
A noite da beleza negra do Ilê Aiyê e a difusão de um ideal de negritude

The Ilê Aiyê's night of the black beauty and dissemination of a blackness ideal

RITA DE CASSIA MAIA DA SILVA¹

Resumo: Criada em 1979, a Noite da Beleza Negra é uma das festas pré-carnavalescas da cidade de Salvador, destinada a escolher a rainha do bloco afro Ilê Aiyê – a Deusa do Ébano. Como um fenômeno de Folkcomunicação, esta festa tornou-se um espaço eficiente para difusão e experimentação dos signos valorativos da cultura, estética e ancestralidade negras, cujo sucesso se explica pela parceria e controle dos membros do bloco nas suas relações com os profissionais da mídia.

Palavras-Chave: bloco afro. festa. negritude. beleza negra. espetáculo.

Abstract: Created in 1979, the Night of Black Beauty is one of the pre-carnival celebrations in Salvador, designed to choose the queen of African krewe Ilê Aiyê - the Goddess of Ebony. As a phenomenon of folk communication, this celebration has become an efficient space for experimentation and dissemination of valued signs of culture, aesthetics and black ancestry, whose success is explained by the partnership and control of the krewe's members in their relations with media professionals.

Keywords: carnival krewe. party. blackness. black beauty. spectacle.

O PODER NEGRO DO ILÊ AIYÊ: UM FENÔMENO DE FOLKCOMUNICAÇÃO

O PRAZER DE organizar festas e reuniões de amigos da comunidade do Curuzú, situada no bairro da Liberdade (o mais populoso e “negro” bairro de Salvador) e o convívio estreito de um grupo de vizinhança foram determinantes para a criação do Ilê Aiyê. O grupo de jovens amigos fundadores mantinha uma “empresa” informal de lazer, promoviam passeios, organizavam festas juninas, campeonatos de futebol e pequenos grupos de samba e mortalha para brincar o Carnaval. Assim, foi criado o primeiro bloco afro de Salvador, registrado oficialmente três meses antes do Carnaval de 1975, sob os bons presságios da Ialorixá Mãe Hilda, mãe do atual presidente, Antônio Carlos dos Santos, mais conhecido como Vovô.

A tradição de brincar o carnaval em grupos de amigos vestidos de mortalha e de mascarados ainda era muito comum na década de 70, por sua organização simplificada e quase anárquica, estes grupos constituíam-se como um espaço natural de autogestão

1. Museóloga, Dra. em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA), Profa. Adjunto do Departamento de Museologia da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal da Bahia.

carnavalesca, frente aos grandes cordões e blocos da época. Além de manter os vínculos de sociabilidade de pequenos grupos e comunidades, esta opção era a mais economicamente viável para muitos foliões.

O nascimento dos blocos afro, bem diferentes dos antigos afoxés, foi um sinal das mudanças na mentalidade local de jovens negros. Eles tinham acesso às informações advindas dos meios de comunicação de massa e recebiam da informações em nível mundial de imagens sobre os movimentos de negros pelos Direitos Civis nos EUA, da moda *black soul*, das lutas de libertação das nações africanas e de outros grupos radicais de ativismo político, como os Panteras Negras. Todas estas imagens povoaram o imaginário dos jovens negros baianos que, através da sua re-apropriação criativa, se inscrevem em um movimento cultural global, redefinindo positivamente, em nível local, a palavra e os atributos “negros”.

É interessante ressaltar que:

Beltrão compreende as expressões folkcomunicaçãois como meios informais de comunicação, utilizados por grupos considerados marginalizados, uma vez que se contrapõem aos valores hegemônicos, seja em termos sociais ou culturais. Além disso, a folkcomunicação também se ocupa dos intercâmbios entre a cultura de massa e a cultura popular, em um processo dialético de aceitação, negação reinterpretção das mensagens pelos grupos sociais. (Woitowicz, 2014).

O processo de re-apropriação de elementos advindos dos meios de comunicação de massa, associado à troca de informações e interesses comuns entre os jovens negros que criaram o Ilê Aiyê e instituíram novas e eficientes formas expressivas para a difusão de ideais de valorização da cultura afrodescendente, chegando a alcançar um reconhecimento público local e global.

A Noite da Beleza Negra é uma festa-espetáculo promovida pelo bloco Ilê Aiyê que condensa todos os aspectos deste fenômeno. Criada em 1979, com o objetivo de escolher a rainha do bloco Ilê Aiyê, foi planejada com base no modelo de rainha das outras agremiações carnavalescas e a escolha da Rainha do carnaval. Primeiramente intitulada a “Festa da Mais Bela Crioula”, no ano é denominada “Noite da Beleza Negra do Ilê Aiyê”. A sua rainha é denominada Deusa do Ébano, um título criado e adotado a partir de uma das canções de sucesso do bloco.

As observações e entrevistas realizadas ao longo de 10 anos mostraram que, mesmo inspirada nos concursos tradicionais, a festa está voltada para a afirmação de uma estética peculiar, original e carregada de sinais legitimadores da negritude. Possui o status de território simbólico para a afirmação de um ideal de beleza contra-hegemônico, em reação à discriminação racial que ocorre em outros concursos de beleza oficiais ou não, como uma afronta direta à ideia hegemônica de “boa aparência” europeizante que é valorizada e, muitas vezes, exigida no mercado de trabalho.

A cosmética proposta pelo Ilê Aiyê é “estetizante” e “eticizante”, pois quer valorizar a “realidade da mulher negra”, os seus traços fisionômicos, do seu jeito de parecer mundano, ao jeito de ser cotidiano, ou seja, a sua inscrição étnica na aparência.

Apesar de ser uma festa profana, a Noite da Beleza Negra sempre foi carregada de uma certa solenidade, considerada um acontecimento especial nos meios da negritude

baiana. Nela, o cuidado com a aparência adotado pelo público é um sinal de pertencimento ou de desejo de inserção social nos territórios políticos e culturais negros. A audiência da Noite da Beleza Negra sabe que ali o jeito de parecer está profundamente vinculado ao jeito de *Ser* fora dela.

É nos estudos da Folkcomunicação (Beltrão, 1980; 2001) que está o fundamento para análise desta festa-espetáculo como um sistema de comunicação, reconhecendo na partilha e na reprodução comunitária de seus signos um canal para a superação da marginalização de grupos negros. Nestes estudos também se observa “a incidência de temas populares na mídia massiva, refletindo a sensibilidade dos seus editores para corresponder às expectativas dos segmentos que se incorporam ao seu mercado consumidor” (Marques de Melo, 2004, p. 5), fato observados nos fenômenos descritos como de Folkcomunicação.

Para Clifford Geertz (1989), as expressões culturais e performances, e, podemos dizer, as artes em geral, não atuam no plano da reflexão (*reflection*) da realidade, mas seriam uma espécie de metacomentário dela. Beltrão (2001, p. 62) acrescenta que “[a] literatura, a arte, a crença e os ritos, a medicina, os costumes destas camadas sociais, os seus meios de informação e de expressão – continuam ignorados em toda a sua força de verdade”. Assim, vê-se que é uma redução considerar a arte, o espetáculo e a festa como fazeres de expressão puramente individual. Eles devem ser tomados como formas de expressão de uma sensibilidade coletiva e como vias de modificação das sensibilidades.

Isso pode explicar as proporções de sucesso que a festa adquiriu. Em torno dela circulam interesses que vão muito além da eleição de uma rainha de bloco carnavalesco. Pessoas e personalidades disputam um espaço de visibilidade, à exemplo da composição do júri do concurso. Personalidades estranhas à vivência do bloco que buscam autopromoção são uma constante na festa, especialmente em ano de disputas eleitorais, o que pode ser interpretado como um sintoma das várias trocas e usos mútuos e possíveis em torno dos discursos da negritude baiana.

A DEUSA DO ÉBANO: MODELO MÍTICO/INSTRUMENTO FOLKMIDIÁTICO

A Deusa do Ébano, a rainha do bloco escolhida na Noite da Beleza Negra, deve representar todas as mulheres negras. O corpo da Deusa do Ébano é o “corpo-território” (Sodré, 1988, p. 123) da negritude do Ilê Aiyê, partindo do princípio de que o corpo é o “marco zero da percepção” do mundo e serve de orientação e de referência na relação com os outros. As referências para a criação desta personagem (seus atributos, roupas, turbante, manto etc) foram retiradas de imagens de princesas africanas encontradas em fotos e ilustrações de livros e revistas internacionais, trajadas ao modo tradicionais dos seus grupos étnico-culturais, e os usos das roupas e adereços do Candomblé.

Os critérios ou padrão de beleza apropriados para uma Deusa do Ébano estão estritamente relacionados à vivência específica da cultura do bloco. Ela deve ser uma negra “cancão de fogo”, “reluzente”, da “bocona”, do “perfil azeviche”, do “narigão”, “pretona”, que tem o “pé lavado”. Tudo isso é enfatizado por uma maquiagem que ressalta os traços negros no rosto através do uso do batom vermelho vivo e o corpo é valorizado com recurso ao uso de roupas “transadas”, de cores vivas, com amarrações de tecidos ricos e bordados artesanais. Visto isso, não se pode propor aqui a definição

do que seria um padrão de beleza negra em um sentido generalizante, que seja aplicável a todos os blocos afro (ou não) ou mesmo relacioná-lo a padrões anatômicos precisos.

A dança é outro importante elemento para a escolha da rainha. Compreendida pelos membros do bloco como a expressão corporal da assimilação e vivência da tradição e da cultura negras, a dança é um critério definitivo, pois denunciaria a presença ou ausência dos hábitos corporais advindos da vivência e partilha da cultura negra, além de funcionar como o maior recurso para a sedução do público e dos jurados.

A dança, a roupa e a postura da candidata devem transmitir a altivez de uma rainha, pois é esse o seu papel ritual no bloco. A Deusa do Ébano é portadora de um significado moral, político e religioso, e deve, acima de tudo, inspirar respeito e deferência. Sua aparência nunca deve ser negligente, nem submissa ou impudente. Ela deve encarnar a energia e o Axé do bloco. Diferente de outras rainhas de bloco ou vencedoras de concursos de beleza, ela deverá inspirar dignidade, ter forte personalidade e traduzir uma ancestralidade negra orgulhosa.

Pelo fato deste padrão de beleza ser indefinido, espetacular e imprevisível, torna-se extensível a qualquer mulher negra. É deste aspecto que advêm o encantamento e a eficácia simbólica dos mitos: a possibilidade de provocar identificação.

Na Noite da Beleza Negra e nos subsequentes rituais-espetáculos do Ilê Aiyê, a Deusa do Ébano torna-se um símbolo vivo, encarnado. Enquanto rainha do Bloco, ela é um modelo exemplar de todas as suas aspirações éticas e estéticas. A Deusa do Ébano condensa os valores espirituais que servem como referencial e exemplo para todos os negros. É a manifestação de um ideal de beleza que é celebrado e renovado a cada Noite da Beleza Negra.

A Deusa do Ébano é o símbolo do prestígio construído para a imagem do negro pelo bloco. Onde quer que ela vá, sempre lhe serão rendidas homenagens. Dentro do próprio bloco, ela é ritualisticamente celebrada. Este alto grau de visibilidade implica no fato de que a sua figura deverá atuar como uma difusora do discurso político de valorização da cultura e da tradição negras. Por este motivo, nenhum elemento da sua aparência surtiria efeito se ela não for capaz de expressar um discurso voltado para ações afirmativas.

Os aspectos estéticos da identidade construída pelo Ilê Aiyê oferecem resposta ao racismo e ao preconceito de marca que ainda vigoram nas trocas cotidianas no Brasil. Em alguns aspectos, estes aspectos são mais eficazes que os discursos integradores da militância política negra. Assim, a força do título e o papel da Deusa do Ébano são instrumentos importantes para conferir status aos atributos que ela ostenta e compartilha.

UMA FESTA-ESPETÁCULO

Desde o seu lançamento, a Noite da Beleza Negra segue uma mesma estrutura que agrega elementos de espetáculo e de festa. O centro das atrações é um palco de onde se projeta uma passarela. Neste espaço, ocorrem, sucessivamente, o show de abertura com a banda do bloco, os desfiles das candidatas em conjunto, as performances coreográficas com a apresentação do tema do carnaval (denominadas cortejo), os desfiles individuais das candidatas, as homenagens (celebrações variadas às ocasiões e às personalidades) e o show da atração convidada. A festa culmina com a apresentação da despedida da

Deusa do Ébano do ano anterior e o anúncio do resultado do concurso, com a passagem do manto entre as duas Deusas. Antes, esta era a última parte da festa, mas, nos últimos anos, passou a ser realizado antes da apresentação da atração convidada.

Seu local de realização já ocupou diversos pontos da cidade, desde palcos armados em lugares públicos, aos clubes sociais em diversos bairros (nobres ou periferia), mas sempre foi seguido de uma audiência fiel. Desde 2003, a festa se realiza na Senzala do Barro Preto, no Curuzu, quando a sede do bloco foi inaugurada.

Pode-se considerar que a música do bloco é o elemento mais eficaz para veicular os discursos durante a festa. A beleza negra – cantada nas letras que valorizam a mulher negra, sua luta cotidiana, associadas ao ritmo que é o condutor de *Axé* (força que possibilita a existência) impulsiona a audiência para a dança e partilha da experiência do espetáculo. A música também funciona como o elemento que estimula a performance das candidatas. Neste ambiente, é criado um amálgama entre o palco e a plateia, onde a aparência individual toma uma dimensão social, estimulada pela sintonia empática da multidão. A música, as roupas e o improviso da dança são descritos como elementos carregados de magia. O caráter festivo e a proximidade entre o palco e o público é o que confere um caráter integrador do espetáculo – uma experiência carregada de barroquismo, bem típica dos rituais tradicionais. Tudo isso oferece possibilidades de interação entre os mais diversos tipos de público, contribuindo para novas adesões aos ideais do bloco.

Nesta festa-espetáculo, dissolvem-se todos os diversos tipos culturais: o turista, o militante, o intelectual engajado, os políticos, o intelectual encantado (o que consome “o Outro”), os familiares dos músicos, parentes e amigos das candidatas, a gente do *glamour* e os proeminentes da negritude *fashion*, os negros chamados ‘classe A’, além daqueles que não sabem por que vieram. Somam-se a estes aqueles que constroem a beleza negra: os membros e familiares da Diretoria, dos dançarinos, coreógrafos, artistas plásticos, estilistas e cenógrafos vinculados ao bloco, além de outros mais ou menos famosos que contribuem para o espetáculo. O nível socioeconômico das candidatas reflete a diversidade do povo do Ilê Aiyê: pessoas de todas as faixas econômicas e sociais, de vários subgrupos culturais e tipos urbanos estão presentes e marcam presença na festa.

Dos vários tipos de público, assim como dos vários tipos de negritude, existem até aqueles que sentem prazer apenas em vivenciar a periferia da festa e atravessam toda noite sem sequer olhar para o palco. É a presença do público e suas variadas formas de encenação aquilo que mais colabora para compor a ambiência da festa. Para estes, a Noite da Beleza Negra não é um espetáculo para se assistir, mas para se estar. Dentro de cada espaço, há também a diversidade do nível de vínculo psicológico, em que aparecem desde observadores apaixonados até os agressivos, e por que não incluir os possíveis indiferentes?

Os figurinos das candidatas buscam traduzir a cultura negra através de recursos e elementos plásticos. Do artesanato à indumentária do candomblé, vários elementos são reinventados por estilistas que investem com criatividade nos trançados de palha (às vezes até crochê), contas, cabaças, peneiras, cortiça e até materiais reciclados, estabelecendo um vínculo com o tema do bloco ou, às vezes, com uma homenagem ao seu orixá. Em geral, o que não pode deixar de constar nas fantasias é o uso das

cores do bloco (vermelho, branco e amarelo). É fato que a música, a dança, a cenografia, junto ao figurino, são os difusores de conteúdos simbólicos, dos emblemas do Ilê Aiyê, colocando o imaterial no material, substancializando o espírito de partilha identitária pela experiência estética vivida entre os presentes na festa.

Os criadores destas fantasias são profissionais e estilistas das áreas do espetáculo e da moda afro, e, muitas vezes, são candidatos em concursos de beleza masculina e ‘reis’ de outros blocos, uma categoria profissional bastante eclética. Todos anseiam projetar a própria imagem através das suas criações; muito embora, durante o desfile, não haja nenhuma referência aos seus nomes, pode-se dizer que uma candidata vitoriosa é, muitas vezes, “feita” pelo trabalho minucioso destes artistas, que, em geral, eles permanecem nos bastidores. “Fazer a candidata” é algo mais complexo do que a elaboração das amarrações e adereços, é um trabalho conjunto que se inicia com antecedência e envolve aspectos que vão desde o preparo físico para a dança até as reverências que devem ocorrer entre as Deusas e o público, no momento da passagem do manto.

É bom frisar que, a cada ano, a festa incorpora novos elementos, e seus produtores se tornam mais especializados. Hoje, profissionais são contratados para dar suporte aos organizadores que, apesar de gerir um espetáculo cada vez mais complexo, buscam fixar os elementos que mantêm o significado simbólico da festa. Este jogo criativo característico do espetáculo, tanto no mundo contemporâneo quanto no mundo tradicional, é o que atesta sua eficácia maior que a dos métodos mais modernos de conscientização política. Este aspecto foi criativamente explorado pelos agentes do Ilê Aiyê.

Nas primeiras festas que eram realizadas no Forte de Santo Antônio havia quatro espaços distintos: a passarela e o palco, a mesa dos jurados, o camarim das candidatas e artistas e o local onde fica o público, este ainda subdividido em espaços para mesas e público em pé, e, mais recentemente, foi incluído o camarote para convidados, artistas e patrocinadores.

A separação de mesas para convidados e pessoas de um melhor poder aquisitivo foi uma das modificações mais evidentes na festa. O grande público, no entanto, é o que tem a maior proximidade com as candidatas e o palco, apesar de nos camarotes oferecerem um maior conforto. Segundo Guy Debord (1992), característica principal do espetáculo é a separação entre atores e espectadores. Com base nesta afirmação, poderia ser dito que parte do público vive a festa, outra parte, o espetáculo.

Na festa todos os espaços tornam-se centros de criação e expressão. O lúdico e o inventivo estão em perfeita harmonia com a eficiência profissional modernizante que organiza e separa. Nos camarotes estão os que viabilizaram e construíram a festa. As mesas tornam-se um espaço de distinção e ostentação, destinado para aqueles que consideram a festa um momento fundamental nas suas vidas e que, por suas personalidades, merecem destaque. Permeando todo o espaço está o grande público, aquele que admira e que reproduz os mais variados estilos da Beleza Negra. Estes territórios distintos cumprem uma função específica para reconhecimento e classificação dos tipos e personagens que estão implicados nos ideais da beleza negra do Ilê Aiyê. Mais do que um espetáculo, a Noite da Beleza Negra é a construção de um território simbólico, onde os atores da negritude representam os seus papéis. Deste modo, seria redutor definir o espetáculo apenas por aquilo que se passa no palco.

O trânsito entre os espaços é desenvolvido a partir das determinações dos papéis exercidos, por cada indivíduo. É na capacidade de trânsito entre os vários espaços da festa, que sinaliza o seu poder interno e externo de um indivíduo no Bloco. Quanto maior a variedade de espaços ele pode ocupar, maior será o seu grau de integração com o núcleo central de poder. Os membros da diretoria e aqueles que fazem a festa – os cantores, dançarinos, candidatas e seus acompanhantes – são aqueles que possuem o maior poder de trânsito. A imprensa, sempre presente, deve submeter-se às determinações de regulação destes espaços, o que é um dos fatores de preocupação e de controle da gestão e da organização da festa.

Os figurinos no palco, reverberando nas roupas do público, a música e as luzes que transformam o ordinário em espetacular visibilizam uma estética subterrânea e invisível, restrita e, muitas vezes, estigmatizada e marginalizada em um ideal de mundo negro, um mundo negro, real e possível. Isto explica a persistência do sucesso do Ilê Aiyê. O Bloco tornou-se um campo de produção estética autônomo, direcionado a um público específico, no formato de festa em que laços e vínculos estreitos de solidariedades são celebrados, mas que, ao mesmo tempo, acolhem todo tipo de público: para uns pode oferecer um modelo de vida, para outros, um objeto para ser contemplado e admirado.

Por tudo isso, a Diretoria do bloco estabeleceu a criação de um júri sempre eclético, composto de cientistas, artistas, políticos, foliões, empresários, membros da diretoria do bloco etc, somados a isso, outros procedimentos são utilizados para selecionar a Deusa do Ébano, nos moldes e padrões que o bloco impõe. Para os mais periféricos, participar da festa como jurado é assumir uma opção de destaque, uma quase-homenagem e reconhecimento público de status e papel social de relevo no contexto local. Por isso, a seleção dos jurados e a orientação para o seu julgamento são um trabalho delicado para os membros da Diretoria.

A construção destas estratégias pode ser justificada como uma reação ao conflito de padrões de beleza que ocorre durante a avaliação das candidatas. Do conteúdo cultural que se herda e se aperfeiçoa socialmente, constituem-se tipificações as quais, segundo Alfred Schutz (1979, p.118), “[...] ao nível do senso comum [...] emergem, na experiência cotidiana do mundo, como pressupostos, sem qualquer formulação de julgamentos ou proposições claras, com sujeitos e predicados lógicos”. É através do conjunto de categorias, que interiorizamos durante a vida, que direcionamos nosso comportamento, apreendemos e construímos uma realidade social, assimilamos esquemas tipificadores, que estabelecem e regulam nossas trocas cotidianas e nosso lugar no mundo.

É certo que uma sensibilidade que privilegie o padrão do Ilê Aiyê ainda não está consolidada e não é compreendida pela maioria dos segmentos e camadas da sociedade de onde advêm todos os jurados. Assim, a avaliação eficiente demandou a construção de artifícios para que o resultado final correspondesse aos padrões requeridos pelo bloco. É a proximidade do jurado com a cultura e a comunidade política negra o que determina o peso das suas notas no cômputo final. É o nível de aproximação política com os interesses do bloco e a compreensão aos seus ideais de beleza que determinam o poder de decisão do jurado.

A multiplicidade de interlocutores e de níveis de vínculo que transparecem durante os eventos do Bloco é um sinal do seu reconhecimento público. O aparecimento e o

destaque constantes nestas festas de personalidades do meio artístico e intelectual e, mais recentemente, político e empresarial, conferem ao Bloco o prestígio necessário para a sedimentação e difusão do seu discurso de Beleza Negra.

É aí que vislumbramos a estratégia de sedução que o Bloco desenvolve. A produção cultural do espetáculo estabelece modelos midiáticos que conferem poder ao seu portador, fazem apelo à emoção coletiva e orientam vontades individuais em direção a interesses políticos. A ideia de Beleza Negra, para além da aparência, se revela como um fenômeno ético, uma valoração absolutamente positiva de um modo de vida e de uma tradição compartilhadas.

A NOITE DA BELEZA NEGRA COMO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

A cor da pele – e outros traços da aparência – são marcas sociais. A cor negra da pele, em especial, tornou-se historicamente um atributo evidente de inferioridade em todos os sentidos para aqueles que a possuem, violência reforçada por ideais racistas e pela manutenção de uma pirâmide social fundada em grande desigualdade econômica e de acesso a bens e serviços. Nos meios de comunicação em geral, e mais visivelmente no discurso contemporâneo televisivo, esta marginalização da pele e dos atributos negros ainda são reproduzidos de modo predominante.

A possibilidade do corpo manifestar objetivamente as idealidades pode ser percebida nesta afirmação de Merleau-Ponty (1971, p. 173): “O papel do corpo é assegurar esta metamorfose. Ele transforma as idéias em coisas [...]. Se o corpo pode simbolizar a existência, é porque ele a realiza e é sua atualidade”. A forma é o conteúdo. O corpo é a consciência *visível*, uma espécie de indistinção entre o universo material-sensível e o universo sociocultural, subjetividade e objetividade, consciente e inconsciente.

Já foi observado que a mais profunda difusão do repertório sógnico sempre esteve a cargo das manifestações ou instâncias de caráter ideológico, a exemplo da legislação, da religião, da ciência, das artes, do folclore e dos costumes populares. Fazendo recurso aos meios espetaculares, seu poder de representação assume um papel crucial na modelagem do mundo e dos sujeitos.

O improviso e a imprevisibilidade, como características do fato folclórico (ALMEIDA, 1974), apontam para a existência de uma dinâmica de contínua atualização para as tradições culturais. Sob este olhar, é necessário frisar que o caráter tradicional das manifestações populares não é, necessariamente, anacrônico, e que não se deve confundir aquilo que pode ser considerado *fake* (e por que não o neologismo ‘fakelização’?) ou simulacro, com todas as manifestações culturais que sejam passíveis de comercialização e espetacularização.

Diante deste quadro, Roberto Benjamin (2000, p.15-16) apresenta-nos diversos tópicos característicos dos estudos fenômeno da folkcomunicação, onde podem ser identificadas as estratégias de disseminação de ideais contra-hegemônicos na Noite da Beleza Negra do Ilê Aiyê. A saber: a *comunicação (interpessoal e grupal)* entre os diversos membros da comunidade afrodescendente da cidade, que possuem a inscrição identitária negra e que encontram na festa o espaço para *interlocução direta*; a *produção e emissão de mensagens explícitas e assimiláveis* através de diversos canais midiáticos; a *valorização de conteúdos* através da *apropriação de recursos massivos e espetaculares* como música, dança, cenários,

telões, iluminação cenográfica, associados a fantasias e a roupas tradicionais. E a *mediação* da festa *através dos meios de comunicação de massa* (a última festa foi transmitida ao vivo pela TVE – Bahia) etc.

A colaboração entre os membros Diretoria da associação e os profissionais da comunicação e do espetáculo é um fator positivo para o alcance de um público mais amplo e para a fidelização da sua audiência. No entanto, o poder e o controle pelos membros da Diretoria do conteúdo das mensagens e a preocupação com a manutenção da estrutura do espetáculo são o que mantêm a sua eficácia. Este fato é um exemplo do domínio e do controle dos canais massivos pelos portadores da cultura folk, ao cooptarem especialistas para a otimização e modernização de sua produção cultural.

Assim, a recepção na cultura folk de elementos reprocessados pela cultura de massa valoriza estes elementos e, ao contrário de diluir sua força simbólica, dissemina as suas imagens e discursos, acrescentando-lhes novas possibilidades criativas.

CONCLUSÕES

Os resultados apontam que a multiplicidade de interlocutores, presentes no território simbólico criado pela festa, revela um cruzamento de diversas redes de solidariedades e interesses, validando os símbolos e consagrando a Noite da Beleza Negra como um campo de visibilidade, projeção social para uma grande diversidade de agentes e grupos, negros e não-negros. O reconhecimento e validação social desta festa por artistas e autoridades locais nacionais e internacionais conferem-lhe o caráter de uma manifestação de alta complexidade e erudição.

Mesmo comercializados, ensaiados e padronizados, alguns espetáculos, como a Noite da Beleza Negra, podem resultar de um processo criativo também autêntico, desenvolvido na reinterpretação de um saber viver tradicional, construídos prioritariamente de si e para si por um grupo cultural, sem, no entanto, eliminar a importância do olhar do Outro.

Para os desconstrucionistas, não existiria dicotomia entre autenticidade cultural e cultura do simulacro no mundo contemporâneo. Para os essencialistas, a cultura é algo quase natural, que confere uma substância única a um povo. Pode-se considerar que a situação observada é de liminaridade, pois se existe uma base real tradicional para a produção cultural do Ilê Aiyê, por outro lado, sua reinterpretação é contínua.

Na Noite da Beleza Negra, o processo de recepção ocorre como um reforço de conteúdo, reverberando as mensagens da festa através dos indivíduos nela implicados e na diversidade dos papéis exercidos por cada um na vida cotidiana. Assim, a apropriação de tecnologias da comunicação de massa, que foram paulatinamente sendo incluídas na festa, ao contrário de diluir o seu aspecto gregário funcionam como um elemento de reforço de mensagem.

A Noite da Beleza Negra do Ilê Aiyê, junto a toda a história do bloco, mostra que a festa, a aparência e a beleza, longe de serem aspectos superficiais das manifestações culturais, atuam como elementos geradores de modificações sociais e individuais, sejam elas políticas, econômicas ou espirituais. A partir desta festa, ficou mais fácil para homens e mulheres negros “se assumirem” e usarem no cotidiano os atributos de uma beleza só sua, advinda daquilo que eles realmente são. É nisto que reconhecemos a sua eficácia comunicativa.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, R. (1974). *A inteligência do folclore*. 2. ed., Rio de Janeiro: Americana.
- BELTRÃO, L. (1980). *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*, Cortez.
- BELTRÃO, L. (2001). *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- BENJAMIM, R. (2008, jan.-dez.). Folkcomunicação: Da proposta de Luiz Beltrão à Contemporaneidade. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 5, (8-9), p. 281-287.
- DEBORD, G. (1992). *La société du spectacle*. Paris: Gallimard.
- GEERTZ, C. (1989). *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan.
- MARQUES DE MELO, J. (2005, 19-22 set). Folkcomunicação na era digital: a comunicação dos marginalizados invade a aldeia global. 5ª. *Bienal Iberoamericana de Comunicación*. México, Campus Estado de México do Instituto Tecnológico de Monterrey. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/magis/Marques_demelo2.pdf.
- MERLEAU-PONTY, M. (1971). *A fenomenologia da percepção*. São Paulo: Freitas Bastos.
- SCHUTZ, A. (1979). *Fenomenologia e relações sociais*. Rio de Janeiro: Zahar.
- SODRÉ, M. (1988). *O terreiro e a cidade: a forma social negro-brasileira*. Petrópolis: Vozes.
- WOITOWICZ, K. J. (2014, jul-set) Comunicação, cultura e resistência: da folkcomunicação aos estudos culturais, aproximações e diálogos entre Luiz Beltrão e Stuart Hall. *Razón Y Palabra: Primera Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación, Investigación en comunicación aplicada*, (87). Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx>.