
A mídia secundária vestimenta e seu sentido comunicacional no evento Mudança do Garcia¹

Rafael Santana Lopes²
Guilherme Moreira Fernandes³

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB)

RESUMO

Esta pesquisa se justifica pela sua relevância como objeto científico e impacto na sociedade, dado a importância cultural que o festejo carrega. Trata-se de uma pesquisa qualitativa planejada como estudo de caso que se apoia na episteme comunicacional, no método etnográfico e no uso das técnicas de análise de imagem com base semiótica. Este estudo visa a identificação das formas de expressão artísticas e comunicacionais não ortodoxas (folkcomunicação) presentes na Mudança do Garcia, manifestação político-cultural do carnaval de Salvador manifestadas através das vestimentas, enquanto mídia secundária, segundo Norval Baitello. O olhar a ser direcionado no caminho da pesquisa, fundamenta-se na perspectiva da fenomenologia da percepção no âmbito de uma socialidade político-ideológica de esquerda que é materializada nas vestes e nos meios próprios de expressão de ideias para compor a ambiência sensível da festa/do bloco.

PALAVRAS-CHAVE

Sentidos; Vestimentas; Folkcomunicação.

INTRODUÇÃO

Desde a antiguidade clássica, com repercussão na Idade Média até os dias atuais, os festejos que antecedem a Quaresma são marcas da cultura popular refletindo vigorosamente a opinião das classes menos favorecidas. Bakhtin (1987) ao estudar o

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, publicitário e mestre em Comunicação pela UFRB; e especialista em Comunicação Organizacional com ênfase em Assessoria de Imprensa pela Faculdade 2 de Julho. Integra o grupo de pesquisa COMUNIME - Comunicação, Identidades e Memória. Autor da dissertação “Desafios da comunicação pública no Recôncavo da Bahia: estudo de caso do município de Amargosa” (2020), com orientação da profa. dra. Hérica Lene. E-mail: lopesrafael.prof@gmail.com.

³ Guilherme Moreira Fernandes é professor adjunto do Centro de Artes, Humanidades e Letras da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia e professor permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFRB. Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: guilherme.fernandes@ufrb.edu.br.

contexto de François Rabelais apresenta uma visão mítica do inferno e aponta como elementos do carnaval figuras como: 1. gigante (corpo grotesco) portanto, afastada da estética realista e naturalista; 2. criancinhas empoleiradas sob os caixões (morte e vida); 3. entranhas (a música tocada em alusão à vida renovada). Desta forma, a natureza carnavalesca, a partir destas figuras, compreende a excepcionalidade e o inacabamento da apresentação. O inferno é apresentado pelo autor como uma encarnação do acerto de contas, testemunha de uma lógica de inversão.

No âmbito baiano, de acordo com Risério (2004, p. 561), a algazarra que já datava dos tempos de colonização foi proibida em meados do século XIX – “motivo: a Bahia, como o Brasil, precisava civilizar-se”. No entanto, na década de 1880, os bailes de elite inspirados no carnaval de Nice e Veneza, ao ensejar uma festa civilizadora, aos poucos foi retomando a tradição de celebração. Porém, faz-se necessário destacar que as primeiras décadas do século XX tenham sido marcadas por perseguições ao carnaval negromestiço. O autor situa o ano de 1949 com dois marcos fundamentais: o bloco Afoxé Filhos de Gandhi e o trio elétrico de Dodô e Osmar.

Com base no contexto supracitado, visando demarcar o carnaval baiano, Risério aponta:

O carnaval carioca foi se convertendo, principalmente, num espetáculo, com uma divisão entre palco e plateia. O que, de resto, contraria o modelo clássico que encontramos na história do carnaval no Ocidente, dos permissivos festejos romanos em honra de Saturno aos carnavais da Idade Média, onde a ideia de uma separação palco/plateia, teatralizando a festa, seria simplesmente impensável. O carnaval baiano se encaminhou justamente para essa fisionomia clássica: uma festa frenética, vivida por todos. (RISÉRIO, 2004, p. 565).

A partir da década de 1970, com o auge nos anos 1990, a festa baiana sofreu um processo de turistização apropriando-se do carnaval de trio elétrico como marca de baianidade. Na contramão da indústria do carnaval soteropolitano, o bloco Mudança do Garcia se mantém como um espaço de reivindicação, interação, socialidade e manifestação político-ideológica.

Assim, a partir do conceito de carnavalização apontado por Bakhtin (1987), onde marginalizados apropriam-se do centro simbólico numa explosão de alteridade em que se privilegia o marginal, o periférico, o excludente num lócus privilegiado da inversão, a Mudança do Garcia figura como um objeto de pesquisa importante a ser investigado no âmbito das relações entre comunicação, cultura e arte. A representação do carnaval em Bakhtin é basicamente o que a Mudança do Garcia pode proporcionar com a manifestação político-cultural em Salvador, uma festa plural que vai de encontro a valores turísticos, tabus religiosos e normas político-morais correntes.

Localizado na região central de Salvador, o bairro do Garcia possui uma cena cultural efervescente. É um dos bairros soteropolitanos mais plurais em termos de cultura. A origem do nome deriva da fazenda do Conde Garcia D'Ávila, que ocupava uma região com metade do atual território da Bahia. Grande celeiro cultural, o bairro ficou popular com a difusão da música do sambista Clementino Rodrigues, conhecido como Riachão (1921 – 2020), que fez o Garcia ser difundido mundo afora pelas suas composições, gravadas por nomes da música como Caetano Veloso e Gilberto Gil que interpretam “Cada Macaco no Seu Galho” marcando seus retornos ao Brasil após o exílio político durante o regime militar.

Mas, além de berço do samba, o Garcia é palco da manifestação político-cultural que ocorre todos os anos, às segundas-feiras, durante o carnaval de Salvador: a Mudança do Garcia. Atração tradicional do local, o bloco surgido em 1926 com nome de Arranca Tocos é famoso pela irreverência e popularidade que agrega a militância de esquerda num circuito contra hegemônico da festa. Depois mudou para Faxina do Garcia e por fim Mudança do Garcia (desde 1959).

Os foliões costumam produzir fantasias e cartazes de protesto, geralmente contra políticos e governantes e desfilam embalados por bandas de sopro e percussão. É possível identificar pessoas de todas as idades e classes sociais vestidas a caráter ou não, participando do cortejo – denominado de circuito Riachão - que segue do fim de linha do Garcia ao bairro do Campo Grande que integra o circuito Osmar.

A manifestação agrega especialmente pessoas ligadas a sindicatos operários. Há registros de duas versões acerca da origem do movimento político-cultural: uma é a de que o bloco surgiu depois do “despejo” de uma prostituta que morava no bairro durante

uma segunda-feira de carnaval; a outra vem do protagonismo do então vereador Herbert de Castro que no ano de 1959 promoveu uma reivindicação para urbanização do Garcia obtendo aceitação da prefeitura para promover uma “grande mudança”. Com fantasias e mensagens que remetem a problemas sociais e de cunho político, o evento já é institucionalizado no carnaval de Salvador e é considerado um espaço de livre manifestação que exhibe e proclama palavras de ordem de forma democrática e plural.

Ao passo que, ao menos desde 1983 – com a publicação do dossiê “Carnaval brasileiro: Comunicação de Massa ou Folkcomunicação?” pelo Cadernos Intercom (nº 5) – o carnaval tem sido estudado pela ótica comunicacional e, as multiplicidades do carnaval baiano, especialmente o soteropolitano, tenha ganhado amplas análises, com a de Oliveira (1996) e Peixinho (2008) – que destacam nosso objeto empírico – as especificidades da Mudança do Garcia ainda não foram um objeto privilegiado para a pesquisa em nível de doutoramento. A necessidade emergente deste estudo é um das justificativas da importância deste projeto que visa resguardar a pluralidade cultural/artística de um movimento eminentemente popular e crítico no âmbito político.

No entanto, o referido bloco carnavalesco foi objeto de algumas reflexões, das quais destacamos: Souza (2007), Oliva Junior (2008), Lima (2010), Cardoso (2015). Nossa proposta parte das premissas apontadas por esses pesquisadores, que são consonantes com a percepção da vivência de folião, mas que ainda não revelam os sentidos comunicacionais expressos na especificidade plural/tribal do bloco.

A respeito da pluralidade do movimento popular, Oliva Junior (2008) considera que a saída da “Mudança do Garcia” atinge seu objetivo a partir da manifestação de cada cidadão que se expressa como assim o desejar direcionando suas mensagens para a sociedade como um todo, sejam elas de caráter privado ou público.

No contexto geral das imagens ali observadas e registradas, quando as cito refiro-me ao conjunto de mensagens imagéticas, sejam elas literárias em formato de pequenos textos, sejam elas não-verbais, como a produção de fantasias, máscaras e representações simbólicas, que nos remetem a conteúdos políticos das esferas municipais, estaduais ou nacionais (OLIVA JUNIOR, 2008, p. 94).

No bojo dos múltiplos sentidos e socialidades proporcionadas no acontecimento é crucial a pesquisa *in loco* vivendo o sentido da festa. Por isso, a escolha pelo estudo de caso (YIN, 2001) se propõe a uma pesquisa participante, portanto etnográfica.

O problema de pesquisa está centrado na investigação empírica acerca dos sentidos das vestes (CIDREIRA, 2015, 2019) e do discurso em mídia folk (BELTRÃO, 2001; HOHLFELDT, 2013), ou seja, meios de expressão informacional eminentemente populares e artesanais como cartazes, faixas, banners, panfletos, abanadores, estandartes, máscaras e adornos. Apesar de sua temporalidade curta, a moda deve ser um fator a ser considerado para pensar as vestes que, por sua vez, assumem a forma de fantasia.

A partir da visão de Lipovetsky (2009, p. 211) de que “jamais se compreenderá a instalação permanente da moda consumida em nossas sociedades sem devolver aos valores culturais o papel que lhes cabe e que tanto o marxismo como o sociologismo não cessaram de ocultar”, a veste deve ser analisada enquanto uma moda peculiar contextualizada nas especificidades da Mudança do Garcia.

Concomitante, a análise dos recursos informacionais será feita sob a ótica da folkcomunicação que privilegia a visão de resistência a partir de um dialogismo artesanal e horizontal. Para o criador do conceito, ao inserir o carnaval como forma de folkcomunicação opinativa, a manifestação vai além dos veículos escritos e das fantasias:

A opinião do povo explode, igualmente, e com vigor decisivo, no tríduo carnavalesco. Não apenas nos ditos chistosos, nas fantasias, nos cartazes e estandartes [...]; nem unicamente os carros alegóricos dos chamados ‘clubes de alegrias e críticas’ [...], mas, sobretudo, nas letras dos sambas e dos ‘frevos-canções’, que, por isso mesmo, caem no gosto do povo, são cantados por milhares nos dias e noites do Entrudo (BELTRÃO, 2001, p. 224).

Tomando como referência os dizeres de Beltrão, pretende-se investigar o que essa comunicação artística representa e quais os seus sentidos aparentes, provocados e subliminares na Mudança do Garcia.

Ao passo em que o bloco Mudança do Garcia enseja uma participação política para a construção da cidadania, os procedimentos metodológicos utilizados são observação participante e análise documental numa pesquisa qualitativa em formato de estudo de caso.

Embora nosso campo epistêmico seja a Comunicação e a etnografia um método privilegiado pela Antropologia, a etnografia ou antropologia da Comunicação vem sendo consolidada como forma de pensar práticas culturais que, por sua vez, são também comunicacionais (RÜDIGER, 2015). Geertz (1978) adverte para a importância “do ponto de vista dos nativos”, ou seja, a observação do cotidiano não deve partir da busca pelo exótico. Dessa forma, Cicilia Peruzzo (1998) recomenda que o observador seja também um partícipe do objeto observado.

Recorremos ao conceito de participação para a construção da cidadania (PERUZZO, 1998) e do diagnóstico da folkcomunicação de que os assuntos em voga no momento dão o tom da crítica política (BELTRÃO, 2001) que são a característica principal da Mudança do Garcia.

Nosso olhar está amparado nos princípios da fenomenologia da percepção apontados por Merleau-Ponty (1994), na tentativa de compreender o corpo enquanto existência. Como arcabouço teórico esta pesquisa visa mobilizar conceitos de carnavalização (Bakhtin), aparência (Maffesoli), efêmero (Lipovetsky), meios populares de informação de fatos e expressão de ideias (Beltrão) e participação cidadã (Peruzzo).

Ao refletir sobre o saber sensível, Maffesoli (1998) constata a importância da comunicação e queixa que ela é mais referenciada como instrumento de poder do que como interesse de análise. Ao associar a comunicação com a imagem e o estilo em um contexto fenomenológico, o autor aponta que são estes os elementos mais marcantes de uma cultura imersa na sociedade contemporânea. Na perspectiva assumida para a realização deste trabalho, comunicação, cultura e arte são indissociáveis.

O carnaval, além de ser um espetáculo celebrativo, é também de contestação, inversão de papéis, de lógicas sociais em que as regras nem sempre são ditadas pela estrutura econômica – embora esta última seja mais visibilizada. Como carnavalização Bakhtin (1987) entende, a partir da imagem grotesca, que os papéis são invertidos,

tornando o sentido da festa momesca como alternativa de questionamento da ordem social.

O processo de socialidade materializado na Mudança do Garcia nos faz recorrer à percepção da “forma faz corpo”, de Maffesoli (1996). O autor aponta que a moda tem correlação com os hábitos individuais onde a forma faz o corpo social. Assim, o modo de vestir, atrelado a referências pessoais e/ou enviesado por práticas coletivas, contribui para a construção do que Maffesoli chama de “aparência conformista” no caminho entre a aparição e o desaparecimento. Em contraponto, o que pode parecer um sentido único no âmbito da moda inscrita na sociedade se mostra como modo de vida baseado na imanência, na harmonia e na presença de tribos – assumimos a Mudança do Garcia como tribo no sentido impresso por Maffesoli (1996, 1998, 2006).

Entre os múltiplos sentidos da moda que levam em conta as criações visuais, as pluralidades corporais e as aparências midiaticizadas, Lipovetsky (2009), ao destinar a representação da moda e caracterizá-la como o “império do efêmero” mostra que, para além da sedução, o sentido é a voga/baliza da moda. O autor aponta que o regime moda das representações coletivas não substituiu a moda consumada, mas provocou um “espírito da moda”. No âmbito da Mudança do Garcia é natural perceber que a variação de fantasias, adereços, etc. presentes na festa acompanha tendências midiáticas e políticas momentâneas. Porém, o sentido tribal da proxemia (MAFFESOLI, 2006) se mantém – o que revela narrativas e sentidos para além do efêmero. Na visão de Lipovetsky:

Na superfície, as reviravoltas da Moda desestabilizam as democracias; em profundidade, amadurecem-nas, tornando-as mais estáveis e mais impermeáveis às guerras santas, menos ameaçadas do interior, menos vulneráveis aos delírios histéricos da mobilização total. Não decadência do espírito democrático, mas seu avanço. A deriva flexível do sentido é certamente acompanhada da banalização-espacularização do político, da queda da militância e dos efetivos sindicais, de espírito de cidadania alinhado na atitude consumista, de indiferença e por vezes de desafeição em relação às eleições: aspectos reveladores de uma crise do *homo democracus* concebido idealmente. (LIPOVETSKY, 2009, p. 290).

Assim, o autor deixa evidente que, ao passo em que a moda é efêmera, ela é detentora de aspectos emancipatórios usados como formas de discurso da comunicação

do ser (persona). Para além das vestes, há ainda uma materialidade de instrumentos de comunicação não ortodoxa. O objetivo dessas formas de comunicação pode ser entendido como uma maneira de participação para a construção da cidadania.

Cicilia Peruzzo (1998) aponta diversas formas e níveis de participação no âmbito da “democracia da comunicação”. Nesse sentido, o fato de as pessoas participarem da Mudança do Garcia para protestar com a utilização de fantasias e adereços é uma forma de participação político-cidadã. O sentido não é a busca por um antagonismo (no campo político), mas sim uma forma de expressar seu descontentamento.

A comunicação engloba modos de expressão verbais e não verbais que devem ser pensados de forma concomitante. Luiz Beltrão (2001) argumenta que pessoas que não têm acesso aos veículos tradicionais ou neles não se sentem representados criam seus próprios meios de informação de fatos e expressão de ideias. A natureza horizontal e artesanal dos meios reivindica pautas contra hegemônicas e o carnaval é um desses meios de expressão a ser observado pela luz da folkcomunicação. Interessa-nos, sobretudo as formas como são proferidas as informações: oral (composições de músicas e palavras de ordem), escrita (cartazes, faixas, estandartes, panfletos, etc.) e visual (vestes, fantasias e adereços). Dessa forma, seguimos na seara fenomenológica na perspectiva de Antônio Hohlfeldt (2013):

Numa abordagem fenomenológica [da Folkcomunicação], deve nos preocupar a maneira criativa, a variante através da qual se expressa determinado sentimento ou conceito. Se nos interessar a evolução ao longo do tempo, ou seus diferentes aspectos em espaços diversos, ainda assim devemos ter presente aquilo que, por trás das aparências, continua sendo essencial. (HOHLFELDT, 2013, p. 999).

Analisamos o vídeo: https://www.youtube.com/watch?v=I9PIU_EhUKM, uma reportagem da TVT que apresenta a presença da mídia secundária manifestada nas vestes de protagonistas político culturais que integram a Mudança do Garcia.

Com audiovisual autoexplicativo, é possível identificar grupos sociais em defesa de seus direitos com protesto, irreverência e valorização cultural. Assim, na Mudança do Garcia enxergamos diversas formas de expressão comunicacional que, a partir da

perspectiva do sensível, é capaz de revelar atitudes de participação política, de cidadania, de resistência no espaço da carnavalização.

Pensar a Mudança do Garcia no carnaval de Salvador como dispositivo de luta, resistência e comunicação contra hegemônica é entender que por trás de um movimento político cultural amplo e plural há instrumentos importantes que transcendem as mensagens e palavras de ordem: são as fantasias, as vestes da Mudança do Garcia. Um bloco carnavalesco irreverente, antenado às tendências expressas na mídia, mas que se contrapõe a ela numa demarcação própria de narrativas.

As fantasias são consideradas mídias secundárias que, seguindo a classificação de Pross (1971), Menezes descreve que esta inicia quando o homem passa a utilizar acessórios como máscaras, pinturas e adereços corporais, ou seja, a partir da utilização de “ferramentas” para dar suporte e ampliar a força das mensagens no tempo e no espaço. No contexto histórico cita o surgimento das pinturas rupestres passando então para a escrita até chegarmos ao mundo da pintura, dos impressos e dos livros.

Percebemos que a mídia secundária, em especial a vestimenta, é parte constitutiva da construção de identidades dos mais diversos grupos que compõem nossa sociedade. Identidade esta formada através das mensagens que cada grupo vincula em sua roupa a partir de suas particularidades e de seu entendimento de mundo.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na idade média e no renascimento**: o contexto de François Rabelais. Trad. de Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 1987.

BAITELLO JR., Norval. **A era da iconofagia** – ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker, 2005.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de expressão de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.

CARDOSO, Carlos Henrique. Mudança do Garcia: diversidade e alegria no carnaval baiano. In: TAVARES, Fátima; BASSI, Francesca (org.). **Festas na Baía de Todos os Santos**: visibilizando diversidades, territórios, sociabilidades. Salvador: Edufba, 2015.

CIDREIRA, Renata Pitombo. Apresentação. In: _____ (org.). **O Belo contemporâneo**: corpo, moda e arte. Aracaju: J. Andrade, 2019.

CIDREIRA, Renata Pitombo. Apresentação: as roupas como legado. In: _____ (org.). **As vestes da Boa Morte**. Cruz das Almas: UFRB, 2015.

-
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- HOHLFELDT, Antonio. Perspectiva fenomenológica da Folkcomunicação. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme M. **Metamorfose da Folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae cultural, 2013.
- LIMA, Paulo Costa. Quem é você? Carnaval e Psicanálise. In: _____. **Música popular e adjacências...** Salvador: Edufba, 2010.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- MAFFESOLI, Michel. **Elogio da razão sensível**. Trad. Albert C. M. Stuckenbruck. Petrópolis: Vozes, 1998.
- MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Trad. Bertha H. Gurovitz. Petrópolis: Vozes, 1996.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 4ª ed. Trad. Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense, 2006.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. Trad. Carlos Alberto R. de Moura. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- OLIVA JUNIOR, Edgard Mesquita. Mudança do Garcia: uma estética particular no carnaval da Bahia. **Revista Cultura Visual**, Salvador, nº 11, novembro/2008. Disponível em <https://portalseer.ufba.br/index.php/rcvisual/article/view/3376/2468>. Acesso em 10 out. 2021.
- OLIVEIRA, Paulo Cesar Miguez de. **Carnaval baiano**: as tramas da alegria e a teia de negócios. 1996. 237f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Núcleo de Pós-graduação, Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 1996.
- PEIXINHO, Marcus Vinicius Barbosa. **Bahia "Terra da Felicidade"**: contornos e entranhas de uma cidade. 2008. 135f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional e Urbano) - Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano, Universidade Salvador, Salvador, 2008.
- PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.
- PROSS, Harry. **Medienforschung (investigação da mídia)**. Darmstadt: Carl Habel, 1971.
- RISÉRIO, Antonio. **Uma história da Cidade da Bahia**. Rio de Janeiro: Versal editores, 2004.
- RÜDIGER, Francisco. Mídia e cultura: a Antropologia da Comunicação depois de Schaden. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme M. **Pensamento comunicacional brasileiro**: o legado das Ciências Humanas. Vol. 2: Cultura e poder. São Paulo: Paulus, 2015.
- SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. Carnaval Brasileiro: Comunicação de Massa ou Folkcomunicação? **Cadernos Intercom**, Ano 2, nº 5, jul 1983, São Paulo, Cortez editora, 1983.

SOUZA, Fernanda Ferreira de C. F. de. **Memória vídeo-documentário**: Mudança do Garcia. 2007. 52f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

YIN, Robert. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2ª ed. Trad. Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman, 2001.