

A MICARETA DE FEIRA DE SANTANA COMO MERCADORIA DE CONSUMO

Regina Beatriz Suzarte Ferreira¹

Orientador: Prof. Dr. Ricardo O. Freitas (orientador)

Resumo: Este paper tem o objetivo de relatar o processo de desenvolvimento do meu projeto de pesquisa, que pretende verificar formas da cultura de massa na Micareta de Feira de Santana, promovendo uma reflexão sobre as consequências que estas causam à identidade cultural da comunidade e do cidadão feirense. Dentre essas formas é possível destacar o descaso para com os blocos afros, afoxés e escolas de samba que desfilam na festa; e a supervalorização e padronização dos “blocos de abadás”. Buscar-se através desta pesquisa investigar tal contexto com a cooperação e participação de membros representativos das agremiações e comunidades vitimadas, lançando mão assim, no que diz respeito ao procedimento de coleta, da Pesquisa-ação. Segundo a natureza dos dados, esta pesquisa tem cunho qualitativo, uma vez que trata da investigação de valores, atitudes e motivações do público pesquisado, sem preocupação estatística. A proposta então é abordar o conceito de cultura pelo viés da ruptura e não da tradição; nem a Cultura do dominador nem a Cultura do dominado, mas uma outra coisa, um espaço onde os diversos e os múltiplos possam coexistir. No que se refere aos resultados finais, importa destacar que esta investigação se encontra no processo de elaboração do segundo capítulo, constituído do cotejo entre os dados coletados no decurso da festa, uma vez que a pesquisa de campo *in locus* já foi realizada; a entrevista com o líder das agremiações (por se realizar); e as ideias de teóricos que embasam a pesquisa.

Palavras-chave: Violência discursiva. Mercadoria. Mecanismo de controle.

INTRODUÇÃO

Gostava de assistir ao cortejo dos blocos afros que desfilavam na Micareta de Feira, nos anos 80. Amava o som da percussão, o colorido das fantasias, a dança e a alegria contagiante. Não tinha noção naquela época, de que enquanto desfilavam, contavam a sua história, faziam os seus protestos e principalmente clamavam por igualdade. Também apreciava a coroação do Rei Momo, da rainha e das princesas da micareta. Não menos prazeroso era ver desfilarem os chamados blocos de corda, em que os foliões vestidos com mortalhas eram conduzidos por um trio elétrico, e separados dos “foliões pipocas” por cordas fortemente levadas por homens fortes que cuidavam da segurança do grupo.

Era para mim, uma festa de cores, odores, tons e peles. Era uma alegria esperar abril, minha mãe festejava meu aniversário, que durante muitos anos ocorria justamente no decurso da festa. Era alegria dobrada, receber presentes, colar estrelinhas coloridas no rosto e purpurina nos cabelos. Adorava os confetes e o cheiro que sentia discretamente dos foliões que cheiravam lança-perfume em lenços de pano; eu não entendia por que era proibido cheirar um perfume tão agradável. Na década de 90, os blocos de abadás ganharam força, os camarotes também se tornaram visíveis para

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Crítica Cultural. E-mail: reginabeatriz.sf@hotmail.com.

mim e comecei a ter a impressão de que as cores, os cheiros e as peles perderam um pouco de sua diversidade. Tudo parecia mais uniforme, o som ecoava mais repetitivo, e a alegria pareceu ceder lugar aos cabelos semelhantes, roupas iguais e “caras e bocas” cada vez mais idênticas. Lembro-me que entre 2000 e 2002, já não via, nem tinha certeza, se ainda acontecia o desfile dos blocos afros. Hoje sei que outros espaços foram criados paralelos ao circuito principal, justamente neste período.

Diante dessas memórias, Cabe neste espaço apresentar mais amplamente, meu projeto de pesquisa, que é investigar a Micareta de Feira de Santana, destacando formas da cultura de massa que a festa sofre, apesar de ser considerada em sua origem, como festa popular. Essas formas podem ser observadas na elitização cada vez maior dos blocos, que ocorre através da padronização e do alto preço dos abadás, e por meio do enfoque dado à apresentação desses blocos, considerada o ponto alto da festa, e que acontece numa espécie de corredor situado entre os camarotes, que são ocupados por pessoas de maior possibilidade aquisitiva. O descaso para com os blocos afros e escolas de samba, que não têm espaço no circuito principal da festa, é outra evidência da presença da cultura de massa na festa de caráter popular mais importante da cidade. Embora os dois exemplos acima sejam o foco desta pesquisa, várias outras evidências podem ser percebidas, como os artistas e cantores da cidade que não recebem “holofotes”, sendo convidados a se apresentarem em palcos improvisados em algumas praças da cidade, para entreter um público considerado de menor poder aquisitivo (que não tem acesso aos blocos principais); enquanto artistas famosos (baianos ou não) são contratados por cachês exorbitantes, sem falar da promoção dada aos ritmos e estilos também aclamados pelas mídias e que embalam a “massa”.

Dessa forma, tomar uma festa essencialmente popular como objeto de estudo mostrou-se bastante adequado e oportuno, pois surge como uma possibilidade de questionar as bases do discurso que oprime e padroniza, promovendo a elitização da festa por meio do alto preço e padronização dos abadás; e privilegia espaços nos desfiles, através da ausência, ou seja, o “não lugar” dos blocos afros, afoxés e escolas de sambas no circuito principal. O próprio Estado mercantiliza a festa e coisifica o indivíduo, assim o discurso funciona como aparelho do Estado e máquina de aniquilamento e captura. Portanto, a questão que permeia esta pesquisa se resume no seguinte problema: *Como se configura a violência discursiva num contexto de mercantilização da micareta de Feira de Santana, enquanto evento cultural?* Que esta pesquisa, então, possa ser um meio de denunciar construtos, reinventar de alguma forma a política que rege essa violência discursiva, revestindo o discurso de dominação por um discurso de singularidade.

Para fundamentar esta investigação foram selecionadas várias contribuições teóricas que discutem conceitos, noções e pareceres diversos sobre o tema proposto. Algumas referências, que já

constavam no anteprojeto, foram conservadas, dentre elas, a noção de crítica cultural em Stuart Hall (2003); o conceito de indústria cultural de Theodor Adorno (2006); a cultura popular em Mikhail Bakhtin (2010); o feitiçismo de Karl Marx (2005); e os fundamentos de metodologia científica por meio de Eva Maria Lakatos (2001). Outras referências foram acrescentadas a partir da vivência no Mestrado, como a violência discursiva em Osmar Moreira (2002); e a ideia do lazer como mercadoria de consumo de Guy Debord (1991). Alguns teóricos relacionados à Teoria de Método também serão abordados, dentre eles, Gaston Bachelard (1996) e a noção de que a ideia de transcendente precisa ser modificada, reinventada; Giorgio Agamben (2012) e sua proposta de ruptura, da quebra da linearidade temporal e histórica; Jaques Derrida (1971) e a desmontagem do discurso, o dar forma para uma coisa que não existe; e Gilles Deleuze (2006), com sua “casa vazia”, que sinaliza sobre o significante flutuante, nem a tese, nem a antítese, mas outra coisa (a criação), algo a ser proposto (o devir).

Os próximos parágrafos apresentam o tópico “A micareta de Feira de Santana como mercadoria de consumo”, que faz parte do segundo capítulo da tese, que tem como título “A violência discursiva nos bastidores da grande festa” (em construção). Adorno, Debord, Derrida e Bachelard, serão abordados, por meio de uma breve discussão entre suas principais ideias e o cenário da micareta, sob a perspectiva proposta nesta pesquisa.

A MICARETA DE FEIRA DE SANTANA COMO MERCADORIA DE CONSUMO

A Micareta, enquanto manifestação cultural nascida no meio do povo feirense apresenta hoje, uma série de formatações que se encaixam nas exigências do consumismo capitalista. A festa que era considerada espontânea, criada por um grupo de foliões inconformados com o cancelamento do carnaval, em razão das fortes chuvas na cidade, vem sendo convertida em um acontecimento institucional, que é manipulado por interesses políticos e especialmente econômicos, passando da condição de festejo comunitário a de grande evento da cultura de massas. A noção de cultura aqui será abordada a partir do contexto do século XX, período em que despontaram os novos meios de comunicação; e veículos como cinema, rádio e televisão ganharam notório destaque e se dedicaram, em grande parte, a homogeneizar os padrões da cultura, dando espaço assim, a chamada *indústria cultural*. Essa indústria, segundo Adorno (2006), consiste em “moldar” toda a produção artística e cultural, de modo que elas assumam os padrões comerciais e possam ser facilmente reproduzidas. A arte seria tratada simplesmente como objeto de mercadoria, estando sujeita as leis de oferta e procura do mercado. O que estimularia uma visão passiva e acrítica do mundo ao dar ao público apenas o que ele quer, desencorajando o esforço pessoal pela posse de uma nova experiência

estética. As pessoas procurariam apenas o conhecido, o já experimentado. Nas diversas áreas existem produtos adaptados ao consumo das massas, e é exatamente por meio delas que as indústrias se orientam, tendo no consumidor não um sujeito, mas um objeto. Dessa forma, a indústria cultural define as produções artísticas e culturais organizadas no contexto das relações capitalistas de produção, que uma vez lançadas no mercado, são consumidas.

Essa indústria cultural, para Adorno (2006), apresenta padrões que sempre se repetem com a intenção de formar uma estética comum voltada ao consumismo. Trata-se de um sistema e só funciona enquanto sistema, que representa a submissão total, pois pretende atender às expectativas da sociedade. Ela é sistêmica, pois se baseia na racionalidade técnica, e na padronização, gerando produtos em série, produzindo mercadoria para consumo e idiotizando assim, o indivíduo. A indústria cultural não precisa de ideologia, ela existe para alienar. É um sistema que submete o particular ao coletivo; o indivíduo, a criação e a autonomia ao estilo. Neste contexto, o estilo é tudo, é o universal e o individual (o local, o singular, o particular), onde o presente se alimenta do passado e não há nada novo que seja criado. Os produtos oriundos desse sistema, não são de forma alguma, artísticos, uma vez que são exclusivamente dependentes do mercado. Esta realidade nos permite compreender de que maneira a indústria cultural funciona, ao oferecer produtos que promovem uma satisfação efêmera, que agrada aos indivíduos, impondo-se assim, sobre estes, submetendo-os ao seu monopólio e os tornando alienados.

No ambiente da Micareta de Feira é possível observar a reprodução ideológica de um sistema, e a imposição de um comportamento, por meio da padronização dos abadá, pelas escolhas dos artistas e ritmos que embalam os blocos, que também refletem todo um processo de padronização e elitização. Cada um desses elementos se torna produto adaptado ao consumo das massas. A festa aparece neste contexto como símbolo de dominação e poder, passando à condição de mercadoria, que por sua vez, é produzida para consumo. O indivíduo é coagido a submeter-se às formas culturais que passam a ser ditadas e padronizadas.

O evento se apoia em grandes empresas, que investem fortunas em campanhas publicitárias que divulgam seu apoio. Trata-se de uma estrutura complexa, com camarotes, infraestrutura sanitária, assistência médica, aparato de segurança e um quadro de pessoal bastante numeroso. Os patrocínios são feitos, em sua maioria, por empresas privadas e grandes marcas investem pesadamente em propagandas de todo tipo. Alguns patrocinadores têm camarotes reservados, que geralmente usam para oferecer aos clientes e funcionários, e para divulgar seu produto. Para estas empresas as vantagens são muitas: sua marca é vista e divulgada e seu nome fica associado a um

evento cultural. No caso das marcas de bebidas, os produtos se tornam exclusivos e sua venda explode durante o evento.

Logo, o conceito de “indústria cultural”, bem como o conceito de “sociedade do espetáculo” faz parte de uma postura crítica com relação à sociedade capitalista. Guy Debord (1991), o criador desse conceito, parece ter definido o termo *espetáculo* como o conjunto das relações sociais mediadas pelas imagens, como acontece no contexto da propaganda, por exemplo. Nas diversas sociedades em que a desigualdade está presente, principalmente graças à divisão do trabalho manual e intelectual, ocorre a valorização da dimensão visual da comunicação, como instrumento de exercício do poder e de dominação social. A *sociedade do espetáculo* corresponderia a uma fase específica da sociedade capitalista, quando há uma interdependência entre o processo de acúmulo de capital e o processo de acúmulo de imagens. Por isso, a cultura do consumismo é norteadada pelo entretenimento. Tudo é conectado ao prazer, sejam shoppings, boates, desfiles de moda, jogos eletrônicos, e outros. Todas essas atividades são direcionadas ao lazer midiaticizado, e têm o objetivo de divulgar seus produtos para fins exclusivamente comerciais, onde as estratégias de disseminação são baseadas na persuasão, estabelecendo modelos e padrões estéticos a serem imitados.

É importante abordar neste espaço, um pouco sobre o histórico da micareta de Feira, para destacar sua condição original de entretenimento. Além de estar situada nessa modalidade, essa festa também é uma forma de desenvolvimento cultural, assim como as demais que apresentam danças e manifestações populares. A *Micarême* era uma festa que acontecia na França, desde o século XV, em meio ao período de quarenta dias de penitência da Igreja Católica. De origem francesa, a palavra significa literalmente "meio da quaresma". Somente a partir de 1935, através de um plebiscito feito pelo Jornal *A Tarde*, houve a mudança do nome para "micareta" que acabou significando, tanto na Bahia, como no Brasil, uma espécie de "segundo carnaval", que acontece depois da Páscoa. Pode-se dizer que, em princípio, a função da Micareta era o entretenimento, como ressalta bem o jornal jacobinense, “O Lidador”, na edição de sete de abril de 1935:

Despertaí foliões, para o delírio que empolga. Erguei-vos, jacobinenses, em êxtase de alegria e vinde com as "Sertanejas Alegres" festejar o "Bicarnaval", "Micareta", "Refolia", ou "Micareme" que a 28 do corrente reinará sob louco entusiasmo, espancando tristezas e dissidências. A cousa vai ser da outra vida e não haverá quem resista à tentação.

Mas, atualmente, a festa de rua mais popular da cidade, em sua plena realização parece não refletir e suprir à necessidade de entretenimento peculiar à sua comunidade e aos seus membros enquanto foliões. O formato da festa passou a ser ajustado às necessidades dos jovens de classe média que desfilam nos blocos, vestindo abadás comprados por preços elevados, que variam conforme o prestígio de cada bloco. Nesse contexto de elitização, os foliões credenciados precisam

ser separados dos “foliões pipocas” (aqueles que acompanham à distância, o som do trio elétrico). Para isso existe a figura dos “cordeiros”, rapazes jovens de origem humilde que têm a função de formar uma corda humana em torno do bloco e separá-lo no intuito de “protegê-lo” dos que se divertem de graça.

A lógica do mercado dos blocos revela um “jogo de interesses”, que na prática, desvia a funcionalidade precípua da festa, que é ou deveria ser, o entretenimento. E aponta para uma questão que se torna cada vez mais real e cotidiana, onde passamos a observar as atividades e as manifestações culturais a partir do descontrolo da oferta e da procura. O lazer, que no processo de cidadania é observado como um direito social e como uma conquista dos cidadãos, deixa de cumprir seu fluxo natural. Pode-se dizer que sob o ponto de vista aqui discutido, a micareta de Feira tem sido tratada simplesmente como objeto de mercadoria, estando sujeita as leis de oferta e procura do mercado. Ela encorajaria uma visão passiva e acrítica do mundo ao dar ao público apenas o que ele quer, desencorajando o esforço pessoal pela posse de uma nova experiência lúdica e estética.

A Micareta é uma festa que se transformou numa verdadeira indústria, por se tornar palco de interesses múltiplos e tensões que afirmavam o caráter mercantil em detrimento ao aspecto cultural. Tornou-se, então, alvo do interesse de empresas regionais e nacionais, da mídia e da prefeitura, que exploram economicamente o evento, submetendo-o aos padrões estéticos ditados por seu discurso dominante. Assim, emerge de forma inquietante, a necessidade de se conhecer quais sujeitos elegem essa dicotomia, e quem respalda o discurso que está nas entre linhas do cenário da festa. O que se quer aqui, então, é denunciar a violência que rege tal discurso, é despertar a vontade de potência, resistindo ao sistema dicotômico e opressor.

A dicotomia é o exercício do poder totalitário que divide o mundo em ramos binários: os dominadores e os dominados, o feio e o belo, o certo e o errado. Formas dessa estrutura podem ser observadas na micareta feirense, por meio do descaso para com os blocos afros e escolas de samba, que não têm espaço no circuito principal da festa, enquanto que o desfile dos blocos de abadá é considerado o ponto alto da mesma. Outro exemplo que ilustra essa visão é a supervalorização dada aos artistas famosos e aos ritmos promovidos pela mídia, enquanto artistas feirenses são convidados como coadjuvantes ao se apresentarem em trios de “celebridades”.

Propõe-se, então, a desmontagem do discurso, conforme Derrida (1971); ou seja, o dar forma a uma coisa que não existe, ‘nem a cultura do dominador nem a cultura do dominado’, como proposto no resumo acima; o que indica uma situação de deslocamento, batendo de frente com a dicotomia. O deslocamento de um problema, conforme Derrida termina por formar um sistema, que é um princípio aberto, um processo aberto a ressignificações e reelaborações. Em relação à micareta,

é preciso propor um novo espaço público, nem um circuito paralelo nem um circuito principal. Mas, a criação de um lugar que possa traduzir uma visão de relações humanas totalmente diversas, que seja deliberadamente não oficial, onde não haja espectador, e que os foliões possam viver a festa, uma vez que a micareta, assim como o “carneval pela sua própria natureza, existe para todo o povo” (BAKHTIN, 2010, p. 6). No contexto da minha pesquisa, a micareta deve surgir como um lugar de fronteira em que a diversidade de cores, odores, tons e peles devem coexistir; distante da concepção binária e classificatória que fundamenta a violência discursiva, que vigora no sistema da festa.

O diálogo entre as ideias desses pensadores traz à luz, o novo e a criação, fazendo dos recursos metodológicos, instrumentos de resistência e potencialização, elementos que são fundamentais ao processo de pesquisa. Isso porque, como defende Bachelard (1996), as verdades instituídas pela ciência não são absolutas nem imutáveis, mas, incompletas, graças ao próprio objeto, que nunca se mostra plenamente. Na produção do saber há sempre algo a ser captado e elaborado. O conhecimento científico é considerado por ele, como fruto de metodologias e investigações plurais que viabilizam o processo de objetivação do real, com o objetivo de aproximar-se da verdade. O método deve viabilizar a pesquisa, contribuindo para coordenar o saber e ampliar a experiência. Em sua opinião a ciência é mais que um sistema acabado, de dogmas imutáveis.

Cabe, então, ao pesquisador, o papel de criar, de trazer o novo à existência, um como o espaço de coexistência entre os diversos, entre os múltiplos e sem hierarquização, como proposto em minha investigação. Também é privilégio do pesquisador, a condição de sujeito, de ‘saber conhecer’, de não deter a verdade absoluta em seus postulados registrados após exaustivo processo de investigação e experimentação. Precisamente por este motivo, a *Pesquisa-ação* é a metodologia escolhida para respaldar minha pesquisa, uma vez que todo o contexto da micareta tem sido investigado com a cooperação e participação de membros representativos das agremiações e comunidades vitimadas. Nessa concepção, o investigador transcende à condição de receptáculo herdada do positivismo e ganha o estatuto de autor e criador do conhecimento científico.

Para isso é necessário esvaziar o significado transcendental e promover o esvaziamento do poder e suas formas de representação; pois só dessa maneira, é possível tomar esta proposta de pesquisa como uma “máquina de guerra”, como diz Osmar Moreira (2002), dominando, dessa forma, o domínio e propondo uma outra função do discurso, diferente dos discursos autorizados e legitimados na voz do Estado, dos patrocinadores e organizadores da micareta, dos donos de blocos e dos próprios líderes das agremiações afros.

Importa, então, denunciar os dispositivos de poder, como o discurso do dominador, a limitação de espaços, a disponibilidade de verbas, a mídia, e o próprio Estado. E por que não

reinventar o espaço público a partir dos consensos locais (Estado, organizadores da festa, agremiações, blocos de abadás, patrocinadores, foliões feirenses)? Abrindo novos espaços, onde não prevaleça nem o discurso do dominador nem a retaliação do dominado, mas a criação de um lugar onde os diversos e os múltiplos possam coexistir. Uma zona de fronteira em que o comprometimento teórico seja levado a sério, ativando forças reativas que transcendam modos de saber e de poder.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2006.

AGAMBEN, Giorgio. *O homem sem conteúdo*. Trad. de Cláudio Oliveira. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2012.

BACHELARD, Gaston. *A formação do espírito científico: contribuição para uma psicanálise do conhecimento*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec, 2010.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Lisboa, Mobilis in Modile, 1991.

DELEUZE, G. *Mil platôs*. São Paulo, 1997.

DERRIDA, Jacques. *Posições*. São Paulo: Perspectiva, 1971.

HALL, Stuart. Estudos culturais e seu legado teórico. In: *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. (Org.). Liv Sovik. Trad. Adelaide La Guardiã Resende. et al. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003, pp. 199-218.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MARX, Karl. *O capital*. São Paulo: Centauro, 2005.

MOREIRA, Osmar. *Folhas Venenosas do discurso*. Salvador: UNEB, Quarteto, 2002.