



Figura 32- Foto do concurso mostra, à esquerda, pastoras da Mangueira fantasiadas “à base de rosa”. À direita, grande número de pessoas se mobiliza para assistir ao desfile. (Última Hora, 1º de fevereiro de 1958)



Figura 33- Bateria da Mangueira no concurso promovido pela Coca-Cola e Última Hora. (Última Hora, 1º de fevereiro de 1958)



Figura 34- Chocalhos da bateria da Acadêmicos do Salgueiro. (Última Hora, 1º de fevereiro de 1958)



Figura 35- Legenda: Ana Bororó, feliz nos seus oitenta quilos e seus 34 anos (23 de samba), mostrou que está firme no comando da Ala de Harmonia dos Unidos do Salgueiro, vencedores no ano passado. Ei-la em pleno passo. (Última Hora, 1º de fevereiro de 1958)

Para se ter uma ideia do envolvimento e do esforço das escolas, ilustrando a reportagem aparece uma foto com um grupo de componentes do Império Serrano (figura 36), todos vestidos de branco, carregando uma faixa com os seguintes dizeres: “Sempre em Forma com a Gostosa Coca-Cola”.



Figura 36- Sempre em forma com a gostosa Coca-Cola – Império Serrano investe no tema do concurso. . (Última Hora, 1º de fevereiro de 1958)

Poderemos ler mais informações detalhadas sobre o evento na matéria a seguir, retirada do Última Hora de 3 de fevereiro de 1958:

PLATÉIA: 60 MIL PESSOAS!
 SUCESSO ESPETACULAR: “ULTIMA HORA” E COCA-COLA INAUGURAM O CARNAVAL DE RUA DE 58!
 O DESFILE PROMOVIDO NA NOITE DE SÁBADO EM VILA ISABEL FOI, NO GÊNERO, A MAIOR PROMOÇÃO JÁ REALIZADA, NO BRASIL – ALÉM DAS ONZE GRANDES ESCOLAS DE SAMBA INSCRITAS OFICIALMENTE, O BOLA PRETA, O SOSSEGO E DEZENAS DE PEQUENOS BLOCOS CANTARAM E SAMBARAM NO ASFALTO DA PRAÇA SETE – SÓ ÀS 4:15 HORAS DE ONTEM PASSOU A ÚLTIMA REPRESENTAÇÃO: UNIDOS DO SALGUEIRO – DIFÍCIL UMA PREVISÃO SOBRE O VENCEDOR, TÃO BONS E EXPRESSIVOS SÃO OS SAMBAS COMPOSTOS SOBRE O TEMA COCA-COLA – TRANSMISSÃO DA SENSACIONAL FESTA PARA TODO O BRASIL PELA RADIO MAYRINK VEIGA, SOB O COMANDO DE CARLOS HENRIQUE E RAIMUNDO NOBRE DE ALMEIDA – NO 7º ANDAR DA ABI, ÀS 15 HORAS DE HOJE, SERÁ ABERTA A URNA E CONHECIDO O VEREDITO DOS CINCO JUÍZES
 Não foi tão somente um desfile de escolas de samba o que se assistiu na noite de sábado para a madrugada de ontem, na Praça Sete (Barão de Drummond), em Vila Isabel. Na realidade, a gigantesca promoção de ULTIMA HORA com os fabricantes de Coca-Cola transcendeu de seus limites, sendo mesmo, a abertura oficial do carnaval de rua do Rio de Janeiro, conforme vaticináramos durante a semana. Mas todas as nossas previsões mais otimistas foram ultrapassadas. Além da compacta multidão que lotou completamente aquele logradouro da Zona Norte (desde as últimas horas da tarde chegava gente para apanhar os melhores lugares) tivemos as onze escolas de samba inscritas oficialmente para o certame e uma infinidade de pequenos blocos que, nas outras alamedas da praça desfilavam entoando as melodias já definidas como as prováveis vence-doras na folia de 58. E também tivemos, dentro mesmo do desfile de ULTIMA HORA e Coca-Cola, animadas representações do Cordão do Bola Preta e da Embaixada do Sossego, que lá foram a Vila Isabel para prestigiar a grande realização pré-carnavalesca.

A FESTA

A dificuldade para o transporte das onze escolas, algumas das quais utilizando cinco ônibus e a concentração nas apertadas ruas a isso destinadas (Barão de São Francisco e Barão de Cotegipe), impediu que o desfile tivesse início na hora aprazada. As escolas, colaborando com os promotores do certame, compareceram integradas de todos os seus elementos, havendo até algumas que construíram carros alegóricos para emprestar com isso maior esplendor à parada de samba. E, como pode acontecer em tais ocasiões, houve defeitos nas instalações elétricas, só sendo possível a abertura do desfile depois de sanadas todas as irregularidades de ordem técnica.

Às 23 horas – o povo se comprimindo na Praça Sete – partiu a primeira academia. Era a Escola de Samba Unidos de Vila Isabel, tendo à frente seu incansável presidente, o China e estando a postos todo o Estado-Maior.

Começou a multidão, então, a ouvir os belos sambas compostos sobre o tema “Coca-Cola” – cada qual mais bonito, cada qual mais sugestivo, cada qual certamente deixando em situação mais difícil os membros da comissão julgadora (cinco) colocados em locais diversos da praça e anotando os pontos para os itens: melodia, letra, originalidade, interpretação, pontos de 1 a 5 e valor publicitário, pontos de 1 a 8.

Depois dos Unidos de Vila Isabel, impecáveis em sua apresentação, o povo recebeu a moçada dos Unidos de São Carlos, que estreavam no certame e que também mostravam sua classe e ratificavam as grandes tradições sambísticas daquele reduto.

Em seguida, as surpresas da noite, com o aparecimento no desfile motivado por um hiato, na entrada da terceira escola, de representações do Cordão do Bola Preta (Quem não chora, não mama...) e de um naipe da Embaixada do Sossego, todos uniformizados e emprestando à festa um cunho ainda mais tipicamente carnavalesco.

Veio então a grande escola da Serrinha – o Império Serrano, com o presidente Alfredo Costa, o diretor geral Antonio Fulero, os compositores Décio e Russo e toda a moçada alegre e feliz entonando o samba “Coca-Cola”. Excelente o conjunto, com passistas e pastoras de branco e dançando num ritmo seguro. No meio dos dançarinos, a figura querida do Mangueirinha, o aleijadinho que samba no melhor estilo. Aplausos, aplausos e mais aplausos.

Depois, os Unidos do Cabuçu, com o Leite dando tudo para a rapaziada brilhar. E seu samba também agradou demais aos convidados instalados no palanque e ao povo em geral. Passaram muito bem os Unidos do Cabuçu.

Mal a formação cabuçense penetrava na rua Luis Barbosa, onde as escolas se dispersavam, surgiu na alameda a segura representação dos Acadêmicos do Salgueiro, também estreando no certame e o fazendo com amplo sucesso. A bateria que apresentaram era qualquer coisa de sensacional, inclusive pelos efeitos que produziam ao clarão dos fogos de bengala, os numerosos chocalhos no ar.

Frente ao palanque fez-se um grande círculo a fim de que sambasse à vontade a “Baiana Coca-Cola”, Paula Campos da Silva, que foi, sem dúvida, um “show” à parte. Gingando com alta categoria, Paula conquistou a multidão enquanto a massa coral dos Acadêmicos repetia o bom refrão de Coca-Cola.

Veio depois Estação Primeira, a sempre gloriosa Mangueira. Lourival a postos, deu as últimas instruções já na “reta de chegada”. Um samba bom e mestres-sala, pastoras e outros integrantes ostentando lindos uniformes. Mangueira honrou, também, suas mais gratas tradições. O povo lhe tributou homenagens.

Unidos da Tijuca foi a escola seguinte. Sua representação não era das mais numerosas. Mas quantidade não é qualidade. Um samba de bom efeito, sobre o tema Coca-Cola, foi cantado e ritmado com segurança e o povo não deixou também de aplaudir os Unidos da Tijuca que traziam, inclusive, um sugestivo painel em saudação ao público.

Entrou em seguida na alameda do desfile a Escola de Samba Paraíso do Tuiuti. Muito bem organizada, trazia uma carreta alegórica com garrafas de Coca-Cola e um enorme globo terrestre sobre o qual uma garrafa despejava o delicioso refrigerante. Bonita concepção. Muito aplaudida essa academia.

Portela surgiu então. Veio com mais de mil pessoas impecavelmente uniformizadas. A maioria de branco. João Loureiro e Expedito incansáveis. A grande campeã primou pela organização e seu samba foi motivo de elogios dos convidados e do público.

Depois da Portela, os Filhos do Deserto com o Jaguarão firme e orientando pessoalmente os trabalhos gerais. Escola pequena mas de categoria, os Filhos do Deserto mostraram-se disciplinados em sua apresentação, conseguindo por isso mesmo, muitas

palmas da multidão que, mesmo na hora avançada em que passaram, ainda era consideravelmente grande.

Os Unidos do Salgueiro com o Manoel Macaco à frente, a Ana Bororo, o Janjão, o Geraldo Babão autor do samba vencedor no ano passado, pastoras, ritmistas, etc, fecharam o desfile. E fecharam com grande sucesso, apresentando um samba bonito sobre o tema “Coca-Cola”.

4:15 da madrugada. Pelos jardins da Praça Sete centenas de pessoas já dormiam a sono solto. Bondes, lotações e ônibus apanhavam aqueles que ficaram ali até o fim e pelas ruas que circundavam o logradouro se escoava a massa humana que prestigiou a gigantesca promoção de ULTIMA HORA e Coca-Cola assegurando seu espetacular sucesso.

Raimundo Nobre de Almeida e Carlos Henrique, esses dois grandes valores da Rádio Mayrink Veiga que transmitiu a festa para todo o país, deram as despedidas e José Garcia, da Mc Cann Ericksson, convidava os representantes das escolas para o ato de lacragem da urna de aço em que foram encerrados os votos dos cinco juízes. Numerosos deles compareceram, inclusive o Sr. Tupi de Mendonça, presidente da Confederação das Escolas de Samba do Brasil, que também prestigiou a bela festa, assistindo-a de ponta a ponta.

A urna, em poder de Oswaldo Miranda, chefe do Departamento de Promoções de ULTIMA HORA, só será aberta hoje às 15 horas no 7º andar da ABI, na presença de todos os conhecidos. Nessa ocasião serão conhecidos os vencedores da grande parada de samba de sábado – a maior promoção do carnaval carioca – realização conjunta de ULTIMA HORA com os Fabricantes de Coca-Cola.

A ambiciosa pretensão da Coca-Cola e do jornal Última Hora em promover a abertura do carnaval do Rio de Janeiro parece ter se concretizado. Tanto a população quanto as escolas de samba compraram a ideia e apoiaram o espetáculo extravagante. Precisamos destacar que o carro alegórico construído pela Paraíso do Tuiuti (“uma carreta alegórica com garrafas de Coca-Cola e um enorme globo terrestre sobre o qual uma garrafa despejava o delicioso refrigerante”) é um excelente exemplo de globalização e ao que estava acontecendo ali, naquele momento: a Coca-Cola realmente tentava despejar seu líquido sobre o enorme globo terrestre, era a imagem da cultura americana tentando conquistar o mundo. Também configurava o processo de incorporação (STOREY, 2009) dos elementos do grupo dominante, que se estendia às faixas com dizeres enaltecendo o refrigerante (a exemplo da Império Serrano), a baiana Coca-Cola e alegorias.

A campeã do concurso neste ano foi a Mangueira (figura 37), seguida pela Império Serrano e Unidos do Salgueiro.



Figura 37- O Sr. Gerrit Berrends, Diretor de Coca-Cola Refrescos, entrega a Hermes Rodrigues o valioso troféu que coube a Mangueira (além do prêmio em dinheiro de 40 mil cruzeiros). Foi honrada a tradição daquele famoso reduto do samba. “Ministrinho” ficou feliz. (Jornal Última Hora, 4 de fevereiro de 1958).

3.3 Tamborim de Ouro

O concurso teve continuidade nos anos seguintes. Neste ano, 1959, a Última Hora abriu mais espaço para a divulgação do concurso. Os desfiles permaneceram na Praça Barão de Drummond e os prêmios aumentaram. O anúncio no jornal traz algumas informações sobre o concurso (figura 38):

Vá se preparando porque a abertura do Carnaval de Rua de 1959 vem aí. Será no próximo dia 17, na Praça 7, em Vila Isabel. V. vai assistir a um monumental desfile das grandes Escolas de Samba do Rio. Valiosos prêmios em dinheiro, taças, troféus e menções honrosas serão conferidos às Escolas que mais se destacarem pela animação, o ritmo... e pelos “jingles” criados pelas Escolas para a deliciosa e refrescante Coca-Cola! Venha torcer para que sua Escola de Samba favorita ganhe o rico troféu “TAMBORIM DE OURO!” Eis a relação das Escolas inscritas para o Grande Desfile (pela ordem de apresentação): Escola de Samba Paraíso do Tuiuti; Escola de Samba Unidos do Cabuçu; Escola de Samba Unidos de São Carlos; Escola de Samba Unidos da Tijuca; Escola de Samba Unidos de Vila Isabel; Escola de Samba Aprendizes de Lucas; Escola de Samba Filhos do Deserto; Escola de Samba Estação Primeira de Mangueira; Escola de Samba Unidos do Salgueiro; Escola de Samba Unidos de Bento Ribeiro; Escola de Samba Acadêmicos do Salgueiro; Escola de Samba Império Serrano. A batucada em Vila Isabel está chamando... Venha... e traga a família! (Jornal Última Hora, 7 de janeiro de 1959)

Venha assistir
no dia 17, às 21 h, na Praça 7, em Vila Isabel, o
GRANDE DESFILE de ESCOLAS de SAMBA
sob o patrocínio de
Coca-Cola
Última Hora

Vá se preparando porque a abertura do Carnaval de Rua de 1959 vem aí. Será no próximo dia 17, na Praça 7, em Vila Isabel. Vá, vá assistir a um monumental desfile das grandes Escolas de Samba do Rio. Vão nos pedalar em distritos, taças, troféus e menções honrosas serão conferidos às Escolas que mais se destacarem pela animação, o ritmo... e pela originalidade criadas pelas Escolas para a delícia e refresco Coca-Cola!

Venha surcar para que a sua Escola de Samba favorita ganhe o rico troféu "TAMBORIM DE OURO!"

Éis o relação das Escolas inscritas para o Grande Desfile (pela ordem de apresentação):

- Escola de Samba Parado da Tulaf
- Escola de Samba Unidos do Colégio
- Escola de Samba Unidos do São Carlos
- Escola de Samba Unidos da Tipica
- Escola de Samba Unidos de Vila Isabel
- Escola de Samba Avenida de Luzes
- Escola de Samba Filhos do Duarte
- Escola de Samba Estação Primeira de Mangueira
- Escola de Samba Unidos do Salgueiro
- Escola de Samba Unidos de Santo Ribeiro
- Escola de Samba Acadêmicos do Salgueiro
- Escola de Samba Império Serrano.

A batucada em Vila Isabel está chamando...
Venha... e leve a família!

Uma promoção de
Coca-Cola
COCA-COLA REFRESCOS S. A.
Última Hora
Instituído o Grande Carnaval de Rua de 1959

Figura 38- Jornal Última Hora de 7 de janeiro de 1959

Em 1959, parece que a disputa assume um novo formato e ganha ares mais sérios e profissionais. O concurso é intitulado Tamborim de Ouro porque a escola que conquistasse o primeiro lugar três vezes consecutivas ganharia uma miniatura de tamborim feita em ouro. A matéria da Última Hora do dia 9 de janeiro de 1959 nos traz mais detalhes (figura 39):

Escolas Vão Mostrar (na Praça 7) Que São a Alma do Samba

Não há mais um minuto a perder: e, nesse pensamento, os dirigentes das Escolas de Samba determinam ação geral – e toda gente se encaminha para os terreiros, “apresentando” o samba que ferve nos tamborins, nas cuícas, nos pandeiros, nos surdos, nos reco-recos, nos pratos e nos agogôs. Não há mais um minuto a perder, porque poucos dias nos separam do sábado, dia 17, quando 12 das maiores Escolas de Samba do Distrito Federal estarão desfilando, na Praça Sete, em Vila Isabel, para disputar os cobiçados prêmios instituídos por Coca-Cola Refrescos S A, em combinação com ULTIMA HORA, dentre os quais tem destaque o “Tamborim de Ouro”.

Tamborim de Ouro

Sempre vale esclarecer o que é o Tamborim de Ouro.

Há três anos, Coca-Cola Refrescos S.A., em contribuição com ULTIMA HORA, instituiu o Desfile das Escolas de Samba na Praça Sete, uma competição entre as Escolas de Samba, competição de ritmo, de inspiração, de graça e de beleza, traduzida num concurso de “jingles”. Desde logo, o que era apenas um concurso, se transformou nu-

ma grande festa popular e, já no segundo ano, em 1958, o Desfile da Praça Sete movimentou toda a cidade, dêle participando nada menos de oito das nossas maiores Escolas de Samba.

Em face desse êxito, ULTIMA HORA e Coca-Cola cercaram o III Desfile, que se realizará no próximo dia 17, de cuidados especiais, com organização muito mais perfeita e prêmios muito mais valiosos. Nada menos de CR\$. 115.000,00 de prêmios em dinheiro serão distribuídos às cinco escolas classificadas do 1º (CR\$ 40.000,00) ao 5º lugar (CR\$ 10.000,00) – mas nem mesmo isso pareceu bastante aos Fabricantes de Coca-Cola e foi então instituído o riquíssimo troféu Tamborim de Ouro, que será assim como um galardão de glória para a Escola vencedora, que o reterá por um ano, até que tenha vencido por três vezes o Desfile promovido por ULTIMA HORA e por Coca-Cola. (...) (Última Hora, 9 de janeiro de 1959).



Figura 39- Jornal Última Hora de 9 de janeiro de 1959.

O concurso foi realizado em 17 de janeiro e divulgado em 19 de janeiro de 1959 (figura 40):



Figura 40- Manchete sobre o concurso realizado em 1959. (Jornal Última Hora de 19 de janeiro de 1959).

Durante o concurso, a Coca-Cola e a Última Hora criaram métodos para organizar o desfile e moldá-lo ao seu jeito, conforme descrito no trecho a seguir:

Um “Abre-Alas” Especial

Ao contrário dos dois anos anteriores, quando a pista de desfile (situada então, no local fronteiro à Avenida 28 de Setembro) era frequentemente invadida pelo povo – neste ano os organizadores do Concurso obtiveram ampla colaboração dos populares, que deixaram completamente livre a pista de exibição. Por outro lado, um “abre-alas” “sui-generis”, constituído por dois jipes de ULTIMA HORA E por um “pick-up” de Coca-Cola, artisticamente decorado, facilitou a movimentação das Escolas e permitiu que o trajeto fôsse sempre cumprido no tempo previsto. (Jornal Última Hora, 19 de janeiro de 1959)

A festa contou com convidados ilustres, de diferentes origens, e teve transmissão de rádio e TV (figuras 41 a 45):

Dentre inúmeras outras pessoas presentes contavam-se os srs. Samuel Wainer, fundador de ULTIMA HORA, Ercilio Collaço, Diretor-Presidente de Coca-Cola Refrescos S/A., a srta. Elba Nogueira, da Comissão Artística do Teatro Municipal, diversos agentes de turismo espanhóis, ora em visita ao Rio, o Presidente da Confederação das Escolas de Samba Dr. Tupy de Mendonça, a “vedete” Hilda Cristal, primeira colocada no concurso para “Rainha do Carnaval” e outros.

Transmissão e Alto-Falantes

A festa da Coca-Cola e de ULTIMA HORA foi totalmente transmitida pela Rádio Mayrink Veiga, na palavra de Arnaldo Amaral e de Edson de Oliveira, filmada pela TV Tupi – contando ainda com um eficiente serviço de alto-falantes, a cargo da Agência Nacional. (Jornal Última Hora, 19 de janeiro de 1959)



Figura 41- À esquerda, casal de mestre-sala e porta-bandeira da Unidos da Tijuca. À direita, o Bebê de Coca-Cola, da Unidos do Cabuçu, carrega uma mamadeira gigante do refrigerante. (Jornal Última Hora de 19 de janeiro de 1959).



Figura 42- À esquerda, o diretor de promoção da ÚLTIMA HORA cumprimenta o Rei Momo. À Direita, a vedete e rainha do carnaval, Hilda Cristal, desfila no “carro abre-alas” de Coca-Cola, que dá o início ao desfile. (Jornal Última Hora de 19 de janeiro de 1959).



Figura 43- Multidão espera para assistir aos desfiles; Praça Sete ornamentada por Coca-Cola. (Jornal Última Hora de 19 de janeiro de 1959)



Figura 44- Em 1959 a melhor bateria também seria laureada pelo prêmio Noel Rosa; na foto, a bateria da Acadêmicos do Salgueiro. (Jornal Última Hora de 19 de janeiro de 1959)



Figura 45- Integrantes do desfile do concurso promovido por Coca-Cola descansam um pouco. (Jornal Última Hora de 19 de janeiro de 1959)

A campeã de 1959 foi a Acadêmicos do Salgueiro. Coincidentemente, ou não, no mesmo ano a escola conseguiu subir de posição nos desfiles oficiais, depois de muitos anos amargando medíocres colocações, com a intervenção da intelectualidade de esquerda

O concurso de 1960 seguiu os moldes do ano anterior, com duas exceções: algumas regras de julgamento foram modificadas e o tema do concurso seria “Coca-Cola tem um quê que nenhuma outra tem”. Neste ano participaram as escolas: Paraíso do Tuiuti, Unidos do Cabuçu, Unidos de São Carlos, Unidos da Tijuca, Unidos de Vila Isabel, Aprendizes de Lucas, Filhos do Deserto, Estação Primeira de Mangueira, Unidos do Salgueiro, Acadêmicos de Bento Ribeiro, Acadêmicos do Salgueiro, Império Serrano, União de Jacarepaguá, Flor do Lins e Império da Tijuca.

Como a grande vencedora do ano anterior havia sido os Acadêmicos do Salgueiro, sua componente, Paula da Silva, a Paula do Salgueiro, estampou as propagandas à ocasião como a “baiana Coca-Cola”. Esta fusão de elementos entre a baiana e a Coca-Cola é muito mais complexa do que parece. Isto porque a baiana, em si, já carrega uma mistura de elementos e significados da história do Brasil, conforme exemplifica Araújo (2011):

Nos propomos, deste modo, a abordar a indumentária da baiana de escola de samba como tradução de um sistema complexo de elementos visuais e códigos de identidade que articulam constantemente a ideia de tradição. Um texto cultural que assumiu diversas formas por meio de processos de incorporação e resistência, adquirindo diferentes significados através do espaço/tempo. Um exemplo: apesar de guardar muitas semelhanças com os trajes das escravas de ganho, que circulavam pelas ruas do Rio de Janeiro vendendo todo tipo de quitandas desde, pelo menos, o século XVIII, as vestimentas das baianas vendedoras de acarajé do século XX expressam outros significados embora sempre articulando questões ligadas a tradições da culinária e da religiosidade legadas de uma geração à seguinte.

O vestuário de “baiana” está associado, em termos gerais, à mulher negra africana, à escrava de ganho que se estabelece como sujeito importante na sociedade brasileira já no século XVI, graças as suas redes de contato e mobilidade dentro do espaço urbano. Com o passar do tempo, entretanto, alguns elementos desse traje foram reorganizados, articulando-se com diferentes práticas, adquirindo novos significados e relevâncias e estabelecendo novas 39 categorias de “baianas”: de tabuleiro, de terreiro, de carnaval ou de escola de samba, por exemplo.

Atualmente, as baianas são signos do que convencionou-se chamar de “cultura afro-brasileira” carregando as marcas desta definição nas formas mescladas do seu traje, manifestando através de sua visualidade as mudanças no equilíbrio e nas relações das forças sociais no decorrer da tempo, revelando, frequentemente, as tensões em torno da questão negra no Brasil. Desse modo, os elementos que constituem a indumentária da baiana são profundamente ambíguos e diferentes significados ou conotações culturais poderiam ser invocados através deles.

A escola vencedora de 1960 foi a Império Serrano (figura 46):



Figura 46- Anúncio do Jornal Última Hora de 13 de fevereiro de 1960.

Em 1961 o local do concurso mudou; os desfiles; desta vez, seriam realizados no campo do Fluminense Futebol Clube, contando apenas com a participação de 10 escolas de samba (Império Serrano, União de Jacarepaguá, Acadêmicos de Bento Ribeiro, Unidos de Vila Isabel, Estação Primeira de Mangueira, Aprendizes de Lucas, Império da Tijuca, unidos do Cabuçu, Unidos da Tijuca, Filhos do Deserto). O anúncio, agora estrelado pelo sambista “Fuleiro”, do Império Serrano, que se tornaria bicampeã neste ano, publicado no Última Hora em 14 de janeiro de 1961 (figura 47) traz informações sobre o concurso:

Queremos ver você em Álvaro Chaves, no campo do Fluminense, sentado confortavelmente, aplaudindo a sua Escola de Samba Favorita. Vá mesmo... o espetáculo começa na hora exata e acaba cedo, pois somente 10 Escolas participarão do desfile. E você sabe, o “Grande Desfile de Escolas de Samba” de Coca-Cola Refrescos, S.A. e Última Hora, é sempre “naquela base”: prêmios valiosos em dinheiro, taças, troféus e menções honrosas, conferidos às Escolas de Samba que mais se destacarem pelo ritmo e a coreografia. E também pelos “jingles” criados para a refrescante e incomparável “Coca-Cola”. Os portões do Flu estão abertos para Você! Não perca a oportunidade de torcer para que a sua Escola de Samba ganhe o magnífico troféu.

**Todo o Rio vai
SAMBAR**

no dia 29,
às 20 horas,
**NO CAMPO DO
FLUMINENSE F.C.**

**ENTRADA
FRANCA!**

**5º GRANDE DESFILE
DE ESCOLAS DE SAMBA**

com a patrocínio de
**Coca-Cola
Última Hora**

Queremos ver você em Álvaro Chaves, no campo do Fluminense, sentado confortavelmente, aplaudindo a sua Escola de Samba Favorita. Vá mesmo... o espetáculo começa na hora exata e acaba cedo, pois somente 10 Escolas participarão do desfile. E você sabe, o tradicional "Grande Desfile de Escolas de Samba" de Coca-Cola Refrescos, S.A. e Última Hora, é sempre "naquela base": prêmios valiosos em dinheiro, taças, troféus e menções honrosas, conferidos às Escolas de Samba que mais se destacarem pelo ritmo e a coreografia. E também pelos "jingles" criados para a refrescante e incomparável "Coca-Cola". Os portões do Flu estão abertos para Você! Não perca a oportunidade de torcer para que a sua Escola de Samba ganhe o magnífico troféu.

"TAMBORIM DE OURO"

Estas são as Escolas inscritas para o 5º Grande Desfile:

- Escola de Samba Império Serrano
- Escola de Samba União de Jacarepaguá
- Escola de Samba Acadêmicos de Bento Ribeiro
- Escola de Samba Unidos de Vila Isabel
- Escola de Samba Estação Primeira de Mangueira
- Escola de Samba Aprendizes de Lucas
- Escola de Samba Império da Tijuca
- Escola de Samba Unidos do Cabuçu
- Escola de Samba Unidos da Tijuca
- Escola de Samba Filhos do Deserto

Uma promoção tradicional da Coca-Cola Refrescos, S.A. e Última Hora, apresenta o "Tamborim de Ouro" de 1961. (Cena máxima 200,00 de 11.2.61)

Figura 47- Jornal Última Hora, 14 de janeiro de 1961.

O último concurso foi realizado em 1962. Parece que o evento foi perdendo a força e a graça do público, por não ter mais nenhum elemento surpresa e ter esgotado com sua característica de ser uma novidade. A campeã de 1962 foi a Portela.

Um ponto muito importante é que todos estes concursos, além da extravagância visual proporcionada, podem ter estimulado uma reação na intelectualidade carioca, gerando uma história paralela responsável pelo rumo que as escolas de samba tomariam. Esta é a hipótese que levantamos. No próximo capítulo, veremos mais explicações sobre o assunto.

4 A INTELLECTUALIDADE E AS ESCOLAS DE SAMBA: A BUSCA DA TRADIÇÃO

A associação entre a cultura subordinada, as escolas de samba, com a cultura imperia- lista e dominante parece ter criado uma espécie de reação na intelectualidade carioca. Dize- mos isso, porque, logo depois do concurso, já em 1959, podemos perceber, possivelmente como um reflexo à competição promovida por Coca-Cola e Última Hora, uma interferência maior dos intelectuais nas escolas de samba. Citamos como exemplo o Salgueiro, que viven- ciou esta experiência, diferente das outras escolas à ocasião. Em 1959, a agremiação contratou como carnavalescos, o folclorista Dirceu Nery e a artista plástica Marie Louise Nery. O car- navalesco e cenógrafo, Fernando Pamplona, em entrevista para este projeto, afirma que a du- pla de carnavalescos sugeriu um tema diferente para a época. Em suas palavras:

Antes de 1959, a fantasia nunca foi simples. A peruca branca e o chapéu tricórnio e- ram tradições que vieram de João VI. Todas as manifestações de canto e dança que os portugueses trouxeram em sua colonização tiveram grande influência nos costumes brasileiros e, por conseguinte, eram traduzidas nos desfiles. As fantasias, por isso, cos- tumavam ter um traço barroco, herança das tradições de Portugal. Quando Dirceu e Marie Louise Nery assumiram como carnavalescos do Salgueiro em 1959, houve uma verdadeira revolução. Naquele ano eu vi uma escola fazendo o enredo de Debret em vez de um enredo patriota; aquilo, para mim, foi um milagre. Eu julgava alegorias e dei a nota mais alta para o Salgueiro, apesar de a escola ter inovado e desfilado sem as alegorias tradicionais, mas com alegorias vivas, em que os próprios componentes re- produziam as gravuras de Debret. Achei muito original. (Depoimento à autora, em ju- nho de 2010)

Durante os preparativos para este desfile, houve um início de reação dos componentes da escola porque as fantasias eram um pouco mais simples. A figurinista Marie Louise Nery reproduzia versões mais coloridas de personagens dos quadros do pintor. Em vez da peruca branca e o chapéu tricórnio ou outros adereços que lembrassem a realeza, a artista optou por cestas de palha nas cabeças, por exemplo (COSTA, 2003).

As inovações adotadas pelo Salgueiro foram bem aceitas pela mídia. Um exemplo é o Jornal do Brasil de 23 de janeiro de 1959 (figura 48):

JORNAL DO BRASIL — SEXTA-FEIRA, 23 DE JANEIRO DE 1959 — 1.º CADERNO — PÁGINA 7

CARNAVAL

Salgueiro vai sair como nunca: e para ganhar

Caçadores vão buscar sucesso do último ano

O Rancho Unido dos Caçadores vai repetir, este ano, o sucesso de sempre: sairá para ganhar na segunda-feira do carnaval, destinado para Avenida Rio Branco como prêmio de concurso promovido pelo Departamento de Turismo e Cultura da PFR.

No "barracão" de Rua General Carneiro, 180, um grupo de artistas prepara as alegorias e pôsteres do Rancho Unido dos Caçadores para sua apresentação.

O CAMPEONISSIMO

Vezeiros de milhões concorre carnavalesco, o Rancho Unido dos Caçadores, fundado em 21 de março de 1947, é reconhecido como de "utilidade pública" e é premiado anualmente pelo Sr. Castello Branco.

Para o desfile de segunda-feira de carnaval os preparativos estão avançados nos artistas Artur Pereira Barbosa (capataz), Otávio Ferreira (costa), Milton de Silva e um grupo de auxiliares.

Considerando o "campeonissismo", o Rancho Unido dos Caçadores espera vencer também este ano.

— E vamos fazer o possível — dizem.

É EXCELENTE



O Diretor do Departamento de Turismo, Sr. Abelard Frango, acha excelente a proposta

Turismo e crônica social

Se Escola não fizer figura Presidente se despedirá do samba e de suas injustiças

O Salgueiro sairá, este ano, como nunca e será candidato sério ao título de maior das grandes escolas de samba. Trará inovações — com a ausência de alegorias sobre carruagens — e belo samba, do compositor Djalmá Costa (autor de "Brasil, tesouro das artes reunidas"). Tem sido considerado por todos como injustiçado: há dois anos que está no quarto lugar.

O Presidente Nelson Andrade anuncia que este carnaval de 1959 será o último de sua carreira de animador dos Acadêmicos do Salgueiro.

— Mas, se a Escola fizer figura e não sofrer injustiças no julgamento, o Nelson promete que ficará — disseram ao JORNAL DO BRASIL vários sambistas dos Acadêmicos do Salgueiro, que ensaiaram, ontem, em grande estilo, cheios de visitas importantes.

ESCOLA EXTRAORDINÁRIA

Em 1958 a Escola foi por muitos considerada superior à Mangueira, que a ultrapassou por alguns pontos, na contagem final.

Em 1959, o entusiasmo não esmoreceu e todas as outras escolas de samba do Rio vêm em Anadêmicos do Salgueiro uma das mais prováveis campeãs do carnaval.

ENTUSIASMO

Disseram que é "carnavalesco por natureza e que seu passado atual" é "desprezível em um pouco de sua vida, para trazer à Escola do Bom Anadêmicos do Salgueiro. Nelson Andrade sabe "condições à parte", que sua Escola vai ser

QUER LARGAR



O Presidente Nelson Andrade (primeiro plano) quer largar o samba. — Se o Salgueiro não ganhar — diz Calça Larga, que aparece ao fundo

Ginástico: amanhã é só passado

Animado por Lamarline Babo e com a "Bandinha" de Altamiro Carrilho, o Clube Ginástico Português dará seu giro de carnaval, amanhã, sábado, a partir das 22 horas.

Será mais um baile do "Carnaval do Passado", que o compositor Lamarline Babo imaginou e vem sendo um dos grandes sucessos do Clube Ginástico Português.

FANTASIA GANHA PREMIO

As melhores fantasias ganharam prêmios e haverá um júri para selecionar a melhor, composto pelo Diretor do Departamento de Turismo, Sr. Abelard Frango, pela Sra. Renata Franco, Sra. Rosinha Serzedelo Machado, Sr. Lamarline Babo, José Condi e Sílveira Ramalho.

HAILE DE PRÉSTITO

Durante todo o baile 40 serão executadas músicas de carnaval antigas e a seleção das melhores fantasias é feita sem inscrição, à medida antiga.

Figura 48- Salgueiro é destaque em matéria no Jornal do Brasil de 23 de janeiro de 1959.

O texto ressalta que a escola de samba não iria desfilar com alegorias. O enredo ainda não havia sido divulgado pelo jornal:

O Salgueiro sairá, este ano, como nunca e será candidato sério ao título de maior das grandes escolas de samba. Trará inovações — com a ausência de alegorias sobre carruagens — e belo samba, do compositor Djalmá Costa (autor de "Brasil, tesouro das artes reunidas"). Tem sido considerado por todos como injustiçado: há dois anos que está no quarto lugar.

O Presidente Nelson Andrade anuncia que este carnaval de 1959 será o último de sua carreira de animador dos Acadêmicos do Salgueiro.

- Mas, se a Escola fizer figura e não sofrer injustiças no julgamento, o Nelson prometeu que ficará — disseram ao JORNAL DO BRASIL vários sambistas dos Acadêmicos do Salgueiro, que ensaiaram, ontem, em grande estilo, cheios de visitas importantes.

ESCOLA EXTRAORDINÁRIA

Os Acadêmicos do Salgueiro são a escola de samba que mais recebe estrangeiros famosos e a que melhor sabe receber:

- Em 1958 recebemos em francês, inglês e espanhol três grandes visitas. Nos Acadêmicos do Salgueiro o visitante é saudado na sua própria língua — diz Nelson, orgulhoso da classe do seu grupo.

Um seu sobrinho, Jorge Andrade Falcão, que fala bem várias línguas, auxilia os Acadêmicos do Salgueiro nesses requintes das recepções que fazem.

-Quando Martine Carol veio conhecer o samba em nossa Escola, a saudação que nós fizemos teve citação nos jornais e revistas da época.

APENAS CINCO ANOS

Os Acadêmicos do Salgueiro são a mais nova e de mais tradição escola de samba do Rio.

Foi fundada em 1952, mas representou a junção de duas das mais antigas associações sambistas do Distrito Federal: as escolas de samba "Depois Eu Digo" e "Azul e Branco".

Em 1957, os Acadêmicos se projetaram definitivamente. Cresceram de tal maneira que em 1958 a Escola foi por muitos considerada superior à Mangueira, que a ultrapassou, por alguns pontos, na contagem final.

Em 1959, o entusiasmo não esmoreceu e todas as outras escolas de samba do Rio vêm em nos Acadêmicos do Salgueiro uma das mais prováveis campeãs do carnaval.

ENTUSIASMO

Dizendo que é carnavalesco por natureza e que seu pecado atual é despreocupar-se um pouco de sua vida, Néelson Andrade acha “modéstia à parte”, que sua Escola vai ser “extraordinária” este ano.

- Temos grandes novidades, que só podem ser ditas na véspera do carnaval, para ninguém imitar. São espécie de “segredos de Estado”, que dão prejuízo se revelados.

No ano passado, JORNAL DO BRASIL antecipou, pela primeira vez na história das escolas de samba, o enredo dos Acadêmicos do Salgueiro:

- E este ano vai ser o mesmo, porque nós vamos dar ao JORNAL DO BRASIL nosso enredo, pelo alto, alguns dias antes do domingo de carnaval. (Jornal do Brasil de 23 de janeiro de 1959)

O enredo da agremiação, sobre Debret, foi revelado ao Jornal do Brasil em 28 de janeiro de 1959. Mais uma vez os Acadêmicos do Salgueiro ganharam destaque. (figura 49)

JORNAL DO BRASIL — QUARTA-FEIRA, 28 DE JANEIRO DE 1959 — 1.º CADERNO — PÁGINA 7

CARNAVAL

Pintor Debret vai ser o enredo do Salgueiro

Desfile de fantasias na piscina do Glória, hoje, promete grande espetáculo

Será hoje, às 16 horas, no Hotel Glória, o desfile de fantasias para o carnaval promovido pelo JORNAL DO BRASIL em combinação com a direção daquele hotel. O espetáculo — dado a rapidez com que se esgotaram os convites — promete constituir um sucesso absoluto.

O desfile será realizado na piscina do Glória e será assistido por perto de 300 pessoas, que procuraram ingressos durante a tarde de ontem na redação do JORNAL DO BRASIL.

VAI A TELEVISÃO

As melhores modéas que apresentarem fantasias mais curiosas receberão um brinde da direção do Hotel Glória e serão convidadas para aparecer domingo na TV-Rio, durante o programa de Cássio Muniz — “TV-Rio-Ring”, que tem uma seção social, em meio às lutas.

O locutor Manuel Jorge foi convidado e se tornou a apresentação das modéas que desfilarão.

GRANDE PROCURIA

O Sr. Eduardo Tapajós, da direção do Hotel Glória, que fez questão de que se repetisse este ano, naquele Hotel, o desfile de fantasias que se realizou no ano passado, mostrou-se impressionado com o êxito obtido pela propaganda do JORNAL DO BRASIL em torno do desfile de hoje, e que este jornal copatrocinava.

A repercussão entre pessoas conhecidas da sociedade que procuraram o Sr. Dirceu Ezequiel, encarregado das relações públicas do Glória, impressionou a direção do Hotel.

CANDIDATAS APRESENTAR-SE-ÃO

Todas as candidatas aos concursos de Rainha

PORTELA: ENSAIOS NÃO REVELAM



Na Portela, os ensaios não dizem o que Escola é nem o que ela prepara. Só, o samba do enredo — “Brasil, paridade de heróis” foi revelado. No letrado, o Diretor de Harmonia, Jahn, mostra samba a todos de boa vontade. Esse jovem casal “estranho ao meio”, no entanto, não quis aprender

Somente Império Serrano e Mangueira ainda mantêm seus enredos em segredo

O Salgueiro vai apresentar como enredo no desfile das Escolas de Samba deste ano a figura do pintor Debret, francês que veio ao Brasil em princípios do século passado, fazendo parte de uma missão artística que marcou época na história da Cidade e deixou um extraordinário documentário sobre o Rio de Janeiro colonial.

Os Acadêmicos do Salgueiro estão esperançosos de levantar com o seu desfile deste ano o primeiro título de Campeã das Escolas de Samba em toda a sua história. Depois que a Portela anunciou o seu enredo — “Brasil, paridade de heróis” — somente o Império e a Estação Primeira de Mangueira ainda guardam segredo dos seus enredos.

ESCOLAS SE PREPARAM

O Salgueiro, que se considerou injustiçado no ano passado, quando, contra a opinião da maioria dos observadores, foi classificada em quinto lugar, trará numerosas inovações este ano.

Primeiro, abolir as carréas: todas as alegorias serão transportadas à mão e sem iluminação, apesar de a escola brasileiro. — A forma pela qual trazemos as romas luses é segredo, só no dia — disse Néelson Andrade, Presidente dos Acadêmicos do Salgueiro.

PORTELA ESTÁ CERTA

A Portela não teme os concorrentes e está certa de que vencerá este ano, pela terceira vez. A sua nome

extraordinária bateria, de Betinho.

IMPERIO E SEGREDO

O Império Serrano, que tem uma coleção também muito grande de títulos, é sempre uma candidata forte: há três anos é segundo lugar, perseguindo de muito perto a Portela.

O Império Serrano é, no entanto, uma das escolas mais fechadas do Rio. Pouco se sabe dos seus segredos e as novidades que trará na apresentação de domingo de carnaval são absolutamente segredo. Em 1959, cantou “Barbara Eleodora”, a beata ministra pela independência do Brasil.

MANGUEIRA MUDOU DE TÁTICA

Debret, um dos melhores compositores das escolas de samba do Rio: assinava a melodia e João Hecqua para não dizer a letra do enredo, que é segredo até domingo que vem

Entre as 10 Personalidades Carnavalescas de 59, uma é grande carnavalesco morto

Uma das 10 personalidades carnavalescas de 1959 que

Figura 49- Salgueiro e o tema de seu enredo em 1959 são destacados em página de jornal (Jornal do Brasil, 28 de fevereiro de 1959)

Em 1959, o Salgueiro, que há anos tentava sem sucesso sair do quarto lugar, alcançou a posição de vice-campeã, logo abaixo da Portela. Nas figuras 50 e 51, fotos do desfile do Salgueiro:



Figura 50-Trio de sambistas do Salgueiro. (Jornal do Brasil, 12 de fevereiro de 1959).



Figura 51- Baiana do Salgueiro. (Jornal do Brasil, 12 de fevereiro de 1959).

Se o sucesso foi alcançado de um lado, de outro foi um embate difícil: convencer a comunidade a desfilarem de uma forma diferente. Isso foi afirmado por Haroldo Costa em seu livro de exaltação ao Salgueiro.

Marie-Louise ficou encarregada de fazer o levantamento dos trajes e sua adaptação para as cores do Salgueiro – havia esta preocupação na época. No seu português arrevesado, ela tinha que explicar às costureiras do morro que faziam as roupas das alas, detalhes como a altura da bainha, forma da manga, caimento da saia sobre a anágua, enviesado do colete (...). Muita gente reagia. O que é que aquela gringa, alta, magra, com um sotaque brabo, tinha a ver com a escola?

Havia os mais tolerantes, que só não entendiam porque iriam sair com um cesto de perus na cabeça ou um chapéu cheio de borboletas multicores (COSTA, 2003, p.24).

Mesmo com dificuldades em se expressar, por causa da idade avançada, Marie Louise contou-nos em entrevista para esta dissertação (de forma pouco confusa, como lampejos de lembranças) que os componentes relutavam em usar suas fantasias. Uma das poucas frases inteiras que pronunciou, para descrever o que viveu nesta época, é uma citação famosa, atribuída a Joãozinho Trinta, que, na verdade, explica e resume muito bem o contexto desta história: “O povo gosta de luxo. Quem gosta de pobreza são os intelectuais”.

No ano seguinte, o carnavalesco do Salgueiro foi Fernando Pamplona. Empolgado com o desfile “diferente” do ano anterior, ele escolheu um enredo baseado na história dos negros no país: “Quilombo dos Palmares” (figura 52)



Figura 52- Quilombo dos Palmares, enredo do Salgueiro, vira destaque em página de jornal. Na foto à esquerda, Djalmá Jacaré, compositor da escola. (Jornal do Brasil, 4 de fevereiro de 1960).

Outra matéria publicada no Jornal do Brasil em 25 de fevereiro de 1960, explica detalhes de como seria o desfile (figura 53):

Acadêmicos do Salgueiro com seus “Palmares” serão a grande força do desfile Apresentando como enredo Palmares, a Escola de Samba Acadêmicos do Salgueiro que em 1959 perdeu para a Portela pela diferença de 0,5 ponto, é, talvez, a maior favorita para o supercampeonato de 1960. O JORNAL DO BRASIL revela, hoje, como o Salgueiro vai desfilar.

A história da revolta dos Palmares será contada pelos Acadêmicos do Salgueiro em 9 partes: apresentação, cativo, luta, ressurgimento de nações (quilombos), formação dos Palmares (maracatu), séquito de Zumbi, nação livre. Bateria e alegoria.

ENREDO

Apresentação: abrindo o cortejo surgirá a figura simbólica de Zumbi empunhando o estandarte do enredo, substituindo o tradicional “abre-alas”; a comissão de frente e um trio de bailarinos;

Cativo: o homem cativo (ala mista) e os doutores da liberdade;

Ressurgimento das nações: as nações Jaga, Mandinga, Fula, Cambinda e Casanje, os reis e alegorias: a indumentária e as alegorias terão um caráter predominantemente africano;

Formação dos Palmares: damas, peões, porta-bandeira e mestre-sala, corte, dama da boneca, damas da corte, rei e rainha coroados, bateria de maracatu;

Séquito de Zumbi: ala das damas (as mulheres de Zumbi), bailarinas da corte, guerreiros e nobres;

Nação livre: ala das baianas (simbolizando a paz), alas masculinas, damas e baianas;

Alegoria: completando a alegoria apresentada pelos reis africanos a alegoria do maracatu, apresenta-se um carro alegórico com instrumentos africanos primitivos que servem de base a todas as manifestações negras;

Bateria: desfilará com 250 figurantes e grande parte dos instrumentos são importados da África.



Figura 53- Escola apresenta seu desfile com inovações: substituição do tradicional carro abre-alas pelo Zumbi e instrumentos da bateria trazidos da África. (Jornal do Brasil, 25 de fevereiro de 1960).

Se no ano anterior, em 1959, com Marie Louise, as fantasias foram um pouco mais simples, neste ano seriam ainda mais, pois simbolizariam, em sua maioria, os escravos. Pamplona conta que a resistência da comunidade frente à novidade imposta foi muito grande. Segundo ele mesmo descreve:

Os negros da comunidade diziam assim: “Poxa, eu visto capa e espada para vestir cabeça de arminho. Meu carnaval não é só lá embaixo não, eu vou para a Saens Pena, para Madureira esnoabar quando a gente ganha e você me vem com esta roupa horrósa de negro? Então eu disse: “Vocês têm vergonha de serem negros?” E eles prontamente responderam: “Eu não” (Depoimento à autora, em 2010).

Ferreira também cita o envolvimento do Pamplona com as escolas de samba:

As escolas de samba, como um dos símbolos máximos da cultura popular, tornam-se espaços sensíveis ao desenrolar deste combate que, no Brasil, se confunde com o embate entre socialismo e capitalismo. (...) Uma ação direta sobre estes espaços populares começa a se desenhar – como, por exemplo, o envolvimento do artista, professor universitário e militante de esquerda Fernando Pamplona com o Salgueiro, propondo enredos de valorização da história negra, em oposição à história “oficial”; uma atitude pedagógica que incluía ainda o convencimento dos sambistas a usar fantasias “africa-

nas” em lugar dos duques e barões que povoavam os desfiles das escolas desde seus primeiros anos. (FERREIRA, 2012, p.176)

Depois de algum diálogo e convencimento, a escola foi para a avenida. Mesmo rompendo com os padrões da época, o desfile causou um excelente impacto na mídia, no público que assistia e no júri também. Prova disso foi o primeiro lugar conquistado pela escola. Mesmo tendo dividido a posição com mais quatro escolas (Portela, Mangueira, Unidos da Capela e Império Serrano) foi um resultado positivo depois de alguns anos amargando posições inferiores na classificação. Fotos do dia do desfile demonstram algumas das fantasias (figuras 54 e 55):

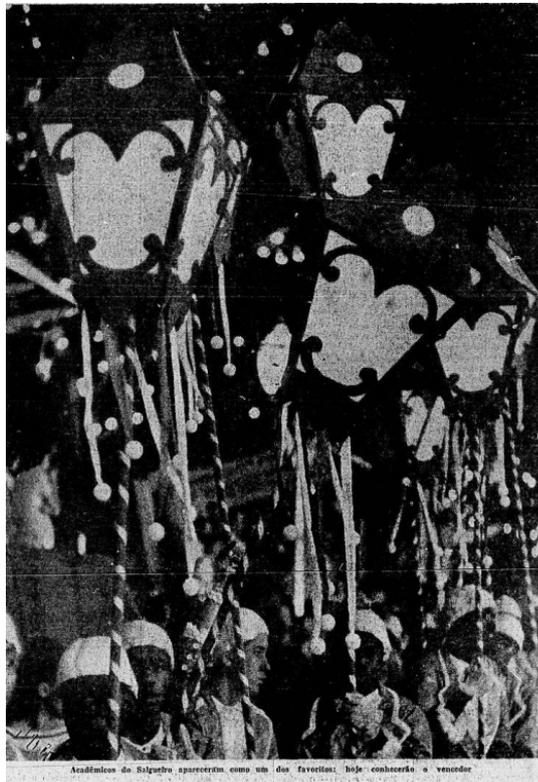


Figura 54- Legenda: Acadêmicos do Salgueiro apareceram como um dos favoritos: hoje conhecerão o vencedor. (Jornal do Brasil, 4 de fevereiro de 1960).



Figura 55- Fantasias com temas africanos no desfile do Salgueiro. (Jornal do Brasil, 4 de fevereiro de 1960).

A partir de então a temática negra começou a substituir, pouco a pouco, o costume de fazer temas nacionalistas, que se originou, conforme vimos no capítulo anterior, no governo de Getúlio Vargas. Temática esta que já compunha grande parte dos trabalhos de Pamplona que, como integrante da intelectualidade carioca, entendia a cultura africana como a raiz da identidade brasileira e queria trazer novamente este movimento que teve origem em 1920; Isto é reforçado por Guimarães (2006):

Desta forma, nossa hipótese central é a de que houve uma revolução estética, técnica e temática no carnaval, e que teve seu início nas transformações introduzidas por Fernando Pamplona nas decorações de rua e do Baile de Gala do Teatro Municipal. A partir das ações deste artista, veremos que muito antes do Salgueiro deslumbrar a avenida com um tema afro-brasileiro, as “áfricas” de Pamplona já haviam conquistado o nobre espaço do Teatro Municipal.

Esta interferência gerou uma modificação na forma das escolas de samba desfilarem. Com a entrada de pessoas de fora das comunidades, no caso os intelectuais, elas começaram a abrir seu espaço cada vez mais para pessoas de fora da comunidade, turistas,, até se tornarem o que são hoje. Acreditamos que a intervenção intelectual desta época transformou as escolas e seus desfiles no que são hoje, em uma lenta evolução. Ferreira destaca a importância destas participações:

A participação do folclorista Dirceu Néri e da artista plástica e figurinista Marie Louise Nery na criação plástica do Carnaval apresentado pela escola de samba Acadêmicos do Salgueiro, em 1959, do cenógrafo e professor da Escola de Belas Artes do Rio de Janeiro, Fernando Pamplona, na mesma escola entre 1960 e 1962, do cenógrafo e figurinista Arlindo Rodrigues, também no Salgueiro, a partir de 1961, e da artista plástica Beatrice Tanaka na Portela em 1966 são alguns dos momentos que marcam essa “incorporação” nas escolas de samba do Rio de Janeiro de elementos “externos” a suas “tradições”. O ritmo e a dança do samba já não eram mais os únicos fatores impor-

tantes numa escola. Fantasias, alegorias e o conjunto do desfile assumem um papel de destaque, valorizando o lado visual do desfile. (FERREIRA, 2004, p. 355)

A aceitação das mudanças pelas escolas de samba revela seu costume em negociar e sua habilidade em incorporar elementos externos, conforme explica Ferreira:

Acostumadas a negociações como estas, que estão na própria essência de sua formação, as escolas incorporam paulatinamente novos significados a seus elementos “tradicionais”, reformulando seus sambas, enredos, fantasias, alegorias e até sua forma de desfile. À ideia de tradição incorporava-se o conceito de resistência. Isso sem preder a “pureza” original, nem abrir mão das novidades tão essenciais às disputas acirradas pela vitória no campeonato carnavalesco. (FERREIRA, 2012, p. 176)

Antes mesmo de saber sobre a história da Coca-Cola, Ferreira já havia levantado a hipótese da reação do Pamplona ao movimento imperialista, conforme podemos ver a seguir:

Na segunda metade dos anos 1950, as escolas de samba tornam-se campo importante na batalha entre a cultura de massa e a cultura do povo. Por “cultura de massa” entendia-se, então, a cultura americanizada de que já falavam Lamartine Babo em “Canção para inglês ver”, Assis Valente em “Good-bye boy”, e Gordurinha e Almira Castilho em “Chiclete com banana”. Era preciso agir contra a invasão capitaneada por Hollywood e a Coca-Cola, deixar a “mania de inglês” e só colocar bebop no samba no dia em que o Tio Sam aprendesse a tocar tamborim.

As escolas de samba, como um dos símbolos máximos da cultura popular, tornam-se espaços sensíveis ao desenrolar deste combate que, no Brasil, se confunde com o embate entre socialismo e capitalismo. Os enredos de forte teor nacionalista da época, heranças da relação com o governo Vargas, começam a ser encarados pelas forças políticas de esquerda, sempre atuantes nas entidades representativas das escolas, como uma forma de adesão ao projeto de aproximação aos Estados Unidos, que marcou o governo do presidente Juscelino Kubitschek. Uma ação direta sobre estes espaços populares começa a se desenhar – como, por exemplo, o envolvimento do artista, professor universitário e militante de esquerda Fernando Pamplona com o Salgueiro, propondo enredos de valorização da história negra, em oposição à história “oficial”; uma atitude pedagógica que incluía ainda o convencimento dos sambistas a usar fantasias “africanas” em lugar dos duques e barões que povoavam os desfiles das escolas desde seus primeiros anos. (2012, p. 176)

CONCLUSÃO

Objetivamos, nesta dissertação, apresentar uma das mais inusitadas e, sob o ponto de vista da teoria cultural, importantes, alianças da história do carnaval brasileiro: a Coca-Cola e as escolas de samba. Este encontro acontece por meio de um concurso promovido pela marca de refrigerantes e o jornal Última Hora, na década de 1950. No concurso, as escolas de samba desfilariam e cantariam enredos sobre a Coca-Cola, antes dos desfiles oficiais.

A primeira disputa aconteceu em 1957. Os anúncios falando sobre o concurso e matérias explicando como seria o evento eram anunciados na Última Hora e, pouco a pouco, uma por uma, as agremiações foram aderindo. O evento começou de forma tímida, inicialmente premiando as escolas de samba que melhor musicassem uma letra composta por publicitários da MacCann-Erickson, anunciado no jornal Última Hora: “No Carnaval eu vou beber... / Coca-Cola!!! / Coca-Cola! Coca-Cola, oi! / Me faz um bem!”. Este trecho da composição viraria posteriormente o jingle do refrigerante durante o carnaval. Samba, jingle, Coca-Cola, oi: o processo de hibridação, ainda que intenso, estava apenas no começo.

Aos poucos, as escolas de samba foram se envolvendo mais e mais. Aceitando participar da disputa estabelecida, o que evidenciava o sentimento de competitividade que sempre as moveu. O samba-jingle foi cantado pelas escolas e a grande campeã da disputa de 1957 foi o Salgueiro.

No ano seguinte, em 1958, o concurso tomou força. O que poderia soar estranho, já era um fato comum: as escolas de samba queriam era ganhar, tanto notoriedade quanto o prêmio em dinheiro, que, conseqüentemente as ajudariam nos desfiles oficiais. Desta vez não havia mais letras a serem musicadas, mas novos quesitos a serem julgados, como alegria e criatividade, fazendo com que aumentasse o envolvimento das escolas. Não havia mais a insegurança de um evento cujo ineditismo poderia ser assustador: as rédeas já haviam sido tomadas por ambas as partes.

O concurso conquistou tanta força, obtida pela aceitação do público e pelas agremiações, que passou a se considerar a abertura do carnaval de rua do Rio de Janeiro. “Coca-Cola, isto faz um bem” foi o tema da segunda disputa promovida entre as escolas de samba que se mostravam cada vez mais articuladas com o evento, empenhadas em vencer a disputa.

Já no terceiro ano, 1959, o concurso ganhou ainda mais força e um novo título: Tamborim de ouro. O nome é uma alusão a um troféu criado especificamente para o concurso: um mini tamborim dourado que seria dado à escola que ganhasse o concurso três vezes consecu-

tivas. Neste momento, a disputa era ainda mais acirrada, o concurso havia ganhado mais prestígio, celebridades iam assistir aos desfiles e as escolas de samba caprichavam cada vez mais. Além das ornamentações híbridas, como o carro alegórico com uma garrafa de Coca-Cola, novos personagens foram criados dentro do contexto, como o “bebê Coca-Cola”, inventado pela Unidos do Cabuçu. Das disputas e concessões também foram surgindo figuras como a “baiana Coca-Cola”, uma tradicional baiana com tampinhas do refrigerante coladas pela roupa e carros alegóricos com temas do refrigerante.

O concurso prosseguiu até o ano de 1962, mas parece que a fórmula se desgastou. Mesmo com o fim e o desgaste do concurso, não é preciso averiguar em quantos pontos percentuais o consumo do refrigerante se elevou, basta perceber o envolvimento e a comoção da população com os eventos. Finalmente a Coca-Cola havia conseguido se infiltrar na, considerada, mais genuína forma de manifestação cultural brasileira, conquistando, assim, seu público.

Levantamos a hipótese de que este concurso tenha, em certo momento, chamado a atenção da intelectualidade de vanguarda da época, pois, a partir de 1959, dois anos após a disputa patrocinada pela marca de refrigerantes, começa a haver um envolvimento mais forte deste grupo nos desfiles oficiais das agremiações. Conforme levantamos aqui, a primeira escola a receber este tipo de intervenção foram os Acadêmicos do Salgueiro, iniciando esse processo de rupturas com a atuação da figurinista e artista plástica Marie Louise Nery, que, em 1959, começou a modificar a escola de forma bem sutil, com a mudança do enredo, que versava sobre Debret, fugindo do perfil da maioria das outras escolas de samba na época, com a mudança do figurino, tornando-o mais simples, e com a utilização de alegorias vivas.

No ano seguinte, em 1960, a escola teve como carnavalesco o reconhecido cenógrafo e partidário assumido da esquerda, Fernando Pamplona. Durante sua gestão, transformações ainda mais complexas foram operadas no desfile do Salgueiro. O enredo proposto, Quilombo dos Palmares, representou uma mudança radical. As fantasias tornaram-se ainda mais simples e a filosofia do desfile, seguindo uma temática negra, rompia com o passado de fantasias representando a nobreza, perucas brancas e chapéus tricórnio, e o ufanismo. Com esse desfile, o Salgueiro conseguiu conquistar o primeiro lugar e deu início a uma revolução tanto estética como operacional nos desfiles das escolas de samba no Rio de Janeiro.

Acreditamos que a promoção do concurso entre as escolas de samba foi mais uma tentativa da Coca-Cola de se livrar do fracasso comercial que sofria no Brasil. Em meados de 1950, a cultura americana já estava bastante difundida no Brasil. E essa influência dividia opiniões entre a intelectualidade do Rio de Janeiro. Porém, a grande parte da elite carioca re-

pudiava o imperialismo de forma bem explícita. A desaprovação à Carmem Miranda, por ter ido se estabelecer nos Estados Unidos, é apenas um exemplo da recusa ao imperialismo no Brasil. Alguns estudiosos, como o historiador Gerson Moura, condenam esta cultura dominante. E não é só no Brasil que este movimento ocorre. O texto intitulado “Coca-Cola, la historia negra de las águas negras”, de Gustavo Castro Soto (2005) atribui à marca de refrigerantes de fraudes, assassinatos, torturas, entre males causados a inúmeros países por onde esteve.

A entrada da Coca-Cola no Brasil, assim como em muitos outros países, aconteceu durante a 2ª Guerra Mundial. Sabendo do sabor não muito palatável do refrigerante, os vendedores de Coca-Cola tentavam difundir a bebida como um conceito - que já havia sido fortemente construído nos Estados Unidos - penetrando nas brechas culturais dos países, como a religião e política.

Desta forma, graças ao precário desenvolvimento industrial brasileiro e consequente dependência econômica com os Estados Unidos, que à época já tinha se estabelecido como potência mundial, formou-se uma forte aliança política com o Brasil. Getúlio Vargas apoiou a vinda dos EUA para o Brasil, tomou partido na 2ª Guerra em prol da nação norte-americana e facilitou, o quanto pôde a entrada da Coca-Cola e do imperialismo no Brasil. Um bom exemplo deste apoio foi que grande parte da imprensa brasileira, à época controlada pelo DIP, não se manifestou contra a entrada da cultura norte-americana no Brasil, mas, ao contrário, enalteceu este movimento.

Então, com fortes vínculos estabelecidos com a política brasileira, principalmente com Vargas, a Coca-Cola, que em 1941 já possui uma fábrica no Brasil, dá continuidade à sua campanha de expansão comercial. Mesmo com muitas facilidades, concedidas pelo apoio político conquistado, a Coca-Cola não conseguia emplacar suas vendas no Brasil de forma alguma. O refrigerante nacional era mesmo o guaraná. Além disso, muitos estranhavam o sabor da Coca-Cola. Como inicialmente sua fórmula era a de um remédio, certamente seu sabor não deveria ser muito agradável. E, mesmo diante de tantas negativas, a Coca-Cola não desistiu, continuando com seu investimento massivo em propagandas e começando a investir em concursos populares em rádios.

Até que a marca de refrigerantes, associada ao jornal Última Hora (criado, praticamente, para apoiar Vargas), e com o apoio de uma forte agência publicitária, a MacCann-Ericksson, já tendo observado a força da camada popular, vê nas escolas de samba um canal para esta aproximação. Na década de 1950, as escolas de samba eram símbolo da genuína brasilidade e identidade do povo brasileiro. Então, com a pretensão de se tornar mais do que

um produto, mas parte essencial do cotidiano de seus novos consumidores, conforme aconteceu nos Estados Unidos, foi criado o concurso entre as escolas de samba.

Um dos nossos propósitos foi aqui mostrar a dinâmica da cultura popular, que não é estática (CANCLINI, 2003; HALL, 2009) e que também não surge como uma manifestação espontânea. (STOREY, 2003). A cultura popular é um campo de estudos muito abrangente e cheio de complexidades. Como é um termo amplamente usado no cotidiano, ele empresta uma familiaridade e ilusoriamente uma simplicidade ao seu significado.

Como as representantes da cultura popular neste trabalho, destacamos as escolas de samba e todo o seu processo de negociação, incorporação e resistência ao longo de sua existência. Com a Coca-Cola, Getúlio Vargas, e a intelectualidade, as agremiações viveram processos de hegemonia, em que elementos são incorporados e adaptados, tomando nova forma e mantendo vivas as manifestações de cultura popular (STOREY, 2003).

A tentativa das agremiações em agradar a Coca-Cola, tomando como exemplo o Império Serrano no primeiro desfile, segurando um cartaz afirmando que Coca-Cola faz um bem, algo que na época era completamente questionado (e que, por isso mesmo a marca de refrigerantes escolheu o tema) ressalta, à primeira vista, uma inocência por parte dos componentes da agremiação. Entretanto, avaliando com mais profundidade, é muito claro que a Império Serrano tem um objetivo: ganhar o dinheiro e a evidência que a Coca-Cola iria oferecer.

Outro exemplo muito marcante de incorporação é a baiana Coca-Cola. Com chapinhas de Coca-Cola ao longo do vestido, a baiana, que já possui uma história de agregação de elementos distintos (ARAÚJO, 2011) e que é um dos símbolos mais importantes do carnaval, já que traz a em si o registro da raiz negra, considerada a identidade brasileira, a personagem não perde suas características, mesmo com um elemento tão distante da realidade brasileira. Este é o diálogo hegemônico: a Coca-Cola não prepondera, as escolas de samba não se alienam, forma-se um terceiro elemento, híbrido e negociado.

Com o passar do concurso, a criatividade torna-se um item fundamental. O bebê Coca-Cola, por exemplo, foi uma criação, fruto deste novo carnaval que acontecia antes do carnaval oficial. Como uma baiana do carnaval brasileiro, o bebê Coca-Cola é um personagem que nasce da hibridação e torna-se legítimo enquanto existe o desfile promovido pela marca de refrigerantes.

Assim, com a interpretação e o uso dos elementos de Coca-Cola que o povo faz (STOREY, 2003), acabam tornando o símbolo do imperialismo em uma forma legítima da expressão da cultura popular brasileira.

O mais interessante dessa história é que a Coca-Cola é a maior representante da cultura popular dos Estados Unidos. O refrigerante nasceu e cresceu em uma época de importante transição, em que o país formou sua personalidade e se tornou potência mundial. Utilizando-se da 2ª Guerra para avançar comercialmente, podemos entender a forma agressiva e dominadora que a Coca-Cola se utilizou para conquistar outros territórios. Camuflando sua certeza absoluta de superioridade e se adaptando às brechas que os outros países concediam, fossem políticas ou culturais, ou ambas, a Coca-Cola foi se infiltrando nas entranhas de cada localidade. O objetivo era claro: ciente de que não era tão saborosa, a marca de refrigerantes teria de se tornar um conceito, assim como havia acontecido nos Estados Unidos.

A diferença extrema entre a personalidade das duas culturas, escolas de samba e Coca-Cola, tornam sua associação algo espetacular. Incrível o poder de absorção e adaptação da cultura popular, unindo elementos tão distintos.

A chegada e interferência da intelectualidade nas escolas de samba, iniciado em 1959 com Marie Louise Nery e continuado por Fernando Pamplona em 1960, já apontam para outro processo hegemônico, com outro diálogo e incorporações diferentes. Desta vez o Salgueiro precisou mudar radicalmente seu estilo visual e estabelecer uma ruptura com o passado. Inicialmente tendo relutado, os componentes da escola adotaram imediatamente todas as modificações quando perceberam o resultado bem-sucedido. Acreditamos que, se nesta ocasião, o Salgueiro não tivesse sido bem-sucedido, haveria uma resistência ainda maior por parte dos componentes, gerando outra forma de apresentação da agremiação. Mais uma vez fica claro o diálogo e a apropriação em prol dos interesses de cada um: provavelmente a intelectualidade, queria preservar e enaltecer a identidade brasileira e as escolas de samba ganhar a disputa. Em comparação às outras forças que dialogaram com as escolas de samba, incluindo a própria Coca-Cola, acreditamos que a intelectualidade foi a que mais transformou as agremiações e o carnaval, operando modificações radicais; tirando-as dos enredos ufanistas e luxuosos e levando-as à temática negra, com fantasias mais populares com maior conexão ao enredo. Tudo isso em nome da preservação e da tradição. As escolas de samba são exemplos da dinâmica existente na cultura popular, de seu poder de negociação, resistência e incorporação.

Sabemos que este estudo abre possibilidades para outras pesquisas, nos mais diversos campos de estudos. E que ainda há muito mais a ser pesquisado, já que dentro do período do mestrado não foi possível esgotar o tema, tão amplo e repleto de ramificações conceituais. Esperamos poder contribuir para futuros trabalhos acadêmicos com as informações aqui disponibilizadas.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Vânia Maria Mourão. Yes, nós temos baianos: o processo de construção da personalidade baiana de escola de samba no século XX. 2011. Dissertação (Mestrado em Artes) – Instituto de Artes, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.
- ALMANAQUE da Comunicação. Disponível em: <www.almanaquedacomunicacao.com.br>. Acesso em: jan. 2014.
- ANJOS, Moacir dos. *Local/global: arte em trânsito*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.
- AUGRAS, Monique. A ordem na desordem: a regulamentação do desfile das escolas de samba e a exigência de “motivos nacionais”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 21, 1993.
- CANCLINI, Néstor García. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.
- COSTA, Haroldo. *Salgueiro: 50 anos de glória*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Rocco, 1936.
- FERREIRA, Felipe. *O livro de ouro do carnaval brasileiro*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.
- _____. *Inventando carnavais: o surgimento do carnaval carioca no século XIX e outras questões carnavalescas*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.
- _____. *Escritos carnavalescos*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2012.
- GUIMARÃES, Helenise Monteiro. *A batalha das decorações: a Escola de Belas Artes e o carnaval carioca*. 2006. 318f. Tese (Doutorado em Belas Artes) – Escola de Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006.
- GUIMARÃES, Valéria Lima. *O PCB cai no samba: os comunistas e a cultura popular, 1945/1950*. Rio de Janeiro: Arquivo Público do Estado do Rio de Janeiro, 2009.
- GUNNARSSON, Annika; FILHO, Paulo Venâncio. *Time & place: Rio de Janeiro 1956-1964*. Estocolmo: Steidl Verlag, 2008.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Dp&A, 2006.
- _____. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.
- KOSHIBA, Luiz, PEREIRA, Denise Manzi Frayze. *História do Brasil*. São Paulo: Editora Atual, 1993.
- MORAES, Eneida de. *História do carnaval carioca*. Rio de Janeiro: Record, 1987.

MOURA, Gerson. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana*. [S.l.]: Universidade do Texas; Editora Brasiliense, 1984.

ORTIZ, Renato José Pinto. Sociedade e cultura. In: SACHS, Ignacy; WILHEIM, Jorge; PINHEIRO, Paulo Sérgio (Org.). *Brasil: um século de transformações*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. p. 184-209.

PENDERGRAST, Mark. *For God, Country and Coca-Cola*. Nova Iorque: Editora Basic Books, 2000.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart, *Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950*. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas, 2003.

SOTO, Gustavo Castro. *Coca-Cola, la historia negra de las aguas negras*. [México]: Centro de Investigaciones Económicas y Políticas de Acción Comunitaria, 2005.

STOREY, John. *Cultural consumption and everyday life*. Londres: Hodder Education Publishers, 1999.

_____. *Cultural theory and popular culture: an introduction*. Harlow: Prentice Hall, 2009.

TOTA, Antonio Pedro. *O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da segunda guerra*. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2000.

TURANO, Gabriel da Costa. *Devido às marmeladas, adeus carnaval: um dia voltaremos: escolas de samba e cultura popular no Rio de Janeiro dos anos 30*. 2012. 199 f. Dissertação (Mestrado em Artes) – Instituto de Artes, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.