



Do “Carnaval à moda antiga” às manifestações nas redes sociais: a construção midiática dessa festa em São Luiz do Paraitinga¹

Renata Rendelucci Allucci²

Pontifícia Universidade Católica de Campinas

Gisele Jordão³

ESPM-SP

Resumo

O carnaval da cidade paulista de São Luiz do Paraitinga passou por várias fases – da proibição de sua realização nas ruas, entre 1920 e 1980, a evento que atrai milhares de pessoas. Em todas elas, a mídia teve papel de destaque, sendo desde uma das responsáveis por sua volta até o lugar das manifestações contrárias às negociações com um patrocinador, em 2013, por meio da explicitação da força das redes sociais, passando pela época da grande enchente que quase destruiu a cidade, em 2010. Porém, mesmo em situações tão distintas, o discurso da tradição sempre foi utilizado pela mídia para a preservação e continuidade dessa festa, acrescido pelos interesses culturais, sociais e econômicos que mobilizam sua realização. O presente trabalho apresenta como os processos de comunicação praticados, ao ressignificarem a memória de uma comemoração idealizada de carnaval, colaboram para seu consumo simbólico.

Palavras-chave: São Luiz do Paraitinga; carnaval; tradição; construção midiática.

Carnaval, proibição e retomada: comunidade, igreja e televisão

São Luiz do Paraitinga localiza-se na porção paulista do Vale do Paraíba e foi fundada em 1769. Assim como em diversas cidades brasileiras nos períodos colonial e imperial, a prática do catolicismo esteve presente desde o princípio, mas sem a

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 10 – Consumo, Literatura e Estéticas Midiáticas, do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016.

² Doutoranda bolsista CAPES em Urbanismo pelo POSURB da PUC/Campinas, Mestre em História pela PUC/SP, Especialista em Bens Culturais: Cultura, Economia e Gestão pela FGV/SP e Especialista em Comunicação pela ESPM/SP. renata@3d3.com.br.

³ Professora do curso de Propaganda da ESPM/SP, doutoranda em Comunicação e Práticas do Consumo pelo PPGCOM ESPM/SP, Mestre em Gestão Internacional pelo PMDGI ESPM/SP e participante do grupo de pesquisa Comunicação, Consumo e Arte. gjordao@espm.br.



intermediação de autoridades eclesiásticas. Com características leigas e familiares na execução de seus rituais, estes eram expressos, principalmente, nas celebrações aos santos padroeiros dos bairros rurais e urbanos.

Porém, a entrada de associações religiosas e a presença de religiosos deram novo caráter ao catolicismo, agora considerado “oficial”, com reflexos sobre as celebrações populares, religiosas ou profanas. No Brasil, a partir da segunda metade do século XIX, iniciou-se a reforma da Igreja conhecida como Reforma Romanizadora, ou Reforma Ultramontana, que tratou de combater “vícios”, entre os quais os usos e costumes das festas, com seus excessos de comida e bebida. Com isso, as práticas culturais populares sofreram censuras e normatizações, além da eliminação de rituais como danças e músicas e a repressão de procissões e folias.

Em São Luiz do Paraitinga não foi diferente. Em 1912, o italiano Padre Ignácio Gióia assumiu a paróquia e, pouco tempo depois, obedecendo as normas da Diocese de Taubaté, retirou das ruas da cidade a celebração da festa do Divino Espírito Santo e as comemorações do Carnaval, esta última proibida entre 1920 e 1980, período que ultrapassa a morte do padre.

Durante os sessenta anos em que a festa não foi realizada, teve início a disseminação de uma lenda local que contava que, para conseguir convencer os paroquianos a não brincarem o carnaval, Padre Gióia os ameaçava com a profecia de que nasceria *rabo e chifre* em quem entrasse na folia carnavalesca e com outros castigos provenientes de uma possível desobediência, sendo o mais frequente dizer que uma enchente assolaria a cidade se o carnaval se realizasse.

Em 1980, houve um princípio de carnaval de rua, mas de forma desarticulada, com pouca participação popular. E foi nesse mesmo ano que a Rede Globo esteve em São Luiz do Paraitinga, fazendo uma reportagem sobre a ausência de carnaval na cidade. Veiculada no Jornal Hoje dessa emissora, em 19 de fevereiro de 1980, terça-feira de carnaval, a jornalista Maria Cristina Pinheiro expunha a história do castigo do padre Gióia e que o carnaval era “coisa do demônio”.



Em sua dissertação de mestrado, Stela Guimarães de Moraes analisou essa reportagem e entrevistou a jornalista que, perguntada sobre a razão para essa história ser motivo de pauta para o Jornal Hoje, respondeu

E como é que um fato vira notícia e vai parar no Jornal Nacional ou no Jornal Hoje? Dizem os manuais de redação que, quanto mais pessoas forem afetadas ou se interessarem por um fato, mais “notícia” ele será – mas quanto mais desconhecido e inesperado, também. E é aí que entra essa história da cidade que não tinha carnaval: desconhecida e inesperada no país do samba (MORAES, 2010, p. 81).

Mesmo com duração de apenas um minuto e vinte e sete segundos, a reportagem continha parte significativa da história dessa comunidade: vendo-se retratados nacionalmente por meio da televisão como um povo que tinha medo da maldição do padre e sentindo-se ridicularizados, alguns cidadãos luizenses tomaram a frente na questão; foi o estopim da reorganização para a volta da comemoração dessa festa nas ruas da cidade; uma ação política, um esforço contra instituições como a igreja católica e a mídia, em uma tentativa de reapropriação, por parte de muitos luizenses, de suas práticas culturais e de suas memórias.

Com o ressurgimento do carnaval, um dos primeiros blocos criados na cidade foi o Encuca a Cuca, com seu boneco emblemático, a Cuca, suas fantasias e máscaras, em especial a do diabo, e que pode ser entendido como um enfrentamento às antigas determinações dos religiosos e beatos, e como resposta e rejeição dos luizenses à divulgação negativa que a reportagem televisiva trouxe à sua imagem.

A imprensa e os “velhos e bons tempos”

A imprensa teve um papel importante na volta do carnaval. A festa, que começou pequena, com alguns blocos e participação quase exclusiva dos moradores da cidade, começou a ganhar dimensões extramuros a partir dos anos 1990 e com especial força a partir do ano 2000. A mídia impressa foi uma das criadoras e difusoras da representação de um ideal de carnaval, ao usar expressões como “Carnaval dos velhos e bons tempos”, vendendo e reforçando a imagem idealizada da comemoração. Manchetes de jornais, mesmo daqueles distantes geograficamente da festa que anunciavam, foram por essa linha: “Em Paraitinga, Carnaval à moda antiga”



(Folha de Londrina, Caderno de Turismo – 07/02/2002); “Em São Luiz do Paraitinga (SP), a festança acontece ao som das antigas marchinhas que embalam milhares de jovens fantasiados, que nos remetem aos antigos e famosos bailes de carnaval” (Jornal Repórter Diário, do ABC Paulista – 29/01/2008); “Carnaval à moda antiga em São Luís do Paraitinga” (Caderno Viagem, Estado de S.Paulo, 24/01/2002).

Os pesquisadores Eliane de Oliveira e Francisco de Assis, ao trabalharem sobre a memória iconográfica do carnaval do Vale do Paraíba, observaram que

Ao assumir o papel de maior veículo impresso da região, o jornal ValeParaibano – periódico que circula desde 1952 – se tornou um dos principais responsáveis pela divulgação dos assuntos referentes ao Carnaval do Vale do Paraíba e também arcou com a responsabilidade de reforçar a identidade da cultura regional (OLIVEIRA, ASSIS, 2006).

Os autores também mostraram que o ValeParaibano destacava em suas páginas o carnaval luizense, “caracterizado pela concentração de blocos populares animados por marchinhas carnavalescas remanescentes da década de 1920, e pelo aspecto folclórico da região do Vale do Paraíba” (OLIVEIRA, ASSIS, 2006).

Também Stela Guimarães de Moraes focou seu olhar em como a imprensa adjetivou o carnaval de São Luiz do Paraitinga no ano de 2009. De 21 matérias analisadas – 17 do ValeParaibano, 3 do jornal O Estado de S.Paulo e 1 do jornal O Globo – 9 delas usavam tradição ou tradicional para se referir ao carnaval luizense (MORAES, 2010, p. 98).

Como advertem Cruz e Peixoto, a imprensa não é veículo imparcial de transmissão de informações, pois

Como força social que atua na produção de hegemonia, a todo o tempo, articula uma compreensão da temporalidade, propõe diagnósticos do presente e afirma memórias de sujeitos, de eventos e de projetos, com os quais pretende articular as relações passado/presente e perspectivas de futuro (CRUZ, PEIXOTO, 2007, p.259)

Ao eleger a tradição como principal característica do carnaval luizense, a imprensa procurou construir um sentido para a festa que estivesse de acordo com as outras qualidades atribuídas a São Luiz do Paraitinga: o modo de vida caipira, o patrimônio histórico conservado, a religiosidade, a musicalidade, suas memórias e suas identidades. Esse conjunto de atributos, veiculado e vendido por meio da imprensa, colaborou para o crescimento do turismo na cidade; mas não se



encontraram, nessa mesma imprensa, matérias que se preocupassem em trazer contribuições, com profundidade, para o debate sobre a infraestrutura necessária para a cidade e sobre as transformações surgidas ano a ano nas comemorações do carnaval.

Para João Rafael Coelho Cursino dos Santos, os jornais vinculam a cidade a um universo que continuaria inserido no modo de vida caipira. Seus argumentos são que

São Luiz do Paraitinga, desde sua elevação à Estância Turística, em 2002, é caracterizada pela grande imprensa e mesmo por muitos artigos científicos como a cidade onde se mantém viva a “genuína” cultura caipira, incluindo a primazia da religiosidade popular, e constituindo um modo de vida não encontrado mais praticamente em local algum. Uma argumentação de certo modo romântica e até exagerada, sendo ainda marcada, infelizmente, pela busca de uma realidade que estaria “congelada no tempo”, esquecendo-se a fundamental característica de transformação presente no interior de toda cultura (SANTOS, 2008, p. 11-12).

Até o New York Times, no Caderno de Turismo, em 2008, em matéria de Seth Kugel, informou sobre a existência de uma festa carnavalesca em uma pequena cidade paulista, da qual ele ressaltava o estilo “antigo da festa, que remonta aos carnavais de meados do século XX” e, ainda, “a cidade é conhecida por ter um dos melhores carnavais à moda antiga”. A matéria também contava que “A comemoração do Carnaval teve um hiato de 60 anos a partir dos anos 1920, quando um padre italiano cancelou-a por motivos morais. Mas as coisas recomeçaram em 1981”. Kugel também destacou que “Um decreto oficial proibiu ritmos modernos como samba e axé; o gênero musical oficial dos blocos são as tradicionais marchinhas”. Sobre o visual dos foliões, disse que “Os trajés usados pelos blocos são semelhantes aos carnavais em todo o país, com temas específicos de cada bloco, os quais este ano incluem de tudo, de bebês a motoristas de ônibus”.

Demonstrando a graça com que os carnavalescos luizenses levam temas corriqueiros da cidade, ou situações inusitadas, a banda local *Estrambelhados* compôs uma marchinha para essa reportagem internacional. A letra da marchinha:

It is São Luiz

Deu no New York Times
Eu quase não consegui ler
Era tudo americano

Actually prohibits more modern
Rhythms like samba and axé
It is São Luiz, it is São Luiz,



It is São Luiz, it is São Luiz
Nas pedras da saudade
Nas janelas da memória

Morada da história
It is São Luiz, it is São Luiz,
It is São Luiz, it is São Luiz

Nova fase da festa e a enchente

A festa que recomeçou tímida, feita por e para seus moradores; aos poucos foi ganhando notoriedade em círculos mais amplos, como os frequentadores esporádicos da cidade, moradores de cidades vizinhas, amigos de moradores, até que alguns artistas, na sua maioria cantores, músicos e compositores musicais foram conhecendo a festa e, assim, entre outros fatores, atraindo a atenção da mídia.

Narrativas mostram que a festa foi construída em uma lógica de manifestação artística popular e que esta seria a razão para seu sucesso e sua permanência. A fala de Leandro Barbosa, atual Diretor de Cultura da cidade, arte-educador e músico, é um exemplo:

Leandro Barbosa: Na minha opinião, um dos grandes motivos, fatores do carnaval de São Luiz ter dado certo é porque o carnaval começou através de uma manifestação popular. Não foi, por exemplo, a prefeitura que inventou um festival, um carnaval [] Foi a população que começou a sair na rua, começou a se identificar, começou a fazer música e aí, com o passar do tempo, no ano começou a aumentar, num tinha seis, no outro já tinha trinta, no outro já tinha duzentos, e com o decorrer do ano se transformou nesse grande evento que São Luiz do Paraitinga tem. Então pessoalmente, acredito que, por ser uma manifestação popular, por surgir da população, conseguiu ter muito mais força⁴.

O ano de 1990 iniciou uma nova fase, quando a artista Suzana Salles, que canta em alguns blocos, foi convidada a integrar o júri do Festival de Marchinhas, que acontece desde 1984, mais ou menos um mês antes do carnaval. Esse seria o início da participação de músicos reconhecidos estadual ou nacionalmente, com carreiras consolidadas. Assim, além de Suzana, Zeca Baleiro, Chico César, Tetê Espíndola, Ceumar, Ná Ozzetti, Wanderléa passaram a frequentar São Luiz do Paraitinga na qualidade de jurados do Festival ou fazendo shows. A presença desses artistas traria consequências no modo em que muitos luizenses passariam a enxergar seu carnaval;

⁴ Depoimento dado à autora em 2014.



esses atores externos à sua realização motivaram uma valorização inédita à festa. Trouxeram visibilidade a ela, arregimentaram um público novo que, até então, desconhecia a cidade. O Festival de Marchinhas, que acontecia restritamente no âmbito das festividades locais, começou a ganhar adesão de turistas e visitantes.

A chegada de vários jovens universitários, vindos em sua maioria da capital São Paulo, foi um dos grandes marcos transformadores do carnaval. Surgindo em grupos, alugando casas, comprando fantasias e ocupando a cidade, configuram-se hoje no maior público da festa. Quase sempre desvinculados da vida cotidiana da cidade, vão em busca de diversão, muitas vezes sem demonstrar preocupações sobre o patrimônio histórico da cidade, sobre outras práticas culturais que ali se desenvolvem ou sobre a vida social do lugar. O público foi crescendo ano a ano e, atualmente, chega à incrível estimativa de mais de 40.000 pessoas por dia, na pacata cidade cuja população urbana é de pouco mais que um quinto desse número.

Porém, nos primeiros dias de janeiro de 2010, aconteceu a pior enchente já enfrentada pela cidade, com o rio Paraitinga subindo praticamente 15 metros acima de suas margens. Quase todos os edifícios do núcleo histórico eram construídos em taipa de pilão e pau a pique, com alicerces feitos de pedras irregulares. Isso causou o desmoronamento e a queda da Igreja Matriz, do antigo Grupo Escolar (obra de Euclides da Cunha), da Capela das Mercês e de inúmeros sobrados e casas térreas da área atingida, além da destruição de estabelecimentos comerciais como padarias, farmácias, restaurantes, bancos, cartório.

Houve uma pronta mobilização da sociedade civil e de empresas na ajuda aos desabrigados. De várias cidades do estado de São Paulo, chegaram alimentos, roupas, água, produtos de limpeza e de higiene. A catástrofe recebeu ampla cobertura da imprensa nacional, de veículos como os jornais Folha de São Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo, das revistas Veja e Exame e dos portais UOL e Terra, entre outros.



Uma ação muito importante foi a criação do *Jornal da Reconstrução*⁵, editado pelo jornalista e morador da cidade Luiz Egypto de Cerqueira, que funcionou como ponto de partida no diálogo com a comunidade. Suas edições quinzenais, de 2.000 exemplares de tiragem, circularam da primeira quinzena de março de 2010 até o número 18, de março de 2011. Nas pautas, matérias sobre as novas casas populares, as situações física e econômica da cidade, o andamento das obras, relatos de audiências públicas, entre outros, mas também sobre o calendário festivo, chamando os moradores para participar das festas e comemorações que, timidamente, voltavam a ocupar as ruas da cidade.

Na cobertura da enchente, a mídia demonstrou diversos enfoques: o jornalista Rodrigo Pagnan, em matéria para o caderno Cotidiano da *Folha de S.Paulo* (PAGNAN, 2010) deu ênfase para o lado místico da catástrofe, ao começar assim a reportagem: “Para grande parte dos moradores, porém, há apenas um único motivo para o que aconteceu: um castigo de Deus”. Narrava ele que, em suas andanças pela cidade, encontrou-se com diversos moradores que tinham a opinião de que a enchente era um aviso divino, dizendo que “assim como as cidades bíblicas perdidas no pecado e também destruídas por decisão divina, São Luiz do Paraitinga teria abandonado os ensinamentos de Deus e se perdido em festas mundanas”.

Já a *Revista Veja SP* (BERGAMO, 2010) começa com uma nefasta constatação: “Era uma vez uma cidade chamada São Luiz do Paraitinga, berço do sanitarista Oswaldo Cruz (1872-1917)”. Praticamente decretando o desaparecimento da cidade, a matéria continua com as palavras de Márcia Hirota, diretora da SOS Mata Atlântica, que acreditava que os danos poderiam ter sido evitados pois, segundo ela, já existiam conhecimento e condições técnicas suficientes para evitar esse tipo de catástrofe.

Na prática, o carnaval nas ruas da cidade naquele ano restringiu-se a um pequeno grupo de moradores que decidiram sair e cantar suas marchinhas, para

⁵ Todas as edições estão disponíveis para download em <http://www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br/site/publicacao/jornal/>



espantar a tristeza daquele cenário. Em 2011, houve um pequeno recomeço, já com parte da cidade reconstruída. A partir do ano seguinte, 2012, a festa voltou com força total, apenas com modificações nos espaços de sua realização, determinados pelo poder público e pelas contingências do patrimônio. Neste retorno, a mídia colaborou amplamente, sempre destacando o caráter de memória e tradição encontrados no carnaval da cidade, o que pode ser conferido em títulos como “Carnaval das antigas em São Luiz do Paraitinga” (GuarulhosWeb, 16/02/2012); “Festival de Marchinhas reforça tradição de São Luiz do Paraitinga” (EcoViagem UOL, 22/12/2011), ou ainda no trecho da matéria do *site* Turismo SP, de 17/02/2012 “Seguindo uma linha tradicionalista, que exalta as lendas do folclore nacional, modas populares são cantadas como aquelas típicas dos primórdios da festa no Brasil”.

As novas esferas do carnaval e a força das redes sociais

Algumas questões contemporâneas abriram possibilidades para que o carnaval, mesmo sendo uma manifestação cultural popular, passasse aos poucos a pertencer também a outras esferas. A superposição de imaginários desdobrados em “pastiche, paródias, apropriação de elementos e referências do passado mesclados com o presente” (CARRASCOZA, 2011, p. 48) resultam em representações da cidade e de seus indivíduos construídas, também, midiaticamente.

As manifestações populares (festas, danças, culinária, arte, artesanato, etc.) já não pertencem apenas aos seus protagonistas. As culturas tradicionais no mundo globalizado são também do interesse dos grupos midiáticos, de turismo, de entretenimento, das empresas de bebidas, de comidas e de tantas outras organizações sociais, culturais e econômicas (TRIGUEIRO, 2005, online).

Essa mudança no carnaval luizense faz parte de um movimento maior quando, contemporaneamente, as manifestações culturais passaram a ser percebidas também como recursos econômico, político e social; passaram a ser meio, seja de melhoras das condições sociais, seja como atributos de desenvolvimento econômico (JORDÃO, 2012).

Desta forma, gradualmente, pelo menos durante a última década, demandas cada vez maiores fazem com que os gastos para a realização do carnaval em São do



Luiz do Paraitinga cresçam a cada ano. A infraestrutura da cidade não corresponde às solicitações que o carnaval impõe. Se para o comércio local essa movimentação significa maior rendimento, para o poder público ela resulta em gastos tão expressivos quanto as possíveis receitas; a logística necessária para o evento e os recursos financeiros exigidos nem sempre encontram paralelo na renda obtida com sua realização. Por isso, cada vez mais, a presença de um patrocinador vai-se tornando indispensável.

No emblemático ano de 2013, viveu-se a aventura de conseguir patrocínio para o carnaval, em negociações com a Ambev, empresa de bebidas. Com sua marca de cerveja Skol, a empresa já estava presente em 5 importantes festas de carnaval brasileiras: em Olinda (PE), Recife (PE), Florianópolis (SC), Ouro Preto (MG) e Salvador (BA). A ação, chamada de *Operação Skol Folia*, apresentava personagens vestidos de amarelo (cor da lata da cerveja), com quepes e bonés militares, batendo continência. Os consumidores, geralmente jovens, que queriam participar do carnaval, deveriam fazer inscrição no *site* para concorrer a estadias e passagens para as cidades mencionadas, junto com um determinado número de amigos. Aqueles que ganharam, foram, daquele momento em diante, chamados de *gerais*, pois eram os comandantes responsáveis pelas missões que aconteceram durante os dias do evento e que deram aos grupos formados pontuações e prêmios em uma espécie de gincana, ou guerra, já que os termos usados – quartel general, exércitos, guerreiros – remetiam a esse tipo de disputa.

A postura de um exército, em pleno carnaval, já seria suficiente para causar estranheza sobre a estratégia de *marketing* da empresa. Em São Luiz do Paraitinga, o contraste entre esses foliões amarelos e as fantasias coloridas de chitas e as cartolas e as calças de retalhos marcava visivelmente as diferenças de posturas e intenções. Além disso, as ruas foram tomadas por barracas amarelas onde se vendia a cerveja da marca patrocinadora, por *outdoors* exibindo os personagens militares, pela distribuição de brindes com a cor e a logomarca da cerveja.



Porém, a ação mais invasiva tentada pela empresa foi fazer uma grade de *shows* que incluíam artistas como Jorge Ben Jor, Bonde do Tigrão, Turma do Pagode, além do DJ francês Bob Sinclair. A comoção foi imediata. Por meio de redes sociais, principalmente em postagens no *facebook*, pessoas começaram a expor sua indignação, em um discurso que mostrava preocupação com a tradição, com a cultura local, com os artistas luizenses, acusando o poder público de ter “vendido o carnaval e a cultura”. Uma dessas postagens apresentava um Manifesto e, mais uma vez, apelava para a tradição como conceito a ser mantido na realização do carnaval. Segue o texto retirado da página do *facebook*:

*MANIFESTAÇÃO CONTRA A QUEBRA DE TRADIÇÃO DO CARNAVAL
DE MARCHINHAS DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA*

A prefeitura de SLP cedeu um espaço para a empresa SKOL (Ambev) montar um camarote para 1.500 foliões.

Só será permitido o acesso para aqueles que comprarem o abadá. Em contrapartida a empresa arcará com alguns gastos que a cidade tem com o evento.

Entendemos que a cidade precisa deste investimento e mesmo vendendo abadá, o carnaval continuará aberto ao público gratuitamente.

Entretanto, hoje foi confirmada a participação de algumas bandas dentro deste camarote. Entre elas estão: Jorge Ben Jor, Bob Sinclair, Turma do Pagode entre outros.

Nós, foliões assíduos e apaixonados pelo carnaval devemos protestar contra a ação da SKOL, pois querem tirar a ESSÊNCIA e o OBJETIVO da nossa manifestação popular.

Não queremos carnaval com cordão de isolamento!

Queremos que uma manifestação pública seja de fato pública!!

O CARNAVAL DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA É APENAS DE MARCHINHAS.

SKOL, agradecemos o esforço em ajudar a cidade montando seu camarote, porém somos contra qualquer ação que possa ferir, mesmo que a longo prazo, tradições conquistadas por diversas gerações.

Por favor, NÃO ESTRAGUEM NOSSO CARNAVAL.

Convide todos aqueles que amam o que de fato é nosso!

PS: Respeitamos as bandas citadas neste texto, porém no carnaval, não é a hora nem lugar de tocarem em SLP.



A rápida mobilização popular e sua divulgação obrigou o patrocinador a recuar e o poder público a se posicionar. No *site* da Prefeitura da cidade, em nota publicada em 17 de janeiro de 2013, com informações sobre o carnaval, o texto começa com o seguinte pronunciamento: “Charmosa cidade do interior paulista divulga programação da festa com as tradicionais marchinhas, mantendo suas tradições”. E assim, por mais um carnaval, a tradição comandou a folia. Nos anos seguintes, não houve acordo com nenhum patrocinador, ficando ao encargo da Prefeitura, novamente, o pagamento dos gastos com a festa.

Considerações finais

Pode-se inferir que, para se entender a realização do carnaval em São Luiz do Paraitinga, é preciso pensar no conceito de tradição, no qual muitas das estratégias de execução da festa estão apoiadas. O apelo turístico, a imprensa, as lendas, os personagens, apontam para uma manifestação cultural tradicional. Mas, como indica Stuart Hall (2011), “Isto nos deve fazer pensar novamente sobre aquele termo traiçoeiro da cultura popular: ‘tradição’”, O autor esclarece que “A tradição é um elemento vital da cultura, mas ela tem pouco a ver com a mera persistência das velhas formas. Está muito mais relacionada às formas de associação e articulação dos elementos” (HALL, 2011, p.243).

Essa articulação é revelada quando entendemos que o carnaval de São Luiz do Paraitinga é uma festa que está se transformando, se reinventando ano a ano, de acordo com decisões internas de seus grupos e com influências externas, seja por fatores econômicos, sociais ou culturais.

Na tentativa de compreender no que consiste a tradição, o antropólogo Gérard Lenclud (2013) demonstra que

A utilidade geral de uma tradição é fornecer ao presente uma caução para o que ele é. Ao enunciá-lo, uma cultura justifica, de certo modo, sua situação contemporânea. A tradição de uma cultura são suas referências, sua ficha funcional, seus testemunhos de moralidade; sua herança [...] Graças a ela, uma cultura dota-se do “gênio” que lhe convém, queorna com um figurino arcaico – já que, é verdade, a pátina, nesse domínio, é sinal de qualidade – de que se vale como de uma carteira de identidade. A utilidade principal de uma tradição é oferecer a todos aqueles que a enunciam e a



reproduzem no dia a dia o meio de afirmar sua diferença e, por isso mesmo, de assentar sua autoridade (LENCLUD, 2013, p. 157-158).

A grande procura de pesquisadores, historiadores, fotógrafos, antropólogos, *videomakers*, agentes culturais e artistas consagrados pelas manifestações culturais que se realizam na cidade trouxeram mudanças na percepção dos luizenses quanto ao seu próprio carnaval e sua cultura. O interesse dessas pessoas desloca o reconhecimento dessa cultura – que até então era interno à própria comunidade – a um público externo, valorizando as festas e seus produtos, configurando-os como elementos de diferenciação e distinção o que, como apontou Lenclud, lhe confere autoridade. Neste sentido, corrobora Citelli quando reforça que

infletir sobre o jogo de forças pelo domínio das formas simbólicas, entre as quais a linguagem verbal ocupa lugar importante, não implica desconhecer o tom de resistência ao puro valor de troca expresso em muitos exercícios que dizem respeito à palavra, mesmo quando posta nos *media* (CITELLI, 2006, p. 172).

A mídia tem papel destacado nas várias situações aqui levantadas e sua utilização na vida cultural de São Luiz do Paraitinga seguiu diversos caminhos. Passados mais de trinta anos, ainda é marcante a reportagem do *Jornal Hoje* da rede Globo; ela ainda é apontada como a origem da mobilização dos luizenses para a volta do carnaval às ruas da cidade. Reiniciado o carnaval, os jornais encarregaram-se de difundir a imagem de uma festa caracterizada pela tradição, de uma manifestação cultural popular resistente. Mais recentemente, o caso aqui apresentado revelou o embate entre os interesses da comunidade luizense e os do patrocinador, explícito na utilização das redes sociais, cujo alcance e rapidez de divulgação foram responsáveis pela reversão favorável às solicitações dos moradores e frequentadores da festa.

A atuação da mídia não é isolada; ela é reforçada pelos interesses de outros grupos, principalmente aqueles atrelados ao turismo, para quem essa representação de carnaval tradicional – capaz de fazerem voltar os “bons tempos” e realizado “à moda antiga” – foi e é geradora de atratividade, principalmente quando aliada à vivência da conjunção dos patrimônios histórico e cultural da cidade e dos eventos culturais. Esses processos de comunicação praticados, ao ressignificarem a memória de uma



comemoração idealizada do carnaval de São Luiz do Paraitinga, colaboram para seu consumo simbólico e, se simbólico, necessariamente afetivo (PELBART, 2011), seja por uma sensação de bem-estar, seja por uma sensação de pertencer ou estar conectado a algo. Este sentimento partilhado, visto nas representações do Carnaval e da cidade, é o que permite (ou o que impede) a discussão, renovação e ressignificação das atividades culturais.

É fundamental imprimir relevo à perspectiva de que todo consumo é, antes de mais nada, um processo de apropriação e, portanto, subjetivo e individualizado (GARCÍA CANCLINI, 2010). No tocante à cidade e ao seu Carnaval, a subjetividade forma uma malha de percepções e representações que, estimuladas em rede, coletivamente, levam ao intercâmbio social e, conseqüentemente, a formações poéticas e ideológicas (PELBART, 2011) que favorecem ou dificultam o seu aproveitamento político e econômico.

Referências

- BERGAMO, Giuliana. São Luiz do Paraitinga sofre com as chuvas do início de ano. *Revista Veja SP*. São Paulo, 08/01/2010; atualizada em 07/12/2010. Disponível em <http://vejasp.abril.com.br/materia/sao-luiz-do-paraitinga-sofre-com-as-chuvas-do-inicio-de-ano>. Acesso em março/2016.
- CARRASCOZA, J. A. *Pressupostos epistêmicos: interfaces entre comunicação, consumo e convergência*. In: CARRASCOZA, A.; ROCHA, D. M. R. Consumo midiático e culturas da convergência. São Paulo: Miró Editorial, v. 1, 2011. p. 45-61.
- CITELLI, Adilson. *Palavras, meios de comunicação e educação*. São Paulo: Cortez Editora, 2006.
- CRUZ, Heloisa de Faria, PEIXOTO, Maria do Rosário da Cunha. Na oficina do historiador: conversas sobre história e imprensa. *Projeto História*, São Paulo, n.35, p. 253-270, dez 2007.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.
- HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. 1ª reimpr. da 1ª. ed. atualizada. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011.
- JORDÃO, Gisele. Cultura: obstáculos epistemológicos do conceito na contemporaneidade. In: JORDÃO, Gisele, ALLUCCI, Renata. *Panorama Setorial da Cultura Brasileira 2013-2014*. São Paulo: Allucci & Associados, 2014.
- KUGEL, Seth. Carnival on a Smaller Stage. New York: *The New York Times*, January 27, 2008. Travel. Disponível em



<http://travel.nytimes.com/2008/01/27//travel/27journeys.html>. Acesso em março/2016.

LENCLUD, Gérard. A tradição não é mais o que era... Sobre as noções de tradição e de sociedade tradicional em etnologia. *Revista História, Histórias*. Revista do Programa de Pós-Graduação em História da UnB. Brasília, vol.1, n.1, 2013.

MORAES, Stela Guimarães de. *De rabo e chifre às marchinhas*: como uma reportagem da Rede Globo interferiu na criação do carnaval de São Luiz do Paraitinga (SP). Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes. Universidade de São Paulo, 2010.

OLIVEIRA, Eliane de, ASSIS, Francisco de. *Memória iconográfica do carnaval valeparaibano*. Pesquisa do NUPEC (Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação) da Universidade de Taubaté (UNITAU), 2006. Disponível em <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/4o-encontro-2006-1>. Acesso em julho/2014.

PAGAN, Rogério. Para morador, enchente foi um "castigo de Deus". *Folha de S. Paulo*. São Luiz do Paraitinga, 07/01/2010. Cotidiano. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1701201017.htm>. Acesso em março/2016.

PELBART, Peter Pál. *A vertigem por um fio: políticas da subjetividade contemporânea*. São Paulo: FAPESP/Iluminuras, 2011.

SANTOS, João Rafael Coelho Cursino dos. *A Festa do Divino de São Luiz do Paraitinga*: o desafio da cultura popular na contemporaneidade. Dissertação (Mestrado - Programa de Pós-Graduação em História Social. Departamento de História da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. 210 f.: il. São Paulo, 2008.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos. *Comunicação*. Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares. Brasília-DF, fev/2005. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-espetacularizacao-culturas-populares.html>. Acesso em março/2016.

Sites consultados

<http://www.reporterdiario.com.br/noticia/267725/o-abre-alas-eu-quero-passar/>

<http://viagem.estadao.com.br/noticias/geral,carnaval-a-moda-antiga-em-sao-luis-do-paraitinga,20020124p72360>

<https://www.facebook.com/events/470888832959141/>

<http://www.guarulhosweb.com.br/noticia.php?nr=45780>

<http://ecoviagem.uol.com.br/noticias/turismo/turismo-cultural/festival-de-marchinhas-reforca-tradicao-de-sao-luiz-do-paraitinga-15176.asp>

<http://www.turismoemsaopaulo.com/imprensa/noticias/1498-sao-luiz-do-paraitinga-espera-recorde-de-publico.html>

<http://saoluizdoparaitinga.sp.gov.br>