



Mídia e manifestações locais: Revivendo as micaretas de Coaraci.¹

Flaviny Najara Santos Ribeiro²
Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, BA

RESUMO

Este estudo tem como objetivo avaliar as consequências de um produto audiovisual da micareta do ano de 1986 em Coaraci, que foi divulgado na cidade no ano de 2007. Partindo do pressuposto que os processos comunicacionais permitem o reavivamento da memória e consequentemente o reconhecimento identitário, a pesquisa verifica quais as características desse direcionamento que leva ao fortalecimento da identidade cultural local. Em discussão estão as lembranças das micaretas de Coaraci que representaram um importante período para a cidade. As estruturas de memória coletiva hibridizadas por elementos das culturas da sociedade local são analisadas na pesquisa, através de abordagens quantitativas e qualitativas com uma pesquisa de opinião, que visa discutir o resgate dessa memória.

Palavras –chave: Mídia; memória e identidade.

Festa e sociedade

Realizar comemorações é um costume que pode ser percebido em todas as culturas e em todos os ambientes. São as diferenças de costumes, população e geografia do lugar que direcionam por vezes, que cada comunidade mantenha a comemoração de diferentes festas. Segundo Bakhtin (1981) o carnaval é uma expressão única de como a festa popular que pode ser caracterizada, pois “é uma forma sincrética de espetáculo de caráter ritual, muito complexa, variada, que, sob base carnavalesca geral, apresentam diversos matizes e variações dependendo da diferença de épocas, povos, e festejos particulares” (BAKHTIN, 1981, p.105). As micaretas são na verdade os carnavais fora de época, ou seja, fora do calendário religioso. Aqui irá trata-se da história do carnaval como a própria história da micareta.

A origem da festa carnavalesca é envolvida em mistérios e controvérsias. Alguns estudiosos afirmam que o carnaval tenha suas raízes nas primeiras sociedades de classe; outros defendem a hipótese de que o carnaval data das civilizações greco-romanas ou do

¹ Trabalho apresentado no NP Comunicação Audiovisual do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Mestrado em Cultura e Turismo da UESC, email: flavinyajara@hotmail.com



Antigo Egito. A partir do provável nascimento no Antigo Egito é possível construir uma hipótese mais provável, pois sobre esta existem relatos, detalhados de divertimentos populares marcadas pela utilização de máscaras e fantasias, onde eram permitidos excessos e inversões de comportamento e de papéis em relação à vida cotidiana, traços presentes no carnaval.

Micareta é o nome que no Brasil é designa o "carnaval fora de época". A palavra micareta deriva-se de uma festa francesa, *Micarême*, uma festa que acontecia na França, desde o século XV, em meio ao período de quarenta dias de penitência da Igreja Católica.³ A palavra significa literalmente “meio da quaresma”. No Brasil, a introdução da *Micarême* como festa urbana, ocorreu primeiramente na cidade de Feira de Santana. A festa foi criada por iniciativa de um grupo de feirenses no ano de 1937 inconformados por não terem podido realizar o carnaval na cidade devido às fortes chuvas. Segundo Florentino Pinto (2003), liderados por Manoel da Costa Ferreira e pelo professor Antônio Garcia, revolucionou a cidade com a criação da *Micarême* em substituição ao carnaval. “Houve debates pelos jornais com o grande mestre Antônio Garcia defendendo o nome de Micareta e não *Micarême* saiu vencedor o nome de Micareta como sendo o carnaval temporão (fora de época)” (PINTO, 2003).

Somente anos depois, 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 acontecia depois da Páscoa. O Sr. Manoel da Costa Ferreira, com a assessoria de João Bojo, convocou todos os artistas feirenses que entendiam de alegorias e trouxeram operários de Salvador que tinham experiência na fabricação de adereços e fantasias nos clubes Fantoche e Cruz Vermelha. Em um antigo armazém foi montada a oficina para a construção dos carros alegóricos. O festejo iniciou-se no sábado, dia 27 de março de 1937, com bailes à fantasia nas Filarmônicas Vitória e 25 de Março. De acordo com Pinto (2003) em apenas duas ocasiões a festa temporã não se realizou: na década de 40 por causa da Segunda Guerra Mundial e na década de 60 por causa da Revolução.

Com o passar dos anos, as micaretas foram se popularizando, tornando-se grandes eventos turísticos e a partir da década de 90, começaram a ser realizadas em várias capitais e cidades brasileiras e em diferentes meses do ano.

³ Fonte: http://www.voltanotrio.com.br/novo/historia_micareta.asp

Coaraci e as Micaretas

Coaraci é uma cidade do sul da Bahia que surgiu em terras das quais faziam parte a Capitania de Ilhéus, o vilarejo teve suas origens em 1919 e continuou como distrito de Ilhéus, até sua emancipação política em 12 de dezembro de 1952. A garantia de um clima úmido, boa distribuição de chuvas e temperatura foi propícia para o principal produto econômico da região, a cacauicultura, que se tornou a principal atividade econômica da região.

As primeiras manifestações carnavalescas de Coaraci são datadas ainda da época de povoado, em 1937, quando vários cordões e afoxés desfilaram fantasiados pelas ruas de chão batido, ao lado de muitas crianças e adolescentes. O impulso carnavalesco tornou-se maior, a partir de 1944, quando surgiu o primeiro conjunto formado por instrumentistas que tocavam o surdo e caixas arrastando grandes e ruidosos grupos que enchiam as ruas da vila. Como ainda não existiam clubes sociais os armazéns de cacau serviam de locais para os bailes.

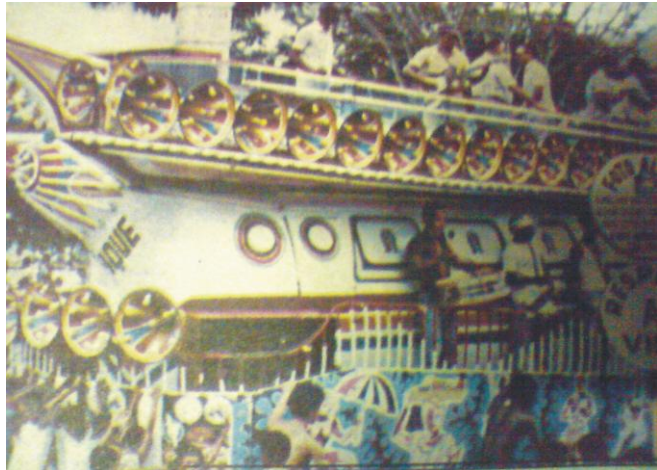


Bloco carnavalesco de 1937
Fonte: Enock Dias

Como os bailes carnavalescos aconteciam nos armazéns e porões de cacau vazios, a população construiu um clube social. Inicialmente, este funcionou na atual Câmara de Vereadores, depois transportado para sede própria, no largo mais tarde conhecido como Praça Jairo de Araújo Góes. Na década de 60 foi inaugurado o Cube dos Bancários, que devido ao grande sucesso alcançado acabou por levar o Clube Social de Coaraci ao declínio.



Escola de samba na década de 80
Fonte: Revista Portalmix



Apresentação de banda em trio elétrico na década de 80
Fonte: Revista Portalmix

Juntamente com o declínio do Clube Social, veio o do carnaval tradicional e começaram a surgir as micaretas. Em Coaraci, existem registros da festa desde o início da década de 70, no primeiro governo do então prefeito Joaquim Torquato. Tomavam conta das ruas da cidade às escolas de samba, afoxés, blocos de flagelados e blocos de trio elétrico como a tradicional “Terra do Sol” e trios elétricos famosos de Salvador com as bandas Chiclete com Banana, ainda com o nome de Banda Scorpions, Netinho da Banda Beijo e o rei do Axé, Luis Caldas.



Trio Tapajós
Fonte: Revista Portalmix

Em 1996 foi realizada uma micareta num formato mais comercial com os trios parados, pois com o crescimento dos trios elétricos para as carretas, ficou inviável



circular pelas ruas da cidade. Depois de 1996 durante vários anos a festa não foi realizada e depois só voltou a acontecer novamente em 2008. O motivo para a festa ser extinta são muitos, entre eles destacam - se: a falta de recursos por parte das prefeituras, a crise da lavoura cacauaieira⁴ e o surgimento dos carnavais em outras cidades, o que gerou um aumento nos cachês.

O produto audiovisual

O produto a que este trabalho se refere, trata-se de um DVD com imagens da micareta de 1986, que foram gravadas em vídeo e recuperadas por uma produtora local. São imagens dos antigos blocos, das escolas de samba e dos foliões se divertindo no centro da cidade, o que atraía uma grande quantidade de visitantes nesses períodos de festa. Esse material foi feito de forma amadora e é o registro histórico mais antigo em vídeo da Micareta de Coaraci, foi pirateado no final de 2007 e com cópias enviadas até para outros países, onde moram coaracienses.

Essas imagens foram gravadas por um morador da cidade com uma câmera Panasonic *OmniMovie* (uma novidade na época). Possivelmente pela dificuldade em encontrar as fitas virgens, houve a gravação por cima de outra fita, o que deixou a qualidade do material comprometida. Uma produtora da cidade, estava montando um material sobre a história da cidade no final dos anos 90 e teve acesso a esta e outras fitas com moradores que não sabiam do que se tratavam. Essas fitas foram decodificadas e resultou num total de seis horas de gravação. Inicialmente foram feitas algumas cópias, sem nenhuma edição ou produção, com baixa qualidade em VCD. Essa cópia foi emprestada para uma pessoa que a copiou e começou a vendê-las.

Houve uma grande repercussão na cidade e muitas pessoas começaram a "copiar" as cópias. Segundo o dono da produtora, "nós sempre soubemos que a repercussão do material seria grande, mas queríamos fazer um DVD mais produzido com edição para divulgação da nossa cultura e não que saísse na pirataria de qualquer jeito".⁵ Especula-se que diante da repercussão dessas imagens e da surpresa e emoção dos moradores saudosistas, esse foi um dos principais motivos para a organização de

⁴ A região Cacaueira do Sul da Bahia vive uma crise na lavoura desde o início da década de 90, quando os cacauais foram atingidos pela doença *Clineperis pernicioso*, conhecida como vassoura - de- bruxa.

⁵ Informações dadas por Rodrigo Leite, dono da Produtora RodsPro, em Coaraci, setembro de 2008.



uma nova micareta no ano de 2008. O DVD se tornou então, um importante registro da memória da cidade.

Mídia e memória

Nos distinguimos no espaço e no tempo a partir de organismos e padrões de sociabilidade, acessamos os sinais do passado a partir de nossas marcas, mas também por informações constituídas por outros elementos que compõe a nossa memória. De acordo com Le Goff (1996), o conceito de memória é crucial e embora ela seja discutida no campo da comunicação e aqui se atenha à memória coletiva, é importante conceituá-lo no campo científico:

A memória, como propriedade de conservar certas informações, remete-nos e primeiro lugar a um conjunto de funções psíquicas, graças às quais o homem pode atualizar impressões ou informações passadas, ou que ele representa como passadas. (LE GOFF, 1996, p. 423).

Ainda segundo Le Goff, entre as manifestações importantes ou significativas da memória coletiva no século XIX e século XXI, ele destaca o aparecimento de dois fenômenos. O primeiro, logo após a Primeira Guerra Mundial com a construção de monumentos aos mortos, como o do Túmulo ao Soldado Desconhecido, procurando ultrapassar os limites da memória. O segundo fenômeno, é o surgimento da fotografia que insurgiu a memória: “multiplica-a e democratiza-a, dá-lhe uma precisão e uma verdade visuais nunca antes atingidas, permitindo assim guardar a memória do tempo e da evolução cronológica” (LE GOFF, 1996, p. 466). Percebe-se então, a função de um meio de comunicação como agente de memória.

Segundo o autor, também a partir do momento em que a Antropologia aceita o termo “memória” como um conceito mais adaptado às realidades das “sociedades selvagens” do que o termo “história” constitui-se uma consagração da memória coletiva “Não mais nos acontecimentos, mas ao longo do tempo. Começa uma busca dessa memória menos nos textos do que nas palavras, nas imagens nos gestos, nos ritos e nas festas; é uma conversão do olhar histórico” (LE GOFF, 1996, p. 472). Para o autor, a memória é um componente ativo do que se costuma chamar identidade, individual ou coletiva, cuja busca é umas das atividades fundamentais dos indivíduos e das sociedades de hoje.

A probabilidade de enquadrar o DVD com imagens da Micareta de 1986 de Coaraci, como construção de memória convida a elucidar abordagens teóricas sobre

memória e relacioná-las com a especificidade da mídia como lugar de memória. Neste contexto midiático, a memória passa a fazer parte de processos de construção de identidade, por isso, é preciso avançar para análises que tragam estas reflexões de uma memória contemporânea e das identidades como uma questão comunicacional. Neste espaço, situa-se esse estudo sobre os efeitos do material midiático citado, no que se refere à memória e as identidades culturais. A mídia começa a interagir com outro mecanismo: a memória, as pessoas lembram quando assistem ao DVD.

Para estabelecer o conceito de memória a ser utilizado na pesquisa, se tem referências no estudo realizado por Ecléa Bosi (1995). No livro *Memória e Sociedade*, a autora cita duas abordagens teóricas sobre memória, uma partir de Henri Bergson e outra de Maurice Halbwachs. Para estabelecer o conceito de memória a ser utilizado na pesquisa, iremos abordar o conceito a partir de Halbwachs. Em sua abordagem a memória do indivíduo é dependente do seu relacionamento familiar, classe social, profissão, etc. Depende dos grupos de convívio e de referência que lhe são peculiares. Segundo Bosi:

Dando relevo às instituições formadoras do sujeito, Halbwachs acaba relativizando o princípio, tão caro a Bergson, pelo qual o espírito conserva em si o passado na sua inteireza e autonomia. Ao contrário o que o sociólogo realça é a iniciativa que a vida atual do sujeito toma ao desencadear o curso da memória. Se lembramos, é porque os outros, a situação presente, nos faz lembrar: O maior número nossas lembranças: “O maior número de nossas lembranças nos vem quando nossos pais, nossos amigos, ou outros homens, no-las provocam” (BOSI, 1995, p.54-55).

A autora afirma sobre o conceito construído por Halbwachs, que muitas vezes, lembrar não é reviver, mas refazer, reconstruir, repensar com imagens e conceitos de hoje, os experimentos do passado. E a partir do um exemplo da releitura que o adulto faz de um livro lido na juventude, elabora como se da reconstrução do passado e elabora a premissa de releitura “... esse convívio de lembrança e crítica altera profundamente a qualidade da segunda leitura. A qual, só por essa razão, já não “revive”, mas “re-faz” a experiência da primeira.” (BOSI, 1995, p. 57).

Nesse caso, essa noção de memória elaborada por Halbwachs é observada na perspectiva do DVD como construção de memória. Halbwachs foi também quem elaborou o conceito de memória coletiva, que permeia aplicação deste trabalho, segundo ele é a memória que se distingue da individual por ser construída, compartilhada e transmitida pelo grupo ou sociedade. Para o autor, a memória individual permanece

sempre a partir de uma memória coletiva, sendo que todas as lembranças são constituídas no interior de um grupo.

Para essa questão este trabalho se baseia nos estudos de Ana Maria Strohschoen (2003). Segundo ela o conceito de memória desenvolvido por Halbwachs “abre a possibilidade de incluir a mídia como um lugar de construção e de organização de processos individuais e sociais de ativação da memória”. A autora refere-se à releitura como remanejamento, esta releitura ou remanejamento seria uma segunda leitura dada pelo DVD ou outras referências como fotografias ou relatos orais. A primeira leitura seria o primeiro contato com as questões de identidade.

Análise da repercussão do DVD

A metodologia escolhida para ser aplicada foi a Pesquisa de Opinião, entendeu-se que esta melhor se adequaria com o intuito de tentar elucidar as relações entre mídia e memória. Segundo Novelli (2005), a pesquisa de opinião se mostrou um suporte importante para a sociedade contemporânea, tanto que algumas vezes deixa de ser entendida como técnica de medição da opinião pública para tornar-se sua própria expressão. “Sua aplicação extrapolou os limites do campo político, no qual despontou com maior intensidade, e, hoje, tornou-se reconhecido método de investigação científica para a memória dos campos de conhecimento, inclusive para a comunicação social” (NOVELLI, 2005, p.164).

Como técnica de coleta de dados foi utilizada a entrevista pessoal através de questionário (em anexo). É importante frisar que a pesquisa de opinião está relacionada ao estudo de recepção. E que com base em Fogaroli (2002), a recepção principalmente aos Estudos Culturais, será sempre complexa para diferentes pessoas, diante disso, a variação na tabulação final das perguntas abertas ou semi abertas será aceitável quando levado em consideração à subjetividade do tema.

A pesquisa de campo foi realizada na cidade de Coaraci, trabalhou-se com uma amostra de 100 habitantes tendo como critério, ter assistido ao DVD citado. Apoiando-se no conceito de Vergara (2000), essa amostra é classificada como não-propalística por tipicidade. Segundo a autora esse tipo de amostra “é constituída pela seleção de elementos que o pesquisador considera representativos da população alvo, o que quer profundo conhecimento dessa população” (VERGARA, 2000, p.51). Na formação do questionário se estabeleceu treze questões, as seis primeiras foram de caráter socioeconômico a fim de identificar o perfil do entrevistado, as restantes buscaram

entender os efeitos causados pelo DVD. Para a aplicação dos questionários também foi aplicado o conceito de amostragem por conglomerados, apresentado por Gil (1999):

A amostragem por conglomerados é indicada em situações em que é bastante difícil a identificação de seus elementos. É o caso, por exemplo, de pesquisas cuja a população seja constituída por todos os habitantes de uma cidade. Em casos desse tipo é possível proceder à seleção da amostra a partir de “conglomerados”. Conglomerados típicos são bairros, famílias, organizações, edifícios, fazendas, etc. (GIL, 1999, p. 103).

Com base neste conceito, foram aplicados os questionários na Praça Getúlio Vargas, na Rua Juracy Magalhães, Rua João Muniz Cardoso e Silvério de Assunção, o “coração da cidade”. De acordo com Gil (1999), num levantamento da população de uma cidade, pode-se dispor de um mapa sugerindo os bairros. Torna-se possível, colher uma amostra de bairros e a partir dessa contagem, selecionar aleatoriamente os elementos que comporão a amostra.

Perfil dos entrevistados

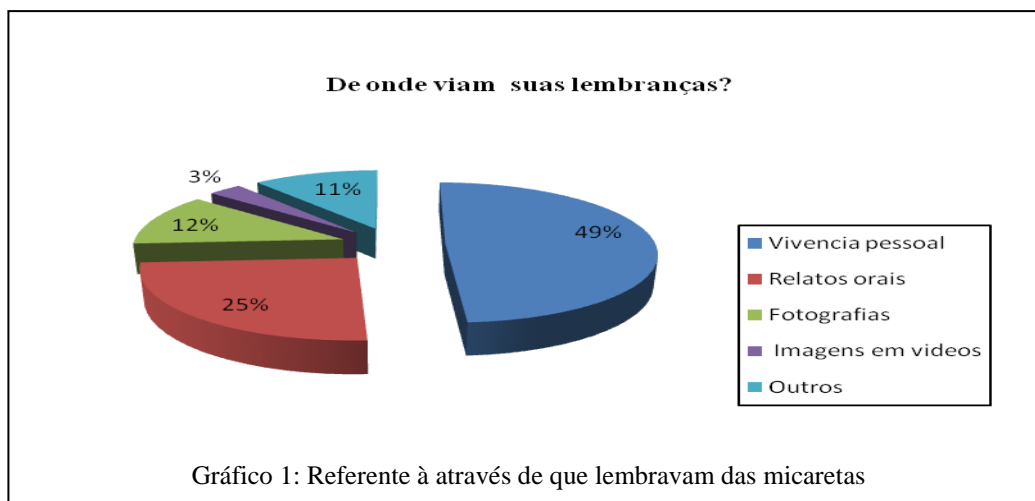
O perfil que prevalece nesta pesquisa é o de um entrevistado jovem, com idade acima de 30 anos, do sexo feminino, com segundo grau completo, renda familiar de 1 a 2 salários mínimos, que utiliza como meio de informação principalmente mídia eletrônica, como televisão e internet e com aparelho de DVD em casa. Este grupo é bastante significativo para a pesquisa, tem acesso à internet e tem um contato de maneira satisfatória com o objeto de estudo, pois com o índice de idade acima de 30 anos, puderam assistir as micaretas da década de 80 e possuem um grau de escolaridade que consentiu responder as questões sem maiores dificuldades.

Repercussão do DVD

Depois de constatado o perfil do grupo majoritário da amostragem, foi preciso analisar o resultado do DVD. É válido salientar que muitos dos que disseram ter assistido ao DVD também disseram não terem aparelho de DVD em casa, provavelmente assistido em casas de parentes e amigos, o que vem comprovar a importância da repercussão dessa mídia.

Indagados se antes de assistirem ao DVD lembravam-se das micaretas, 51% dos entrevistados disseram que lembravam, 24% disseram que lembravam um pouco e 19% disseram não se lembrar das micaretas antes de assistirem ao vídeo. No que diz respeito

sobre os meios de onde viam as lembranças dessas antigas festas, 49% dos entrevistados disseram lembrar através da vivência pessoal, levando em consideração que a faixa etária da maioria é acima de 30 anos é o resultado esperado, pois foi justamente da década de 80 que as micaretas viveram seu auge.

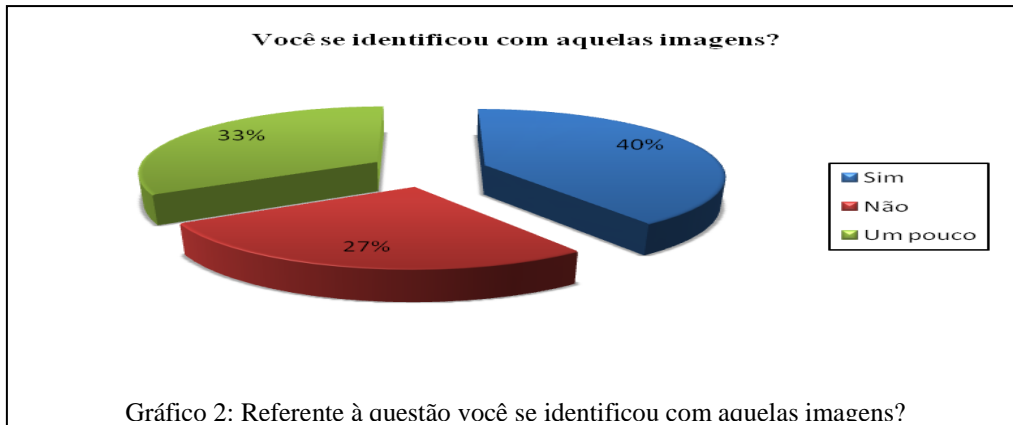


Como mostra o gráfico 1⁶, referente à pergunta: “Através de que se lembravam das micaretas?”, disseram se lembrar da festa através de relatos orais 25% dos entrevistados, 12% através de fotografias e 11% disseram conhecer através de outros meios, esta alternativa está relacionada há gravações em vídeo e outras formas de mídia como a internet e o jornal impresso. A alternativa televisão não foi inserida nesta questão por entender a ausência confirmada das TVs locais neste tipo de evento, a ausência de políticas de regionalização dos meios de comunicação e o pequeno espaço para a programação regional, refletem cenários como este onde as pequenas cidades são praticamente esquecidas. No Brasil, apesar de estar prevista na Constituição Federal a obrigatoriedade dos meios de comunicação em representar a cultura regional, muito pouco se vê na programação televisiva. Fatores como a falta de rigor na legislação, a formação de grandes grupos midiáticos e a falta de estrutura das TV’s regionais ocasionam a ausência de uma maior representação do regional na televisão.

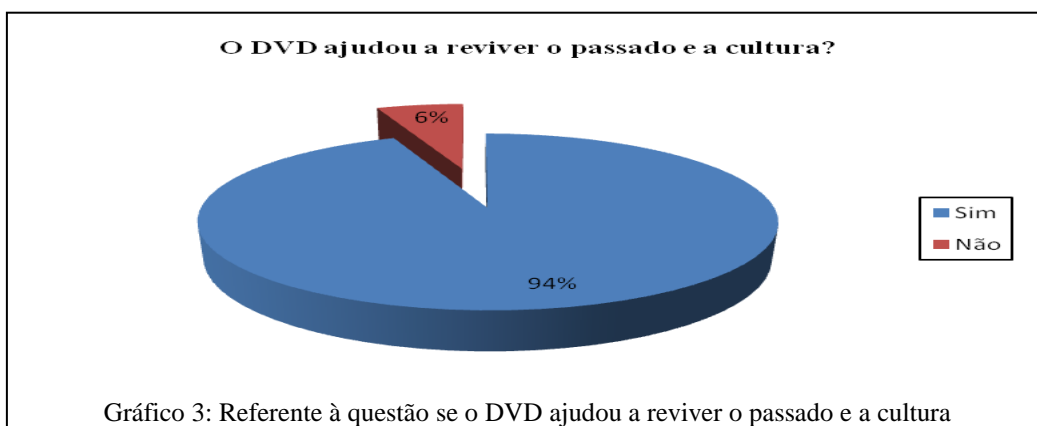
Neste ponto devemos acrescentar que Le Goff (1992) analisa, ao longo da história, o investimento do poder na constituição de “memórias coletivas” concretas – documentais ou midiáticas, para usar um termo atual. A memória coletiva, como um instrumento e um objetivo de poder, inicialmente, foi estabelecida como uma “memória coletiva escrita”. Ao referir-se à sociedade contemporânea, ou sociedades desenvolvidas, o autor fala de “novos arquivos (arquivos orais, arquivos do áudio-

⁶ Devido ao limite de páginas, nem todos os gráficos puderam ser utilizados aqui.

visual)”, como os “novos utensílios de produção desta memória (*coletiva*), nomeadamente o rádio e a televisão” (LE GOFF, 1992, p. 46/47).



Na ilustração do Gráfico 2, podemos perceber um equilíbrio nas respostas no que diz respeito à identificação no vídeo citado, 40% disseram ter se identificado com o que assistiram 33% afirmaram terem se identificado um pouco e 27% dos entrevistados não se identificaram com o que assistiram. Essa moderação é bastante aceitável, pois se pode perceber que a dificuldade de especificar símbolos e valores vem em consequência da dificuldade de entender sua própria identidade. De acordo com Nilda Jacks, a identidade cultural é uma conexão entre uma cultura que se constitui de normas, mitos e símbolos e os indivíduos que já estão encaixados neste contexto, além disso, é difícil caracterizar essa relação diante do processo dinâmico inerente à cultura. Ainda de acordo com a autora “é necessária à existência de uma identificação, uma significação sólida e devidamente interiorizada para quem uma cultura regional consiga manter um processo de resistência” (JACKS, 1997).



No questionamento representado pelo Gráfico 3, a maioria, 94% dos entrevistados, respondeu que acreditam que o DVD ajudou a reviver um pouco do seu passado e cultura. Ao preencheram a justificativa afirmaram a ativação da memória para o reconhecimento: “Lembrando a Coaraci que tivemos e que hoje não temos mais”;



“Porque me faz lembrar vários acontecimentos da época”; “Quem não sabia o que era a micareta teve como reviver o passado de sua cidade”; “Resgatou as memórias esquecidas”; “Porque só revendo imagens ou fotos é que se tem noção do que éramos e do que somos hoje”; “Pois podemos reviver as mudanças que ocorreram de 1986 a 2008 como a cidade, estilo de festa, música e vestuário”; “Com a descoberta do DVD, incentivaram os coaracienses a reviver os velhos momentos”; “A mídia foi de extrema importância para a recuperação dessas imagens e da memória”; “Porque relembremos os velhos tempos e nós jovens descobrimos como eram as festas antigas e podemos hoje comparar e ver se a nossa cultura evoluiu ou regrediu”.

Segundo José Antonio Martinuzzo (2004) a relação da memória/identidade com a comunicação é incontestável. “A comunicação como autor ativo no procedimento histórico deixa vestígios, marcas e conteúdos ao longo do andamento socioeconômico e cultural, sendo, portanto, elemento potencial de memória, habilitada que é para ser recuperada como traço distintivo de identidades coletivas e individuais acerca de um passado estabelecido”. É também ambiente para que se coloquem ou se articulem dados importantes para a identidade coletiva, tais como celebrações, comemorações, etc.

Já Pierre Nora (1993), elabora o conceito de lugares de memória onde se aplicam a interface entre mídia, memória e identidade. Para o autor os lugares de memória nascem da consciência de que não há memórias espontâneas, ao que agregamos a lógica do lembrar/esquecer – é preciso criar arquivos. E esses arquivos, são variados, de registros escritos a datas comemorativas, passando por celebrações e símbolos, até museus, bibliotecas obras de arte. “É preciso manter aniversários, organizar celebrações, pronunciar elogios fúnebres, notariar atas” (NORA, 1993, p.13).

Num tempo em que os meios de comunicação se estabelecem como espaço de sociabilização, local de comemorações, palco de decisões, apoio para registros da vida cotidiana, não se pode ignorá-los como espaço de lugares de memória, de exercício de identidade e de arquivo. A mídia atua sempre mais no sentido de multiplicar os lugares de memória e constitui-se ela mesma em um deles e essa característica é identificada de forma subjetiva, nas falas dos entrevistados.

Questionados sobre se reconheceram traços da identidade cultural da cidade no DVD, 73% dos entrevistados disseram que sim e 27% afirmaram não reconhecer traços da identidade. “A memória é um elemento essencial do que se costuma chamar identidade, individual ou coletiva, cuja busca é uma das atividades fundamentais dos indivíduos e das sociedades de hoje”, como afirma Le Goff (1992). O autor sintetiza

essa questão afirmando que “identidade é memória em ato”, pois é a partir dela que temos elementos para nos diferenciar do outro. E reafirma a importância dos meios de comunicação nesse contexto, ao estabelecer os jornalistas como um dos “profissionais científicos da memória”. “A memória, onde cresce a história, que por sua vez a alimenta, procura salvar o passado para servir o presente e o futuro. Devemos trabalhar de forma que a memória coletiva sirva para a libertação e não para a servidão dos homens” (LE GOFF, 1992, p.47). E ainda nesta pergunta, ao justificar quais os traços que reconheceram no DVD, muitos responderam, a escola de samba e os cordões de afoxé. Tais símbolos não dizem respeito apenas à identidade da festa de Coaraci, mas, característica de uma festa globalizada, como afirma Ortiz (1998) que a hibridação ou mundialização cultural não ocasionou a destruição da tradição, apenas deslocou-a.

No que diz respeito a se o DVD influenciou na realização e características da festa de 2008, 60% dos entrevistados, responderam que sim e 40% responderam que não. Como esta pergunta é de cunho semi-aberto as pessoas responderam: “De uma forma geral despertou em todos os coaracienses a vontade de voltar aquele tempo e aos mais novos de viver esse momento agora com a micareta de 2008”; “Há muitos anos a prefeitura não realizava uma micareta e depois do DVD eles fizeram”; “Trouxe lembranças de uma grande festa, com isso acaba influenciando também a ter outras micaretas”; “Na realização sim, mas nas características não, pois a micareta de 2008 foi bastante diferente da micareta de 1986”.

Assim, de acordo com as opiniões quantitativas dos entrevistados a partir da mídia, puderam ser reforçados traços da identidade cultural da cidade e para muitos só a partir dela é que eles foram conhecidos. Houve a perspectiva da lembrança (conforme abordado por Halbwachs) “remanejada” pelo DVD. O que mais nos interessa refere-se à estimulação do processo de lembrança e reavivamento, dada pela mídia. Em resumo, os entrevistados em sua maioria reconheceram os efeitos do DVD na memória coletiva e no reconhecimento de sua identidade.

Considerações

Procuramos mostrar neste trabalho, a especificidade da mídia como acionamento de memória e fortalecimento da identidade cultural. Destaquei em minha pesquisa esse lugar de onde partiram as referências de memória – as fontes –, tendo em vista a sua importância no processo de remanejamento de leituras. Para entender melhor o funcionamento e a dinâmica entre alguns referenciais de memória foi preciso atentar



para a especificidade de algumas fontes, no caso, a vivência pessoal, reforçada pelo conceito de memória coletiva.

É possível afirmar que a memória social e coletiva pode ser utilizada na mídia para decifrar e, até mesmo, produzir episódios do presente de modo a definir e revigorar certas peculiaridades referências de pertencimento que aproximam indivíduos entre si em um grupo. Criando identidade e, ao mesmo tempo, estabelecendo fronteiras entre os demais agrupamentos, distinguindo esses indivíduos de outros, pertencentes a outros grupos.

A pesquisa de opinião realizada com os coaracienses proporcionou suporte para afirmar que esta amostra da população se identificou com o que assistiram no DVD e que reconheceram traços da identidade cultural da cidade presentes. Observou-se também que os traços apresentados pelos entrevistados como sendo de sua cultura, como as escolas de samba e os afoxés, não são apenas específicos de Coaraci. São inerentes aos festejos de múltiplas identidades e símbolos como o carnaval.

O DVD funcionou como lugar de reconhecimento e de localização para que a lembrança fosse acionada. Quem trabalhou essa memória coletiva, por outro lado, pode não ter a percepção de quem está contando uma história com referências apenas vivenciais, e sem perceber que ela pode ser emblemática da situação histórico-cultural da cidade. Através da própria fala dos entrevistados foi possível perceber que houve uma identificação com o material exibido no DVD, com isso o resgate de traços culturais que estavam esquecidos que o resgate dessa memória pôde fortalecer. Fica clara a necessidade de se pensar essa característica da mídia. Deve-se considerar, sobretudo, sua função social de contribuir para o crescimento da cultura de um país. Onde a cultura popular possa ser retratada e valorizada numa nobre iniciativa de impulsionar o desenvolvimento produtivo do saber regional.

Referências bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da poética de Dostoievski**. Trad. Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1981.

BENJAMIN, Roberto. Culturas regionais: permanências e mudanças em tempo de globalização. In: BOLAÑO, C.R.S. (Org.) **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC: Universidade Federal de Sergipe, 1999.



BOSI, Ecléa. **Memória e sociedade: lembranças de velhos**. 6. ed. São Paulo: Cia das Letras, 1998.

CERQUEIRA, Enock Dias de. **Coaraci: o último sopro**. Gráfica Santa Bárbara, Salvador, 2002.

DA MATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. 6 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

FOGAROLI, Maria elide. **O visível e o invisível no ver e no olhar a telenovela: Recepção, mediação e imagem**. São Paulo: Paulinas, 2002.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Ed. Centauro, 2004.

JACKS, Nilda. **Mídia nativa: indústria cultural e cultura regional**. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/jacks-nilda-midia-nativa.pdf Acessado em 25/08/08.

LE GOFF, Jacques. **Historia e memória**. 4 ed. UNICAMP: São Paulo, 1996.

_____. NORA, Pierre. **Historia: novos problemas**. 4. ed. F. Alves, Rio de Janeiro: 1995.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ. 2003.

NOVELLI, Ana Lúcia Romero. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

PINTO, Florentino Carvalho. **Perfil sócio-econômico da Micareta de Feira de Santana**. NIPES – Núcleo de Informações e Pesquisas Econômicas e Sociais, 2003.

STROHSCHOEN, Ana Maria. **Mídia e memórias coletivas**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Unisinos: São Leopoldo, 2003.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.