A REALIDADE DAS MANIFESTAÇÕES CULTURAIS NOS BAIROS POPULARES DE SALVADOR¹

Bruno Carvalho Soares²
Angelo Szaniecki Perret Serpa³

Resumo: *Esta pesquisa, desenvolvida entre agosto de 2005 e junho de 2006 em dois bairros populares de Salvador, teve como objetivo principal analisar e caracterizar os processos de territorialização de três manifestações culturais: A Berimbalada e o Ilê Aiyê no Curuzu e a Festa dos Reis (Bumba-meu-Boi) em São Tomé de Paripe. Buscou-se também analisar a espacialização dessas atividades, mostrando como surgiram e como se mostram hoje no cotidiano dos bairros pesquisados, observando também: Quem organiza? Quem participa? Quem financia? Foram entrevistados os participantes e organizadores dessas manifestações, bem como alguns patrocinadores. Para algumas manifestações foram realizadas também enquetes com o público e os comerciantes. Foi constatado que algumas dessas manifestações não contam com qualquer tipo de apoio ou patrocínio (como no caso da Berimbalada e da Festa dos Reis), encontrando-se em processo de decadência, seu fim parecendo ser apenas uma questão de tempo. Outras manifestações, como o bloco afro Ilê Aiyê, mostram-se mais estruturadas e consolidadas, contando com o apoio – institucional e financeiro – de várias instituições públicas e privadas.*

Palavras-chave: Manifestação cultural; Identidade social; Urbanização popular.

INTRODUÇÃO

O trabalho aqui apresentado é resultado de uma pesquisa iniciada em agosto de 2005, com o apoio do PIBIC/CNPq. O estudo⁴ buscou analisar e explicar como surgiram as manifestações culturais nos bairros populares do Curuzu e São Tomé de Paripe, e como elas se desenvolveram até o estágio atual, operacionalizando, na análise empreendida, os conceitos de manifestação cultural, identidade social, territorialização e urbanização popular. O interesse em estudar os bairros do Curuzu e São Tomé de Paripe surgiu a partir de sua localização na periferia social de Salvador – lugar de concentração de população de baixa renda, mas também de forte tradição cultural.

A princípio nossas atividades basearam-se na leitura de referencial teórico para dar suporte conceitual à pesquisa, posteriormente foram realizados levantamentos bibliográfico, fotográfico e documental em arquivos de jornais, de órgãos públicos e bibliotecas sobre a temática, assim como a leitura do material anteriormente produzido pelo grupo de pesquisa (relatórios, artigos, etc.), seguida de reconhecimento das áreas de estudo e das manifestações a serem estudadas. Concluída essa etapa, foram realizados levantamentos de dados secundários e elaboração e aplicação de questionários entre os envolvidos diretamente com as manifestações.

¹ Resultante do Projeto Iniciação Científica (PIBIC/CNPq 2005-2006) intitulado “As relações entre manifestações culturais, identidade social e urbanização popular, nos bairros do Curuzú e São Tomé de Paripe, Salvador-BA”.

² Aluno de graduação do curso de Geografia da Universidade Federal da Bahia.

³ Professor Adjunto Doutor do Departamento de Geografia do IGEO/UFBA, pesquisador do CNPq; orientador da pesquisa.

⁴ Ressaltando que este estudo insere-se nas atividades do projeto Espaço Livre de Pesquisa-Ação e pretendeu dar continuidade às pesquisas de Flávia Silva de Souza e Marilu Matos de Santana, bolsistas de IC no âmbito do referido projeto em anos anteriores, também orientadas pelo Prof. Dr. Angelo Serpa.

No decorrer da pesquisa buscou-se uma interação com os moradores dos bairros estudados (organizadores e participantes das manifestações). Foram feitas 15 (quinze) entrevistas, gravadas e transcritas, sendo que 8 (oito) realizadas em São Tomé de Paripe e 5 (cinco) no Curuzu. Foram realizadas também 44 enquetes com o público participante do último ensaio do Ilê antes do Carnaval, no dia 11/02/2006, e 14 enquetes com os comerciantes da área externa ao local do ensaio, além de 2 (duas) entrevistas com os patrocinadores do Ilê: a Petrobras e o Supermercado Extra. Por fim, procedeu-se a um levantamento fotográfico das três manifestações.

Com esta pesquisa tivemos o intuito de caracterizar os processos de territorialização de três manifestações culturais em bairros populares de Salvador: a Berimbalada e o Ilê Aiyê, no Curuzu, e a Festa dos Reis (Bumba-meu-Boi), em São Tomé de Paripe. Mais especificamente, buscamos analisar a espacialização dessas atividades de cunho cultural, investigando como surgiram e como se mostram hoje no cotidiano dos bairros e da cidade, observando também: Quem organiza? Quem participa? Como se organizam as atividades? Como se distribuem entre os diferentes agentes/grupos os lucros dessas atividades?

FESTA DOS REIS E BUMBA-MEU-BOI, EM SÃO TOMÉ

A noite de Reis no Brasil faz parte das comemorações do ciclo natalino, remontando aos tempos da colonização, quando os índios, seguindo o que lhes ensinava os jesuítas, visitavam o filho do Morubixaba. Marchavam entre cânticos de origem ibérica, em alegres bandos, até os aldeamentos, descansando da jornada em breves paradas entremeadas de danças. Em frente ao presépio repetiam os cantares laudatórios ao Deus Menino, oferecendo-lhe presentes, prosseguindo a festa até o nascer da Estrela Dalva. Com o tempo, o costume evoluiu. Brasileiros e renois formavam grupos que, ao som de violas, pandeiros, guitarras etc, visitavam lares, levando a grata notícia do nascimento do Messias e a chegada dos três Reis. Os grupos se distinguíam pelos símbolos que traziam indicando a procedência ou ocupação dos participantes: aves, peixes, animais quadrúpedes, frutos e flores. Surgiram então os Ternos e Ranchos, a partir de um processo evolutivo, sem perder, contudo, sua função original – simular a marcha dos pastores à Lapinha de Belém (CASTRO; COUTO, 1977). A Festa dos Reis em São Tomé de Paripe acontece anualmente no mês de janeiro, com a saída do Bumba-meu-Boi da localidade do Alto do Tororó, percorrendo as ruas do bairro:

A festa tem que acontecer todos os anos, é uma tradição aqui no bairro, que começou com nossos parentes mais velhos e não podemos deixar isso acabar, é difícil, mas fazemos a festa, quem adora é as crianças, o boi já está preparado, só precisa de alguns retoques (...) quem participa da festa é o pessoal da comunidade mesmo, todo mundo, saímos do Tororó com no mínimo umas 50 pessoas e descemos com o boi, que vai pegando outras pessoas de fora, que vão acompanhando a festa, totalizando mais ou menos umas 100 pessoas, a gente roda até o final de São Tomé (Ana Cristina dos Santos, 39 anos, presidente da Associação das Mulheres do Alto do Tororó, vice-presidente do Espaço Quilombo em São Tomé de Paripe).

Depois da saída do Bumba-meu-Boi pelas ruas do bairro, acontece uma confraternização, com o dinheiro recolhido pelos participantes junto aos moradores. Para a confraternização é preparada uma feijoada, distribuída entre os participantes da festa e as pessoas do bairro. A feijoada, segundo relatos de alguns moradores, representa a matança do boi e a divisão de suas partes entre os participantes da festa. Os moradores do Alto do Tororó são os protagonistas da manifestação cultural, que envolve também algumas pessoas de São Tomé e artistas de outros bairros da cidade. Deste modo, o bairro é entendido aqui como um território, como o locus de

uma manifestação cultural, onde se assenta a identidade social de uma coletividade. Neste caso, pode-se falar ainda de territorialidade, a construção de limites de uma influência circunscrita a um grupo, marcada pela identidade deste grupo. O território é, portanto, uma particularização do espaço geográfico, onde se manifesta a “cultura”, esta vista como identidade de um povo (compare: SOUZA, 1995). A festa dos Reis e o Bumba-meu-Boi em São Tomé de Paripe representam uma tradição passada de geração para geração, porém, segundo relatos de alguns moradores mais antigos, a festa encontra-se hoje totalmente descaracterizada:

Hoje não vejo mais nada, não vejo o rancho do boi, passa o dia de reis e a gente não vê nada, naquele tempo o pessoal ia cantar reis nas portas e janelas, a gente com o estandarte, o nome dos ternos de reis que tinham chegado, hoje só me lembro quando vejo na folhinha, mas aqui ainda passa um boi mal feito, mas o pessoal não dança mais, no meu tempo era todo mundo bem vestido pra dançar o boi, os meninos tinham até medo, pensavam que era um boi de verdade mesmo, era tudo bem feito, bem organizado, o vaqueiro vestido de roupa de boi (Vivaldina Maria, 76 anos).

A festa acontece mesmo de forma descaracterizada, ela está quase morta, mas mesmo assim acontece todo ano, falta dinheiro, nenhuma empresa instalada no bairro contribui (José Salvador da Paz Barros, 61 anos).

Sabemos, no entanto, que:

[...] a cultura não é algo que funciona através dos seres humanos; pelo contrário, tem que ser constantemente reproduzida por eles em suas ações, muitas das quais são ações não reflexivas, rotineiras da vida cotidiana (...) Uma religião, por exemplo, ou um credo político, só pode sobreviver se as pessoas os praticarem. A maioria de nós falará em voz baixa, respeitosa, ao entrar na igreja, sem pensar conscientemente porque estamos assim fazendo (COSGROVE, 1989, p. 101-102).

Hoje, a festa conta com uma participação pequena da população adulta e idosa, com forte presença de crianças do bairro, que vão atrás do boi-bumbá em seu percurso pelas ruas de São Tomé. Um fato interessante e peculiar nessa manifestação é a centralidade do Bumba-meu-Boi nos festejos de reis neste local⁵. Segundo os organizadores, a relação entre a festa dos Reis e o Bumba-meu-Boi origina-se da presença de animais nas representações do nascimento de Jesus e da chegada dos três reis magos.

Não temos uma definição exata como a festa surgiu aqui, nós temos o conhecimento que ela sempre acontece todos os anos, são os três dias, 4, 5 e 6 de janeiro (Cid Machado, 50 anos, Artista Plástico, um dos organizadores da festa).

⁵ Um dos folguedos mais tradicionais do Brasil, o Bumba-meu-Boi é uma espécie de auto em que se misturam teatro, dança, música e circo. Ele é representado sob os mais diferentes nomes em localidades que vão do Rio Grande do Sul (como boizinho) e Santa Catarina (boi-de-mamão) aos estados do Nordeste (boi-de-reis) e o Amazonas (boi-bumbá). Sua provável origem é o Nordeste das últimas décadas do século XVIII, onde a criação de gado era feita por colonizadores com a utilização de mão-de-obra escrava. Nas fazendas, os cativos teriam misturado suas tradições africanas (como a do boi geroa) a outras europeias dos senhores (como a tourada espanhola, as tourinhas portuguesas e o boeuf gras francês), numa celebração onde tematizavam as relações de poder e uma certa religiosidade, sendo, inicialmente, alvo de grande repressão. Tradicionalmente realizado no período das festas juninas (em alguns lugares também no Natal e no Carnaval), o Bumba-meu-Boi encena o rapto, a morte e a ressurreição do boi, uma história que de certa forma metaforiza o ciclo agrário.

A festa do Bumba-meu-Boi é uma espécie de ópera popular, cujo conteúdo varia entre os inúmeros grupos de Bumba-meu-Boi existentes, mas, basicamente, desenvolve-se em torno da lenda do fazendeiro que tinha um boi de raça, muito bonito e querido por todos, e que, inclusive, sabia dançar. Na fazenda trabalhavam os vaqueiros, os índios e Pai Chico, também chamado negro Chico, casado com Catarina. Catarina fica grávida e sente desejo de comer a língua do boi. Pai Chico fica desesperado. Com medo de Catarina perder o filho que espera, caso o desejo não seja atendido, resolve roubar o boi de seu patrão para atender ao desejo de sua mulher. O fazendeiro percebe o sumiço do boi e de Pai Chico e manda os vaqueiros procurá-los, mas eles nada encontram. Então, o fazendeiro pede para os índios que ajudem na procura. Os índios conseguem encontrar Pai Chico e o boi, que neste intervalo havia adoecido. Os índios levam Pai Chico e o boi à presença do fazendeiro, que interroga Chico e descobre porque ele havia levado o boi. Os pajés (ou doutores) são chamados para curá-lo, e, após várias tentativas, conseguem curar o boi, que se levanta e começa a dançar alegremente. Então o fazendeiro perdoa Pai Chico e tudo termina em festa. Em outra versão, bastante comum na Bahia, o boi não revive e seu corpo é partilhado.

A realização da festa de Reis em São Tomé de Paripe está associada, principalmente, aos interesses locais, não existindo uma preocupação ou financiamento por parte do Governo ou de qualquer órgão público interessado em resgatar e incorporar a festa ao circuito turístico de Salvador. É graças à tradição e ao esforço de poucos, que ainda é possível a realização da festa. Algumas pessoas chegam a financiar a festa com dinheiro do próprio bolso para que a tradição não “morra”. Foi constatado o processo de decadência em que a festa se encontra, quando se compara a realidade atual com a de décadas passadas, segundo relatos de alguns moradores mais antigos. Também houve mudanças em relação ao público frequentador, já que os veranistas que iam passar temporadas em São Tomé de Paripe e participavam da festa não têm mais uma presença tão forte como no passado.

BERIMBALADA NO CURUZÚ

A Berimbalada iniciou no ano de 1988 suas atividades no bairro do Curuzu. Antes chamada de Afro-Bahia, tinha como componentes Dinho, pandeirista, Touro, percussionista, Dimola e Carlos Pontes, capoeiristas, entre outros. No estádio da Fonte Nova, torcendo pelo Esporte Clube Bahia, eles começaram, com o passar do tempo, a chamar a atenção com seus pandeiros, berimbais e timbais, com um som diferente, cheio de improviso, sendo embalados pelo cantor Confeti, que ditava os ritmos das letras das músicas. Depois dos jogos, a Afro-Bahia ia até a Praça da Piedade, tocando e puxando a pequena multidão que se formava. Reconhecendo o valor do trabalho da Afro-Bahia, o então presidente do Bahia, Paulo Maracajá, passou a reservar 15 ingressos por jogo aos componentes do grupo.

No ano de 1992, a Afro-Bahia mudou de nome e passou a se chamar Berimbalada, formada a partir da adesão das academias dos professores Ari e Toni, juntamente com os antigos componentes do grupo: “*a minha vontade de formar o grupo surgiu na adolescência, a idéia nasceu no colégio Central da Bahia, o amor à pátria foi minha inspiração*” (Carlos Pontes, diretor atual do grupo). A Berimbalada é formada por 30 membros que, nas apresentações do grupo, tocam seus berimbais, pandeiros e timbais, pintados de branco e preto, com a bandeira do Brasil, seus componentes vestidos de roupas brancas e filá (boné).

A organização do grupo fica por conta de Carlos Pontes: “*quero estabelecer a identidade sonora do Brasil e dizer não à cultura americana*” (Carlos Pontes). Atualmente, com a saída de alguns membros e a falta de patrocínio, o grupo encontra-se enfraquecido e desarticulado, já que não tem uma estrutura comercial que possa dar suporte à sua manutenção. A única fonte de renda é a fabricação de berimbais e de camisetas por Carlos Pontes, que são vendidos na frente de sua casa ou muitas vezes distribuídos entre os componentes ou pessoas que acompanham as

apresentações do grupo: “*não existe financiamento direto, alguns interessados e as pessoas que gostam ajudam, uma vez nos apresentamos no SINDPREV e fizemos uma parceria com eles para financiar 600 camisetas*” (Carlos Pontes). “*Ele pega o dinheiro do trabalho dele e gasta quase todo com o grupo, eu acho isso errado, mas ele gosta*” (Marli, esposa de Carlos Pontes). O grupo atualmente está em processo de reestruturação, e, por este motivo, não está fazendo apresentações nem ensaiando, encontrando-se totalmente desarticulado.

Para Cosgrove (1998), o estudo da cultura está fortemente relacionado ao estudo do poder, assim um grupo dominante procurará impor sua própria experiência de mundo como objetiva e válida cultura para todas as pessoas. Desta maneira, o autor trabalha com o conceito de hegemonia cultural, classificando as manifestações da cultura em dominantes e subdominantes – estas últimas subdivididas em residuais (que sobraram do passado), emergentes (que antecipam o futuro) e excluídas (que são ativas ou passivamente suprimidas). Baseando-se nessas assertivas, tanto a Berimbalada, como o Bumba-meu-Boi podem ser classificadas como residuais, pois muitos dos seus elementos atuais pouco têm de seu significado original, não possuindo a mesma repercussão e abrangência verificadas no passado. As duas manifestações têm em comum a falta de patrocínio, que se mostra atualmente como um dos grandes entraves à continuidade das mesmas. Sem patrocínio ou financiamento, essas manifestações dificilmente “sobreviverão”, já que não cobram ingressos ou cachês em suas apresentações, o que dificulta ainda mais sua sobrevivência.

O ILÊ AIYÊ

Primeiro bloco afro da Bahia, o Ilê inicia sua história em 1º de novembro de 1974, no Curuzu-Liberdade, bairro de maior população negra do país. O objetivo da entidade é preservar, valorizar e expandir a cultura afro-brasileira. Para isso, desde que foi fundado, vem homenageando os países, nações e culturas africanos, bem como as revoltas negras brasileiras que contribuíram para o processo de fortalecimento da identidade étnica e da auto-estima do negro brasileiro, tornando populares os temas da história africana e vinculando-os com a história do negro no Brasil, construindo um mesmo passado, uma linha histórica da negritude.

[...] é muito claro que a ação política é automaticamente uma ação cultural.[...] Mas o culturalismo é precisamente incapaz de dar conta deste quase-sinônimo, porque ele define de forma substancialista as culturas e porque ele postula entre estas últimas e a ação política uma relação de exterioridade, sobre o modo da causalidade única (BAYART, 1996, p.10, apud CORREA; ROSENDAHL, 2001, p.129).

O seu movimento rítmico musical, inventado na década de 1970, propiciou uma revolução no carnaval baiano. A partir desse movimento, a musicalidade do carnaval da Bahia ganha força com os ritmos oriundos da tradição africana, favorecendo o reconhecimento de uma identidade peculiar baiana, marcadamente negra. O Bloco Carnavalesco Ilê Aiyê, segundo alguns moradores do bairro, é motivo de orgulho para o povo da Liberdade-Curuzu, independente da cor da pele, da idade ou da condição sócio-econômica. O Ilê Aiyê foi fundado por jovens negros do Curuzu, em novembro de 1974, com faixa etária de 17 a 19 anos. Esse grupo já existia, como promotor de eventos no bairro, desde os tempos da Escola Parque, de Anísio Teixeira. Esses jovens sempre buscaram formas de entretenimento no bairro, tais como passeios, grupos de samba, rezas de Santo Antonio, carurus de São Cosme, times de futebol.

Com 3 mil associados, o Ilê Aiyê é hoje um patrimônio da cultura baiana, um marco no processo de reafirmação do Carnaval da Bahia. A missão do Ilê Aiyê é difundir a cultura negra na sociedade, visando agregar todos os afro-brasileiros na luta contra as mais diversas

formas de discriminação racial, desenvolvendo projetos carnavalescos, culturais e educacionais, resgatando a auto-estima e elevando o nível de consciência crítica, através do lúdico.

Nos ensaios da Banda Ilê Aiyê, composta por 150 integrantes, são cobrados ingressos a preço que variam de 10 a 30 reais. O público é composto por soteropolitanos, mas também por turistas. Esses últimos, principalmente no período que antecede o carnaval, participam de forma efetiva destes eventos. As enquetes aplicadas no âmbito dessa pesquisa junto ao público participante de um desses ensaios às vésperas da folia momesca comprovam que mais de 50% do público presente eram turistas de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, França, Itália e Argentina; dentre os soteropolitanos, a maioria provinha de outros bairros da cidade, com veículo próprio.

A estrutura organizacional do Ilê é composta pela presidência, a diretoria e seus assessores:

A organização é formada pelo presidente e seus diretores, existe no estatuto um secretário, um tesoureiro, mas aqui todo mundo faz tudo, temos a diretoria e os departamentos, o comercial, o financeiro, de projeto e o administrativo (Osvalrízio do Espírito Santo – Diretor do Ilê Aiyê).

A organização é, portanto, departamental, incluindo ainda: departamento de *marketing*, departamento de patrimônio, etc. Há pessoas do corpo administrativo do bloco que cuidam especificamente do carnaval, outras que cuidam dos projetos pedagógicos, etc. A estrutura organizacional é a um só tempo hierárquica e hereditária.

Essas organizações, cuja inserção social e econômica se concretiza por intermédio de expressão de uma identidade cultural que está na origem das raízes étnicas da negritude, introduziram novas formas de gestão, singulares e bem-sucedidas. Também inauguraram um novo estilo de relação entre o mundo organizacional e a realidade exterior e social. Um novo modelo se esboça a partir dessas organizações. Criadas sob forma de associações e grupos culturais, elas passam por um processo de transformação, saindo de um *status* informal e até de uma certa marginalidade em relação ao mercado para se tornarem produtos valorizados da indústria cultural (FISCHER, 1996, p.151).

Ainda segundo Fischer (1996),

Os blocos afro do carnaval da Bahia tornaram-se uma nova força na economia local. Parte fundamental do imaginário baiano, eles influenciam a música e a cultura, ao mesmo tempo em que criam empregos, acumulam lucros e investimentos e também diversificam suas atividades e produtos, começando a desenvolver uma espécie de nicho de mercado (FISCHER, 1996, p.152).

De acordo com alguns diretores e pessoas envolvidas diretamente com a organização e manutenção do Ilê, o bloco conta hoje com quatro patrocinadores ligados diretamente às atividades sociais e culturais desenvolvidas: Petrobras S. A., Extra Supermercados, Brahma e Claro Telefonía Celular. A Claro e a Brahma são parceiras na organização do carnaval, o Extra participa com patrocínio voltado também para o Carnaval, mas com maior enfoque no apoio à Noite da Beleza Negra⁶, às tradições quilombolas, além de outros projetos, como a cozinha do

⁶ Este evento não é um simples concurso de beleza negra, e sim uma tentativa de mostrar na prática que existe um padrão de beleza em oposição a uma cultura construída com base nos padrões de beleza europeus. Em 2006, a Noite da Beleza Negra elegeu a 27ª Deusa do Ébano do Ilê Aiyê (representante do bloco durante o carnaval da Bahia de 2006), Kátia Alves de Jesus, de 20 anos. O concurso aconteceu no Festival de Verão de Salvador e contou com a participação de 15 jovens.

Ilê e o festival do Wa Jean⁷. Já a Petrobras, tida como uma das maiores parceiras do Ilê, financia os cursos profissionalizantes e apóia os projetos na área social.

Como já dito, o Ilê Aiyê é um dos blocos mais antigos a representar e relacionar-se com a cultura afro-brasileira na Bahia, uma manifestação coletiva marcada pela presença do negro mestiço. No Carnaval, momento de maior visibilidade do bloco, percebemos como é expressiva sua força identitária, contudo observamos que este bloco guarda também uma forte relação com o mercado e com as empresas parceiras, ou seja, há uma explícita relação entre a manifestação cultural – Ilê Aiyê – e um sequioso jogo de *marketing*, que segue à risca a lógica de apropriação da cultura e da arte como publicidade.

Os apoios e patrocínios, chamados pelos componentes do bloco como “parcerias”, entram no jogo da publicidade midiática e fazem da cultura uma marca de “fantasia social”, com patrocínios manifestos. Isto se torna patente ao observarmos todo o arsenal publicitário estampado nas paredes da sede do bloco, nas camisas e em faixas que atrelam as empresas “parceiras” ao nome do Ilê. Assim, o bloco associa, como permuta, sua performance cultural aos nomes das empresas “parceiras”. Esta estratégia de publicidade e mercado, tão comum em se pensando nos projetos e manifestações culturais de Salvador, não são inofensivas, pois, em algum momento, é possível os interesses culturais do bloco serem capturados por interesses de uma lógica publicitária e “dessencializadora” de uma cultura. Seguindo a lógica do espetáculo e da propaganda, o Ilê ganha possibilidades de “pôr seu bloco na rua”, ganha financiamento e condições de expor sua “baianidade”, em contrapartida, as empresas financiadoras legitimam suas marcas como instituições que apóiam a cultura e as produções artísticas.

A lógica do espetáculo⁸ em determinados casos simula e dissimula algumas manifestações culturais de Salvador. No caso do Bloco Ilê Aiyê, tal afirmação pode ser percebida na tácita mercantilização de algumas de suas componentes culturais, o que problematiza a nossa crítica: Seria possível o Ilê Aiyê sobreviver sem seus apoios? As parcerias têm uma função social perante a representação do bloco? A apropriação da cultura pelas empresas pode incorrer em uma perda da essência cultural de uma manifestação? São perguntas difíceis de responder, mas que nos convidam à reflexão sobre a atual condição do Ilê Aiyê, como representante de uma cultura afro descendente e como uma das manifestações do carnaval baiano. Referenciando-se em Benjamim (1996), podemos afirmar que a maximização do “valor de exposição” das manifestações afro-brasileiras, no caso do Ilê Aiyê, coloca em risco seu “valor de culto” original e as possibilidades de resgate da memória coletiva através da cultura (apud SERPA, 2004).

CONCLUSÃO

Ao analisarmos o processo de formação de uma identidade social de “bairro”, a partir dos processos de territorialização de manifestações culturais populares, percebemos que a constituição desta identidade se assenta na diferença e na interação. O *eu* que me define é o mesmo *eu* que me aproxima e distancia do *outro*, o que me torna diferente e semelhante, o mesmo que me transforma em um ser individual e social. A relação entre indivíduo e sociedade é de interconexão e existencialidade, sendo impossível se pensar a sociedade sem ter em mente a

⁷ O festival Wa Jean, que significa “vamos comer”, é um festival da culinária africana e baiana.

⁸ “No cenário urbano de espetáculo e consumo, que se expressa na cidade-mercadoria, a “indústria cultural” nascida nos Estados Unidos, nos anos 50, se reinventa e sofisticada suas estratégias de *marketing*, com uma forte atuação sobre a cidade e seus arranjos culturais e artísticos. Os novos mecanismos utilizados por esta indústria puseram o efeito, a técnica e a estética da produção artística a serviço da legitimação da cidade-mercadoria. Estes mecanismos engendram uma perda de essência que implica na morte da própria arte e cultura, na medida em que eliminam seus componentes utópicos e subjetivos” (SOARES, 2006, p. 06).

noção de relações entre os indivíduos, pois são neles que a sociedade se expressa em suas múltiplas faces. A identidade é ambivalente e dinâmica, no instante que se realiza no indivíduo ou no social ela se desdobra, opõe, sobrepõe, e neste processo se constitui. Para um entendimento plausível de identidade é necessário se levar em consideração que em ambas dimensões – individual e coletiva – a identidade é uma realidade humana.

A identidade individual é necessária para a nossa especificação e reconhecimento no grupo, pode-se afirmar que ela se elabora a partir de uma soma de conteúdos sociais que estamos imiscuídos desde o nosso nascimento: família, escola, religião etc. Instituições que participam de nossa construção identitária e de todo o processo de introjeção das disposições formadoras do *eu*, que não se constrói isoladamente. Em concomitância ao processo de formação da nossa identidade individual, operamos a identidade coletiva ou social, aquela que se formata a partir do somatório de afinidades individuais que se constituem através dos atributos de tradição, economia, cultura, ideologia etc. Assim,

o território identitário não é apenas ritual e simbólico; é também o local de práticas ativas e atuais, por intermédio das quais se afirmam e vivem as identidades (CORREA; ROSENDAHL, 2004, p.169).

O que se constatou com o estudo das três manifestações culturais, é que a Festa dos Reis em São Tomé de Paripe e a Berimbalada no Curuzu acontecem graças ao interesse das associações de bairro ou de pessoas diretamente envolvidas, que chegam até a financiar com recursos próprios essas manifestações em prol da preservação e manutenção da sua tradição e identidade. Já o Ilê Aiyê no Curuzu é um caso a parte, pois esta manifestação se organizou e estruturou a partir de patrocínios e parcerias com empresas estatais e privadas, mostrando-se hoje como uma organização bastante conhecida e consolidada. O que foi observado nas entrevistas com os moradores de São Tomé é a recorrente idéia de que as manifestações culturais no bairro eram mais ricas e diversificadas no passado. Em São Tomé de Paripe, as manifestações culturais são, atualmente, escassas, diferente do Curuzu, onde se encontram várias manifestações culturais. Assim, cada lugar possui uma característica cultural própria e sua intensidade e importância varia a partir da participação/percepção de cada morador.

Através dessas análises, é possível perceber que as duas manifestações, a Festa dos Reis em São Tomé de Paripe e a Berimbalada no Curuzu, encontram-se em franco processo de decadência, sendo manifestações residuais, que expressam identidades residuais, o que poderá significar o fim dessas atividades de cunho cultural a médio prazo. Já o Ilê Aiyê, pensando também nos termos de Cosgrove (1998), é uma manifestação cultural emergente no contexto da Liberdade-Curuzu e também em Salvador.

REFERÊNCIAS

BENJAMIM, Walter. **Obras Escolhidas I – Magia e Técnica, Arte e Política/Ensaio sobre Literaturas e História da Cultura**. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.

CASTRO, Zaide Maciel de; COUTO, Aracy do Prado. Folias de Reis. **Cadernos do Folclore**, Rio de Janeiro, n. 6, p. 1-22, 1977.

CORDEIRO, Márcia de Freitas. **Bairro e Identidade Cultural na Periferia de Salvador**. Relatório Final de Pesquisa (PIBIC/CNPq). Departamento de Geografia/Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2001.

CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny (orgs.). **Introdução à geografia cultural**. Rio de Janeiro: Bertand Brasil, 2003.

_____. **Religião, Identidade e Território**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2001.

_____. **Paisagem, Textos e Identidade**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2004.

COSGROVE, Denis. A geografia está em toda parte: Cultura e simbolismo nas paisagens humanas. In: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny (orgs.). **Paisagem, Tempo e Cultura**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1998, p. 93-123.

FISCHER, Tânia (org). **Gestão contemporânea, cidades estratégicas e organizações locais**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.

HAESBAERT, Rogério. **Desterritorialização e identidade**. Niterói: EDUFF, 1997.

SANTANA, Marilu Matos de. **Territorialização das manifestações culturais em dois bairros de urbanização popular em Salvador, Bahia: o caso da Ribeira e Plataforma**. UFBA, 2005. Monografia de Bacharelado.

SERPA, Angelo. Experiência e Vivência, Percepção e Cultura: Uma Abordagem Dialética das Manifestações Culturais em Bairros Populares de Salvador. **Ra'e ga - O Espaço Geográfico em Análise**, Curitiba-PR, v. 8, n. 8, p. 19-32. 2004.

_____. (org). **Fala Periferia! Uma reflexão sobre a produção do espaço periférico metropolitano**. Série UFBA em Campo-Estudos. Salvador: PROEX/EDUFBA, 2001.

SOARES, A. M. de C. O *merchandising* urbano: cidade-mercadoria, arte e indústria cultural. In: Seminário Arte e Cidade, 1., Salvador, 2006. **Anais...** Salvador: FAUUFBA, 2006.

SOUZA, Flávia Silva de. **Identidade de Bairro e Manifestações Culturais em Áreas de Urbanização Popular de Salvador: Estudos de Caso nos Bairros do Curuzú e São Tomé de Paripe**. Relatório Final de Pesquisa (PIBIC/CNPq). Departamento de Geografia/Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.

SOUZA, Marcelo José Lopes de. O Território: Sobre Espaço e Poder, Autonomia e Desenvolvimento. In: CASTRO, Iná Elias; GOMES, Paulo César da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato (orgs). **Geografia: Conceitos e Temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995, p. 77-116.

www.ileaiye.com.br – acessado em 12/05/06 e 01/06/06.