

O NEGRO-ESPETÁCULO: O BLOCO AFRO ILÊ AIYÊ E A RESSIGNIFICAÇÃO DA IMAGEM DO NEGRO EM SALVADOR

Rita de Cássia Maia da Silva*

RESUMO: *uma análise sobre o papel do bloco afro Ilê Aiyê na modificação da imagem fortemente tradicionalizada do negro na cidade do Salvador. Para isso, observamos as formas em que o conjunto dos signos singularizantes, investidos por esse bloco, atuam no plano das trocas materiais e simbólicas, articulando com o jogo subjacente de uma possível identidade cultural baiana, incluindo a idéia-força de baianidade. É discutida a mudança da imagem do negro em níveis global, nacional e local, nos mercados da cultura, moda e lazer.*

Palavras-chave: Espetáculo; Bloco afro; Identidade; Imagem.

Existe um aspecto que tem sido seguidamente negligenciado pelos cientistas sociais nas relações de poder entre grupos, – a aparência. E por aparência compreendemos aqui tudo aquilo que chamamos de estratégias cosméticas que servem para sinalizar a adesão, solidariedade e/ou admiração peculiares de um viver comum.

Com esta certeza, advogamos a ela o papel de um dos principais elementos na partilha dos valores que caracterizam o pertencimento a um grupo social. É a imagem, como aparência, o conceito inicial de todas as trocas simbólicas. É ela que confere a parcela mais forte da realidade partilhada, especialmente no mundo contemporâneo, pleno de imagens-mensagens, simulacros-virtualidades que, para alguns, “representam e elidem a realidade, vivência, experiência. Povoam o imaginário...” (IANNI, 1997, p. 28). Essas imagens exercem um forte papel de realidade, pois conduzem, simulam e, em algumas situações, substituem a experiência do outro e das coisas.

Nos discursos da aparência, estão inclusos todos os modos e formas de expressão do Ser. Não se funda, partilha e valida uma identidade sem as formas, sem atributos. É em torno das formas que nos reunimos.

A grande influência das imagens mentais e das formas visuais sobre o sentimento gregário humano, está no fato de que elas constituem a leitura, tradução e inscrição subjetiva e social para os indivíduos. Esta assertiva encontra indicações de validade e argumento em alguns estudos sobre percepção. Gombrich, em seu trabalho intitulado *Arte e Ilusão*, afirma que

[...] sem algum ponto de partida, sem algum esquema inicial, nunca poderíamos captar o fluxo da experiência. Sem categorias, não poderíamos classificar as nossas impressões. Verificou-se que, paradoxalmente, pouco importa que categorias sejam estas. Podemos sempre ajustá-las a nossas necessidades (GOMBRICH, 1995, p. 93).

Assim, as formas-imagens são o vocabulário para o estar-no-mundo. Seguindo esta lógica, acreditamos que grande parte daquilo que é visto é o resultado de condicionamentos,

* Museóloga, Doutora em Comunicação e Cultura Contemporânea pela UFBA, professora do curso de História com Concentração em Patrimônio Cultural da Universidade Católica do Salvador – UCSal e dos Cursos de Comunicação da Faculdade Integrada da Bahia – FIB. Endereço eletrônico: ritamaia@terra.com.br.

hábitos e expectativas pré-determinadas pela cultura. É através das imagens que fluímos socialmente.

Esses condicionamentos (ou aprendizados), através dos quais formamos e adquirimos o nosso vocabulário imagético, estão tão profundamente enraizados em nossa realidade mental e social que os tomamos como verdades inquestionáveis, formando os estereótipos ou esquemas perceptivos que partilhamos socialmente.

Marcos Emanuel Pereira (1996) estabelece uma relação direta entre a produção de estereótipos e as formas de produção do conhecimento comum. Nesse sentido, ele observa que os julgamentos cotidianos, através dos quais as pessoas sustentam suas opiniões em crenças, não resultam de nenhum juízo avaliativo. Inicialmente, a compreensão do mundo nos é dada através de imagens pré-concebidas para só depois, caso seja necessário, desenvolvermos uma melhor observação e avaliação da realidade. Assim, toda ação e pensamento humanos estariam movidos pela lei do “esforço cognitivo”, (uma espécie de economia de esforço) cuja atitude básica é a de simplificar para melhor (e mais facilmente) ordenar e classificar o mundo.

Nesse sentido, os estereótipos, esquemas perceptivos, modelos pré-estabelecidos e partilhados culturalmente, determinariam profundamente todo e qualquer julgamento social.

É a partir desse conjunto de argumentos que podemos interpretar o preconceito racial e todo um conjunto de questões sociais a ele relacionadas, como um grupo de fenômenos que ultrapassam os problemas e discussões de classe, perpassam os aspectos culturais, extrapolam a dimensão social e se tornam, também, fenômenos de caráter psicológico e mesmo estético.

Retomando o início do nosso argumento, é curioso observar as formas-imagens e os estereótipos atribuídos aos negros como os causadores de uma forte rejeição social direcionada a grupos e indivíduos.

Essa rejeição não é algo declarado, mas largamente percebido em pequenas estratégias de demarcação de posição de status e territórios, nas regulagens dos papéis e espaços através dos olhares, nos jogos de significados e manipulação das imagens que sempre vigoraram e que ainda vigoram no cotidiano da cidade¹. Nesse sentido, é emblemática uma situação descrita por Donald Pierson (1945, p. 182), em que essa rejeição se manifesta de maneira explícita:

Num folheto intitulado “A Bahia do Senhor do Bomfim”, João Varella reproduz a figura de uma negra carregando uma criança amarrada às costas por uma larga faixa de pano “quando o menino era preto e feio”, escreve Varela [sic], usualmente era carregado desta maneira. Se, porém, era “uma cousa mais limpa”, era carregado de frente, nos braços da mãe, de modo que o mundo inteiro pudesse vê-lo mais facilmente.

Independente ou não da veracidade dessa observação - visto que carregar crianças às costas era um costume bastante difundido entre africanos que foram trazidos à Bahia, através do tráfico de escravos, e que se perpetuou no cotidiano da cidade durante um bom tempo -, é fato que essa interpretação também pode ser um sinal dos sentimentos subjetivos de rejeição ao seu fenótipo vivida por afrodescendentes, muitas vezes traduzidos em um sem número de estratégias de ocultação desenvolvidas, a fim de atenuar no corpo a ascendência africana para alçar uma melhor aceitação ou inserção social.

É justamente no cerne dessa questão que está o nosso argumento de que o papel do Ilê Aiyê e de sua Beleza Negra torna-se uma ação afirmativa eficaz, na medida em que produz, favorece a partilha e difunde uma imagem de negro que não mais se enquadra na tipificação negativa largamente difundida no senso comum.

¹ Não se pode deixar de frisar que, historicamente, sempre existiram espaços onde as formas de expressão da cultura negra predominaram, a exemplo dos batuques, candomblés e sociedades quilombolas.

Constituindo para o negro uma nova imagem carregada de valoração positiva, o bloco abre a possibilidade de quebrar a cadeia de preconceitos sedimentada, favorecendo o descolamento (ou deslocamento) do papel de subalterno cravado sobre o corpo-imagem de todos os afrodescendentes, um reflexo das relações de poder e raça ainda hegemônicas e configuradas nas expectativas criadas pelas classificações tipológicas enraizadas em nossa sociedade.

É desta forma que a atuação do bloco afro Ilê Aiyê inaugura um caminho possível e eficaz para o alcance de uma melhor inserção social, articulação política e cultural para os afrodescendentes na cidade.

Em 1974, o bloco, com o seu ideal de Beleza Negra, criou em Salvador um novo território simbólico, onde os atributos desejáveis e valorados eram aqueles que mais enfatizavam a ascendência africana. Os lábios grossos, a pele escura e cabelos crespos ao natural são ressaltados por toda uma cosmética (cores fortes, palhas, tranças, búzios) utilizada para a afirmação da África como uma matriz ideal.

A Beleza Negra, condensada no Ilê Aiyê e difusa em diversos matizes, estilos do cotidiano da cidade e nas maneiras expressas do “cuidado de si”, do se embelezar, ajeitar, enfeitar e arrumar o corpo tem, também, o potencial de transformar em positivos, os estereótipos negativos direcionados aos indivíduos negros que vigoram na sensibilidade do soteropolitano comum, independente de sua inscrição identitária do ponto de vista étnico-racial.

Esse conjunto construído e valorizado de atributos não só sinaliza a presença de um grupo étnico diverso, mas também constitui a afirmação de uma diferença que, ao invés de separar, seduz o outro e valoriza seus detentores.

Podemos interpretar as atitudes discriminatórias, segregacionistas do Bloco como uma estratégia para a construção de um núcleo identitário forte. Por sua natureza, a exclusão gera o reconhecimento da diferença e, ao mesmo tempo, um forte desejo de pertencimento àqueles que com ela se identificam. Para os de fora, ultrapassar os seus territórios e limites significaria uma demonstração pública de poder trânsito social; por outro lado, ainda, ela estabelece limites para as negociações com os mais variados grupos. O estabelecimento e a demarcação de um território é, antes de tudo, um sinal de poder e autonomia.

Por ser contrastiva, esta exclusividade reforça, delinea e dá clareza à real separação que existe entre os mundos negro e branco. Ela possibilita o reconhecimento das barreiras de cor impostas aos negros pela sociedade dos brancos. Respondendo a esta situação de forma ostensiva pela rejeição declarada ao “mundo branco hegemônico” que, enfim, nunca foi o referencial para os atributos de identidade da cidade, ela constrói uma contra-hegemonia personificada no mundo negro do Ilê Aiyê.

Não obstante a força ou a eficiência comunicativa deste sentimento de negritude baiana, só encontrou uma forma mais ampla à medida que se associou a interesses artísticos, econômicos, recreativos, expressos em cuidados com as vestimentas, representações religiosas, motivações intelectuais, engajamentos políticos etc.

Tomando a sedução como “argumento persuasivo”, observamos que esta re-elaboração de imagem não teria tanta eficácia, ou mesmo alcançaria um público maior, se a sua validação não fosse viabilizada por um sutil e complexo jogo de interesses estabelecido entre os vários agentes ou personagens que contracenam no seu entorno.

É com o reconhecimento e a validação de artistas, intelectuais e políticos que nele transitam, que estes atributos, elementos de riqueza e autenticidade cultural são alçados ao patamar de atributos de uma identidade pública que, para ser difundida, torna-se eventualmente manipulável e comercializável.

Nesse sentido, o olhar de Pierre Bourdieu (1979) sobre as trocas simbólicas nas relações entre os grupos sociais serviu de baliza para as nossas observações. Em certos momentos, os atributos e os personagens do Bloco tornam-se alvo de manipulação, negociações e de fetiche exercidos por agentes que, através do encantamento que produz a existência de uma diferença

“bela”, “charmosa” e “sedutora”, procuram alimentar-se de sua “aura” para reafirmar seu poder local, diante dos seus e dos outros. Por outro lado, de modo aparentemente paradoxal, é curioso observar como as estratégias de resistência do Ilê Aiyê concorreram e concorrem para a sua sobrevivência e acúmulo de capital e poder simbólico.

Concentrando e conferindo poder estético-político ao Bloco, estão os militantes do movimento negro que, após um período inicial de rejeição ao discurso da estética afro, reconheceram nessas práticas culturais um mecanismo eficiente de formação de solidariedades e ação comunitária. Conferindo mais reconhecimento do que estes, estão os fãs e apaixonados pelo bloco, que encontram em suas festas, produções culturais e canções, não só um espaço de partilha afetiva e de lazer, mas acima de tudo, uma referência para a sua própria humanização².

Os desenvolvimentos advindos da fundação do Ilê Aiyê chamam atenção para os diversos desdobramentos e possibilidades do aparecimento da matriz africana na mídia e nos espetáculos. Esta realidade pode ser verificada pela criação e pelo sucesso dos novos blocos afros, como no caso do Olodum e do Ara Ketu, que criaram novos estilos de africanidade e novos atributos de identificação para a juventude afrodescendente.

Na complexidade das sociedades contemporâneas, especificamente em relação aos grupos resultantes de etnogêneses, há a necessidade de pensar a identidade coletiva de modo mais aberto. Essa identidade, adquirida não mais pela atribuição de características físicas ou por herança genética, mas por atributos produzidos e culturalmente manipulados nas relações de trocas dos mais variados tipos de capital, vai ganhando o seu grau de “realidade” nos processos de identificação, em que a “manipulação”, a “escolha”, a “adesão” e a bricolagem de traços e manifestações aparentemente subjetivas são fatores de extrema importância.

No bojo dessas trocas e desses jogos identificadores, o discurso do movimento negro organizado, que quer afirmar a existência de relações explicitamente racistas e desprovidas de cordialidade, permeadas pela hipocrisia entre branco e preto, vai se aproximando, cada vez mais, do de grupos culturais como o Ilê Aiyê, que cuidam mais da criação de um universo para si, de celebrar o prazer da existência, o gozo da arte e do lazer, como estratégias mais eficientes para a inclusão. A Caminhada da Liberdade, no Dia da Consciência Negra, promovida pelo Fórum das Entidades Negras, é um sinal dessa aproximação.

Nesse cenário, a estética, arte e sedução da linguagem do Ilê Aiyê têm suplantado, em eficiência discursiva, a argumentação racionalizada do militante. Junto a isso, existem ações concretas de inclusão e afirmação para o povo negro, através do trabalho educativo desenvolvido em suas escolas e oficinas de artes e ofícios.

Na sociedade do espetáculo (LIPOVETSKY, 1989), a linguagem estética vem ganhando importância fundamental na fundação e legitimação de grupos de poder. Michel Maffesoli (s. d.) observa que, ao partilhar o reconhecimento do signo estético, o indivíduo reconhece o que o une aos outros. Para ele, o objeto estético é o que demonstra a materialidade da cultura, a não-separação do Ser com o mundo. Assim, ele torna-se um importante ponto de união necessário nas tramas da identidade cultural.

O potencial integrador do espetáculo fornece espaço para o desenvolvimento de práticas corporais e estruturas de compreensão e sensibilidade que ultrapassam de tal forma a elaboração racional de um discurso reivindicatório, cujo poder político não pôde ser ignorado, nem negligenciado.

As festas e espetáculos do Bloco, através do gozo da dança, da música e do simples estar-junto, tornam-se ritos onde se firmam e reinventam as práticas que reforçam e valorizam um ideal de negritude. São, também, os momentos de aparecimento das novas formas culturais da

² A palavra humanização entra aí como substituta mais enfática para auto-estima, por acreditar que a existência subjetiva dos afrodescendentes detentores dos atributos fenotípicos negros passam continuamente por situações de desumanização e rotulação, bem expressas em ditos comuns como o difundido: “preto não é gente”.



renovação necessária que se coaduna com o panorama de modernização que a cidade vem atravessando.

Nesse contexto, a cultura negra tornou-se a grande produtora de discursos e imagens que trouxeram para a população negro-mestiça local novas possibilidades de integração positiva subjetiva, por que não dizer, objetiva e ativa, no cenário que é composto pela cultura e pela indústria no mercado de negócios da “baianidade”. Por outro lado, existe o perigo de estabelecimento de novas formas de dominação, criação de estereótipos e enquadramentos que podem nascer atrelados à ausência de capacitação e experiência de alguns de seus agentes no controle dos canais de emissão das imagens de negro.

Podemos explicar que o atual sucesso do Ilê Aiyê advém do fato de ele ter criado novas formas expressivas que correspondem aos desejos latentes, em várias camadas da população local, tanto da classe média jovem urbanizada e (quase) cosmopolita, quanto do povo antigo do tradicional bairro da Liberdade e mais especialmente do Curuzu.

Se, por um lado, o Ilê Aiyê se define e é reconhecido como o herdeiro e guardião da tradição africana, por outro, ele é um objeto de consumo que corresponde a expectativas de várias camadas e grupos sociais. Seus fãs podem estar no universo dos seus frequentadores compulsivos, moradores do Curuzu e da Liberdade, no dos militantes do movimento negro, no dos amigos e parentes dos diretores, no dos artistas de sucesso na mídia local e sulista, figurinhas carimbadas nas manchetes dos jornais, no dos cientistas sociais, políticos e até no dos *socialites*, além dos turistas e *flaneurs*, é claro.

O apelo estético do Ilê Aiyê é a sua marca mais forte. Ele funciona porque favorece e provoca identificações para além de seus espaços festivos e de seus estreitos círculos étnicos sociais. Suas roupas, músicas e festas formam cenários e narrativas coerentes, fundamentais para a organização e fixação da memória individual e coletiva. Seus símbolos são muito eloquentes.

Através da sua arte, foi engendrada uma política cultural que funciona como uma excelente estratégia de marketing social. Ao redefinir a imagem do negro, educar as sensibilidades e atrair solidariedades e simpatias de interlocutores locais, nacionais e internacionais, esse marketing social torna-se um dos maiores fatores para a explicação da reprodução e perpetuação do sucesso do bloco. Neste sentido, o potencial da linguagem estética aparece como um manancial quase inesgotável.

As obras de arte são modelos, modelos do possível e não do fixado com antecedência. Como em todos os modelos, uma certa dose de integração é suscetível de produzir objectos em número infinito; o que conta, é a capacidade para os artistas e para as sociedades de renovar os modelos (FRANCASTEL, 1982, p. 36).

Sem dúvida, a construção do mundo negro do Ilê Aiyê forneceu os modelos que transformaram o sentimento de ser negro, efetivamente vivido pela população afrodescendente, numa *forma de ser* desejável. Ela tornou visível e reconhecível uma tradição negra valorosa, constituindo um elo identitário possível, um patrimônio comum de formas que unem, dão sentido, projeto e destino para uma massa antes indistinta, diluída e imperceptível, quando não, indesejável.

No entanto, apesar de todo o prestígio de que desfruta o Bloco, é facilmente observável que a veiculação de suas imagens em anúncios publicitários chega a ser nula. Esse fenômeno pode ser atribuído a dois fatores: primeiro, ao seu aspecto muito específico e excludente; segundo, à associação, ainda persistente, das imagens da cultura negra com os baixos padrões de consumo e estilo de vida.

A possibilidade da propagação do repertório sógnico do Ilê Aiyê para um território mais amplo que o de sua comunidade interna está diretamente relacionada ao grau de ocupação de

espaço do bloco nos mercados de trabalho e consumo, típicos da indústria do lazer e do turismo local. Por outro lado, isso incidiria em uma certa padronização ou “melhor administração” de suas festas e espetáculos, o que, de certo modo, vem ocorrendo paulatinamente. Essa nova realidade, no entanto, aponta para o perigo da incorporação, controle e/ou dependência do Bloco nas suas relações com os núcleos de poder instituídos.

A mídia é hoje, sem dúvida, o espaço-território que todos querem habitar. No mundo contemporâneo, ter mídia é ter poder. Ela atua profundamente nas relações sociais e na percepção/constituição do eu. Pela sua capacidade de criar um repertório cultural comum, ela oferece uma significativa possibilidade de ampliação do território simbólico de qualquer grupo ou indivíduo, de modo mais efetivo que o das trocas simbólicas diretas desenvolvidas entre os diversos agentes envolvidos em uma situação.

A transformação da “marca” Ilê Aiyê em produto comercializável poderia favorecer uma identificação mais ampla pela partilha de sua imagem, de seu estilo de vida, através de uma cosmética assimilável. Por outro lado, esse processo poderia conduzir o bloco a um desgaste da sua imagem, dissolvendo a sua peculiaridade e enfraquecendo o seu potencial de movimento social, pela perda dos vínculos e das trocas comunitárias que são específicas a ele e que poderiam ser paulatinamente substituídas por relações de trabalho organizadas e de prestação de serviços formais.

Pela nossa observação, até o momento, parece-nos evidente que os agentes e administradores do Bloco obedecem a uma outra lógica que se situa além ou aquém da eficiência produtiva voltada para unicamente para o lucro.

Através da ação de lideranças carismáticas e de personalidades como a de Antônio Carlos dos Santos (Vovô) e de seu núcleo familiar, as ações do bloco constituem um modelo que oscila entre o moderno e o tradicional, entre o movimento social e uma empresa de lazer, educação e entretenimento, criando um ‘novo estilo’ administrativo que concilia elementos comunais com eficiência produtiva.

As principais negociações exercidas pelo Ilê Aiyê sempre estiveram relacionadas à manutenção de sua rede de reciprocidades que, desde a sua fundação, assegurou sua sobrevivência. Não há o privilégio para políticas partidárias ou direcionamento para lucros imediatos, mas a busca de interlocutores externos e internos, que trabalhem na direção que o bloco deseja. Não se pressupõe, necessariamente, o privilégio dos determinantes econômicos. Fatores subjetivos como as simpatias, antipatias, fidelidade, amizade e alianças são muito considerados no cotidiano da instituição.

É justamente a “diferença” que o bloco encarna o que potencializa a atratividade de seus espetáculos. A conservação de seus traços originais pode estar associada à manutenção do seu atual status de manifestação cultural autêntica e de movimento social autônomo. Perder suas características originais poderia significar a perda do seu reconhecimento público como “o primeiro”, o “tradicional”, o “original”. Esses traços são exclusivos a ele e o alçaram à referência obrigatória e indispensável na maioria dos atos públicos relacionados à arte, cultura ou negritude baianas.

O assédio de personalidades e a atração dos veículos da mídia em reconhecimento a sua originalidade transformam o “Ilê tradicional” em um permanente atributo de valor para a indústria e mercado da “baianidade”; como também para os transformadores de elementos culturais baianos em um manancial de mercadorias lucrativas.

É deste modo que o Ilê Aiyê se apresenta como um dos elementos que transformam a Bahia em um palco de contemporaneidade única. Aqui a importância dos rituais, na solidariedade grupal, associados ao espetáculo das produções culturais, configuram uma plasticidade contrastante, bem ao estilo barroco, ou aparentemente paradoxal como o das instalações e intervenções contemporâneas na arte dos museus.

Entre o antigo e o atual, entre o moderno e o contemporâneo, é forjado esse espírito do tempo (ou de um “lerdo tempo” da suposta baianidade) que concilia oposições curiosas e míticas, como aquele tão improvável e tão verdadeiro (!) ditado popular que afirma que esta seria a “terra dos branco-mulatos e pretos-doutores”.

O atual estágio e sucesso do Ilê Aiyê é um atestado das formas com que o povo afro-baiano, de uma maneira contemporânea, segue oscilando a sua marcha entre tradição e modernidade e vai aprendendo, cada vez mais e melhor, a “capitalizar” a sua imagem, como modo de sobrevivência, projeção social, aquisição de status, por que não dizer, poder.

Sem dúvida, os desdobramentos desse barroquismo espetacular, contraditório e contrastante ainda merece ser assistido e receber uma iluminação mais reveladora. Neste sentido, seguimos observando o jogo de alianças, reciprocidades e reconhecimento de papéis desenvolvidos entre agentes locais, nacionais e internacionais que o Ilê Aiyê manuseia, no massapé, a Senzala do Barro Preto do Cruzú, modelando novas formas de identidade e poder para os afrodescendentes da Bahia.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **La distinction.**: critique sociale du jugement. Paris: Les editions de minuit. 1979.

FRANCASTEL, Pierre. **A realidade figurativa.** São Paulo: Perspectiva, 1982.

GOMBRICH E.H. **Arte e ilusão:** um estudo da psicologia da representação pictórica. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

IANNI, Octavio. **A era do globalismo.** Rio de Janeiro: Civilização brasileira. 1997.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989

MAFFESOLI, Michel. **A ética estética.** Rio de Janeiro: CIEC-Centro Interdisciplinar de Estudos Contemporâneos - Escola de Comunicação-UFRJ, s.d. (col. Papéis Avulsos 3)

PEREIRA, Marcos Emanuel. **Humor e Esterótipos étnicos no ciberespaço.** 1996. Tese (Doutorado em Psicologia) - Instituto de Psicologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.geocities.com/Athens/Delphi/6061/textos.htm>> Acesso em: 15 de jun. 1999.

PIERSON, Donald. **Branco e pretos na Bahia,** estudo de contacto racial. São Paulo: Nacional, 1945.