

2 YES, NÓS TEMOS SAMBA

2.1 O imperialismo e a cultura brasileira

Com a aproximação política entre Brasil e EUA, que se estreita a partir da Segunda Guerra Mundial, nos anos 1940, as trocas culturais entre os dois países se intensificam. A instalação de bases aéreas navais nas costas nordestinas propiciou a influência norte-americana no estilo de vida dos brasileiros, o que pode ser considerado, de certa forma, o início do imperialismo dos EUA no Brasil.

Obviamente, os contatos entre os dois países não se iniciaram neste momento, mas aumentaram a partir desta época, devido à convivência durante a guerra e à aliança política iniciada no governo Vargas. É neste contexto que se dá a criação, durante o Estado Novo, do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), um instrumento governamental de repressão e controle de todas as mídias da época. E, praticamente, todas as mídias da época não criticavam abertamente a entrada da cultura norte-americana no Brasil. Mais uma evidência da simpatia do presidente brasileiro pelos EUA.

Este diálogo entre o Brasil e os Estados Unidos gerou grande controvérsia entre os intelectuais brasileiros à ocasião em relação ao imperialismo, que ora era considerado uma ameaça, ora um benefício para o progresso do País. Tota descreve este panorama ambivalente:

Foi difícil para muitos admitir que o Brasil estava se americanizando. Transformado em verdadeira polêmica, o tema da “americanização”, quase sempre associado à modernização, é objeto de perene discussão. Acadêmicos, intelectuais e artistas gastaram, e ainda gastam, consideráveis argumentos a favor e contra. Os laços entre cultura e dependência econômica são bastante evidentes nas análises. Irresistível o maniqueísmo nos estudos da “americanização” do Brasil. As aspas têm, pois, sua razão de ser. O fenômeno é ora interpretado como um perigo destruidor da nossa cultura, influenciando-a negativamente; ora, de forma oposta, é visto como uma força paradigmática e mítica, capaz de tirar-nos de uma possível letargia cultural e econômica, trazendo um ar modernizante para a sociedade brasileira. (TOTA, 2000, p.11)

Um dos exemplos expoentes da dicotomia de opiniões gerada pela influência norte-americana em território brasileiro é Carmem Miranda, artista dotada de talentos plurais, que alcançou fama e notoriedade nos Estados Unidos com seu jeito brejeiro e sua forma peculiar de dançar e cantar. Depois de muitos anos morando e se apresentando nos EUA, a pequena notável retornou ao Brasil em julho de 1940 para um espetáculo com fins beneficentes destinado à elite carioca, realizado no Cassino da Urca.

Sua apresentação dividiu opiniões. Naquele dia, o público se mostrou indiferente ao esforço de Carmem Miranda em agradecer. Tota descreve a situação:

Em 1940, um pequeno incidente ocorrido no *show business* brasileiro demonstrou que a americanização tinha de superar algumas “resistências” manifestadas por um setor importante da sociedade brasileira. Na noite de 15 de julho, a elite carioca que viu o show de Carmem Miranda no Cassino da Urca mostrou-se bastante refratária à cantora, recém-chegada de Nova York, onde se apresentara na Broadway, no rádio e no cinema.

Logo no início, Carmen cumprimentou a plateia com um “Good night, people”. O público nem sequer reagiu ao inglês incorreto de Carmen. O certo seria *good evening*. Nem mesmo a faceta gozadora da americanização da Pequena Notável foi aceita pelo público. O mal-estar aumentou depois que ela cantou “The South American Way”, rumba de autoria de Jimmy McHugh e Al Dubin, que, na interpretação da cantora, até chegava a parecer um samba. Um silêncio sepulcral foi a resposta do público que tinha ido ao Cassino para rever a Pequena Notável.

Refratária pode não ser o melhor adjetivo para qualificar a reação do público que estava no Cassino da Urca naquela noite. Talvez ele não tenha reagido tão-somente em defesa de nossa nacionalidade e da nossa cultura popular, que estavam sendo bombardeadas exatamente por uma de suas representantes mais conhecidas. (...). (TOTA, 2000. p.17)

Diferente do que pensa o autor, alguns jornais consideravam a presença e atuação de Carmen Miranda nos EUA como uma positiva forma de divulgação e reafirmação da cultura brasileira. Um bom exemplo é a matéria veiculada no jornal *Gazeta de Notícias* de 5 de janeiro de 1941 (Figura 5), que, por seu conteúdo, utilizando a artista brasileira como paradigma, revela muito da relação e das trocas culturais entre o Brasil e Estados Unidos na década:

Para todos os produtos (sic), os Estados Unidos da América do Norte interessam como mercado. Quem tiver suas mercadorias para vender e quiser um bom freguês deve procurar os “yankees”. O Brasil compreendeu isso e fez, por intermédio do chanceler Oswaldo Aranha, vários entendimentos comerciais com a terra de Tio Sam.

A música popular de um povo rende dinheiro e faz boa propaganda do seu país de origem.

A “chance” que coroou de sucesso a temporada de Carmem (sic) Miranda em Nova York fez boa (sic) publicidade do nome do Brasil.

Agora, a “bombshell” está em Hollywood fazendo um film de sucesso. Em Nova York se encontram, também agradando em cheio, os cantores nacionais Candido Botelho e Alzirinha Camargo e “Zezinho com sua orquestra” em São Francisco da Califórnia.

Músicas populares brasileiras, como a marchinha “Mamãe eu quero”, já foram gravadas na América do Norte por 13 orquestras diferentes.

Com todo este bom clima para a produção nacional seria inteligente forçar o mercado dos Estados Unidos com um plano bem organizado de propaganda. O DIP poderia organizar boas orquestras, com repertório escolhidíssimo e bons “crooners”, para estabelecer um ataque em massa nas principais praças da Norte-América.

Ganharíamos, assim, nome e dinheiro! E isso não faz mal a ninguém...

A semente do samba já está plantada na terra do “fox”. Agora é só regá-la com inteligência e entusiasmo.²¹

²¹ A utilização das palavras em inglês demonstra o desejo de se ter uma familiaridade com os Estados Unidos, a certeza da força que há na cultura popular, apesar de sermos um país periférico.



Figura 5- Exaltação à Carmen Miranda e a importância de exportar nossa cultura. (Gazeta de Notícias de 5 de janeiro de 1941)

Outro exemplo é o jornal Diário de Notícias que, entre outros, como o Jornal do Brasil, omite o desprezo da plateia pela Pequena Notável (citado, inclusive no site oficial da artista: www.carmenmiranda.com.br) e enaltece as características da artista (Figura 6):

A festa revestiu-se do maior êxito, tendo comparecido figuras do corpo diplomático, elementos de destaque da sociedade carioca. Carmen Miranda foi muito aplaudida nos números que executou, inclusive as canções do filme “Down Argentina Way”. (Diário de Notícias, 17 de julho de 1940)



Figura 6 – A alta sociedade carioca comparece em peso ao espetáculo de Carmen Miranda, mesmo contrariada devido à oposição ao imperialismo (Diário de Notícias, 17 de julho de 1940).

Contudo, ficou evidente que, quem não estava nem um pouco preocupado com a influência norte-americana era o povo, a massa, que, sem ressalva, recepcionou calorosamente a artista em seu desembarque no Brasil, conforme podemos ver na figura 7.



Figura 7- Multidão reverencia a Pequena Notável em seu retorno ao Brasil (Correio da Manhã, 11 de julho de 1940).

Devido às críticas e repúdio da elite carioca, dois meses após o fatídico show na Urca, Carmem Miranda voltou e se apresentou no mesmo local onde foi desprezada, cantando para o público o samba “Disseram que eu voltei americanizada” de Luiz Peixoto e Vicente Paiva (TOTA, 2000). Os refrãos do samba-canção refletem a desaprovação vivida pela Pequena Notável e traz uma resposta da artista à situação com uma pitada de ironia:

E disseram que eu voltei americanizada / Com o "burro" do dinheiro, que estou muito rica / Que não suporto mais o breque de um pandeiro / E fico arrepiada ouvindo uma cuíca / Disseram que com as mãos estou preocupada / E corre por aí que ouvi um certo zum-zum / que já não tenho molho, ritmo, nem nada / E dos balangandãs já nem existe mais nenhum / Mas prá cima de mim, prá que tanto veneno? / Eu posso lá ficar americanizada? / Eu que nasci com samba e vivo no sereno / topando a noite inteira a velha batucada / Nas rodas de malandro, minhas preferidas / eu digo é mesmo "eu te amo" e nunca "I love you" / Enquanto houver Brasil... na hora das comidas / eu sou do camarão ensopadinho com chuchu!

Observando a letra acima, pode-se notar que a cantora diz que nasceu com o samba, para reafirmar seus status de brasileira, afirmando ser, então, uma grande afronta a possibilidade de ela não gostar mais do som do pandeiro ou de uma cuíca²². Tota também comenta sobre a interpretação da música pela cantora:

Carmem cantou no mais tradicional estilo dos sambistas cariocas. Estilo que a tinha caracterizado como intérprete brasileira. Na segunda parte do samba, quando responde

²² Carmen Miranda nasceu em Portugal, mas, por ter sido criada no Brasil, considerava-se uma legítima brasileira.

com um “Mas pra cima de mim”, ela muda de tom, dando à voz um toque de malandro. E, no fim da canção, pronuncia a palavra Brasil à maneira dos políticos sulistas, carregando na letra l, como o presidente Getúlio Vargas. (TOTA, 2000, p.18)

À parte de toda a polêmica, Carmen Miranda não foi a única artista brasileira a participar deste intercâmbio cultural entre Brasil e Estados Unidos. Entre outros, podemos citar o artista plástico Cândido Portinari, que flertava com o Museu de Arte Moderna de Nova Iorque (MoMA) e o paisagista Roberto Burle Marx.

Além dos representantes da arte e cultura brasileiros, o carnaval de rua do Rio de Janeiro também foi incluído na influência norte-americana. Espaço de constantes diálogos, o carnaval acabou agregando elementos dos Estados Unidos adaptados e incorporados em sua estética. As figuras 8 a 11 trazem os registros dessa hibridação de signos culturais (CANCLINI, 2008).



Figura 8- A baiana da Praça Onze, como é descrita no subtítulo da publicação, junto com o Pluto. (Gazeta de Notícias, 22 de fevereiro de 1941)

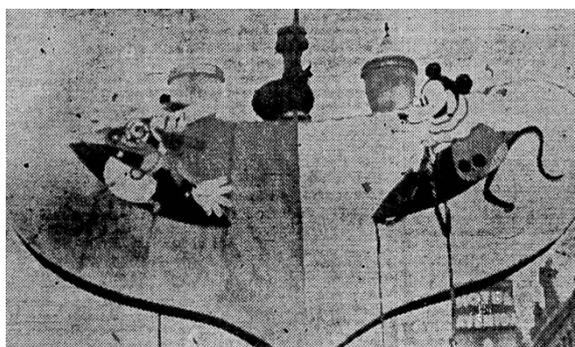


Figura 9- Pato Donald e Mickey fazem parte da decoração das ruas no carnaval de 1941. (Gazeta de Notícias, 22 de fevereiro de 1941)



Figura 10- O personagem Olívia Palito faz parte da ornamentação do carnaval da Avenida Rio Branco. Além da evidente referência norte-americana na presença da figura em si, a legenda da foto cita a personagem como “figura universalizada pelos desenhos animados do cinema”, indicando de onde vem a influência cultural. (Diário de Notícias, 20 de fevereiro de 1941)



Figura 11- Neste caso, além do baile ser nomeado por um personagem do cenário cultural norte-americano, Baile do Popeye, há a junção de elementos próprios das identidades culturais distintas de cada país. Os personagens, que são característicos do imaginário norte-americano, estão vestidos de malandro e porta-bandeira, símbolos peculiares das escolas de samba que, nessa altura, já são consideradas como uma representação da brasilidade, do que há de genuíno na cultura do Brasil. O colar e coroa feitos de bananas usados pela personagem Olívia Palito são uma analogia à Carmen Miranda. (Diário de Notícias, 11 de fevereiro de 1942).

Como não haveria de ser diferente, a Coca-Cola, ávida por conquistar o mercado consumidor brasileiro, desde sua entrada no país, nos anos 1940, também se empenhou em se associar a outras manifestações culturais do Brasil. Além de massivas e constantes publicidades, a marca de refrigerantes também passou a se envolver em atrações culturais, como, por

exemplo, programas musicais em rádios. Um dos programas patrocinados pela Coca-Cola foi aquele intitulado “Um milhão de melodias”, que era transmitido pela Rádio Nacional (Figura 12).



Figura 12- Coca-Cola tinha seu programa de rádio e sua grande orquestra brasileira. A marca de refrigerantes investia em cultura desde quando chegou ao Brasil. (A Noite, 23 de maio de 1945)

O jornal Diário da Noite destaca o envolvimento da Coca-Cola com o programa “O Club da Música”. (Figura 13).

O “CLUB DA MÚSICA” RECEPCIONA A “RAINHA”

desfile de grandes melodias com arranjos orquestrais de Carioca e Mozart Brandão
— O coral e a grande orquestra Tupi

CLUB da Música, oferta dos fabricantes da Coca-Cola, receberá, domingo, Sua Majestade Dona, em seu regresso do Uruguai ao grande programa orquestral da Rádio Tupi, domingo, às 21,30.

com a participação da grande orquestra da Rádio de um coral, e mais dos cantores Hedinar Martins, Orlando Corrêa, Giacomo Gleghi e Alberto Fernandes, com excelentes orquestrações do maestro Mozart Brandão, o “Club da Música” dará mais uma audição, vez recepcionando a “Rainha”.

SUCESSO DO “CLUB”
Provavelmente é patente o sucesso que vem alcançando o “Club da Música”, desde a sua criação, pois em suas primeiras audições de bom gosto, e que lhe tem valido os primeiros lugares nas audiências de domingo, não só no Rio como também nos Estados, de aumento, cada dia, a correspondência.



O PROGRAMA DE DOMINGO
Domingo próximo, às 21,30 horas, o “Clube da Música” apresentará um programa selecionado, com a grande orquestra da Tupi, o coral das “Três Marias” e dos “Garotos da Lua”, com orquestrações de Mozart Brandão. Sívuca, o mago da sanfona, apresentará “Lover”, num arranjo do maestro Carioca. Hedinar Martins cantará, numa excelente orquestração, com coral, o “Risque”, de Ary Barroso. O tenor Giacomo Gleghi interpretará o “Porgy and Bess”, num arranjo orquestral de Mozart Brandão. “Marina”, a bela página musical de Caymmi será interpretada por Orlando Corrêa. Alberto Fernandes cantará “Festa Canora”, uma canção brasileira de Humberto Teixeira, também com o grande coral Tupi. E finalizando, Doris Monteiro interpretará uma das canções francesas de seu repertório.

↑ SÍVUCA interpretará no “Club da Música”, “Lover” num grande arranjo orquestral de Mozart Brandão.

Figura 13- Mais um programa de rádio patrocinado pela Coca-Cola. (Diário da Noite, 5 de abril de 1956).

Concursos musicais também foram alvo do interesse da marca de refrigerantes (Figura 14)



Figura 14- Concurso de canto patrocinado pela Metro-Goldwyn-Mayer, Coca-Cola e Pan American World Airways. (A Manhã, 5 de abril de 1956)

Diante do sucesso das campanhas (vide a desprocuração do povo em relação à “americanização da Carmem Miranda), percebendo a força das camadas populares, a Coca-Cola começa a investir no carnaval carioca. Em 1957, em parceria com o jornal Última Hora, viabilizado pela agência de publicidade McCann Erickson, criou um concurso entre as escolas de samba. O investimento em conjunto, principalmente da marca de refrigerantes, gerou uma grande adesão, em uma proporção talvez jamais imaginada, e proporcionou um dos mais interessantes encontros culturais da época.

2.2 As escolas de samba: seu início e um pouco de história

A ideia do que hoje são as escolas de samba começou a ser delineada nos anos 1920, quando a sociedade brasileira, vivendo na contradição entre o passado e o futuro, quer dizer, presa ainda à condição de um estado rural, mas ávida em vivenciar o que idealizava como modernidade, começa a buscar uma identidade nacional que lhe trouxesse um vínculo forte e delimitador (ORTIZ, 2001). Desta busca, surgiu a Semana de Arte Moderna, em 1922, cuja proposta principal seria o rompimento com a estética vigente e a consolidação das raízes brasileiras. “1920 é um marco importante num processo de diálogos, tensões, imposições e concessões próprios do que se define contemporaneamente como cultura popular”, ressalta Ferreira (2012). Velloso (Apud FERREIRA, 2012, p.154) acrescenta:

A partir dos anos 1920, valorizava-se, no Brasil, o conceito de cultura popular sob os auspícios do movimento modernista que, tanto em São Paulo quanto no Rio de Janeiro, incorpora em suas obras o falar, a criação plástica, as manifestações festivas e a estética do povo.

Em paralelo, a sociedade brasileira, querendo alcançar a modernidade, passou a se espelhar na Europa. De acordo com Ferreira (2012, p.155)

Os anos 1920 verão surgir, na Europa, um forte movimento de valorização da cultura negra, conhecido como negrofilia. A intelectualidade brasileira iria se engajar nesta verdadeira onda que varreu o mundo no início do século XX com fortes reflexos na questão da cultura popular. Esta começa a ser vista, no Brasil, não mais como um espaço privilegiado do sertanejo, ou dos usos e costumes do interior do país, mas como essencialmente ligada a raízes africanas. A valorização do samba como ritmo nacional reforça o interesse pelas periferias das cidades, com destaque para o Rio de Janeiro, então capital do país. As favelas nos morros, como a Mangueira ou o Estácio, e os subúrbios distantes, como Madureira, passam a incorporar uma espécie de brasilidade essencial, expressando a “alma” profunda do povo. (Ferreira, 2012, p. 155)

É neste momento em que o samba, antes rechaçado pela elite, começa a ser reconhecido como uma preciosidade, que traduz a brasilidade tão buscada e finca as raízes de uma identidade que permite o vínculo com o futuro. Turano (2012), descreve essa mudança de visão e expectativa sobre o popular:

Ferreira (2004) destaca a valorização do nacional por parte dos países ocidentais após a Primeira Guerra Mundial, relegando as influências estrangeiras a um segundo plano. Para o autor, “é a partir dos anos 1920 que o sentimento de valorização do Brasil toma impulso, exaltando o popular, o negro, o simples, o genuinamente brasileiro na sociedade carioca que se define como uma síntese do país” (LOPES, 2000). A busca pela nacionalidade, representada no movimento modernista, traduz um novo modo de pensar as relações sociais entre as classes brasileiras. A ideia da nova modernidade propõe um diálogo cultural entre a cultura da classe dominante e as manifestações definidas como populares (FERREIRA, 2005)

Desta forma, o “samba de morro” passa a preponderar entre os desfiles das sociedades, os corsos e as batalhas de flores e confetes (FERREIRA, 2012) e neste cenário surgem as escolas de samba.

O diálogo entre o olhar hegemônico e cultura popular ampliaria ainda mais o interesse da intelectualidade com relação às manifestações carnavalescas, criando o campo propício para a organização dos grupos de samba de morro em entidades com nome e qualificação próprios: as escolas de samba. O surgimento destes grupos marca, desse modo, uma estratégia de aceitação engendrada pela população das periferias cariocas, desejosa de se incorporar à sociedade que, por sua vez, buscava uma expressão essencialmente popular e brasileira para o carnaval e para o próprio país. A própria utiliza-

ção do nome “escola” para definir estes grupos já aponta para uma intenção pedagógica e para uma estratégia de aproximação com a cultura oficial. Não é de se espantar, portanto, que o mesmo movimento que valorizava o carnaval popular “africanizado” seja o responsável pela oficialização do carnaval das ruas do Rio de Janeiro, realizada por Pedro Ernesto em 1932, sob controle e orientação de uma Comissão Executiva coordenada pelo Touring Club. (FERREIRA, 2012, p.156)

Desde então, as escolas de samba se tornaram um território de constantes disputas entre os mais variados interlocutores, como o governo Vargas, o Partido Comunista Brasileiro (PCB), a elite e intelectualidade de esquerda e a Coca-Cola. Cada um deles procurou se aposar e dominar, de formas e com propósitos bem particulares das escolas de samba. Todos estes encontros traduzem a hegemonia, (Storey, 2003) permitindo que, de cada contato, as representantes do samba do morro e da “genuína brasilidade”, extraíssem proveito, negociando a aceitação de elementos característicos de cada grupo dominante, realizando as trocas que alimentam a força responsável por engendrar o movimento constante que mantém viva a cultura popular. Ferreira descreve este intercâmbio²³:

A formação das escolas de samba representa, deste modo, um processo de trocas entre os interesses culturais emergentes dos subúrbios e morros cariocas, e os mecanismos de expressão do governo e da intelectualidade brasileira dos anos 1930/1940. O preço pago pelos sambistas para saírem dos guetos e serem aceitos no “asfalto” foi o de compactuar com o poder constituído, perdendo certa pureza original em troca do reconhecimento da sociedade. Esta colaboração, entretanto, teria mais de uma face, não se restringindo às louvaminhas, lisonjas e adulações ao governo, mas também impondo à sociedade significações, ritmos, formas, performances e visões do mundo advindas do espaço do popular. Estabelecida mediante negociações complexas, contínuas e contingentes, esta cultura popular cotidiana e ordinária sobreviveu e se impôs como maior expressão cultural do país. (FERREIRA, 2012, p. 163)

Apesar da força cultural dos Estados Unidos, já estabelecidos como potência econômica em âmbito mundial, podemos perceber que, em seus primeiros anos de contatos intensos e trocas com a cultura do Brasil, tivemos muitos elementos incorporados, principalmente no carnaval, mas sem uma perda de identidade local ou uma homogeneização de nossos traços culturais.

Conforme vimos anteriormente, a relação estreita entre os Estados Unidos e a grande representante de sua cultura popular, a Coca-Cola, os tornava praticamente indissociáveis.

²³ Quando Ferreira cita o governo Vargas, pode-se ler Coca-Cola ou PCB. As trocas podem ter sido um pouco diferentes, mas o diálogo foi o mesmo.

2.3 O cenário cultural brasileiro nos anos 1950

O Rio de Janeiro dos anos 1950 foi um lugar de intensa inovação e experimentação artística. Essa atmosfera sensorial intensa e jamais vivida é resultado de recentes transformações urbanas e de um mundo renovado com a presença de uma jovem, dinâmica e ativa América, que emergiu da Segunda Guerra Mundial. Uma transformação radical na vida urbana do Rio de Janeiro incorporou e integrou uma grande variedade de novas experiências, trazendo para a cidade novo significado e nova direção.²⁴ (GUNNARSSON; VENÂNCIO FILHO, 2008, p. 11)

A escolha do Rio de Janeiro para figurar neste livro revela seu destaque cultural no mundo. Gunnarsson e Venâncio Filho ressaltam a bossa nova, o cinema novo e o neoconcretismo como as manifestações culturais expoentes da época:

Todas as manifestações artísticas da cidade da época, como a bossa nova, a moderna arquitetura brasileira, o neoconcretismo, e o cinema novo eram, sem sombra de dúvidas, conectadas e marcadas pela cidade que as originou e as transformou.²⁵ (GUNNARSSON; VENÂNCIO FILHO, 2008, p. 12)

O filme *Rio 40 graus*, filmado em 1955, é um dos precursores do Cinema Novo, que, oficialmente, é iniciado em 1960. O filme retrata o cotidiano de cinco meninos que moram em favelas cariocar e precisam trabalhar para ajudar no orçamento da família e passam o dia inteiro nas ruas da cidade. Como cenário deste contexto, os principais pontos turísticos do Rio de Janeiro são mostrados. Esta estética que mistura as belezas naturais a enredos político-sociais agradou e foi usada por diversos outros cineastas. Nessa época também eclodia a Bossa Nova.

Na virada dos anos 50 para os anos 60, uma série de jovens, vindo dos mais distintos lugares, com as mais distintas formações, propunha uma nova maneira de fazer cinema no Brasil. Não mais o cinema artificial e empolado dos estúdios como a Vera Cruz, mas um cinema que tomasse as ruas e fosse ao encontro da sociedade brasileira,

²⁴ The city of Rio de Janeiro of the 1950s was a space of intense artistic and innovative experimentation. This environment of unprecedented sensorial intensity was a result of the recent urban transformations and a renewed world with the presence of a young, dynamic and active America, which emerged from the Second World War. A radical transformation of urban life in Rio de Janeiro incorporated and integrated a variety of experiences, giving them new meaning and direction. Texto encomendado pelo Moderna Museet, o Museu de Arte Moderna de Estocolmo, para um livro de edição comemorativa pelo aniversário do museu. A instituição escolheu escrever sobre Rio de Janeiro, Los Angeles e as cidades de Milão e Turim, consideradas pela publicação como uma só. O critério de seleção das cidades e o período, em torno dos anos 60, foram a “notabilidade, locais dinâmicos e criativos do ponto de vista contemporâneo, que gerem, cotidianamente, novos impulsos artísticos.” (remarkable, creative hot spots from a contemporary vantage point, and continue to generate new artistic impulses to this day).

²⁵ All the artistic manifestations of the time, such as Bossa Nova, modern Brazilian architecture, neo-concretism, and the new cinema – cinema novo – were unmistakably connected and marked by the city in the transformation that originated them.

incorporando novas formas de linguagem e renovando as questões estéticas e culturais do Brasil. Em 1960, depois das primeiras exposições dos curtas-metragens *Arraial do Cabo*, de Paulo Cezar Saraceni e Mário Carneiro, e *Aruanda*, de Linduarte Noronha e Rucker Vieira, o então jornalista Glauber Rocha escreveu para o Suplemento Literário do *Jornal do Brasil* saudando o nascimento de uma nova geração de cineastas. Nasce aí a idéia do cinema novo, que rápido incorpora jovens jornalistas e intelectuais com sensibilidades semelhantes. Grupos vão se formando, essencialmente na Bahia, num ambiente de efervescência cultural capitaneado por Guido Araújo e Walter da Silveira, e no Rio de Janeiro, através das sessões e dos ciclos organizados pela Cinemateca do MAM. (www.tempoglauber.com.br)

Além da arte, também se estabelece no Brasil, nos anos 1950, um novo estilo de imprensa. O jornalismo, a partir desta época, passa a se tornar mais impessoal, conforme descreve Ribeiro:

No caso do jornalismo carioca, a busca por um certo distanciamento em relação à literatura e à política passou pela incorporação de uma série de práticas discursivas advindas sobretudo do jornalismo norte-americano. Através desse modelo, a linguagem jornalística começou a adquirir uma sistematização interna, e o jornalismo obteve uma certa dose de autonomização, se transformando numa comunidade discursiva própria. (RIBEIRO, 2003, p. 2)

Justamente nesta época surgiu o jornal *Última Hora*. Criado em 1951, já no segundo mandato de Vargas, a publicação veio como um reforço do governante, que sofria um boicote da mídia, por conta da repressão no passado recente, promovida pelo DIP. Era a “conspiração do silêncio” dentro da qual os jornais da época somente se refeririam a Vargas de forma crítica. Desta forma, o jornalista Samuel Wainer, depois de entrevistar o governante durante a campanha eleitoral de 1950 e formar com ele uma sólida amizade, conseguiu condições privilegiadas de um financiamento no Banco do Brasil e fundou o *Última Hora*, uma publicação que seguiria na contramão das demais, por suas características populistas e pró-Vargas, quer dizer, pró-imperialismo, o que ia na contramão da intelectualidade carioca.

3 COCA-COLA E AS ESCOLAS DE SAMBA: ISSO FAZ UM BEM

3.1 Como tudo começou: o primeiro concurso

Em fevereiro de 1957, a cidade do Rio de Janeiro foi palco de, talvez, um dos fatos mais inusitados da história do carnaval brasileiro: o encontro da cultura popular – representada pelas escolas de samba – com a cultura dominante – representada pela Coca-Cola, um dos maiores símbolos do imperialismo norte-americano. O acontecimento foi possível por causa de um concurso promovido pelo jornal Última Hora.

Venceria a competição a escola de samba que melhor musicasse uma letra previamente proposta pela Coca-Cola. O primeiro, segundo e terceiro lugares ganhariam diferentes quantias em dinheiro e a escola campeã teria sua versão gravada como o jingle oficial dos anúncios do refrigerante naquele ano.

Reportagens e anúncios da Última Hora começam, então, a divulgar a ideia do concurso e, aos poucos, conquistar a confiança das agremiações e dos leitores. A primeira matéria falando sobre o concurso foi veiculada no Última Hora em 23 de janeiro de 1957:

FABRICANTES DE “COCA-COLA”: ESPETACULAR CONCURSO COM ESCOLAS DE SAMBA

Sensacional concurso será realizado no período pré-carnavalesco pelos fabricantes de “Coca-Cola” com excelentes prêmios em dinheiro e em troféus para as Escolas de Samba. Trata-se de um certame que visa a escolher para uma letra sobre “Coca-Cola”, que será fornecida a determinadas Escolas de Samba, a melodia à guisa de “jingle” e que os foliões cantarão nos três dias de folia. O espetacular concurso conta com o apoio de ULTIMA HORA.

Inteirados na iniciativa, deram sua integral contribuição as Escolas de Samba da Mangueira e da Portela, através da palavra autorizada dos srs. Hermes Rodrigues, coordenador do Carnaval de 57 naquela famosa agremiação e Expedito da Silva, diretor social da Portela.

Amanhã daremos maiores detalhes dessa fabulosa promoção com que os fabricantes de Coca-Cola vêm cooperar para o maior brilho do Carnaval carioca. (Última Hora, 23 de janeiro de 1957).

O teor do texto inicialmente revela certa insegurança, quando mostra para os leitores a existência da confirmação de duas escolas de samba, Mangueira e Portela, provavelmente para conferir um caráter de veracidade e para que as outras escolas se entusiasmassem a participar. Contudo, a matéria termina com um tom um tanto mais audacioso, quando se refere ao concurso como “fabulosa promoção”, afirmando que a Coca-Cola poderia “cooperar para o maior brilho do Carnaval carioca”.

concurso (Praça Barão de Drumond). Além disso, foi incluída uma matéria especial sobre uma das participantes do concurso, a Mangueira. Segue o texto da reportagem:

MANGUEIRA BRILHARÁ NO CONCURSO DE CARNAVAL DOS FABRICANTES DE COCA-COLA

O Certame Apoiado Por ÚLTIMA HORA Foi Recebido Com Entusiasmo Naquele Famoso Reduto do Samba – Prêmios Espetaculares Para os Vencedores

Está lançado o grande concurso carnavalesco promovido pelos fabricantes de Coca-Cola com o apoio de ÚLTIMA HORA, entre as escolas de samba. O concurso é simples. Pequena letra sobre Coca-Cola será distribuída entre algumas escolas de samba e seus compositores farão a melodia à guisa de “jingle” para a referida letra. Cada escola terá o seu trabalho oficial, o qual será cantado em grandioso desfile a ser realizado provavelmente na Praça Barão de Drumond, na noite de 16 de fevereiro. Uma comissão de músicos, jornalistas e publicitários, ouvirá as composições e fará o julgamento, pelo processo de contagem de pontos. Na mesma ocasião do desfile, as melodias serão gravadas para posterior audição pela mesma comissão. E dois ou três dias depois, na presença de representantes das escolas participantes do concurso, serão abertos os envelopes nos quais os juízes apuseram sua opinião sobre as melodias ouvidas.

Os prêmios atribuídos por Coca-Cola são, além de taças, os seguintes; 1º lugar – 30 mil cruzeiros; 2º lugar – 20 mil cruzeiros; 3º lugar – 10 mil cruzeiros. Coca-Cola, através de seus representantes distribuirá entre as escolas a letra na qual será colocada a melodia.

A composição vencedora será gravada e difundida nas emissoras do Brasil, como “jingle” oficial da Coca-Cola para o Carnaval de 57.

MANGUEIRA ADERE!

A representação do concurso (Nelson Nobre, Ariosto Pinto e Osvaldo Miranda) iniciou ontem a visita às escolas, para dar-lhes conhecimento do sensacional concurso. A primeira foi Mangueira. Fomos recebidos fidalgamente pelo presidente sr, Marcelino José Claudino e demais membros da diretoria, Manoel José Dias, Hermes Rodrigues, Antonio Candido, Fernando Amaral, Manoel Pereira, Nelson Matos (Chefe da Ala dos Compositores) e outros. A iniciativa foi recebida com entusiasmo e ontem mesmo, ao sabor de Coca-Colas geladinas, começaram os inspirados compositores a pensar no assunto seriamente. Os compositores Nelson, Marreta e Edson Bruno, já têm várias melodias na cabeça. A Escola de Samba Estação Primeira (Mangueira), vai fazer bela figura no certame e também no Carnaval. Pelo que vimos na visita que fizemos àquele reduto de samba, Mangueira manterá vivas as suas tradições carnavalescas em 1957. (Jornal Última Hora, 24 de janeiro de 1957).

Na figura 16, a foto dos componentes da Mangueira junto aos representantes da Última Hora, com muitas garrafas de Coca-Cola à mesa:



Figura 16- A Coca-Cola começa a se inserir visualmente no contexto do samba: integrantes da Mangueira são fotografados aceitando participar do concurso consumindo Coca-Cola. Abaixo, a legenda: “Ao (sabor?) de Coca-Colas gelatinhas, Mangueira firma seu compromisso: tomará parte no sensacional concurso de Carnaval dos fabricantes do famoso refrigerante, com a colaboração de ÚLTIMA HORA. Ao centro, junto ao repórter, o presidente da E. S. E. 1ª, Marcelino José Cláudio”. (Jornal Última Hora, 24 de janeiro de 1957).

No dia seguinte, 25 de janeiro de 1957, o jornal anuncia a adesão da Portela (figura 17):



Figura 17- Da esquerda para a direita: Antenor dos Santos, presidente da Portela; Expedito Silva, diretor-social da escola entregando o documento de adesão ao representante do Última Hora, Oswaldo Miranda e a rainha da Escola, Marlene José. (Jornal Última Hora, 25 de janeiro de 1957).

Em 26 de janeiro é anunciada a participação de mais escolas (figuras 18 e 19).



Figura 18- Página do jornal Última Hora de 26 de janeiro de 1957.



Figura 19- Presidente da Unidos de Cabuçu, cercado pelos integrantes da escola, entrega o documento de adesão a Oswaldo Miranda, da Última Hora. (Jornal Última Hora, 26 de janeiro de 1957).

A matéria do jornal Última Hora de 26 de janeiro justifica a escolha do local do concurso, Praça Barão de Drumond, por ser ela “o berço do samba”, já que é o local onde Noel Rosa nasceu. A reportagem também anuncia a adesão da Unidos do Cabuçu, a possível participação do Império Serrano e divulga a letra do samba a ser musicada. É possível notar a resistência desta última escola. Quando afirmou que poderia participar do concurso, representantes do Império deixaram bem claro que seria por “desfile em Vila Isabel, como uma homenagem à terra do samba e aos moradores”, subentendendo-se que, definitivamente, não seria pela Coca-Cola:

Está sendo recebido com grande entusiasmo, pelas escolas de samba o desfile promovido por Fabricantes de Coca-Cola e ULTIMA HORA, a se realizar no dia 16 de fevereiro, em Vila Isabel, na Praça Barão de Drumond, berço do samba. Nesse desfile as academias apresentarão a música da letra-propaganda de Coca-Cola, e que faz parte do concurso instituído pelos fabricantes desse refrigerante. Já aderiram as maiores escolas do Distrito Federal: Mangueira, Portela, Unidos de Cabuçu, Unidos da Tijuca, Unidos do Tuiuti e Filhos do Deserto aprovaram a sua inscrição no concurso que, por certo, levará dezenas de pessoas à Praça Sete no segundo sábado de fevereiro.

A DECISÃO DA IMPÉRIO SERRANO

A Escola de Samba Império Serrano deverá, igualmente, participar do concurso. Eloi Antero e Alfredinho, seus diretores, em conversa com um dos organizadores do concurso, declararam que os imperianos pretendem desfilar em Vila Isabel, como uma homenagem à terra do samba e aos moradores. A Ala dos Compositores dessa Escola receberá instruções sobre a música da letra e, imediatamente, entrará em ação. A decisão dos imperianos, porém, deverá ser conhecida somente daqui a algumas horas, porque a sua diretoria irá se reunir para discutir o assunto.

VISITA ÀS ESCOLAS

Nelson Nobre, Ariosto Pinto e Osvaldo Miranda, membros da Comissão Organizadora do Concurso, tem visitado as escolas de samba. Anteontem (quinta-feira) a Comissão esteve nos Unidos de Tuiuti, Filhos do Deserto e Unidos da Tijuca. Seus diretores receberam com a maior simpatia a iniciativa dos fabricantes de Coca-Cola e resolveram entrar no concurso. Ademais, serão distribuídos os seguintes prêmios em dinheiro: 1) Melhor música, 30.000 cruzeiros. 2) Música classificada em 2º lugar: 20 mil cruzeiros. 3) Música classificada em 3º lugar: 10 mil cruzeiros.

O JULGAMENTO

Diante do coreto que será instalado na Praça Barão de Drumond (antiga Praça Sete) desfilarão as escolas de samba cantando a música de Coca-Cola. Uma comissão constituída de maestros formará na Comissão Julgadora. O resultado será dado imediatamente e os prêmios entregues no mesmo dia.

A LETRA

No Carnaval eu vou beber... / Coca-Cola!!! / Coca-Cola! Coca-Cola, oi! / Me faz um bem! / Coca-Cola! Coca-Cola, oi! / Pra mim também! / Que pureza! Que sabor! / Coca-Cola tem! / Nós queremos Coca-Cola! / Coca-Cola faz um bem! / Coca-Cola pra mim / Coca-Cola pra nós também²⁷

Coca-Cola e Última Hora continuam investindo massivamente na divulgação do concurso. No dia 28 de janeiro de 1957, as escolas em destaque nas fotos foram a Mangueira e a Portela (figuras 20 e 21):

²⁷ Podemos observar as manobras da marca de refrigerantes em se adequar ao contexto do carnaval pela letra do samba, que tem como características linguagem informal e o “oi” no fim de algumas estrofes. Este último recurso seria uma tentativa de aproximação com a cultura brasileira ou um apelo simplista de uma cultura que se reconhece como hegemônica frente a uma cultura local de um país “periférico”?



Figura 20- Legenda: “Nelson Bastos, presidente da Ala dos Compositores de Mangueira, põe a turma a trabalhar. Tarol, tamborins e um violão foram logo requisitados e a melodia para Coca-Cola ficou à espera da inspiração fácil que não tardou em surgir. Mangueira será páreo duro no certame.” Note-se que a caixa de Coca-Cola serve como apoio para um dos compositores. (Jornal Última Hora, 28 de janeiro de 1957).



Figura 21- Legenda: “Grupo de compositores da Portela examinam a letra e começam a “bolar” a melodia para o “jingle” sobre Coca-Cola. Portela quer brilhar, como sempre brilhou, no nosso grande concurso.”

O trecho do jornal Última Hora de 30 de janeiro de 1957 diz o seguinte:

Visita a Império Serrano

Amanhã, membros da comissão organizadora do concurso deverão ir à Esc. De Samba Império Serrano, cujos diretores desejam levar seus sambistas à terra de Noel Rosa. Nesse dia deverá ser dada a palavra final quanto à participação no concurso.

Na mesma reportagem, são divulgados novos dados sobre o concurso, incluindo prêmios para todas as escolas e a participação do Rei Momo:

Prêmios e mais prêmios

Todas as escolas que desfilerem serão premiadas. As que alcançarem até o terceiro lugar receberão de 10 a 30 mil cruzeiros. As demais, ficarão, como lembrança, com as taças a serem distribuídas pelos Fabricantes de Coca-Cola. A comissão julgadora será escolhida na próxima semana pelos organizadores do concurso.

Rei Momo visitará, devidamente caracterizado, as escolas que irão desfilar em Vila Isabel. Seu programa de sábado e domingo será apertado. Nada menos de 5 escolas contarão, em seu seio, com o mais alegre dono de um reinado. Em nossa próxima edição publicaremos o roteiro de Rei Momo para o fim de semana.

A Praça Barão de Drummond será feericamente iluminada. O Departamento de Turismo e Certames da Prefeitura deverá prestar sua colaboração para que a festa de apresentação das escolas de samba ao grande público que por certo afluirá a Vila Isabel constituída, de fato, o maior espetáculo desta fase pré-carnavalesca. Também serão instalados coretos onde ficarão convidados especiais, a comissão organizadora e os julgadores das músicas. (Jornal Última Hora, 30 de janeiro de 1957).

Um detalhe interessante é a ajuda do Departamento de Turismo da Prefeitura na ornamentação da praça onde seria realizado o concurso. Há poucos dias, este departamento era alvo de protestos por parte das escolas de samba, corsos e afins pela falta de apoio financeiro ao carnaval de rua. Este fato só vem reafirmar a força política de Coca-Cola na época.

Voltando ao concurso, a Unidos do Salgueiro confirmou sua presença no dia 31 de janeiro de 1957. Ao que parece, a essa altura dos fatos as principais escolas de samba estavam completamente envolvidas com a disputa. O tom da matéria que anuncia a adesão da Unidos do Salgueiro reforça essa premissa, mostrando a tentativa da escola em agradar os organizadores do concurso com a diplomacia. Neste jogo que se inicia e onde as regras ainda não estão muito claras, todos os movimentos podem configurar uma vantagem; Manoel Macaco, da Unidos do Salgueiro, fez um movimento diferente: não esperou os representantes do jornal em sua quadra, mas foi até a redação:

Também os Unidos do Salgueiro no Concurso Coca-Cola – ULTIMA HORA

Manoel Macaco, diretor de Carnaval e Representante da Confederação Brasileira das Escolas de Samba, membro proeminente da Escola de Samba Unidos do Salgueiro, veio ontem à nossa redação, a fim de hipotecar inteiro apoio ao sensacional concurso promovido pelos Fabricantes de Coca-Cola e patrocinado por ULTIMA HORA. Ma-

noel Macaco disse que não poderia ficar ausente do espetacular certame e fazia questão de levar também um naipe da famosa escola para desfilar na Praça Sete, em Vila Isabel, na noite de 16 de fevereiro, às 20 horas. Assim, mais um grande apoio ganha o concurso. (Jornal Última Hora, 31 de janeiro de 1957).

Em 1º de fevereiro, é a vez da Portela, mais uma vez, figurar no jornal (figura 24):



Figura 24- Última Hora de 1º de fevereiro de 1957.

Depois de alguns dias e certo suspense, a Império Serrano também resolveu entrar no jogo, completando o time das maiores escolas de samba da época dentro do concurso, fato que proporcionou mais legitimidade à competição. Foi tão importante e tão esperada a participação desta escola no evento, que rendeu uma matéria, divulgada no jornal, em 5 de fevereiro de 1957, conforme podemos ver abaixo:

NO CONCURSO DE COCA-COLA E ÚLTIMA HORA A E. DE SAMBA IMPÉRIO SERRANO!

PLENAMENTE ASSEGURADO O SUCESSO DO GRANDE DESFILE A SER REALIZADO NA NOITE DE 16 DO CORRENTE NA PRAÇA SETE, EM VILA ISABEL – REI MOMO ESTARÁ PRESENTE E FARÁ PARTE DA COMISSÃO JULGADORA DAS MELODIAS – DE UMA ESCOLA DE SAMBA SAIRÁ O “JINGLE” OFICIAL DE CARNAVAL DA COCA-COLA

A adesão que faltava vem de ser garantida. A famosa Escola de Samba Império Serrano, laureada em primeiro lugar no último Carnaval, também tomará parte no espetacular concurso que os Fabricantes de Coca-Cola e ÚLTIMA HORA promovem e que terá seu ponto culminante no sensacional desfile da noite de 16 do corrente, na Praça Barão de Drummond (Praça Sete), em Vila Isabel.

O Presidente da Império, Sr. Alfredo Costa, recebeu a iniciativa com entusiasmo e a ela hipotecou o maior apoio possível. Já ontem mesmo os compositores da Império receberam as letras sobre Coca-Cola e começaram imediatamente a procurar inspiração para encontrar a melodia.

Estejamos certos de que no desfile da noite de 16, a Império Serrano com seu naipe de pastoras, dançarinos e ritmistas, fará bonito, como sempre o faz, aliás e figurará com êxito no concurso de Coca-Cola.

Os anúncios e matérias estabelecendo conexões entre o carnaval e o concurso, nas páginas da Última Hora, seguiam, dia a dia, com maior intensidade e criatividade, para cativar

tanto os leitores quanto as agremiações. Uma das chamadas mais interessantes, de 6 de fevereiro de 1957, trazia o Rei Momo, símbolo carnavalesco indiscutível e “soberano e perpétuo da alegria”, posando, sem nenhum incômodo ao lado da logomarca da Coca-Cola, convocando seus súditos – em conjunto com a marca de refrigerantes, descrita como “o único prazer refrescante deste carnaval” – para o grande acontecimento que seria, “a abertura do carnaval de rua de 1957”, (figura 25) conforme podemos ver a seguir:

ATENÇÃO ESCOLAS DE SAMBA! VOCÊS ENTRAM COM A MÚSICA... COCA-COLA ENTRA COM OS PRÊMIOS! Eu, Rei Momo I e único, soberano perpétuo da alegria, e os fabricantes da deliciosa Coca-Cola, o único prazer refrescante deste carnaval, fazemos saber: que um grande Desfile das Escolas de Samba será realizado no próximo dia 16, às 20:00 horas, na Praça 7 (Barão de Drummond), em Vila Isabel, sob o patrocínio dos Fabricantes de Coca-Cola e colaboração de “Última Hora”, que nesse Desfile as Escolas de Samba apresentarão os seus arranjos para uma letra que lhes será fornecida pelos Fabricantes de Coca-Cola, que serão conferidos prêmios em dinheiro às três Escolas de Samba autoras do melhor arranjo e que mais se houverem distinguido no Desfile, que esses prêmios são: CR\$ 30.000,00 à primeira colocada; CR\$ 20.000,00 à segunda colocada e CR\$ 10.000,00 à terceira, que além disso serão distribuídas taças a todas as Escolas participantes, que um Desfile dessa natureza só poderá trazer prestígio às Escolas que dele participarem, aumentando, assim, seus títulos de glória, que finalmente o povo está convidado a comparecer a esta festa que será a abertura do Carnaval de Rua de 1957! Rei Momo 1º e Único e os Fabricantes de Coca-Cola. (ÚLTIMA HORA, 6 de fevereiro de 1957)



Atenção Escolas de Samba!
Vocês entram com a música...
e Coca-Cola
entra com os prêmios!

Eu, Rei Momo 1º e Único, Soberano Perpétuo da Alegria, e os Fabricantes da deliciosa Coca-Cola, o único prazer refrescante deste carnaval, fazemos saber:

que um grande Desfile de Escolas de Samba será realizado no próximo dia 16, às 20:30 horas, na Praça 7 (Barrio de Drummond), em Vila Isabel, sob o patrocínio dos Fabricantes de Coca-Cola e colaboração de "Última Hora";

que nesse Desfile as Escolas de Samba apresentarão os seus arranjos para uma letra que lhes será fornecida pelos Fabricantes de Coca-Cola;

que serão conferidos prêmios em dinheiro às três Escolas de Samba autoras do melhor arranjo e que mais se houverem distinguido no Desfile;

que esses prêmios são: Cr\$ 30.000,00 à primeira colocada, Cr\$ 20.000,00 à segunda e Cr\$ 10.000,00 à terceira;

que além disso serão distribuídas taças a todas as Escolas participantes;

que um Desfile dessa natureza só poderá trazer prestígio às Escolas que dele participarem, aumentando, assim, seus títulos de glória;

que finalmente o povo está convidado a comparecer a esta festa que será a abertura do Carnaval de Rua de 1957!

Rei Momo 1º e Único
 e os Fabricantes de Coca-Cola

Figura 25- Jornal Última Hora, 6 de fevereiro de 1957.

Finalmente, foi realizado o concurso. E o Salgueiro foi o campeão, conforme noticiado na Última Hora de 19 de fevereiro de 1957. Muito curioso o fato da escola que vinha conquistando os terceiro e quarto lugares (desde 1954) nos desfiles oficiais, se consagrar com o primeiro lugar nesta competição. Vale ler a matéria na íntegra, que contém ricos detalhes sobre o acontecimento:

SAMBA DE MORRO AINDA É O MELHOR!
VENCEDOR O SALGUEIRO NO SENSACIONAL CONCURSO DE "COCA-COLA" E "ÚLTIMA HORA"
 O SAMBA DA ALA DOS COMPONENTES DESSA ESCOLA TOTALIZOU 96 PONTOS, ENQUANTO QUE O DE MANGUEIRA TOTALIZAVA 84 PONTOS – IMPÉRIO SERRANO E PORTELA EM TERCEIRO – ENTREGUES ONTEM MESMO OS PRÊMIOS E AS TAÇAS – JÁ GRAVADO TAMBÉM O "JINGLE" OFICIAL DE "COCA-COLA" PARA O CARNAVAL – EMOÇÃO E ALEGRIA DE MANOEL MACACO AO SER CUMPRIMENTADO PELOS SEUS AMIGOS – FESTA NO MORRO DO SALGUEIRO
 A Escola de Samba Unidos do Salgueiro é a grande vitoriosa no sensacional concurso promovido pelos Fabricantes de "Coca-Cola" e ÚLTIMA HORA, para a escolha de um "jingle" sobre esse refrigerante – "jingle" esse que ontem à noite já foi gravado para que talvez amanhã já seja distribuído às emissoras para a maior divulgação possível. O veredito da comissão encontrou simpática ressonância tendo os representantes

das demais escolas que participaram do certame, louvaram a lisura da realização e seus atos objetivos e se congratularam com os organizadores, pelo maravilhoso desfecho. Não houve uma voz discordante frente ao pronunciamento da comissão e tão logo foram conhecidos os resultados gerais, que davam ao Salgueiro a vitória no certame todos se concentravam em torno da figura simpática (e emocionada) do Manoel Macaco, para dar-lhe os cumprimentos. Manoel Macaco, diretor da Escola de Samba Unidos do Salgueiro, ainda ontem fora focalizado numa reportagem humana, do nosso companheiro Eugênio Lira e o dia era todo dele. Estava feliz a não mais poder. E a sua pequena e modesta academia de samba se laureava num grande concurso que vinha abrir claras e excelentes perspectivas para todas as escolas do Distrito Federal.

OS TRABALHOS

Tiveram os trabalhos de assistência de representantes de todas as escolas de samba participantes do certame, bem como do Sr. Gerrit Berrends, da alta direção da “Coca-Cola”, seu assistente, Milton Rocha, representantes da Mc Cann Ericksson, Ariosto Pinto, Nelson Nobre (Rei Momo) e Oswaldo Miranda, chefe do Departamento de Promoções de ÚLTIMA HORA. Fora trazida a máquina com a gravação da Emissora Continental para que fossem ouvidas novamente as composições, no caso de haver dúvidas ou empate na votação. O envelope lacrado e devidamente rubricado pelos membros da comissão, na madrugada de domingo, foi aberto na presença de todos e, do seu interior, retirados os votos. Nelson Nobre lia os pontos atribuídos nos diversos itens, para cada escola, enquanto se procedia às contagens.

E foi assim que, tendo em vista a melodia, o ritmo, a originalidade e o espírito carnavalesco, chegou-se ao seguinte resultado: Unidos do Salgueiro, 96 pontos; Estação Primeira da Mangueira, 84 pontos; Império Serrano e Portela, 80 pontos; Filhos do Deserto, 75 pontos; Unidos do Cabuçu, 68 pontos; Unidos da Tijuca, 66 pontos; Unidos de Vila Isabel, 64 pontos e Paraíso do Tuiuti, 56 pontos.

O EMPATE

Como se verifica, Salgueiro e Mangueira classificaram-se nos primeiro e segundo lugares, ficando Portela e Império empatados, com 80 pontos. Segundo estava estabelecido, em caso de empate a comissão, secretamente, ouvir a gravação das melodias das respectivas escolas, para emitir uma nova opinião. No entanto, foi achada uma solução mais consentânea com o espírito do concurso e que veio contribuir para emprestar ainda maior sentido de simpatia ao certame. Portela e Império ficaram empatadas no terceiro lugar, sendo atribuído um prêmio de dez mil cruzeiros a cada. Com isso, a quota de prêmios elevou-se de 60 para 70 mil cruzeiros, mas aplainou-se com felicidade uma situação que se apresentara aos juízes.

Após, foram chamados novamente à sala de comissão os representantes das escolas e anunciada a resolução recebida com aplausos gerais.

Usaram da palavra vários representantes de escolas, os membros da comissão e os patrocinadores do concurso, ficando desde logo acertado que o concurso seria doravante realizado todos os anos, incorporando-se mesmo à programação carnavalesca da cidade.

O Sr. Gerrit Berrends fez a entrega da taça a Manoel Macaco. Ariosto Pinto a de Hermes, representante de Mangueira e Oswaldo Miranda entregou as de Portela e Império. Os prêmios em dinheiro também foram pagos na mesma hora.

E foi ao sabor de tragos de “Coca-Cola” que terminou a breve solenidade, enquanto ainda se ouviam as mesmas manifestações de apreço e simpatia de todos os representantes das escolas, que não se cansavam de louvar o concurso e afirmar ter sido ele um exemplo de lisura e honestidade.

No dia seguinte, os representantes de algumas escolas que participaram do concurso posam para o jornal (figura 26):



Figura 26- Ainda o Desfile de Vila Isabel – Os representantes das escolas de samba Filhos do Deserto, Unidos da Tijuca, Unidos de Cabuçu, Paraíso do Tuiuti e Unidos de Vila Isabel, aparecem em foto, empenhando orgulhosamente as taças a que fizeram jus pelo desempenho de sua escola no grandioso desfile de Vila Isabel, promovido pelos Fabricantes de “Coca-Cola” e ÚLTIMA HORA. (Última Hora, 20 de fevereiro de 1957).

E, para finalizar, disponibilizamos uma matéria escrita por um dos colunistas do Última Hora que também participou do júri do concurso. Ele descreve suas expectativas e suas impressões sobre o acontecimento:

ESTE É O SAMBA!

Meus amigos, não há dúvida de que o grande sambista ainda está nos morros da cidade. Acabo de terminar, como parte de uma equipe, um grande concurso para a escolha de um samba-jingle para a “Coca-Cola”. Fui membro da comissão de julgamento das composições preparadas por nove das nossas maiores escolas de Samba. Havíamos distribuído entre elas, nas alas de compositores, uma letra-padrão e era sobre essa letra que teria de ser colocada a melodia, um samba bem típico do morro. Evidente que a letra tornava um tanto restrita as muitas habilidades dos sambistas. Não poderiam sair dela; não poderiam fazer qualquer enxerto; não poderiam colocar os seus termos. Teriam de se concentrar única e exclusivamente nos versos de propaganda do famoso refrigerante e deles partir para a invenção de uma melodia bonita, original, bem ritmada e, sobretudo, com o espírito carnavalesco desejado. Eu sabia o quanto difícil seria a tarefa, não obstante o valor do compositor do morro. E quase cheguei a admitir que o concurso teria um nível abaixo de bom. Porém, tão logo passaram pelo nosso palanque, na Praça Sete, em Vila Isabel, as primeiras academias, vi logo que o sambista autêntico estava presente. E vi também que seria difícil à comissão emitir o seu parecer sobre o trabalho apresentado. Todos os sambas traziam a grande qualidade do sambista do morro: inspiração, pureza, originalidade, cadência e, na sua linha melódica, todo aquele matiz de sentimento e alegria. Uns escolhiam os tons menores; outros, os maiores, mas todos deixavam patente a sua preocupação de fazer coisa de qualidade. E a poesia sobre “Coca-Cola” ganhava encantos cantada pela boca afinada das pastoras e dos rapazes, que, diante do palanque, emitiam o melhor de suas vozes para mostrar o samba de morro de verdade.

Ontem foi a abertura do envelope lacrado, com os votos. Páreo duro. Contagem apertada. Salgueiro vencera, com Mangueira em segundo e Império Serrano e Portela empatados no terceiro lugar. Disse algumas palavras à gente boa que se reunia em nossa redação. E salientei que o concurso era uma vitória do samba e que o morro dera uma demonstração definitiva do valor artístico de suas escolas. A verdade era de uma clareza meridiana: o samba genuíno ainda é aquele que está nos morros da cidade. Essa

afirmação vem resultar na maior, na grande virtude do concurso que “Coca-Cola” houve por bem realizar com ÚLTIMA HORA. [Assinado Egui]

O artigo do colunista também traz à tona um aspecto bem interessante: a alteridade (STOREY, 2009) sempre presente quando falamos sobre cultura popular. No trecho “Todos os sambas traziam a grande qualidade do sambista do morro: inspiração, pureza, originalidade, cadência e, na sua linha melódica, todo aquele matiz de sentimento e alegria” fica clara a distinção entre o autor, representando a intelectualidade, e o morro. Além disso, entre os maiores adjetivos do sambista, o colunista destacou a “pureza”, a “originalidade” e o “sentimento de alegria”, associando o popular com a inocência. Na verdade, as escolas tinham participado do concurso muito provavelmente por causa do prêmio em dinheiro que lhes seria muito oportuno e pela competição entre elas, pela defesa dos membros de cada escola por sua bandeira. A Coca-Cola se apropriava, desse modo, da cultura popular como um meio de se expandir (CANCLINI, 2008).

Como em toda a sua história, as escolas de samba mantiveram negociações e se aproveitaram das oportunidades, se flexibilizaram diante das dificuldades e mantiveram seu percurso.

3.2 Coca-Cola, isso faz um bem: o concurso continua

No ano seguinte (1958), o concurso teve continuidade. Aliás, prosseguiu com força total, pois já não era mais um terreno desconhecido para as escolas de samba. Desta vez, além de data e endereço, o jornal antecipou, inclusive, o roteiro “da Folia de Última Hora e Coca-Cola”, marcada para 1º de fevereiro na mesma Praça Barão de Drummond, em Vila Isabel. As regras da competição mudaram: não haveria mais letra a ser musicada. Foi criado um tema “Sempre em forma com a gostosa Coca-Cola – Isto faz um bem” e as escolas tinham de interpretá-lo da melhor forma em um desfile completo. Seriam julgados pela comissão: a melodia, a letra, a originalidade, a interpretação e a animação. O primeiro lugar iria ganhar 40 mil cruzeiros, o segundo 20 mil e o terceiro 10 mil, sendo que o compositor do samba vencedor também levaria o prêmio em dinheiro no valor de 10 mil cruzeiros. (Última Hora, 3 de fevereiro de 1958).

A escola campeã do concurso anterior, a Unidos do Salgueiro, foi a primeira a confirmar sua presença na disputa de 1958:

Vila Isabel: Carnaval Antecipado Com Desfile de ULTIMA HORA E Coca-Cola
- O morro está muito empolgado com o segundo grande concurso de ULTIMA HORA com os Fabricantes de Coca-Cola, para escolha do novo “jingle” carnavalesco do popular produto. Falou assim o querido Manoel Macaco, elemento de proa da Escola de Samba Unidos do Salgueiro, que, no ano passado, venceu o certame, arrebatando o prêmio de 30 mil cruzeiros (êste ano 40 mil) e a linda taça que, na foto, recebe das mãos do sr. Garrit Barrends, representante de Coca-Cola, assistido por Nelson Nobre (Rei Momo), Hermes da Mangureira e outros “cobras” de escolas de samba que também participaram do desfile.

Este ano o desfile será na noite de 1º de fevereiro, na Praça Sete, em Vila Isabel. Manoel Macaco já veio trazer a sua inscrição e seu apoio à nossa iniciativa e espera, novamente, brilhar.

O concurso é simples. Cada escola terá de compor um pequeno samba no estilo “jingle” (musiquinha comercial que toca todos os dias nas estações de rádio), sobre Coca-Cola. Na noite de 1º de fevereiro, desfilará cantando a composição, que será julgada por comissão idônea, exatamente como se fez no ano passado.

Os prêmios são 40 mil para o primeiro lugar e 20 e 10 mil para o segundo e terceiros lugares, havendo ainda prêmio de 10 mil para o compositor que fizer a melodia vitoriosa. (Jornal Última Hora, 8 de janeiro de 1958)

Abaixo o registro de Manoel Macaco recebendo a taça de escola campeã em 1957 (figura 27):



Figura 27- Manoel Macaco é congratulado pelos representantes de Coca-Cola e Última Hora. (Última Hora, 8 de janeiro de 1958)

De acordo com a reportagem acima, as escolas teriam de compor um samba no estilo “jingle”. Não obstante o caráter híbrido do concurso em si, agora o samba composto teria de ter uma personalidade nos moldes norte-americanos.

Alheias a essa tentativa de predominância cultural, enquanto o dia do concurso não chega, as escolas de samba continuam se envolvendo com o evento e com o jornal, se empenhando para conquistar mais visibilidade. Em 11 de janeiro de 1958, a Unidos do Salgueiro aparece novamente (figura 28):



Figura 28- Jornal Última Hora de 11 de janeiro de 1958.

Em 23 de fevereiro de 1958, o jornal anuncia que as inscrições para o concurso foram encerradas. Desta vez, participariam 11 escolas, duas a mais que no ano anterior. São elas: Unidos de São Carlos e Acadêmicos do Salgueiro. A divulgação da disputa também seria maior, de acordo com trecho da reportagem da Última Hora:

A monumental parada pré-carnavalesca conta já com o prestigioso apoio do sr. Nelson Baptista, diretor do Departamento de Turismo da Prefeitura e do professor Maciel Pinheiro, da Rádio Roquete Pinto que mandará instalar o serviço de alto-falantes. Sob o comando de Raimundo Nobre de Almeida, da Rádio Mayrink-Veiga, a grande festa será também irradiada pela Continental. (Jornal Última Hora, 23 de janeiro de 1958).

O concurso é amplamente divulgando (figura 29 e 30):

Atenção,

ESCOLAS DE SAMBA!

Vocês entram com a música
e os Fabricantes de **COCA-COLA** - "ÚLTIMA HORA"
e os Editores de **entram com os prêmios**

Os Fabricantes da deliciosa Coca-Cola e Última Hora - o jornal da cidade - comunicam a todos os foliões que sábado, dia 1.º de fevereiro, às 20:00 horas, na Praça 7 (Barão de Drumond), em Vila Isabel, será realizado um grande desfile das melhores Escolas de Samba do Rio.

As escolas participantes apresentarão suas composições para o jingle de Coca-Cola para o carnaval de 1958.

Serão oferecidos grandes prêmios, em dinheiro, às escolas autoras das melhores arranhaes e que mais se houverem distinguido no desfile.

Esses prêmios são:

C\$ 40.000,00 à 1.ª colocada e mais C\$ 10.000,00 para o compositor;
C\$ 20.000,00 à 2.ª colocada e
C\$ 10.000,00 à 3.ª colocada.

Além desses prêmios em dinheiro, serão distribuídas taças e troféus a todas as escolas participantes.

Não percam essa oportunidade de aumentar os títulos de glórias de suas escolas e de ganhar esses valiosos prêmios que lhe oferecem os Fabricantes de Coca-Cola e os Editores de Última Hora.



Carte Patente, 289, de 11/2/57

Figura 29- Jornal Última Hora de 23 de janeiro de 1958.

DIA 1.º
na Praça 7, em Vila Isabel,
**"GRANDE DESFILE DE
ESCOLAS DE SAMBA!"**

sob o patrocínio dos Fabricantes de **COCA-COLA** - "ÚLTIMA HORA"
e os Editores de

No próximo dia 1.º, às 20:00 horas, na Praça 7 (Barão de Drumond), em Vila Isabel, será aberto o Carnaval de Rua de 1958! Você não deve perder o Grande Desfile das Escolas de Samba! Vai ser um festão!... Valiosos prêmios e taças serão oferecidos aos conjuntos que mais se distinguirem pela animação e pelos arranjos musicais para uma letra fornecida pelos Fabricantes de Coca-Cola!

Eis a relação das Escolas de Samba inscritas para o Grande Desfile:
Escola de Samba Unidos do Cabuço — Escola de Samba Unidos de Salgueiro — Escola de Samba Unidos de Vila Isabel — Grêmio Recreativo Escola de Samba União Primeira (Montanhas) — Grêmio Recreativo Escola de Samba Filhas de Deuseta — Grêmio Recreativo Escola de Samba Império Serrano — Grêmio Recreativo Escola de Samba do Portão — Grêmio Recreativo Escola de Samba Paraisópolis — Grêmio Recreativo Escola de Samba Unidos de Iguçu — Grêmio Recreativo Escola de Samba Unidos de São Carlos — Grêmio Recreativo Escola de Samba Acadêmicos de Salgueiro.

**Venha assistir à abertura do "Carnaval de Rua de 1958" ...
... e traga a família toda!**

Carte Patente, 289, de 11/2/57



Figura 30- Jornal Última Hora de 28 de janeiro de 1958.

Desta vez, o concurso, mais organizado, teria um roteiro pré-estabelecido (figura 31):

CARNAVAL * CARNAVAL * CARNAVAL

TUDO PRONTO PARA SÁBADO

TRAÇADO O ROTEIRO DA FOLIA DE "ÚLTIMA HORA" E COCA-COLA

SERÁ no próximo sábado o sensacional desfile que **ÚLTIMA HORA** e os fabricantes de **COCA-COLA** promoverão na Praça Sete, em Vila Isabel. Contando com a participação de nada menos que onze das nossas mais tradicionais escolas de samba, a parada terá início às 20 horas, e o seu itinerário — como se vê pelo elche ao lado — é o seguinte: saindo da concentração realizada nas ruas Barão de São Francisco e Barão de Cotigipe, as escolas rodearão a Praça Barão de Drummond (Praça Sete) no sentido dos ponteiros de um relógio, até atingirem os palanques, armados em frente ao Boulevard 28 de Setembro, onde farão evoluções durante cinco minutos, cantando o "jingle", seguindo depois para a rua Luiz Barbosa, para então se dispersarem.

Durante todo o trajeto as escolas desfilarão cantando as composições que sobre o tema "Sempre em forma com a gostosa **COCA-COLA** — Isto faz

de Compositores hajam preparado. Para a composição ritualística será escolhida no

lo "jingle" carnavalesco de **COCA-COLA**, haverá um prêmio de 10 mil cruzeiros.

Figura 31- Percurso do desfile das escolas de samba no carnaval da Coca-Cola. (Jornal Última Hora, 28 de janeiro de 1958)

No dia 1^a de fevereiro de 1958 acontece o concurso. O sucesso do ano anterior, a maior liberdade de expressão proposta pela ausência de uma letra e a ampliação do número de quesitos a serem julgados fizeram com que as agremiações se empenhassem mais. As escolas de samba participantes (Portela, Império Serrano, Mangueira, Unidos de Vila Isabel, Unidos da Tijuca, Unidos do Cabuçu, Unidos do Tuiuti, Filhos do Deserto, Acadêmicos do Salgueiro, Unidos do Salgueiro e Unidos de São Carlos) criaram carros alegóricos e fantasias inspiradas no refrigerante, formando um espetáculo visual inusitado (figuras 32 a 35):