

São João da Bahia esse ano é no Pelo?

Catarina Cerqueira de Freitas Santos

Resumo

Nos últimos anos, e principalmente em 2008, o Governo do Estado da Bahia investiu em propaganda e em programações culturais diversas, nas vésperas e durante o São João, com o intuito de estimular o turismo, inclusive na capital baiana que tradicionalmente tende a ficar vazia na época junina. O propósito desse artigo é analisar a interferência do Estado na organização destes festejos populares, assim como compreender a dinâmica que reestruturou o espaço da festa – antes apresentada apenas como festa do interior – e nos últimos anos incorporada ao ciclo de festas de Salvador. Além disso, é importante compreender como tais interferências redimensionam e re-significam a percepção que os participantes dos festejos juninos têm da festa.

Palavras-chaves

São João, Indústria Cultural, Cultura e Turismo.

Tradicionalmente, a territorialidade dos festejos juninos sempre esteve ligada ao espaço rural.¹ Ainda que várias práticas relacionadas à festa do São João tenham sido alteradas, e que o caráter da festa em certas localidades do interior baiano esteja impregnado pela lógica mercadológica da indústria cultural, para a maioria dos participantes dos festejos um São João *de verdade* é aquele comemorado no interior. O esvaziamento de Salvador na semana da festa e os longos engarrafamentos das principais estradas de saída da capital são reflexos do grande fluxo de pessoas que se deslocam para comemorar o festejo. A mobilização para o São João é tão expressiva que altera o calendário letivo das escolas e faculdades que se adaptam à época e programam as férias no período junino,

¹ As origens das festividades juninas remontam a um passado pagão europeu, quando, aproveitando o solstício de verão no hemisfério norte, realizavam-se práticas ligadas à fertilidade da terra com o objetivo de afastar maus espíritos, pestes e estiagens. A Igreja Católica, ainda na Idade Média, apropria-se e cristianiza essa celebração, dando-lhe outra significação: a comemoração do batizado de Cristo, através da devoção a São João Batista. No Nordeste tal festejo além de estar fortemente ligado ao calendário religioso também mantém estreita ligação com a realidade do campo, representando a época da colheita, o que é típico das festas do chamado ciclo junino, a exemplo do São João.

O profano é sagrado na Bahia

imagens e representações da cultura popular

facilitando ainda mais a participação dos jovens em uma das festas mais tradicionais do ano.

Segundo dados do Governo do Estado, o São João baiano é a maior festa regional do Brasil, superando inclusive os estados de Pernambuco (Caruaru) e da Paraíba (Campina Grande), pois acontece simultaneamente em 417 municípios. Em apenas um dia de festa, por exemplo, aconteceram 2,6 mil shows no estado, 1,7 mil viagens de ônibus e deslocamento de 300 mil carros.²

Mesmo sofrendo com o esvaziamento, a cidade de Salvador nunca deixou o São João “passar em branco”. Além das pequenas festas realizadas em alguns bairros da capital, nas quais vizinhos que não puderam viajar relembram e comemoram um São João mais tradicional, no início da década de 90 surgiram o Arraial do Galinho e o Arraiá da Capitá. O Arraial do Galinho, promovido desde 1989 pela TV Aratu, surgiu como um concurso de quadrilha e ao longo dos anos incorporou entre suas atrações shows de forró; enquanto que o Arraiá da Capitá, criado em 1994 pelo Grupo A Tarde, pode ser considerado a primeira “festa fechada” baiana, comportando atrações com bastante destaque no meio artístico ligadas tanto ao forró quanto ao axé music. Ambas as festas não podem ser consideradas uma alternativa aos festejos realizados no interior, uma vez que o valor do ingresso limita a participação de todos; além do que elas ocorrerem sempre na primeira quinzena de junho justamente para não concorrer com os outros eventos mais tradicionais.

A partir de 2000 a TV Bahia em parceria com o governo realizou o projeto *São João é no Pelô*, que tinha a proposta de transformar o Centro Histórico em uma verdadeira cidade do interior baiano, oferecendo uma festa gratuita para aqueles cidadãos que não viajaram. A escolha do Pelourinho para o espaço da festa é bastante simbólica. O Pelourinho depois do processo de restauração tornou-se o símbolo de uma baianidade estereotipada e um centro cultural privilegiado no que diz respeito aos investimentos estatais. Naquela conjuntura, o grupo carlista dominava o cenário político baiano, (Antônio Imbassahy era o prefeito de Salvador e César Borges o governador do Estado) e delineava uma política na qual a cultura

² <http://www.bahiaemfoco.com/noticia/6782/sao-joao-da-bahia-sera-produto-turistico-nacional>
Acessado no dia 19 de novembro de 2008.

O profano é sagrado na Bahia

imagens e representações da cultura popular

estaria atrelada ao turismo, no qual o último seria um elemento fomentador da indústria cultural. Dessa maneira, não haveria lugar mais apropriado para festejar o São João na capital do que o Pelourinho. A associação remeteria a uma idéia de tradição que seria extremamente benéfica tanto para a projeção turística do Centro Histórico de Salvador como para transformar o evento, por si só, em uma excelente oportunidade de negócios para diversas empresas. Neste sentido, a TV Bahia exerceu um papel fundamental na divulgação da festa nos anos em que foi parceira do projeto³, e o Pelourinho tornou-se uma alternativa para aqueles que permaneceram na cidade de curtir o São João.

Em 2008, com a conjuntura política alterada a partir da eleição de Jaques Wagner para o governo da Bahia, o São João também sofreu mudanças. O mês de junho na Bahia é um mês de baixa estação turística. A proposta do governo era investir e oferecer uma boa estrutura a certos municípios no período junino para atrair turistas e transformar o São João da Bahia em um produto turístico nacional. Em 6 de maio de 2008, é lançado em São Paulo para 1,5 mil agentes de viagem, operadores de turismo, dirigentes do setor hoteleiro e de companhias aéreas, jornalistas e personalidades políticas o projeto São João da Bahia. O evento contou com a participação especial de Margareth Menezes e a partir desse dia uma intensa publicidade foi realizada para atrair turistas de todo Brasil, sobretudo para as cidades de Ilhéus, Salvador e Porto Seguro – principais pólos de concentração hoteleira e com uma estrutura aeroportuária solidificada para receber os visitantes. Foram investidos mais de 10 milhões em atrações artísticas, infra-estrutura, saúde e segurança. A Secretaria Estadual de Turismo (Setur) acertou com a operadora de viagens CVC uma parceria para o fornecimento de pacotes com preços atrativos, principalmente para São Paulo que foi o maior mercado emissor de turistas para a Bahia. Cerca de 20.000 pacotes turísticos foram vendidos pela CVC só para São Paulo e 10.000 para outras partes do país e para a Argentina. Segundo o site oficial do evento (www.saojoaodabahia.com.br), o saldo da festa foi positivo e considerado um sucesso.

³ Sobre a estrutura e o investimento em propaganda da TV Bahia durante o São João até 2005 ver: <http://comercial.redeglobo.com.br/feiradeeventos/projetos/SJPELO.pdf> Acessado em 16 nov. 2008

O profano é sagrado na Bahia

imagens e representações da cultura popular

Jacques Wagner ao assumir o governo criou uma Secretaria exclusiva da Cultura, com a proposta de reverter à lógica da política carlista da subordinação da cultura baiana ao turismo. No entanto, o que se pode ver no Projeto *São João da Bahia* foi essa mesma lógica imperar. Não foi a secretaria da Cultura, por exemplo, a responsável pela organização da festa, e sim a Secretaria do Turismo e a Bahiatursa.

Neste artigo a análise se concentrará no São João do Pelourinho, que segundo o material publicitário da festa foi o coração do São João da Bahia. *O Arraiá de Todos Nós*, como foi chamada a festa no Pelourinho, começou logo após a trezena de Santo Antônio e contou com festivais de quadrilhas infantis e profissionais, grupos de samba de roda, trios de forró além de outras manifestações artísticas. As ruas do centro histórico estavam decoradas com bandeirolas e balões, seguindo a tradição, e foram montados dois palcos para as atrações principais – um na praça municipal e outro no terreiro de Jesus. O grupo de forró Trio Nordeste, completando 50 anos de formação, foi o grande homenageado da festa. Ocorreram shows de artistas renomados como Alceu Valença, Daniela Mercury e Daniel. O show de Daniela Mercury merece uma atenção especial: o que estaria fazendo uma das grandes expoentes do axé baiano em um São João proclamado pelos seus organizadores como tradicional e autêntico? Em entrevista, um dos organizadores da festa, o assessor da Secretaria de Turismo Marcio Lima informou que por Daniela estar devidamente caracterizada de caipira e ter adaptado o seu repertório ao estilo das músicas juninas não haveria nenhum paradoxo na sua apresentação daquele momento. Quando questionado sobre a necessidade de haver um show de Daniela Mercury no Pelourinho e outro de Margareth Menezes em Porto Seguro e na abertura do projeto São João da Bahia, Marcio Lima acrescentou que para vender o produto turístico do São João baiano era necessário que houvesse na programação espetáculos que incluíssem artistas baianos de projeção nacional. Como, segundo ele, os artistas baianos ligados ao forró ainda não conquistaram esta projeção houve a escolha desses nomes do axé.⁴

⁴ Entrevista concedida na Secretaria de Turismo no dia 21/10/2008.

O profano é sagrado na Bahia

imagens e representações da cultura popular

Percebe-se no depoimento que a lógica do projeto foi organizar uma festa voltada para o turista, assim como atualmente o carnaval da Bahia é concebido. Os turistas que viriam para Salvador seriam motivados muito mais pelas atrações, eventos e bandas do que por possíveis expressões da cultura. Desta forma, a festa em si poderia se repetir ou reproduzir-se em qualquer outro lugar. A lógica da submissão da cultura pelo turismo que vigorava na época do carlismo, apesar de tão criticada pelo atual governo, ainda persiste.

A produção do divertimento e a apropriação de manifestações culturais como produto de diversão, re-significa o sentido da cultura. As particularidades características da cultura popular são abafadas pela homogeneização dos grandes espetáculos nos moldes da indústria cultural. O São João no Pelourinho foi concebido e estruturado da mesma forma do que o de Porto Seguro, Amargosa, Camaçari ou o de outras cidades baianas: grandes shows em praças públicas, com alguns artistas de destaque - nem sempre ligados à tradição junina, em meio a uma ornamentação contendo alguns elementos simbólicos do São João. Assim, há uma padronização apontada por Adorno com elemento constitutivo do avanço da indústria cultural. Para ele, *a cultura contemporânea a tudo confere um ar de semelhança* (ADORNO, 2004).

Algumas festas populares, como a festa do São João em determinadas cidades, encontram-se caracterizadas por fenômenos complexos nos quais megaeventos com características de empreendimentos políticos e mercantis transformam vivências lúdicas em atividades profissionais, com geração de empregos e renda e aproveitamento político eleitoreiro em moldes da "sociedade do espetáculo" (DEBORD, 1997). A cultura neste sentido é pensada como uma cultura-mercadoria, e a festa passa a ser *vista e consumida* e não apenas *vivida*. Segundo Debord (1997, p. 126), *a cultura tornada integralmente mercadoria deve também se tornar a mercadoria vedete da sociedade espetacular*. Portanto, a cultura-mercadoria é atualmente um dos principais motores de desenvolvimento da economia capitalista, sob a promoção da publicidade e do *marketing*. Dessa maneira, o papel da mídia é fundamental para a promoção e a "venda" dos produtos culturais oferecidos por uma festa. Em Salvador, a TV Bahia sempre teve um papel de destaque nos meios de comunicação. Até o ano de 2006 o *Projeto São*

O profano é sagrado na Bahia

imagens e representações da cultura popular

João é no Pelô era promovido por essa emissora. Já em 2008, com a nova conjuntura política na qual o grupo da TV Bahia compunha a oposição à gestão petista do Governo do Estado, houve pouco empenho da rede de televisão em divulgar as atrações que estavam ocorrendo no Centro Histórico. Em compensação, os queimados de Cruz das Almas ganharam mais destaque do que nos outros anos nos telejornais da emissora.

A profissionalização da festa acarretou uma racionalização atenuada do tempo. Na programação, disponível no site oficial do evento e distribuída nas ruas do centro histórico, todas as atrações tinham hora certa para começar e para acabar. Entretanto há uma grande contradição nesse enquadramento meticuloso do tempo, já que a ocasião da festa pode ser caracterizada, segundo Durkheim (1989), como um momento de aproximação de pessoas em estado de “efervescência” coletiva que propicia a possibilidade de transgressão às normas. Essa mesma noção está presente em Bakhtin (1999) quando sugere que a festa estaria sob a égide de uma temporalidade específica quando a ordem é temporariamente invertida. Isso significa que a partir do momento em que a dinâmica capitalista intervém na organização da festa a noção do tempo muda; o tempo também vira mercadoria. *Na sociedade capitalista madura, todo tempo deve ser consumido, negociado, utilizado* (THOMPSON, 1998), e o momento da festa deve se adequar a lógica estabelecida. Segundo Martín-Barbero:

O sentido do tempo nas culturas populares será bloqueado por dois dispositivos convergentes: o que deforma as festas e o que as desloca, situando na produção o novo eixo de organização da temporalidade social. (...) Convertida em espetáculo, a festa, que no mundo popular constituía o tempo e o espaço de máxima fusão do sagrado e do profano, passará a ser o tempo e o espaço em que se fará visível o alcance de sua separação: a demarcação nítida entre religião e produção agora sim opondo festa e vida cotidiana como tempos de ócio e de trabalho. (2003, p. 143)

Admitir a existência de uma indústria cultural e de uma cultura impregnada com a lógica capitalista na festa junina não significa dizer, contudo, que a cultura popular morreu, desapareceu em função de sua submissão ao mundo da mercadoria, nem tampouco que esta submissão é uma verdade absoluta. O São João, tal qual o temos hoje, não expressa a substituição do tradicional por uma nova forma imposta; pelo contrário, representa sua fusão articulada e contraditória.

O profano é sagrado na Bahia

imagens e representações da cultura popular

Cultura massiva, indústria cultural e cultura popular permanecem em constante diálogo e conflito, em um processo que pode ser denominado como circularidade cultural. Segundo Carlo Ginzburg (1987), Bakhtin (1999) empregou o conceito de circularidade cultural para designar *o influxo recíproco entre cultura subalterna e cultura hegemônica* (GINZBURG, 1987, p. 20); ou seja, o conceito de circularidade cultural define que a cultura popular é dinâmica, tendo inclusive o potencial de influenciar uma cultura dita hegemônica.

A re-significação dos festejos juninos pela mediação do poder político local a fim de atender interesses econômicos, políticos e turísticos, não expressa simplesmente o empobrecimento dos valores culturais tradicionais tampouco simboliza a construção de um novo São João totalmente disforme e distante da festa tradicional. O São João do Pelô pode oferecer ao participante que por alguma razão não saiu da cidade, uma oportunidade de na capital lembrar e vivenciar um São João tradicional característico do interior ou proporcionar meramente um espetáculo gratuito aos festeiros de plantão. Para outros, o São João ainda pode significar uma oportunidade de gerar renda, seja através do comércio formal ou informal. E ainda que a festa no Pelourinho tenha sido projetada e pensada para o turista, nada impede que cada participante realize sua própria festa dentro do São João institucionalizado. Assim, o São João não é re-significado apenas pelos órgãos responsáveis por organizar a festa; ele é principalmente re-significado por aqueles que fazem a festa seja no Pelourinho, em Mussurunga ou na Costa do Sauípe.

A indústria cultural e o Governo jamais vão conseguir interferir na espontaneidade da cultura popular e nos ciclos de sociabilidade criados durante o festejo. Segundo Pesavento:

O certo é que por qualquer ângulo que se observem as festas, e são muitos, não há como fugir ao fato de que essas manifestações são vitais em termos de estruturação da vida social. Não fossem as festas manifestações de um sentir coletivo, uma forma de dizer sim a vida, não se fariam ainda presentes na vida das comunidades. A festa, por conseguinte, não pode ser considerada unilateralmente, nem como instância de legitimação, nem como força de desagregação, mas como dramatizações da experiência coletiva, gestada dia-a-dia e ao mesmo tempo conspirando contra o cotidiano. (2008, p. 34)

O profano é sagrado na Bahia

imagens e representações da cultura popular

Bibliografia:

ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**. São Paulo: Hucitec: Editora da Universidade de Brasília, 1999.

BOSI, Alfredo. "Cultura como tradição." In: **Cultura Brasileira: tradição/contradição**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1987.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DURKHEIM, Émile. **Formas Elementares da Vida Religiosa**. São Paulo: Edições Paulinas, 1989.

GINZBURG, Carlo. **O queijo e os vermes: o cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela inquisição**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

KAUARK, Giuliana. **Política cultural no estado da Bahia - Gestões de César Borges (1998-2002) e Paulo Souto (2002-2006)**. Disponível em:
http://www.cult.ufba.br/arquivos/Políticas_Culturais_da_Bahia_Cesar_Borges_e_Paulo_Souto_Gi%E2%80%A6.pdf

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

PESAVENTO, Sandra Jatahy (org.) **Sensibilidades e sociabilidades - Perspectivas de pesquisa**. Goiás: Ed. UGG, 2008.

RUBIM, Antonio Albino Canelas & ROHDE, Bruno Faria (org.) **Políticas Culturais na Bahia. Governo de Jacques Wagner - 2007**. Salvador: Edufba, 2008.

THOMPSON, E. P. **Costumes em Comum**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

<http://www.bahiaemfoco.com/noticia/6782/sao-joao-da-bahia-sera-produto-turistico-nacional>

<http://comercial.redeglobo.com.br/feiradeeventos/projetos/SJPELO.pdf>

www.saojoaodabahia.com.br

Oficina Cinema-História

Núcleo de Produção e Pesquisas da Relação Imagem-História
www.oficinacinemahistoria.org