fantasias alugadas, no Sambódromo vazio
Fonte: Madson Oliveira

Nas imagens exibidas acima, vemos como os objetos produzidos para as Escolas de Samba, as fantasias, podem ser incorporadas como parte dos objetos comercializados para os turistas que visitam as lojas do Sambódromo. Neste caso, as fantasias fazem parte dos *souvenirs* carnavalescos, sendo alugadas para compor a foto que será levada como recordação da viagem. Além disso, ouvimos a explicação de Shirley Melo sobre o aluguel de fantasias como fonte de renda para a manutenção dos projetos, segundo: “[...] Eles é quem escolhem o que querem levar ou fotografar. Os clientes pagam R\$ 3,00 (três reais) para vestirem as

fantasias e fotografarem” (Anexo 7.8: Depoimento de Shirley Melo, em 21/07/2008).

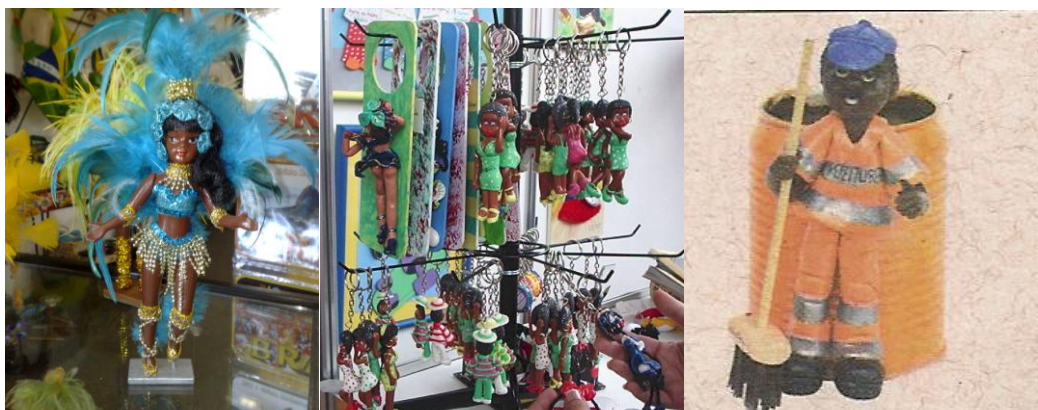
Conforme apresentamos neste capítulo, a produção dos objetos com temática carnavalesca realizada nas oficinas de qualificação da AMEBRAS é encaminhada às duas lojas, localizadas na Cidade do Samba e no Sambódromo, para comercialização. Apresentamos, a seguir, esses objetos com finalidade comercial que denominamos de “*Souvenirs Carnavalescos*”, a partir da designação que os próprios produtores deram ao resultado desse produto, conforme veremos adiante.

3.2.2 Os *souvenirs* carnavalescos

O termo “souvenir” é largamente utilizado no jargão turístico referindo-se às “lembranças de viagens” compradas por turistas como comprovação ou recordação de um lugar por onde o seu comprador passou. Em alguns casos, essas “lembrancinhas” são dadas como presentes para parentes e amigos; em outros casos, destinam-se aos seus próprios consumidores. Em nossa pesquisa, entendemos que o termo “souvenir”, recebendo a qualificação de “carnavalesco”, torna-se explicativo, inclusive pelo caminho que seguimos até aqui. Então, apresentamos os *souvenirs* carnavalescos como uma prática social e todo o seu contexto para entendermos a extensão de seu campo de atuação. Ao longo dos exemplos que fornecemos, esse termo acaba adquirindo o entendimento adequado.

Ainda durante a pesquisa exploratória e preliminar, observamos nas lojas da AMEBRAS a presença de inúmeros tipos de *souvenirs* com temática carnavalesca, oferecidos aos turistas e produzidos em suas oficinas e por artesãos autônomos. Alguns desses produtos podem ser observados a seguir, principalmente em miniaturas de personagens e objetos representativos do carnaval carioca.

São miniaturas de passistas, malandrinhos, negras “moradoras de morros cariocas” e o gari Renato Sorriso, conhecido por suas apresentações no Sambódromo, quando se apresenta varrendo a avenida e, ao mesmo tempo, sambando e atraindo o aplauso do público, conforme as Figuras 57, 58 e 59.



Figuras 57, 58 e 59 – Bonecas em miniatura, de pele negra: (57) passista feminina, (58) chaveiros feitos em *biscuit* de sambistas negras e (59) representação de Renato Sorriso - o gari-sambista.

Fonte: Madson Oliveira

Os personagens apresentados acima se tornaram representativos de um imaginário sobre o carnaval, mesmo no início do século XX. Naquela época, a imprensa carioca se responsabilizava em divulgar, através de revistas de circulação nacional como *O Cruzeiro*, as imagens do “samba de morro”, mostrando fotografias de ritmistas vestindo a roupa “típica” do malandro sambista: camisa listrada e chapéu de palha (também observado na Figura 58). Assim, as Escolas de Samba se encarregaram de transformar a sua própria origem ligada à cultura negra de morros e favelas vinculando os seus símbolos visuais às mulatas, ao malandro, às baianas, ao pandeiro e demais instrumentos musicais²⁹, como ainda veremos mais adiante.

Dentre a produção dos mais variados tipos de artefatos, os *souvenirs* miniaturizados carecem de algumas observações, pois, em relação à produção de outros objetos, há o uso de menos material e uma consequente redução nos custos, além de um processo de estilização e simplificação das peças.

Algumas observações sobre objetos miniaturizados para venda serão aprofundadas mais adiante. Neste momento, vale ressaltar que a miniaturização apresenta algumas vantagens em relação à produção de outros tipos de objetos,

²⁹ FERREIRA (2004, p. 348).

como: (a) utilização como decoração; (b) economia de materiais e (c) uma qualidade “abonecada” e exótica. No entanto, pode acontecer uma crescente estilização nas formas, à medida que todos os detalhes forem sendo simplificados, para haver um barateamento do custo³⁰.

Durante as visitas à sede da AMEBRAS, encontramos o trabalho desenvolvido por uma ex-aluna, Jurema Lemos, que acabou se transformando em instrutora e produtora autônoma. Nas imagens a seguir, observamos a artesã Jurema Lemos (Figura 60), que realiza miniaturas de bonecas para serem comercializadas nas lojas da AMEBRAS. Jurema nos mostrou a miniaturização que ela faz de bonecas representando, mais especificamente, componentes da ala das baianas (Figuras 61 e 62) que é um item importante e obrigatório nos desfiles das Escolas de Samba. Jurema transportou de seu repertório de imagens sobre as baianas, a silhueta (formato da saia e volume de cabeça), alguns materiais e detalhes para os objetos comercializados, conforme seus exemplos.



Figuras 60, 61 e 62 – Artesã e instrutora da AMEBRAS, Jurema Lemos, e duas bonecas de baianas em miniatura da artesã.
Fonte: Madson Oliveira

Jurema explica sobre esse tipo de produção em miniatura e o seu processo de trabalho, a seguir:

“Eu faço fantasias diversas, em miniaturas... Tudo desse tamanho aí... (apontando para a baiana em cima da mesa)... Eu compro a boneca, faço a roupa... Tudo isso aí eu faço... Eu faço o desenho... Eu tiro da minha

³⁰ GRABURN (1976, p. 15).

cabeça... Eu invento... É uma coisa tão miúda... Você nem pode extrapolar... Não pode ficar inventando muito... Uma baiana deste tamanho aí... Não foge muito disso aí...” (Anexo 7.7: Depoimento de Jurema Lemos, em 17/07/2008).

Ao ser questionada sobre a cor clara da pele de sua “baianinha”, Jurema explicou que algumas vezes ela encontra a boneca usada com cor de pele negra, mas quando não há disponibilidade no comércio, ela compra outras mesmo assim, pois precisa produzir para vender e não pode ficar à espera de bonecas negras, conforme: “Às vezes, a gente não acha pretinha... E eu tenho necessidade de fazer, porque tenho que trabalhar...” (Anexo 7.7: Depoimento de Jurema Lemos, em 17/07/2008).

Outras miniaturas podem fazer referência não só aos desfiles das Escolas de Samba, mas a alguns costumes e hábitos comuns de serem identificados nos frequentadores “do samba” e das Escolas de Samba, como: a degustação de feijoadas nos ensaios que acontecem nas quadras das escolas (Figura 63), o culto aos deuses e entidades de origem africana (Figura 64) e instrumentos musicais de percussão usados por sambistas (Figura 65).



Figuras 63, 64 e 65 – Miniaturas diversas: (63) representação de feijoada, (64) representação de “pretos velhos” e (65) instrumentos musicais de percussão.

Fonte: Madson Oliveira

A Figura 63 mostra uma miniatura de feijoada, que é um item indispensável nas quadras das Escolas de Samba. Geralmente, a feijoada é de responsabilidade das senhoras baianas que arrecadam dinheiro com esta iguaria, mesmo daquelas pessoas que não costumam consumi-la, e comparecem à quadra pelo samba e não somente pelo prato, conforme descrito no segundo capítulo dessa Tese.

A Figura 64 representa os “pretos velhos”, descritos como representantes de uma ancestralidade africana, comumente encontrados nos “terreiros” de candomblé e umbanda e que possuem uma relação com a “sabedoria” das Escolas de Samba, relacionados com a ala da Velha Guarda³¹.

Já a Figura 65 demonstra os instrumentos musicais, como: bumbo, surdo e pandeiros, indispensáveis ao funcionamento da baterias nas Escolas de Samba. A bateria é considerada o “coração da Escola de Samba” por fazer a marcação do samba, em seus desfiles, ritmando o passo em coreografias cadenciadas.

As Figuras 63, 64 e 65 não possuem autoria identificada, pois foram captadas durante o período preliminar da pesquisa. Entretanto, os exemplos parecem representativos para ilustrar algumas possibilidades de criação deste tipo de artefato que, às vezes, representa a identidade cultural de seus criadores. A esse respeito, podemos localizar no trabalho desenvolvido por GRABURN (1976, p. 16) uma semelhança com nossa pesquisa na questão que problematizamos, quando os objetos do cotidiano se transformam em artes turísticas transculturais. Concordamos com o posicionamento desse autor ao apontar que há “um impulso romântico” por trás da popularidade de assimilação por outras culturas e, em certos casos, isso mesmo torna-se um atrativo que incentiva o seu consumo.

A observação de outro autor que estudou a arte africana, Christopher B. STEINER (1994) pode ser aplicada neste trabalho por conta da finalidade dos objetos produzidos, ou seja, a comercialização, conforme:

“Para colecionadores e negociantes ocidentais, os comerciantes comunicam informações relacionadas à história comercial do objeto (como ele foi adquirido, de onde vem, etc.). Para turistas, os comerciantes

³¹ A velha guarda é um setor que está presente em todas as Escolas de Samba e é, geralmente, composta pelos membros mais antigos de cada agremiação. Os participantes das velhas guardas são respeitados pelos demais membros de cada escola, pela idade avançada e a experiência de vida que costumam representar.

forneem informações relacionadas ao significado cultural do objeto e seu uso tradicional. Ambos os tipos de informação são construídos para satisfazer o gosto ocidental percebido, e se destinam a aumentar a probabilidade de venda” (pp. 135-136).

Tanto o trabalho de GRABURN (1976) quanto os estudos de STEINER (1994) apontam para um tipo de produção artística destinada ao turismo, ou melhor, aos turistas e ela própria, a arte comercializada nos dois estudos se assemelha ao artesanato aqui descrito: o nosso objeto de estudo.

Além dos objetos em miniatura comercializados com a temática carnavalesca, há ainda outra infinidade de objetos, como aqueles observados na oficina de adereços e acompanhados para ilustrar nossa Tese. São eles: máscaras faciais decoradas; enfeites (broches, *bottons*, fivelas e tiaras); peças de roupas (blusas e *tops*).

Mostramos, a seguir, algumas figuras que ilustram esses outros tipos de objetos carnavalescos comercializados nas lojas da Cidade do Samba e do Sambódromo, como produtos oriundos das oficinas da AMEBRAS.

As Figuras 66 e 67 mostram adereços de cabeça, inspirados em cocares indígenas, fazendo uma alusão a personagens sempre presente nos desfiles das Escolas de Samba, quando o enredo aborda essa etnia, simbolicamente tratada no universo carnavalesco. Portanto, esses objetos são produzidos tanto em função dos desfiles das Escolas de Samba, quanto na comercialização como “lembranças de viagem”.



Figuras 66 e 67 – Adereços de cabeça (cocar indígena carnavalesco).
Fonte: Madson Oliveira

Ivana de Freitas faz o trabalho administrativo no escritório da AMEBRAS e confirma quais os produtos mais requisitados pelos compradores que procuram as lojas em busca de “lembrancinhas”, citando os enfeites de cabeça, conforme: “A procura maior é por *souvenirs*: máscaras, adereços de cabeça com temática carnavalesca” (Anexo 7.6: Depoimento de Ivana de Freitas, em 05/06/2008).

As Figuras 68 e 69 são exemplos de outros adereços de cabeça confeccionados pela artesã Jurema e mostram exemplos destas “lembrancinhas” usadas para enfeitar as cabeças femininas.



Figuras 68 e 69 – Adereços de cabeça confeccionados pela artesã Jurema.
Fonte: Madson Oliveira

GRABURN (1976) nomeia a produção artística destinada ao turismo como

“aquelas artes feitas para um mundo externo, dominante; estas foram freqüentemente desprezadas por *connoisseurs* como sem importância, e são às vezes chamadas de artes ‘turísticas’ ou ‘de aeroporto’. Elas, no entanto, são importantes ao apresentarem para o mundo externo uma imagem étnica que precisa ser mantida e projetada como parte de um sistema de definição de fronteiras extremamente importante. [...] Esta ampla categoria inclui aquelas formas que foram alhures rotuladas de transitórias, comerciais, souvenir, ou artes de aeroporto, mas ela também inclui certas formas de arte que não comerciais recentes (p.05).

Este autor torna-se mais específico ainda, na medida em que ele classifica as “Artes do Quarto Mundo” e revela uma categoria que identificamos nesta pesquisa, os *souvenirs*. Ele define os *souvenirs*, a seguir:

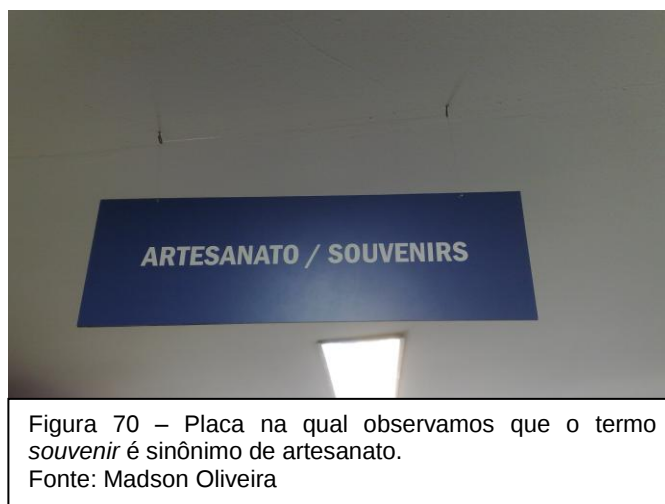
“SOUVENIRS: Quando o motivo do lucro ou a concorrência econômica da pobreza ultrapassam os valores estéticos, satisfazer o consumidor se torna mais importante do que agradar ao artista. Estas são freqüentemente

chamadas de artes ‘turísticas’ ou artes ‘de aeroporto’ e podem ter pouca relação com as artes tradicionais da cultura criadora ou com as de qualquer outro grupo. [...] A racionalização da produção e a estandardização ou simplificação do desenho de muitas artes de souvenir, tenderam a dar má reputação a todas as artes comerciais contemporâneas. O conteúdo simbólico é tão reduzido, e se ajusta tão inteiramente às noções populares das características salientes do grupo minoritário, que podemos chamar estes itens de etno-kitsch, fazendo um paralelo com o conceito de Dorfle de porno-kitsch (1969: 219-223)” (p. 06).

Mais uma vez, retiramos do relato de Jurema Lemos, uma das artesãs entrevistadas para esta pesquisa, a informação sobre a sua relação com os objetos que produz. Além de dar aulas para as oficinas da AMEBRAS, vender sua produção em vários pontos (como as lojas da AMEBRAS, boutique da Mangureira, etc.), ela aceita encomendas e tem fornecido seus artefatos para lojas situadas em aeroportos. O trabalho de Jurema foi solicitado pela proprietária de uma rede de lanchonete e lojas que vende *souvenirs* sobre o Rio de Janeiro, no aeroporto Tom Jobim (local que serve como “porta de entrada/saída do país”). De acordo com seu depoimento, ela produziu uma grande quantidade de *souvenirs* para abastecer as lojas de sua contratante, principalmente, no período que antecedeu à festa carnavalesca³².

³² Anexo 7.7: Depoimento de Jurema Lemos, em 17/07/2008.

Além de termos encontrado essa denominação no trabalho de GRABURN (2009 e 1976), encontramos uma placa identificadora em uma das lojas da AMEBRAS que nos chamou atenção. Na loja do Sambódromo, mais visitada do que a da Cidade do Samba, observamos uma placa identificadora sobre os produtos comercializados, na qual podemos ler “ARTESANATO / SOUVENIRS” (Figura 70). A partir desta imagem, podemos entender que o termo *souvenir* é sinônimo de artesanato, ou, pelo menos, é assim que a AMEBRAS quer que seus produtos sejam identificados. Ademais, esta placa possibilita que tratemos o objeto de nosso estudo de maneira análoga aos objetos analisados pelos autores GRABURN e STEINER.



STEINER (1994) identifica na arte africana um tipo de arte que está “em trânsito” e que “se desloca”, em função da origem de seus compradores, que ele considera “uma área de pesquisa que permanece em grande parte inexplorada” em seu aspecto comercial. Ele também encontra nessa produção artística relações com o estudo de GRABURN (1976), entendendo o impacto do sistema econômico mundial sobre a produção local, por exemplo, a manufatura das chamadas artes “turísticas” ou “de aeroporto”.

Assim como a arte africana representa a arte produzida “na África”, o *souvenir* carnavalesco representa um tipo de artesanato produzido “no carnaval” ou “em função do carnaval”. Neste aspecto, relacionamos os *souvenirs* carnavalescos, com intenção comercial, com as artes turísticas ou “artesanatos temáticos”, destinados ao turismo.

O estudo de GRABURN (1976) adverte para os motivos e razões que alimentam as relações sociais, a partir da produção de objetos turísticos, com finalidade comercial, como:

“Ganha-se prestígio pela associação com estes objetos, sejam eles lembranças ou caros importados; existe uma quantidade de prestígio conectada às viagens internacionais, exploração, multiculturalismo, etc. que estas artes simbolizam; ao mesmo tempo, existe também o ingrediente nostálgico do feito à mão num ‘mundo de plástico’, [...]. Mas, para muitos itens da arte comercial, esta própria demanda freqüentemente leva a uma proliferação e produção em massa, que vicia seu prestígio e utilidade no mesmo mercado esnobe para o qual as novas artes foram inventadas” (pp. 02-03).

Assim, percebemos que o trânsito destes objetos, artes e artesanatos circulam e circundam um mercado incentivado pelo turismo. No entanto, esse mercado não é um local naturalizado no sentido de existir, “naturalmente”, e sim como STEINER (1994) afirma: “descobre-se que o mercado é na verdade um espaço social escrupulosamente estruturado, no qual cada objeto tem seu proprietário de direito e no qual cada pessoa tem uma posição social específica e um conjunto reconhecido de papéis sociais e econômicos” (p. 18). GRABURN (1976), por sua vez, sintetiza algumas características sobre esses mercados percebidas por ele no estudo que fez sobre as “Artes do Quarto Mundo”, como:

“O mercado em si é a fonte mais poderosa de inovação formal e estética, freqüentemente levando a mudanças de tamanho, simplificação, standardização, naturalismo, ao grotesco, bizarro, ao arcaísmo. souvenirs ou objetos de comércio para o mercado de massa precisam ser (a) baratos, (b) portáteis, (c) compreensíveis e (d), como D. Ray (1961) mostrou-nos em relação às esculturas em marfim dos esquimós do Alasca, espanáveis!” (p. 15).

CANCLINI (1983) trata da problemática do artesanato e das festas populares sob a ótica do capitalismo, ao apontar para a dificuldade de identificação (muitas vezes conflitantes) destas atividades, ditas artesanais, pois

“a dificuldade em estabelecer a sua identidade e os seus limites se tem agravado nos últimos anos porque os produtos considerados artesanais modificam-se ao se relacionarem com o mercado capitalista, o turismo, a ‘indústria cultural’ e com as ‘formas modernas’ de arte, comunicação e lazer” (p. 51).

Por isso mesmo, procuramos estudar essa produção “gerada e gerida” em torno da festa do carnaval e para além da festa, inclusive. No entanto, estes *souvenirs* carnavalescos não se “explicam” por si só, nem pretendemos estudar apenas os objetos em si, mas o complexo emaranhado de caminhos e processos que envolvem os artesanatos carnavalescos, conforme CANCLINI (1983, p. 53) adverte: “Necessitamos, portanto, estudar o artesanato como um processo e não como um resultado, como produtos inseridos em relações sociais e não como objetos voltados para si mesmos”.

Sendo assim, é imprescindível verificar onde se localiza a produção desse tipo de objeto que nomeamos de *souvenir* carnavalesco. No entanto, a partir do cruzamento das vozes daqueles que fazem, dos que vendem, dos que compram e daqueles que mediam este processo identificamos uma espécie de entre-lugar³³. Esses espaços e lugares simbólicos nos interessam a partir do registro das vozes de quem os compõem, pois acreditamos haver um tempo e um espaço onde os *souvenirs* carnavalescos se encontram, ainda sem precisão, mas que suspeitamos se localizar em outro campo, entre o design e o artesanato, como vemos a seguir, no último capítulo desta Tese.

³³ BHABHA (1998, p. 27) usa esse termo associando-o a outros, como: hibridismo, tradução, “trabalhos fronteiriços da cultura” e com o sentido de “realidade intervalar”, que pretendemos nos utilizar para explicar as dimensões espaço-temporais escolhidas como norteadoras de nosso trabalho, ainda que imprecisas.