

**Fantasia de Carnaval, permanências e rupturas.
Estudo de caso - O Carnaval de Maragojipe.**

***Carnival fantasy, permanence and ruptures.
Study of case: Carnival of Maragojipe***

Sarah de Deus Barbosa *
Marcelo Geraldo Teixeira **
Carine de Freitas C. Rosas *
Mariana B. P. Barreto *

* Graduada em Design de Moda pela Faculdade da Cidade de Salvador.

** Doutorando em Engenharia Industrial - Desenvolvimento Sustentável de Produtos – UFBA, Mestre em Tecnologias Ambientais no Processo Produtivo, UFBA; Especialista em Design pela UNEB; Especialista em Computação Gráfica pela UNIFACS; Graduado em Design pela UNEB. Leciona nos cursos de Design de Produto e Design de Moda da Faculdade da Cidade de Salvador.

RESUMO: O projeto e a produção de fotografias para um editorial de moda, baseados no Carnaval de Máscaras de Maragojipe, município localizado no Recôncavo Baiano, é o objetivo desta pesquisa. A necessidade de preservar essa manifestação cultural foi um dos fatores que impulsionaram a realização deste trabalho. Para o desenvolvimento desse trabalho foi usada uma metodologia de *design* baseada em três etapas: a etapa informacional, baseada em pesquisas históricas; entrevistas, visitas a locações e levantamento de amostras de fantasias usadas no carnaval; a etapa conceitual, baseada na construção de painéis de referências e conceituais; e a etapa de produção das fotografias. Finalizado o projeto, este foi solicitado pela Casa da Cultura do referido município.

Palavras-chave: Carnaval, Cultura e Moda, Maragojipe.

ABSTRACT: The design and production of photographs for a fashion editorial based Maragojipe carnival masks, located in the Recôncavo Baiano is the goal of this research. The need to preserve this cultural manifesto was one of the factors behind this work. To develop this work, a design methodology based on three stages was used: stage one,

informational, with a historical research, interviews, visits to survey locations and samples of costumes worn at Carnival. The conceptual stage based on the construction of panels and conceptual references and ending with the production of photographs. The finished project was requested by the House of Culture.

Keywords: Carnival, Culture and Fashion, Maragojipe.

1. INTRODUÇÃO

Com o passar do tempo, uma parte da cultura popular do Recôncavo Baiano tem sido fragmentada e deixada de lado pela sociedade. Algumas das manifestações culturais vêm perdendo sua essência lúdica e seu espaço para cair no esquecimento ou dar lugar a outras manifestações que visam a atrair um público mais interessado em outros modelos de festa carnavalesca do que no modelo tradicional. O carnaval de Maragojipe é um exemplo disso: uma festa de enorme beleza, que vem lutando para sobreviver e que, no início de 2009, a pedido da população da cidade, foi tombada como patrimônio imaterial do Estado da Bahia.

Com o intuito de contribuir para essa resistência do povo maragojipano é que foi realizada esta pesquisa, com resultado em um editorial de moda baseado nos acessórios da designer Inês Martins¹ e nas fantasias dos mascarados de Maragojipe.

O título do editorial escolhido foi "Fantasias de Carnaval, permanências e rupturas: um estudo de caso do carnaval de Maragojipe". Para abordar esse tema, foi dada uma rápida passagem pela história do carnaval, observando-se onde ele surgiu e como começou, qual o significado do termo, como chegou ao Brasil e no que se transformou. Depois, foi feito um levantamento sobre a história das fantasias e das máscaras - incluindo etapa de entrevistas com moradores que participam da festa- e, finalizando, sobre a história de Maragojipe e do seu carnaval, que é caracterizado por ser uma celebração que remete aos carnavais venezianos. Portanto, o objetivo desta pesquisa é

projetar e produzir fotografias para um editorial de moda com as fantasias carnavalescas deste município, dando-se ênfase à tradição do uso de máscaras.

Baseado nesse contexto, propôs-se um editorial, resultado de pesquisa em Design de Moda, com o propósito de ajudar a divulgar a festa e preservar essa parte da cultura local do Recôncavo. O público-alvo desse editorial são pessoas que têm interesse em cultura, arte, turismo e moda; que gostam da exclusividade que vão encontrar nas peças promovidas, a exemplo de historiadores e formadores de opinião em geral, os quais vão ajudar a cidade a manter a cultura e ampliar o turismo, gerando mais renda para o município, que, apesar de rico em belezas naturais e edificações históricas, vem encontrando dificuldade em manter acesa sua filosofia carnavalesca.

A importância de um editorial fotográfico, como forma de divulgação e proteção da cultura ou da memória coletiva de um povo, pode ser ratificada por Custódio (2005):

"O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa foi determinante para que a moda conquistasse o espaço de que desfruta no momento. A fotografia, por outro lado, cumpre um papel essencial ao ajudar a gerar uma memória coletiva que assegure o sucesso das criações". (CUSTODIO, 2005)

Os editoriais escolhidos como referencial estão na revista L'Officiel² e representam festa, movimento, ritmo e fantasia em suas fotos, aspectos que se pretende mostrar neste trabalho. A fotógrafa escolhida foi Marisa Vianna, baiana, que possui uma temática urbana e que, em 2002, publicou seu livro "Salvador Cidade da Bahia" (VIANNA, TEIXEIRA E SCARDINO, 2002), o qual traz fotos que servirão de base iconográfica para o editorial elaborado, pois o objetivo é transmitir, através das fotos, o ambiente de alegria e fantasia presentes no carnaval de Maragogipe, festa que inspira poetas e músicos e que também estará eternizada pelo do olhar da moda e das lentes de um fotógrafo, tudo isso com a contribuição do *designer*, passando, assim, a ser mais um suporte da memória de um povo.

A pesquisa se justifica pela necessidade de proteção das tradições culturais. A festa, com suas fantasias exuberantes, atravessou o século e permanece até hoje. Ano após ano, grupos de foliões maragojipanos se reúnem, com extremo sigilo, para a confecção de suas fantasias, que serão exibidas, nas ruas da cidade, nos dias de carnaval. Atualmente, essa manifestação cultural se mantém graças aos esforços dos cidadãos maragojipanos.

Em fevereiro, a cidade se transforma em um teatro a céu aberto, cujos atores são seus próprios habitantes. Com toda essa cena lúdica, aliada à arte, à criatividade na confecção de fantasias, aos batuques e às máscaras, Maragojipe é a única cidade do Recôncavo Baiano que ainda vive essa tradição herdada da Europa.

O esforço de proteção encontra fundamento na Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural, promovida pela UNESCO, em 2002, e objetiva buscar uma maneira de essa festa poder ser contemplada, em toda sua beleza, pelas gerações futuras. Além disso, Maragojipe possui um grande potencial turístico, com suas belezas naturais, sua história, suas festas religiosas e sua famosa Regata de Barcos de Maragojipe.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Diversidade Cultural e proteção de Culturas Locais

Entende-se como cultura o complexo conjunto de padrões de comportamento, de crenças, de instituições e de valores espirituais e materiais transmitidos coletivamente e característicos de uma sociedade, ou seja, "o conjunto dos traços distintivos espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade" (UNESCO, 2002). A existência de sociedades e grupos sociais diferentes garante, por sua vez, repertórios culturais diferentes, criando, assim, um mosaico de culturas, no qual toda forma ou manifestação de cultura é, segundo DaMatta (1981), equivalente em importância e aborda aspectos que não podem ser substituídos por nenhuma outra manifestação cultural.

A importância da proteção de culturas locais, como a de Maragojipe, mostra-se, hoje, amplificada pelo processo de globalização, no qual não há fronteiras definidas que dificultem sua expansão e seus resultados. Castro (2008), discorrendo sobre esse assunto, lembra que a globalização reformula, com novas abordagens, as identidades culturais tradicionais, cujas características são modificadas para atender a novos mercados de consumo. Toma-se, como exemplo, o atual modelo de carnaval de Salvador, o qual se irradia, com sua força, seu modelo de blocos de trio e de abadás, para o interior do Estado.

Nóbrega (2008) preocupa-se com fatos como esse, pois, segundo ele, com a ameaça da universalização e da padronização das vivências tradicionais, das expressões culturais e das identidades locais, fazem-se necessárias ações de proteção e possibilidades de valorização da cultura popular no âmbito da visibilidade. E ainda, segundo declaração da UNESCO (2002), a importância de proteção da diversidade cultural, como a manifestada no carnaval de Maragojipe, pode ser considerada uma fonte de desenvolvimento, principalmente nos aspectos intelectual, afetivo, moral e espiritual, o que contribui para a melhoria de condições da sustentabilidade da região.

Para Lin (2007) e Moalosi et al (2007), o *design* tem papel importante na proteção das culturas locais, pois, fazendo parte da realização da cultura material, pode assumir o papel de reforçar a identidade cultural local, preservando e divulgando-a, fazendo frente ao processo de globalização. Segundo esses autores, o *design* pode atuar até mesmo na recuperação de culturas destruídas por processos históricos através da recuperação de valores tangíveis e intangíveis, manifestados na cultura material em forma de produtos, objetos e utensílios de uso no dia a dia ou em manifestações específicas, como é o caso das máscaras e fantasias do carnaval de Maragojipe.

2.2 História do Carnaval:

A maioria dos pesquisadores localiza a origem do carnaval em práticas antigas de pintura corporal, máscaras e penas durante rituais de combate ao mal (CERQUEIRA,

2002, p.21). Ela é vista também em celebrações religiosas, em regiões do Egito, da Grécia e da Roma Antiga, onde os celebrantes buscavam o prazer de forma lúdica, embebedados pelo vinho e pela espontaneidade. Para compreender os primórdios dessa festividade, a pesquisa aprofundou a investigação do termo "carnaval", que, com o passar do tempo, apresentou numerosas conotações e diversos significados.

Segundo a mitologia antiga, com registros de 2500 a.C., o Carnaval tem origem nos festejos da sociedade greco-romana, em virtude da chegada da primavera, para homenagear Saturno, os quais eram denominados de Saturnália. Esse evento era caracterizado como simbolismo da fertilidade dos deuses. (CERQUEIRA, 2002, pag.22)

No final do século XII a.C., segundo o historiador J. Burckhardt (apud CERQUEIRA, 2002, p. 22), o termo "carnaval" procede da expressão *currus navalis*, usada pelos romanos para definir a festa que celebrava a deusa Ísis, celebração essa em que as pessoas saíam com máscaras e comemoravam as oferendas à deusa em grandes barcos, motivo pelo qual a festa fora denominada Ísis dos Navegantes. Os cristãos buscavam inverter o aspecto da festa, considerada pagã, vinculando-a à tradição religiosa. Por volta de 1258, começaram a surgir expressões que se aproximam do vocabulário com que hoje se denomina a festa.

Com o desejo da Igreja Cristã de limitar o consumo de carne e vinho relacionados ao paganismo, os dias que antecederam a Quaresma foram denominados de *carnevale*, palavra oriunda do latim, que significa "adeus à carne". A partir do início da Quaresma, que era na quarta-feira de cinzas, os cristãos tinham que ficar quarenta dias sem comer carne, beber vinho, fazer sexo, entre outras atividades consideradas pagãs pela Igreja Católica. Do Natal até a terça-feira antes de cinzas, tudo era permitido nas comemorações, nas quais máscaras, fantasias e exageros reinavam entre os povos.

A relação entre os excessos, a carne e a liberalidade da entrada da Quaresma está representada pelo termo "terça gorda", que deriva da expressão francesa *Mardi Gras*, festa de carnaval que era celebrada em cidades que possuíam influência francesa, como Nova Orleans, onde também se fazia o uso de fantasias e máscaras (GOÉS, 2008, p.80).

No que diz respeito ao mundo hispano-português, a festa tinha uma denominação diferente - *entrudo*, em Portugal, e *antruejo*, na Espanha -, e ambos os termos significavam "entrada", que se refere ao início da colheita. Entrudo eram jogos festivos familiares realizados no período anterior à Quaresma, com grandes bonecos, cortejos, canções, banquetes e brincadeiras, seguidos de bailes, que encerravam os festejos. Segundo Silva (2009), foi "a partir do século XIX que o Entrudo adquiriu um caráter mais urbano e menos familiar, abrindo espaço para os territórios da rua e, conseqüentemente, para a intensificação das relações sociais e das diferenças de classes".

2.2.1 Chegada do Carnaval à Bahia:

O entrudo, trazido pelos portugueses, foi o precursor do carnaval na Bahia, transformando-se em uma festa efetivamente popular, até com a participação de escravos e índios, que, além de assumirem tarefas de produção e organização dela, contribuíram com elementos culturais que foram incorporados a ela, a festa (SILVA, 2009. p 12). Essa, por sua vez, se desenrolava com uma grande arruaça e muita sujeira nas ruas da cidade. Uma das brincadeiras consistia em jogar diversos tipos de substâncias desagradáveis ou não, tais como cinzas, farinha, lama e muita água (OLIVEIRA, 1996) nas pessoas, sobretudo com o uso das laranjinhas, bolas de cera de abelha, muito tênues, cheias de líquido perfumado. Tais laranjinhas, quando jogadas nas pessoas, partiam-se e deixavam escorrer o líquido. Com o passar do tempo, elas tiveram seu líquido perfumado substituídos por outros de odores desagradáveis. Entretanto a presença cada vez maior da cultura dos escravos, principalmente as manifestações religiosas afro-brasileiras, resultou numa maior participação popular no entrudo, acabando por afastar, paulatinamente, o aspecto religioso praticado pelas elites, fazendo então que ele fosse proibido em 1853.

A partir daí começaram a aparecer tanto bandas de música em alguns locais da cidade quanto carnavais paralelos, nitidamente separados por classes sociais. As pessoas mais ricas faziam uma imitação do carnaval europeu, festas de fantasias, que se

manifestavam como bailes fechados, enquanto a população, influenciada pela cultura afro-brasileira, como os batuques e as danças, se manifestava em novas formas de organização, tais como os afoxés. Um afoxé era, e ainda é, um grupo negro semi-religioso de brincantes que desfila, no carnaval baiano, não raramente como obrigação (preceito) de uma casa de candomblé (HOUAISS e VILLAR, 2001), embora hoje tenha incorporado outras influências não especificamente africanas, a exemplo do Afoxé Filhos de Gandhi, que incorporou influência indiana.

Por volta do fim do século XIX ao início do século XX, saem às ruas os grandes clubes, em desfiles temáticos em carros alegóricos, pela Rua Chile e Avenida Sete de Setembro, localizadas no atual Centro Histórico de Salvador. Pessoas de família nobre, ricas e socialmente conhecidas, desfilavam nesses carros. Segundo Silva (2009, p. 13), “mulheres da alta sociedade, fantasiadas em roupas luxuosas e coloridas, protagonizando cenas e personagens da história e cultura européias”. Com a Primeira Guerra Mundial, tornou-se impossível manter o hábito de importar o material europeu utilizado nos grandes desfiles. O carnaval foi então se consolidando como uma manifestação popular. Começaram a surgir blocos, cordões e batucadas, como cita Teixeira (*apud* VIANNA, 2002).

Na década de 50, do século XX, ocorre mais uma modificação no Carnaval baiano, principalmente em Salvador, como explica Góes (2000): o Trio Elétrico. Criado por Dodô e Osmar, um ano depois da Fubica: eram três músicos em cima de um veículo tipo *pick-up*, escrito nas placas das laterais “O Trio Elétrico”. O Trio Elétrico provocou um grande impacto no carnaval, pois, ao mesmo tempo que significava uma inovação, inventada no âmago da criatividade baiana, na forma do “pau elétrico” e da “guitarra baiana”, elevou a festa a novos níveis de diversão, tornando-se sua peça central (PAULAFREITAS, 2005).

A partir da presença do trio elétrico, o carnaval de Salvador acabou por se transformar em uma roda da fortuna, carnaval-indústria ou carnaval-empresa, característicos dos dias atuais, diferenciando-se dos demais carnavais de outros lugares, como o de Maragogipe. De acordo com Franco (2002), o carnaval pode ser dividido em

duas fases, do ponto de vista do *marketing*: antes e depois do trio elétrico. O antes, no final do sec. XIX, é caracterizado pela cópia de um modelo europeu, e o depois é caracterizado pelo uso do trio elétrico, junto com a explosão da Axé Music, que consolidou as bases empresariais do carnaval. O trio então era e é usado como palco para lançar músicos e futuras estrelas pops, músicas e danças; como meio de comunicação de massa; como *outdoor*, com espaços, na carroceria, loteados e vendidos aos anunciantes, com repercussão nacional e internacional, atraindo multidões de visitantes e turistas ao carnaval de Salvador.

2.2.2 História das fantasias:

O carnaval é uma festa popular, e cultura popular é tudo que é espontaneamente produzido pela sociedade, desvinculada de padrões pré-estabelecidos, como cita Bakhtin (1987). A folia carnavalesca possui numerosas características próprias. Uma das principais, e que dão um ar diferenciado em relação às outras festas, são as "fantasias carnavalescas", que são de grande importância, pois possibilitam aos foliões oferecerem um ar mais divertido e lúdico à festa.

A origem das fantasias, segundo Vianna (2002-b), vem, principalmente, de Veneza, cidade italiana, que, através de um decreto oficial de 1094, instituiu que, para celebrar o carnaval com total liberdade, os venezianos deveriam usar túnicas e vestes que os protegessem, escondessem e camuflessem, no meio da multidão, dos olhares curiosos. Assim, ser-lhes-ia permitido cometer todo tipo de excesso.

As máscaras, segundo Mello (2001), surgiram na história da humanidade com finalidades mágico-religiosas e se popularizaram com o teatro na Europa. Elemento indispensável em uma fantasia, elas protegem os rostos, além de eliminar as diferenças entre sexos e classes sociais. As máscaras têm, em sua origem, um caráter religioso e espiritual, derivado tanto do catolicismo quanto do candomblé. O termo "máscara" é de origem italiana, no qual se viam criações fantásticas associadas a mistérios, tornando, assim, o carnaval uma época de divertimento.

O carnaval na Bahia possui diversas fases e, em cada lugar do Estado, teve sua leitura e suas modificações específicas. Na capital baiana, durante algum tempo, as fantasias eram utilizadas por todos. Porém, com a substituição do carro alegórico pela fubica, que evoluiu para o trio elétrico, elas foram substituídas pelas mortalhas em quase todos os blocos³, até a chegada dos abadás⁴, deixando a criatividade das fantasias caseiras apenas para alguns blocos mais tradicionais. Blocos, como o Ilê Aiyê (GOMES, 2006), blocos de travestidos, como o irreverente As Muquiranas, e um bloco carnavalesco lançado, em 2000, pela cantora Margareth Menezes, denominado de “Os Mascarados”, recuperam a beleza das fantasias e toda a alegoria do Carnaval. Além disso, ainda existem, no Estado, locais que continuam mantendo a tradição dos carnavais antigos, como se vê em Maragojipe.

3. ESTUDO DE CASO: O CARNAVAL DA CIDADE DE MARAGOJIPE

Maragojipe, município do Estado da Bahia, localizado a 133 quilômetros de Salvador, com uma população estimada em 41.000 habitantes, aproximadamente, possui recursos naturais, tendo, assim, potenciais turísticos (IBGE, 1958 e 2009).



Figura 01
Mapa de localização de Maragojipe

Maragogipe situa-se no Recôncavo Baiano, primeira região do Brasil habitada sistematicamente pelos colonizadores portugueses. Está localizado na margem direita do rio Paraguaçu e possui uma ponte de atracação para navios e lanchas, segundo Brandão (1998). A figura 01 localiza esse município no Recôncavo Baiano.

Segundo depoimento dos moradores da cidade, (2010), a primeira ocupação humana do município foi feita, por volta do século XVI, por uma tribo indígena pertencente à etnia Aimoré, que denominou a região de "*Marag-gyp*", que significa "vale ou rio dos mosquitos" devido à infestação dos manguezais da região por insetos.

Maragogipe oferece também manifestações religiosas, folclóricas e culturais. Como outras cidades da região, traz uma forte tradição religiosa católica, mas é também comprometida com o candomblé. A pacata cidade se transforma durante o mês de agosto, quando é celebrada a festa do padroeiro, São Bartolomeu, como se pode ver no documentário do IRDEB - Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (CARNAVAL DE MARAGOJIPE, 1998).

3.1 O Carnaval de Maragogipe:

O carnaval de Maragogipe teve início no final do século XIX, num estilo semelhante ao do carnaval de Veneza. Sempre contou com a participação dos mascarados, uma tradição que, segundo fontes de pesquisas do IPAC⁵, já atravessou gerações, pois, segundo registro em jornal local, a festa já era celebrada desde 1897. Portanto, o carnaval de Maragogipe é uma celebração com mais de 100 anos de tradição e consiste em um culto às fantasias, extremamente elaboradas, dos grupos, que se reúnem todos os anos. As praças e ruas da cidade se transformam em palcos, e os moradores, em atores, durante os três dias de festa. O carnaval é comemorado com muita raiz, cultura, tradição e fantasias. Seus blocos, ricamente ornamentados, são mantidos em sigilo durante todo o ano, segredo esse que só é quebrado no primeiro dia de carnaval. Uma

feita de essência, mascarada e de rua, segundo o IRDEB (CARNAVAL DE MARAGOJIPE, 2006).

Os mascarados e caretas são personagens tradicionais do carnaval maragojipano e traduzem todo o apelo estético europeu, que é casado, com muita sintonia, com a cultura africana, que está presente em instrumentos, ritmos, coreografias e músicas. A beleza das fantasias chama a atenção de todos e demonstra, através da arte, todo o amor dos carnavalescos pela cidade e sua tradição. (MARAGÓS, 2008)

No início, as fantasias pareciam ter influências dos Ternos de Reis⁶, que, de dezembro a janeiro, estavam presentes na cidade, com grupos denominados de Estrela D'Alva, Camponesa da Galileia, Jardim Mimoso, etc. Com o passar do tempo, as fantasias ganharam novas formatações, mas a base do Carnaval de Maragojipe chega, após mais de 100 anos, imutável. Continua sendo o carnaval de máscaras e fantasias, como afirma Mello (2001) no seguinte trecho:

"Percebemos que o ato de resistência está interiorizado neste povo que não deseja ver extintas suas tradições. E, se o carnaval nesta cidade necessita cada vez mais de incentivos e de apoio, este mesmo povo vai à luta e à rua todos os anos, desfilando sua cultura carnavalesca, no exercício de reapropriar-se de uma manifestação cultural que é parte da memória social do município. (...) A poesia e a arte que envolvem o carnaval de Maragojipe ainda são alvo de admiração. Cuidar, para que não desapareça, é trabalho para o povo dessa terra, que deverá estar unido na luta de preservação cultural." (MELLO, 2001)

Após mais de 100 anos de festividade, a pedido dos moradores do município, através de uma pesquisa feita, em 2007, por sociólogos, historiadores, antropólogos e museólogos da Gerência de Pesquisa do IPAC, através do processo nº 008/2008, a

Câmara de Patrimônio Histórico, Artístico, Arqueológico e Natural do CEC, propôs o registro da festa no Livro Especial de Eventos e Celebrações. O evento foi considerado, oficialmente, como patrimônio imaterial, recebendo o título de "Patrimônio Cultural e Imaterial da Bahia" por decreto do governo estadual, publicado no Diário Oficial do Estado (CASTRO, 2008).

A importância de resguardar os mascarados e as fantasias é um incentivo para valorizar, divulgar e fortalecer essa festa única no Recôncavo Baiano, contribuindo para a preservação da identidade e da memória social de um povo, evidenciando toda a relevância do carnaval para Maragogipe, os maragojipanos e o mundo.

4. METODOLOGIA E DESENVOLVIMENTO DO EDITORIAL

O editorial é um poderoso instrumento de divulgação e venda para quem vive e faz moda, pois ajuda as empresas a divulgarem não somente os produtos no mercado, apresentando suas criações ao mercado consumidor, mas também as marcas e grifes, tendo um papel importante na formação de opinião do público-alvo quanto à imagem e expressão das identidades, das características e dos elementos inovadores de produtos diferenciados, assim como na construção da qualidade do produto ou da grife ao associá-los à qualidade das revistas nas quais estão publicados.

Segundo Rajão e Tobias (2007), o editorial de moda é um meio para os produtores de moda aumentarem suas vendas, pois é mais fácil vender as marcas que são bem divulgadas pelas revistas de prestígio. Atualmente, o desenvolvimento de um editorial ou de uma imagem de moda vai muito além do mundo *fashion*, pois pode transmitir um período histórico ou até mesmo um tema cultural (ANDRADE, 2006). O conceito de Editorial de Moda pode ser definido como:

A seção da revista destinada a aplicar, via ensaio fotográfico, as peças, tecidos e acessórios que definirão os conceitos a serem seguidos na próxima estação. A escolha dos produtos que irão compor o ensaio fotográfico é feita por profissionais de mídia

chamados produtores, que vasculham em lojas, acervos de assessoria de imprensa, brechós... Após a reunião de todos os produtos com as mesmas características, a matéria será finalizada pela editora em parceria com o fotógrafo, definindo assim o conceito geral do editorial de moda. (RAJÃO E TOBIAS, 2007)

Alguns trabalhos apresentam metodologias aplicadas a projeto de editorial de moda, entre os quais se pode destacar o editorial Dfashion, desenvolvido por Scherdien e Moura (2008), seguindo metodologias de produção e análise gráfica, conhecimentos oriundos do Design Gráfico. A metodologia proposta foi construída, em primeiro lugar, pela etapa de *briefing*, que definiu o tema e os objetivos do editorial, o que incluiu uma análise de editoriais similares, tais como os de Cláudia, Elle, L'Officiel, entre outros. Em seguida, foram elaborados os esboços e a diagramação das páginas, orientados por literatura especializada. Por último, o editorial foi produzido de acordo com as etapas posteriores.

Outro trabalho a ser citado foi o elaborado por Camargos (2008), que fez uma análise, aplicando a Semiótica Peirciana, dos editoriais de moda da revista Marie Claire. Muito embora não tenha apresentado nem uma proposta nem uma metodologia para editoriais, essa autora apresentou, nos seus resultados, alguns signos que sugerem naturalidade, sem o uso de conteúdos banais ou apelativos, mostrando um estilo de vida condizente com as necessidades das leitoras e até da própria revista.

Para este projeto, a metodologia para o desenvolvimento do editorial de Maragojipe foi então dividida em três etapas, conforme a figura 02.

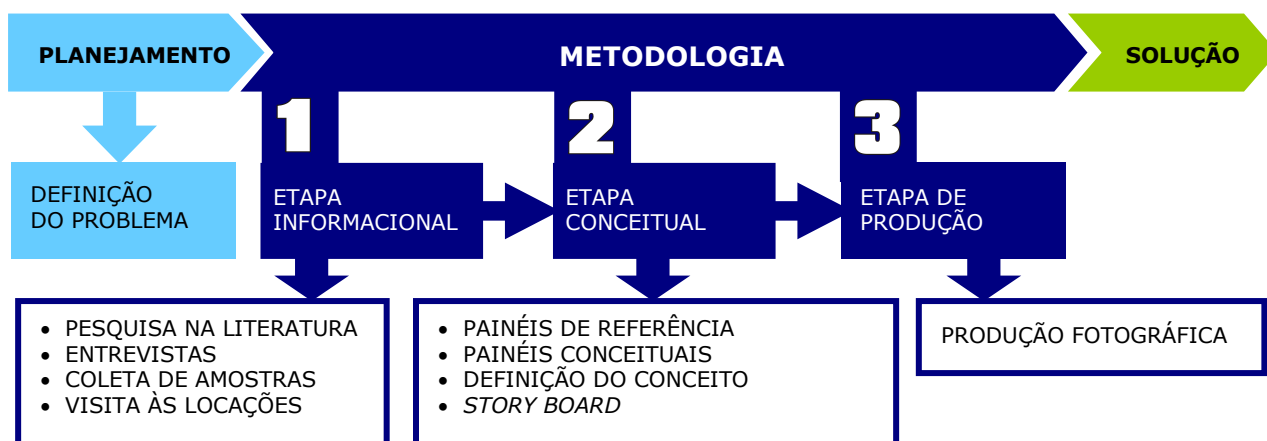


Figura 02

Esquema gráfico da metodologia aplicada no projeto do editorial, baseada na proposta metodológica de Munari (1998)

Essa metodologia foi baseada na proposta de Munari (1998), e, segundo esse autor, o termo “metodologia de projeto” sugere etapas hierarquizadas para resolução de um problema, que parte da definição dele até a solução e apresentação de resultados.

O projeto iniciou-se com o planejamento da pesquisa, em que foi definido o problema a ser resolvido: como desenvolver um editorial baseado nas fantasias do carnaval de Maragogipe. Em seguida, as etapas metodológicas sugeridas por Munari (1998) foram agrupadas e sintetizadas em três partes, a seguir discriminadas:

1. **Etapa Informacional:** Pesquisa na literatura do histórico da festa; aplicação de entrevistas qualitativas, parcialmente estruturadas, com moradores de Maragogipe que participam da festa com fantasias; levantamento de amostras de fantasias; pesquisa das possíveis locações a serem usadas no editorial.
2. **Etapa Conceitual:** Elaboração de painéis de referenciais e conceituais e do conceito e desenho de *Story Board*.
3. **Etapa de Produção:** Produção fotográfica do editorial dentro do escopo do projeto

A Etapa Informacional foi iniciada com a pesquisa do histórico da festa, com o propósito de aprofundar os conhecimentos a respeito do evento. Isso foi mostrado no item de Revisão da Literatura, visto anteriormente neste artigo. Em seguida, foi executada a etapa de entrevistas não estruturadas. Esse tipo de pesquisa foi escolhido por causa da subjetividade do conteúdo do projeto, visto que os dados subjetivos só poderão ser obtidos por meio da entrevista e relacionam-se com os valores, as atitudes e as opiniões dos sujeitos entrevistados (BONI e QUARESMA, 2005). Ainda, segundo esses autores, a aplicação desse tipo de entrevista permite coletar significados, motivações, valores e crenças, que são características de festas como a que está sendo pesquisada.

Foram entrevistados moradores do município, que falaram sobre o carnaval, festa considerada pela população local como a mais importante da cidade. Os entrevistados relataram que a preparação dela é feita durante todo o ano, quando grupos de foliões se reúnem, às escondidas, para a confecção das fantasias, que, muitas vezes, são temáticas. Foram encontrados, em registros fotográficos, fantasias com temas bem variados, como Lampião, anjos, pierrô e colombina, magos, mágicos, elefantes cor-de-rosa etc., assim como fantasias com inspiração nas de Veneza, com o uso de máscaras pintadas, muita cor, tecidos e brilho!

Nas entrevistas, foi possível também recolher detalhes históricos sobre a festa, os primeiros vestígios de comemoração carnavalesca, as comemorações em si, as influências existentes, as músicas etc. Foram usadas também informações sobre a história do município, o surgimento das primeiras povoações, o significado do nome da cidade, o seu turismo e toda a magia da festa mais popular da região - o carnaval.

Os elementos narrativos e imagéticos das entrevistas não apenas serviram de base para a construção dos conceitos básicos de locação, dos pontos turísticos da cidade e das atitudes usadas no editorial, mas também, principalmente, facilitaram a escolha das fantasias usadas no editorial, sendo indicadas as de pierrô e colombina, que usavam contraste de cores: o preto e o branco do pierrô e as cores diversificadas da colombina.

A Etapa Conceitual foi baseada na proposta de Santos e Cordeiro (2009), que consiste na Elaboração de Painéis Imagéticos, que são apresentados como referência para o projeto do editorial temático e a prática do produto. Essa metodologia foi, por sua vez, baseada na metodologia de Planejamento de Coleção, proposta por Treptow (2003). Nesse caso, Santos e Cordeiro prepararam um painel de imagens para cada etapa metodológica posposta por Treptow, mas modificaram-no com o propósito de um editorial.

As etapas apresentadas por essa proposta consistem em Pesquisa de Comportamento; Pesquisa de Mercado; Pesquisa de Tendências; Pesquisa Tecnológica; Pesquisa de Vocação Regional e Pesquisa de Tema de Coleção. Essas pesquisas geraram vários painéis de referência, tais como os de conceito, *casting*, acessórios e locação, vistos na figura 03. A partir desses painéis, Santos e Cordeiro (2009) levantaram os parâmetros de projeto realizados por essas autoras.



Figura 03

Painéis de referência de projeto, desenvolvidos por Santos e Cordeiro
 Fonte: Santos e Cordeiro (2009)

Para adequar-se aos propósitos do projeto do editorial de Maragogipe, a metodologia de Santos e Cordeiro (2009) foi analisada e adaptada pelo processo de analogia,

proposto por Baxter (1998), que é uma ferramenta de criatividade útil ao *designer* por permitir a associação de características entre objetos e conceitos em que um deles serve de modelo a ser analisado. No caso do editorial de Maragojipe, a proposta de Santos e Cordeiro (2009) serviu como modelo teórico-conceitual para o desenvolvimento de outros painéis análogos à proposta inicial, a fim de melhor adequação à realidade da pesquisa.

4.1 Painéis desenvolvidos para o editorial:

Neste artigo, por motivos de espaço, serão mostrados apenas os painéis que abordaram o conteúdo conceitual do projeto do editorial. Cada painel foi montado com fotografias e imagens retiradas de *websites* de conteúdo genérico e de conteúdo especializado, assim como de livros integrantes do referencial teórico. As imagens foram selecionadas de acordo com os resultados da etapa informacional.

PAINEL 1 - Cenário do contexto:

O painel cenário do contexto, figura 04, recorta, no contexto pesquisado, o problema a ser enfrentado: o carnaval de máscaras de Maragojipe, dentro da conjuntura do carnaval baiano, e as diferenças entre o carnaval tradicional, como o dos mascarados encontrados na festa de Maragojipe, e o carnaval de Salvador, com seus blocos gigantes e trios elétricos.



Figura 04

Painel 1 - Cenário do contexto
Fontes: MARTINS (2010) e coleção digital dos autores

PAINEL 2 - Inspiração e Referências:

Este painel, visto na figura 05, tem o propósito de fundamentar o conceito a partir do trabalho de *designers* e fotógrafos, o qual se aproxima de idéias preliminares e imagens do contexto pesquisado. As referências escolhidas foram as joias de arte da designer Inês Martins (imagem B); a estética urbana da fotógrafa Marisa Vianna (imagem A); os pontos turísticos de Maragojipe (imagem C); e a revista francesa L'Officiel, com seus editoriais de moda, que transmitem qualidade e conceito (imagem D) por traduzir o universo lúdico do carnaval da cidade para a elaboração de um produto de moda: o editorial.

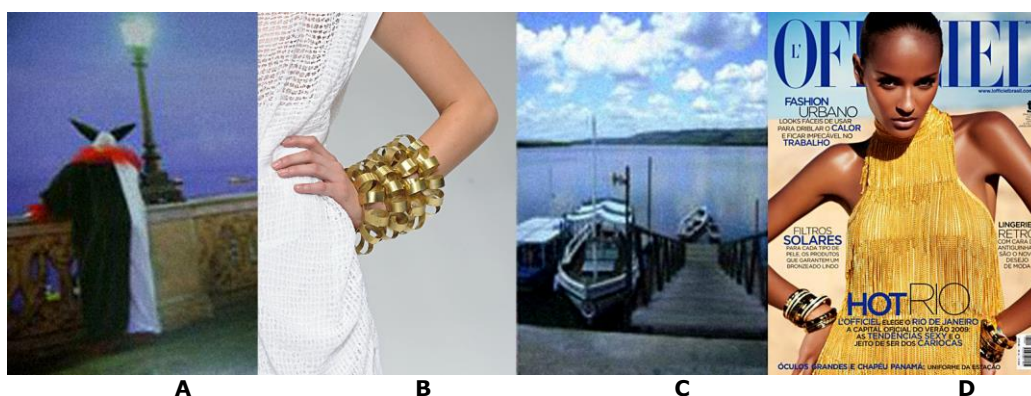


Figura 05

Painel - Inspiração e Referências

Fontes: MARTINS (2010), VIANNA (2002), L'OFFICIEL (2009)

PAINEL 3 - Referência de editoração:

Este painel, visto na figura 06, tem o propósito de representar, através de imagens, uma análise de editoriais similares na busca de idéias para a editoração. Foi escolhido então o editorial "*Inquieta Trupe*", da revista francesa L'officiel, de setembro de 2009, inspirado no longa-metragem "O Guarda-Chuvas do Amor", produzido pelo cineasta francês Jacques Demy, o qual mostra personagens

dançando nas ruas de Paris, numa verdadeira homenagem à alegria, critério essencial para a escolha deste editorial como similar.

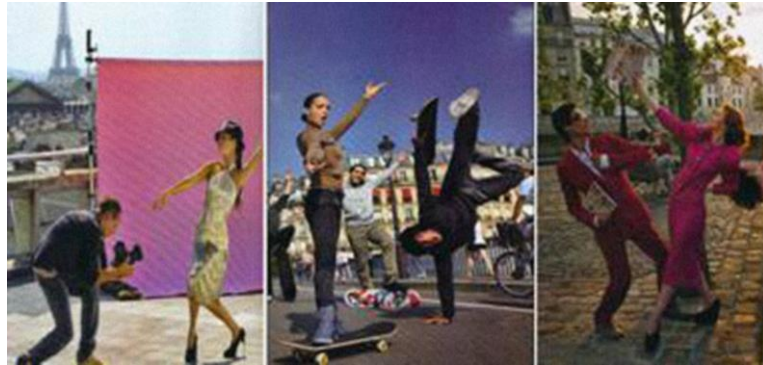


Figura 06

Painel - Referência de editoração
Fonte: Revista L'official (2009)

PAINEL 4 - *Story Board*:

Segundo Powell e Monahan (1987, p. 68), o *Story Board* é uma técnica usada para mostrar um conceito numa seqüência de desenhos, principalmente em trabalhos para cinema ou publicidade, mas nesta pesquisa serviu como um planejamento para as fotografias que serão produzidas para um editorial de moda. O *Story Board* mostra o conceito do projeto na forma de esboços a mão livre, os quais irão orientar a produção fotográfica do editorial. A figura 07 mostra o referido painel.

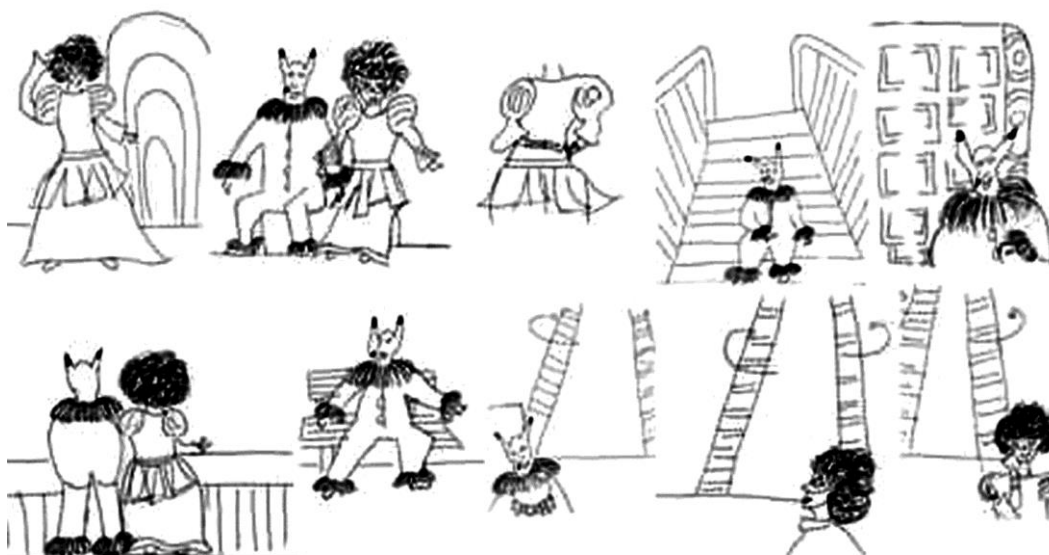


Figura 07
Painel - *Story Board*

5. PRODUÇÃO DO EDITORIAL

Em primeiro lugar, foi estudada a locação para definir os principais pontos da cidade onde as fotos seriam batidas. Foram escolhidas localidades onde a festa é comemorada e alguns pontos turísticos de Maragojipe. O editorial foi produzido com fantasias usadas no carnaval de 2009, escolhidas com auxílio dos moradores e da Casa da Cultura do município. Foram selecionadas as fantasias de Colombina e Pierrô, vencedoras de concurso de fantasias realizado durante a festa. Foram utilizados poucos adereços de cena, aproveitando o bom estado das fantasias, que estavam completas e coloridas. Depois, foram acrescentados os acessórios da designer Inês Martins, que serviram como apelo comercial.

A figura 08 mostra apenas quatro das imagens produzidas a serem usadas no editorial, de acordo com o previsto no Painel *Story Board*. A etapa de produção fotográfica finalizou este projeto.



Figura 08

Exemplos de imagens do editorial finalizado conforme o previsto no Painel *Story Board*

6. CONCLUSÃO

Todas as pesquisas e todos os estudos acerca de como surgiu o carnaval, seus significados e suas simbologias, além de todo o levantamento feito sobre Maragogipe e o seu carnaval, serviram como base para a elaboração do editorial de moda, que usou as fantasias carnavalescas dos foliões.

Este artigo busca contribuir para manter viva a tradição local, que é passada de geração a geração, para que, assim, não perca sua importância tanto para a população quanto para o conteúdo conceitual, que mistura as cidades de Veneza e Maragogipe, as quais, embora distantes, se aproximam ligadas pela cultura e tradição carnavalescas.

Como contrapartida social, o trabalho será exposto em Maragogipe, participando de um novo projeto em que a Casa da Cultura local pretende, com outros órgãos, reunir todos os dados sobre o carnaval de Maragogipe e, assim, inaugurar um museu exclusivo da história desse carnaval, afirmando, dessa forma, as possíveis contribuições do *design* de moda para a construção de um imaginário contemporâneo sobre a cultura popular.

Como proposta para futuros trabalhos, sugere-se o projeto gráfico do editorial, com o propósito de sua finalização, usando-se, para isso, não só as imagens e fotografias aqui desenvolvidas, mas também a literatura e as metodologias específicas de Design Gráfico, tal como se vê no trabalho de Scherdien e Moura (2008).

7. NOTAS

¹ Inês Martins: *Designer* de jóias de arte.

² L'Officiel é uma revista francesa de moda criada em 1921. Há uma edição brasileira desde outubro de 2007, publicada por Duetto Editorial.

³ Mortalha: Tipo de camisola que se usava no carnaval.

⁴ Abadá: No Carnaval de 1993, o *designer* Pedrinho Da Rocha e o Bloco Carnavalesco Eva lançaram um novo tipo de fantasia para substituir as antigas mortaldas. O *designer* batizou a nova fantasia de "abadá", nome da bata usada por capoeiristas. Alguns dicionários, como o Caldas Aulete, citam apenas a versão carnavalesca; a enciclopédia Larousse, no entanto, é mais completa, pois cita os dois usos da palavra e sua etimologia.

⁵ IPAC: Instituto do Patrimônio Artístico Cultural da Bahia.

⁶ Terno de Reis: festejo de origem portuguesa ligado às comemorações do culto católico do Natal, trazido para o Brasil ainda nos primórdios da formação da identidade cultural brasileira.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Patrícia Mourão de. Editoriais de moda: dos movimentos de estilo à sintaxe de alteridade. *Hermes's Multiply Site*. 2006. Disponível em <http://vibroreverso.multiply.com/journal/item/33> Acesso em outubro de 2009.

BAKHTIN, M. *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento*. São Paulo, HUCITEC. 1987.

BAHIA. *Maragogipe*. Disponível em http://www.bahia.com.br/motix/pt_br/cidades/cidades/Maragogipe,1b610da8-5492-4006-8907-3ef4a41e935c.html. Acessado em maio de 2010.

BAXTER, Mike. *Projeto de Produto: Guia prático para o design de novos produtos*. São Paulo. Ed Edgard Blücher, 1998

BONI, Valdete. QUARESMA, Sílvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. *Em Tese*. 2005. Vol. 2 Nº 1 (3), janeiro-julho, P. 68-80. Disponível em http://www.emtese.ufsc.br/3_art5.pdf Acessado em abril de 2010

BRANDÃO, Maria de Azevedo. *Recôncavo da Bahia: Sociedade e economia em transição*. Fundação Casa de Jorge Amado e Universidade da Bahia. Salvador, 1998. 260p.

CAMARGOS. Larissa Lacerda. *O Potencial comunicativo da moda: Análise semiótica dos editoriais de moda da revista Marie Claire*. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso em Comunicação Social/Jornalismo. UFV. Viçosa. Disponível em http://br20.hostgator.com.br/~comufv2/pdfs/tccs/2008/2008_larissalacerda_editoriaisde moda.pdf Acessado em maio de 2010.

CARNAVAL DE MARAGOJIPE: A melhor fantasia que pode existir. Documentário de Pola Ribeiro. Salvador IRDEB, 2006. DVD, 26 min

CASTRO, Cláudia Steffens de. Educação para o turismo: preservação da identidade regional e respeito à cultura imaterial. *Fênix – Revista de História e Estudos Culturais*. Outubro/ Novembro/ Dezembro de 2008 Vol. 5 Ano V Nº 4. Disponível em: www.revistafenix.pro.br Acessado em dezembro de 2009.

- CASTRO, Daniela. Carnaval de Maragogipe será tombado pelo IPAC. *A TARDE On Line*. Salvador, 2008. Disponível em: <http://www.atarde.com.br/carnaval/templates/2009/01/noticia.jsf?id=830679> . Acesso em junho 2009.
- CERQUEIRA, Nelson. *Carnaval da Bahia: um registro estético*. Salvador: Omar G. Editora, 2002.
- CUSTÓDIO, José de Arimathéia Cordeiro. SOUZA, Valdete Vazzoler. Fotografia: Meio de Linguagem dentro da Moda. *Discursos Fotográficos* Vol. 1, nº 1, 2005. Disponível em <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1474/122> .Acesso em outubro de 2009.
- DaMATTA, Roberto. Você tem cultura? *Jornal da Embratel*. Rio de Janeiro, 1981. Disponível em <http://www.furb.br/2005/arquivos/788660-650601/voce%20tem%20cultura.pdf> Acessado em dezembro de 2009.
- FRANCO, Tasso. Carnaval Marketing - A roda da Fortuna. In CERQUEIRA, Nelson. *Carnaval da Bahia: um registro estético*. Salvador: Omar G. Editora, 2002. P. 154-175
- GOÉS, Fred. *50 Anos do trio elétrico*. Salvador: Corrupio, 2000.
- GOÉS, Fred. *Antes do furacão: O Mardi Gras de um folião brasileiro em Nova Orleans*. Salvador: Língua Geral, 2008.
- GOMES, Mirian. *Ilê Aiyê*. Salvador. Ed. do Autor, 2006
- HOUAISS, Antônio. VILLAR, Mauro de Salles. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- IBGE. *Enciclopédia dos Municípios Brasileiros*. Volume XXI. Rio de Janeiro, Editora IBGE. 1958
- IBGE. *Estimativas de População. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*. 2009. Disponível em http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/estimativa2009/POP2009_DOU.pdf. Acessado em abril de 2010
- IMBASSAHY, Antonio. *Salvador da Bahia cidade plural*. Salvador: Corrupio, 2004..
- LIN, Rung-Tai. Transforming Taiwan Aboriginal Cultural Features into Modern Product Design: A Case Study of a Cross-cultural Product Design Model. *International Journal of Design*. 2007. Vol.1 No.2. Disponível em <http://www.ijdesign.org/ojs/index.php/IJDesign/article/view/46/26> Acessado em abril de 2010
- MARAGÓS. Documentário da Casa da Cultura de Maragogipe. 2008. DVD, 33 mim.
- MARTINS, Inês. *Joalheria de Arte*. Disponível em <http://inesdesigner.blogspot.com/2009/02/rio-moda-hype.html> Acessado em março de 2010
- MELLO, Rosa Vieira de. *Você me conhece? Arte, beleza e resistência no carnaval de Maragogipe*. 2001. Trabalho de Conclusão de Curso em Graduação em Museologia. UFBA. Salvador
- MOALOSI Richie et al. Product Analysis Based on Botswana's Postcolonial Socio-cultural Perspective. *International Journal of Design* 2007. Vol.1 No.2 Disponível em <http://www.ijdesign.org/ojs/index.php/IJDesign/article/view/10/24> Acessado em março de 2010

- MUNARI, Bruno. *Das coisas nascem coisas*. São Paulo. Martins Fontes. 1998
- NÓBREGA, Zulmira. Cultura Popular na Pós-Modernidade. *Anais do IV ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*. 2008. Disponível em <http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14345.pdf>. Acessado em dezembro de 2009.
- OLIVEIRA Paulo Cesar Miguez de. *Carnaval baiano: as tramas da alegria e a teia de negócios*. Salvador, 1996. Dissertação de Mestrado em Administração, UFBA. Salvador
- PAULAFREITAS, Ayêska. Trio Elétrico: mídia sonora genuinamente brasileira. *Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. UERJ. 2005. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0433-1.pdf> Acessado em julho de 2010
- POWELL, Dick. MONAHAN, Patrícia. *Advanced Marker Techniques*. Londres. Macdonald Illustrated. 1987
- RAJÃO, Patrícia Maria. TOBIAS, Rogério. Editorial de Moda Como Ferramenta Segmentada de Marketing na Marca Luiza Barcelos Calçados. *Portal do Marketing*. 2007. Disponível em www.portaldomarketing.com.br Acessado em março de 2010
- SANTOS, Camila. CORDEIRO, Tainá. *Deixa ver com meus olhos: Baixa dos Sapateiros*. 2009, Trabalho de Conclusão de Curso em Design de Moda. Faculdade da Cidade. Salvador
- SCHERDIEN, Ingrid. MOURA, Janine Barbosa. Projeto editorial para uma revista de moda. FICSE 2008. *Anais do Feira de Iniciação Científica e o Salão de Extensão 2008*. Centro Universitário Feevale. Novo Hamburgo. Disponível em http://dfashion.files.wordpress.com/2009/04/artigo-projeto-editorial_ingrid-scherdien2.pdf Acessado em maio de 2010.
- SILVA Bruna Gomes Lopes Sampaio. *Carnaval de Salvador: Como a economia transformou a manifestação popular em produto da Indústria Cultural*. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso em Relações Públicas. UFBA. Salvador
- TREPTOW, Doris. *Inventando Moda*. Planejamento de Coleção. São Paulo. Empório do Livro. 2003
- UNESCO. *Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural*. 2002. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf> Acessado em dezembro de 2009.
- VIANNA, Hildegardes. As fantasias dos velhos tempos. in CERQUEIRA, Nelson. *Carnaval da Bahia: um registro estético*. Salvador. Omar G. Editora, 2002-b.
- VIANNA, Marisa; textos de. TEXEIRA, Cid. SCARDINO, Francisco Senna Letícia. *Salvador cidade da Bahia*. Salvador. Bigraf. 2002

Data de recebimento: 03/05/2010

Data de aprovação: 18/08/2010