

Baianidade no filme “Ó Paí, Ó”: clichê ou identidade cultural¹

“Baianidade” in the movies Ó Paí, Ó: cliché or cultural identity

Bárbara de Lira Bezerra²

Sheila Schvarzman³

RESUMO

O trabalho visa a estimular a reflexão sobre a imagem do baiano retratada no filme “Ó Paí, Ó”, considerando aspectos referentes à construção da identidade cultural. A baianidade, conceito utilizado para definir características do *modus vivendi* dos baianos, mais especificamente, dos que nascem em Salvador e no Recôncavo da Bahia, contém uma série de representações encontradas nas composições de Dorival Caymmi, Gilberto Gil e Caetano Veloso, assim como nas obras de Jorge Amado. A compreensão do processo de construção da baianidade permite a identificação de comportamentos personificados no filme e sua análise, estimulando a busca de respostas para o tema sugerido.

Palavras-chave: “Ó Paí, Ó”. Baianidade. Clichê. Imagem. Mídia. Identidade.

ABSTRACT

The work aims to stimulate reflection on the image of Bahia portrayed in the movie Ó Paí, Ó, considering aspects related to the construction of cultural identity. The baianidade, the expression used to define characteristics of “*modus vivendi*” of bahia people, more specifically, of those born in Salvador and Bahia Reconcavo, contains a series of representations found in compositions by Dorival Caymmi, Gilberto Gil and Caetano Veloso as well as in works of Jorge Amado. Understanding the process of building baianidade allows the identification of conduct embodied in the movie and its analysis, stimulating the search for answers to the theme suggested.

Keywords: “Ó Paí, Ó”. Baianidade. Clichê. Image. Identity.

1 Artigo recebido em 10-4-10. Aprovado em 20-4-10. Artigo apresentado na disciplina Tecnologias da Comunicação e Identidades Contemporâneas, do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi (UAM).

2 Mestranda em Comunicação na Universidade Anhembi Morumbi (UAM). Tese (em andamento): A representação do baiano no filme “Ó Paí, Ó”. Bolsista da CAPES. E-mail: barbaradelira@hotmail.com.

3 Doutora em História Social pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Pós-Doutora em Multimeios pela Unicamp. Orienta os seguintes temas: História e cinema, história do cinema, história do audiovisual no Brasil, gêneros cinematográficos em suas relações com a história e cinema documentário. Atua nas seguintes linhas de pesquisa: mediação, tecnologia e processos sociais. E-mail: sheilas@uol.com.br.

A imagem que o baiano tem, seja nas artes, seja no imaginário popular, foi construída ao longo da história. Entretanto, a dúvida sobre o que é identidade cultural ou mito paira no ar, pois até que ponto o que vemos na mídia é o retrato da realidade? A palavra baianidade representa uma Bahia folclorizada ou traduz comportamentos e hábitos culturais relacionados à origem do baiano?

A produção artística sempre foi um termômetro da efervescência e qualidade literária, musical e cinematográfica de renomados baianos que traduziram a Bahia sob perspectivas diferentes ao longo dos anos. Algumas de cunho social e de protesto, e outras em tom jocoso que remetem à comédia.

Se conduzirmos esses questionamentos para o filme “Ó Paí, Ó”, lançado em 2007 sob a direção de Monique Gardenberg,⁴ cujo roteiro foi baseado em peça de Márcio Meirelles,⁵ encontraremos características como sensualidade, malemolência e deboche que corroboram a tipificação dos personagens, assim como os indicadores de violência, prostituição, turismo sexual e racismo. Seriam apenas estereótipos culturais, sexuais e religiosos ou uma representação sociocultural que traduz hábitos, costumes e problemas que parecem não pertencer à Bahia?

“Ó Paí, Ó” retrata a rotina dos moradores de um cortiço no Pelourinho, deslocando-se no tempo para antes das obras de revitalização do Centro Histórico, na época do carnaval. Os principais personagens são um pintor, um artista e o aspirante a cantor de axé (Lázaro Ramos), um malandro-trafficante-racista (Wagner Moura), uma evangélica conservadora (Luciana Souza), uma mulher que vai para o estrangeiro, casa e volta para a cidade (Dira Paes), um taxista infiel (Érico Brás), uma morena brejeira vinda do interior para a capital (Emanuelle Araújo) para morar com a tia homossexual e dona de bar, chamada Neuzão (Tânia Toko). Além desses, há a baiana do acarajé, a vidente e o travesti.

Na primeira cena do filme, já podem ser identificados os principais elementos que nos conduzirão às caricaturas ao longo da trama. A personagem Manu vem caminhando pelas ladeiras do Pelourinho com toda a sua sensualidade, representada pelo longo cabelo ondulado, a pele morena e as roupas leves e curtas, em direção ao atelier do personagem de Lázaro Ramos, Roque. Enquanto ela caminha, ele canta e dança “É d’Oxum”⁶ deixando transbordar toda a beleza, a ginga, a sensualidade e os músculos bem definidos comuns ao negro.

4 Cineasta, diretora teatral e produtora cultural brasileira. Dirigiu os longas “Jenipapo” (1995) e “Benjamim” (2004).

5 Diretor teatral, cenógrafo e figurinista. Criou, em 1990, o “Bando de Teatro Olodum”, grupo teatral baiano formado somente por atores negros, com o qual lançou o espetáculo “Ó Paí, Ó” cujo texto e projeto de encenação deram origem ao filme de mesmo nome. Atualmente, é secretário de Cultura da Bahia.

6 Música do cantor e compositor baiano Gerônimo.

A referência ao Candomblé⁷ não se resume apenas ao afoxé nos movimentos de Roque, mas na letra da música, que tem como ponto máximo o encontro dos personagens e a contextualização da expressão “ó paí, ó”:⁸

“Nessa cidade todo mundo é d’Oxum
Homem, menino, menina mulher
Toda essa gente irradia a magia
Presente na água doce
Presente na água salgada e toda cidade brilha
Presente na água doce
Presente na água salgada e toda cidade brilha
Seja tenente ou filho de pescador
Ou importante desembargador
Se dar presente é tudo uma coisa só
A força que mora n’água
Não faz distinção de cor
E toda cidade é d’Oxum
A força que mora n’água
Não faz distinção de cor
E toda cidade é d’Oxum
É d’Oxum aiáiaíaiá, é d’Oxum ô, é d’Oxum.”

A afirmação “Nessa cidade todo mundo é d’Oxum” já representa o clichê de que o baiano nasce com um orixá, ou seja, vinculado ao Candomblé (erroneamente, considerado a religião com a maior quantidade de adeptos na Bahia). Além disso, há uma mensagem subliminar, pois Oxum é um orixá feminino que representa a mulher faceira, vaidosa e que exibe com orgulho colares e pulseiras tilintantes, feliz diante do espelho por se ver tão linda e sedutora. Além disso, “Toda essa gente irradia a magia” nos remete ao misticismo associado ao Candomblé e ao magnetismo que o baiano tem tanto em sua beleza quanto no seu modo de viver: alegre, gentil e malemolente.

Entretanto, “A força que mora n’água/Não faz distinção de cor” sugere que os baianos convivem numa cidade onde não há racismo, e onde todos são iguais. Aparentemente, a baianidade propagada nesses versos representa um estilo de vida em harmonia, os encantos da cidade e de seu povo, existente em um único lugar: a

7 Religião de raízes africanas simbolizada pelo culto a orixás.

8 “Ó paí, ó” – Olhe para aí, olhe! Essa expressão foi utilizada pela primeira vez pelo capitão português Manoel da Padaria à frente da Nau Bolseta, que, por infortúnio, perdeu-se da frota portuguesa no caminho para as Índias e veio parar na Bahia. Desde então, foi resgatada pelo povo baiano, assíduo leitor de Camões, já que se trata de um texto apócrifo d’Os *Lusíadas*.

Bahia. Porém, no decorrer do filme, veremos que essa fantasia também contém suas contradições.

Apesar de o filme se concentrar nos estereótipos, não se pode negar as tentativas de críticas sociais que sutilmente aparecem inseridas em alguns diálogos. Na cena em que a discussão entre os personagens Roque (Lázaro Ramos) e Boca (Wagner Moura) tomam rumos acalorados, existe uma forte referência ao preconceito, indispensável à história por simbolizá-la. A participação de dois atores globais também funciona como apelo para dar visibilidade às relações sociais em que o racismo se mostra frequentemente. Vale mencionar que as origens de Lázaro Ramos, vinculadas ao “Bando de Teatro Olodum”, dão dramaticidade à cena e funcionam como um ponto de identificação entre os negros, principalmente, os baianos.

Na sequência, Manu pede a Roque que a pinte para brincar o carnaval no bloco da Timbalada e mais uma enxurrada de clichês se apresenta: a espontaneidade associada à sensualidade da mulher; homens vestidos de mulher brincando, pacificamente, com os homossexuais num dos mais tradicionais blocos de rua – As Muquiranas –; foliões cheirando lança-perfume. Fica a mensagem de que, durante o carnaval, as diferenças desaparecem, e a expressão “ninguém é de ninguém” se materializa nas imagens dos foliões.

E, assim, ao longo do filme, as caricaturas vão surgindo através dos personagens que buscam representar o baiano. Mas de onde vem essa tal baianidade? Como ela se construiu e se consolidou?

Segundo o Prof. Albergaria (s.d.),⁹ entre os estudiosos baianos que se interessam pelo tema, podem-se considerar duas vertentes distintas: a que defende a teoria endógena e espontaneísta afirma que existiria um *ethos baiano*, cuja formação veio ocorrendo ao longo dos anos de colonização, da interação entre portugueses, escravos, índios e mestiços e do sincretismo; a outra afirma que tudo não passa de um mito constitutivo da identidade.

9 Trabalha como Professor Associado na Universidade Federal da Bahia (UFBa), na área de Antropologia, com ênfase em Antropologia do Cotidiano, Urbana e Histórica, atuando principalmente nos seguintes temas: mídia, carnaval, sociabilidade, simbolismo e baianidade. É membro do Departamento de Antropologia e Etnologia da UFBa há mais de vinte anos. Graduado em História pela UFBa (1974), DEA em Antropologia, Etnologia e Ciências das Religiões pela Universidade de Paris VII, Jussieu (1976), DEA em Sociedade e História Americanas pela Universidade de Paris I, Sorbonne (1978). Doutorado em Antropologia pela Universidade de Paris VII, Jussieu (1981). Tem larga experiência em pesquisa, incluindo o CNPq e é bastante conhecido no mundo acadêmico como polêmico conferencista. Paralelamente, mantém presença constante na imprensa local.

De acordo com Ribeiro (1995), não há como negar que surgimos da confluência, do entrechoque e do caldeamento do invasor português com índios silvícolas e campineiros e com negros africanos, uns e outros aliciados como escravos. Em sua obra: *O povo brasileiro*, o processo de gestação étnica do Brasil é esmiuçado em busca da compreensão da formação do brasileiro, assim como o estudo das linhas de diversificação que elucidam os regionalismos e a análise da propriedade fundiária e do regime de trabalho. Além dele, Risério (2004) em: *Uma história da cidade da Bahia*, apresenta a sua perspectiva histórica sobre o processo civilizatório da Bahia:

Até a década de 1950, a Cidade da Bahia e o seu Recôncavo permanecem compondo um espaço coeso, essencialmente tradicional. Ainda é a Bahia do saveiro, do terno branco, da vegetação exuberante, das ruas que se espreguiçam sob o sol. Tempos do chamado “enigma baiano”. Mas, a partir da década de 1960, tudo muda. Surgem estradas e distritos industriais. Avenidas, trevos e túneis. A Cidade da Bahia explode para todos os lados, experimentando problemas e tensões até então inéditos. O observador sente-se tentado a recitar Baudelaire: “...la forme d’une ville / Change plus vite, hélas!, que le cœur d’un mortel...”.¹⁰ A Vanguarda estética vira a mesa numa vida universitária livre e criativa. Uma nova geração vai criar o Cinema Novo e a Tropicália. Salvador se volta para o litoral norte, divorciando-se do Recôncavo Histórico. Os negromestiços se afirmam como tais. A metrópole preserva a sua memória. E agora, ao ingressar no século XXI, prepara-se para olhar no espelho – e meditar sobre o seu próprio sentido. (p. 455).

Do ponto de vista antropológico, está confirmada a constituição do povo baiano a partir da influência dos hábitos e costumes dos povos colonizadores, dos índios e dos escravos. Porém, a imagem do baiano também é coberta de preconceitos oriundos do século XVI, a partir da depreciação que os negros escravos sofriam por parte da elite, descritos como desorganizados e sujos, depois como analfabetos e sem conhecimento, e, finalmente, como preguiçosos. Em seguida, essa depreciação assumiu a forma da exclusão, assim como aconteceu com negros, índios e imigrantes nordestinos, nas Regiões Sul e Sudeste, quando, a partir da década de 50 (séc. XX), intensificou-se a imigração.

É possível que tal depreciação tenha sido uma forma de justificar baixos salários e viabilizar a contratação de mão de obra sem qualificação. Entretanto, quando se folcloriza, o discurso se desloca da realidade e ganha vida própria, criando uma força maior em relação à realidade. Dentro dessa perspectiva negativa referente ao baiano, podemos buscar algumas explicações nos rituais religiosos e nas ações midiáticas, pois, apesar de a identidade baiana ter sido construída historicamente,

10 O autor Antônio Risério faz uma breve citação do poeta francês Baudelaire, cuja tradução do trecho é: a forma de uma cidade / muda mais rápido, infelizmente, do que o coração de um mortal.

não se pode negar que houve grande participação da mídia na criação de um mito, reforçado que foi de acordo com os interesses da elite.

No Candomblé, existe uma cultura em que o trabalho não se contrapõe ao tempo livre, nem é uma obrigação, como no capitalismo. Assim como o lazer, a família, e os amigos, o trabalho é apenas mais um dos aspectos da vida. De acordo com a sociedade capitalista, chama-se *preguiça* o trabalho que não acumula capital.

No que se refere à imagem midiática, inicialmente, a preguiça foi associada ao migrante nordestino a partir da construção da rodovia Rio–Bahia, quando passaram a integrar o cenário das grandes cidades do Sul–Sudeste do País. Além desse discurso dos baianos que migraram para essa região do Brasil, aumentando seu bolsão de pobreza, foi criado o estigma da Bahia paradisíaca em que uma rede e uma água de coco condizem com o jeito preguiçoso de ser do baiano. Como o mercado turístico se desenvolveu fortemente, essa imagem foi criada a partir de um plano de governo junto com a Bahiatursa,¹¹ voltado para fomentar a indústria do turismo. Para a manutenção desse plano, fez-se necessária uma estratégia identitária que destacasse aquele estado ante os demais destinos brasileiros.

Dessa forma, foi reforçada a tal baianidade que nada mais é que uma representação do baiano e de seu modo de vida, aliada a características definidas e estruturadas, capazes de oferecer traços da cultura local. Dentre as diversas referências culturais e comportamentais presentes na cultura baiana, foi realizada uma triagem que pudesse compor um produto (turístico) conveniente às metas políticas e econômicas do Estado da Bahia.

Isso posto, podemos afirmar que os meios de comunicação se apropriaram de artistas que poderiam corroborar essa imagem de baianidade. Caymmi, no rádio, cantava a Bahia no samba e lançava a figura importante de Carmem Miranda, como constitutivo da ideia de baiana através da música “O que é que a baiana tem?”, reforçando o mito da Bahia no imaginário nacional. Jorge Amado, na literatura, promovia “Tietas” e “Gabrielas” numa atmosfera de vida paradisíaca à beira-mar. Caetano e o Movimento Tropicalista, na televisão, a TV Tupi, assim como os Novos Bárbaros. Por outro lado, “Mãe Menininha” surgia nos meios televisivos como um ícone da baianidade, já nos anos 70 (séc. XX), com propaganda de Duda Mendonça. Atrelada à indústria do turismo, veio a do carnaval, hoje, respaldada pelos meios virtuais povoados por sites e portais que apresentam várias camadas superpostas de imagens, que vão se acrescentando e se intensificando. Daí o mito do baiano ser

11 Empresa de Turismo da Bahia S.A., de economia mista, vinculada à Secretaria de Turismo do Estado da Bahia.

tão enraizado no imaginário popular como algo virtualizado que aparece em letras de músicas, em novelas, em filmes e na internet.

Ainda: a religiosidade baiana é caracterizada por uma variedade de religiões, sei-tas, igrejas, templos, terreiros, crenças separadas ou totalmente misturadas. “Ó Paí, Ó” aborda essa temática com clichês que nos remetem à malandragem de pais e mães-de-santo que se apropriam do discurso do Candomblé para ganhar dinheiro através de consultas desonestas. O que existe na Bahia é Candomblé com caboclos, mais novos, mais sincréticos. Ao mesmo tempo, o filme mostra o crescimento da crença evangélica em contraposição ao misticismo afro-descendente personificado na beata Joana. Em Salvador, o sincretismo vem perdendo espaço para as religiões evangélicas, que descartam a adoração de imagens, mas cresce, principalmente, entre as famílias com renda igual ou inferior a um salário mínimo.

A sexualidade é tratada no filme não apenas sob a perspectiva da morena Manu, mas da tolerância sexual e das relações como a que um homem casado tem (como amante) um travesti, ao mesmo tempo que uma dona de bar, homossexual, se insinua para uma professora da rede pública de ensino. Nas cenas em que o carnaval reaparece, vemos essa sexualidade nos blocos de rua ou na boleia do caminhão que conduz o trio elétrico, como, por exemplo, na cena em que Psilene senta no colo do motorista, o mesmo marido infiel que trai a esposa com o travesti. E até a beata demonstra seu apetite sexual ao se interessar pelas histórias picantes do travesti Iolanda ou ao conversar com Psilene, no terraço do cortiço, sobre o perfil sexual do gringo.

Outro clichê se evidencia na visão que o baiano teria do turista estrangeiro que chega até Salvador. Os filhos da beata circulam pelas ruas do Pelourinho furtando dinheiro e objetos deixados nas mesas dos bares, perambulam pelo Mercado Modelo¹² em busca de outras oportunidades para se beneficiar da distração dos turistas quando cobram dinheiro em troca de fotos, inclusive, se colocando como produto daquele destino turístico. A fantasia da baiana em acreditar que uma vida melhor depende da vontade de um estrangeiro de levá-la para casar e viver em outro país.

Uma temática que ainda desperta polêmica entre os baianos é a revitalização do Centro Histórico de Salvador, que culminou com a expulsão de moradores e comerciantes coagidos que foram a aceitar desapropriações impostas pela prefeitura e a continuação de problemas sociais relacionados à segregação racial, à prostituição e ao tráfico de drogas. Entretanto, o que poderia ser um excelente gancho para le-

12 Antigo centro comercial da cidade transformado num dos principais pontos turísticos de Salvador.

vantar tais questões e provocar uma reflexão sobre esse contexto foi abordado meramente como pano de fundo para o desenvolvimento de uma narrativa desconectada de um roteiro que alinhavasse os personagens.

Por outro lado, a abordagem da violência em meio ao carnaval parece não se encaixar na narrativa. No clímax da folia, quando todos os personagens aparecem em blocos de rua diversos como o *Olodum*, o *Ilê Aiê*, a *Timbalada* e *Daniela Mercury*, surge o assassinato dos filhos da beata Joana numa tentativa de crítica social, tendo como fundo a música Protesto do Olodum (Banda Mel). Nesse momento, todas as mazelas vividas pelos baianos vêm à tona através da letra desta música:

Força e pudor
Liberdade ao povo do Pelô
Mãe que é mãe no parto sente dor
E lá vou eu
Declara a nação
Pelourinho contra a prostituição
Faz protesto, manifestação
E lá vou eu.

A chegada da Aids é mencionada como uma mensagem subliminar que alerta para os riscos da prostituição e da falta de prevenção que existe entre os homossexuais:

Aids se expandiu
E o terror já domina o Brasil
Faz denúncia Olodum, Pelourinho
E lá vou eu.

O preconceito e o processo de exclusão e marginalização sofridos pelos baianos (e nordestinos), nas Regiões Sul e Sudeste do Brasil, também entram nessa miscelânea crítica através de referências feitas à África e ao racismo vivido pelos negros:

Lá e cá, Norte és cópia
Na Bahia existe Etiópia
Pro Nordeste o país vira as costas
E lá vou eu.
Moçambique hei!!!
Por minuto o homem vai morrer
Sem ter pão, nem água pra beber
E lá vou eu.

[...] Desmond Tutu
Contra o *apartheid* na África do Sul
Vem saudando o Nelson Mandela
O Olodum.

Em quase todo o filme, predomina o vocabulário, o sotaque e o estilo *nonsense* de ser do baiano. O escracho está presente tanto em situações quanto em diálogos, como se o baiano vivesse uma alegria independentemente das dificuldades sociais e econômicas típicas das classes menos favorecidas. Entretanto, a realidade baiana é permeada de preconceitos, exclusões e falta de oportunidades que contradizem a imagem de “Terra da Felicidade” que as campanhas promocionais anunciam. Isso também pertence ao conjunto de elementos que constitui a identidade baiana: um povo preguiçoso, alienado e que vive em função das festas populares.

Diante da Bahia mistificada e estereotipada e da situação socioeconômica e política que encontramos no cotidiano, será que a imagem de baianidade ainda desperta um sentimento de identidade entre os baianos? No imaginário de baianidade, temos, por exemplo, gastronomia regada a dendê, sincretismo religioso, sol e praia o ano inteiro, axé music e carnaval.

Apesar de a gastronomia ser um atrativo na cultura baiana, importante para o turismo, não podemos resumir um leque de opções, de restaurantes e cozinha internacional, japonesa e contemporânea, a moquecas e acarajés. Os restaurantes de culinária baiana são poucos e se limitam aos principais pontos turísticos. Na dieta do baiano, tem acarajé, tapioca, mariscos e dendê, mas também existe *Mc Donald's*.

Quanto ao paradigma do baiano folião e que não gosta de trabalhar, o turista encontrará pelas ruas muitos baianos catando latinhas pelo chão, segurando a corda dos blocos de carnaval ou vendendo água, cerveja e refrigerante em caixas de isopor carregadas na cabeça ou apoiadas em carrinhos de mão. Em todas as festas populares, a população se diverte, porém não deixa de lado a oportunidade de conseguir um dinheiro extra para complementar sua renda.

O filme mostra o baiano trabalhando durante o carnaval. Reginaldo surge como o motorista que conduz o trio elétrico; Negócio Torto cata as latinhas, outro surge como “cordeiro”¹³ enquanto a turma de Boca empurra os típicos carrinhos de café, preparados no atelier de Roque. Entretanto, cada um deles brinca o carnaval à sua maneira.

13 Pessoas que seguram a corda dos blocos de carnaval, garantindo a segurança dos foliões.

A narrativa ocorre em diversas versões, como a literatura nacional, a cultura popular, a mídia e os mitos, sendo capaz de materializar as representações que podem permitir ao indivíduo a identificação com a história atrelada à continuidade e à atemporalidade da identidade nacional. Segundo Hall (2005), uma identidade cultural enfatiza aspectos relacionados à nossa pertença a culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas, regionais e/ou nacionais. Isso cria uma vinculação a valores tidos como profundos e imemoriais.

Além disso, há o entendimento de que a invocação de mitos fundantes¹⁴ é outra das estratégias discursivas de construção da legitimidade-verossimilhança da ideia de nação, a elaboração da nacionalidade sobre a idealização de um povo, que se constitui pela supressão da pluralidade concretizada na suplementação do nacionalismo cultural, entendido como estrutura discursivo-ideológica, como aparato de poder.

É através dessa construção discursiva e ideológica que nasce o que Pinto (2001) chama “ideia de Bahia” e que, nos últimos anos, alguns autores como Risério (2004), entre outros, têm chamado “baianidade”. Autoridades políticas da Bahia como Antônio Carlos Magalhães (ACM) e a divulgação para promoção do estado como destino turístico pela Bahiatursa têm utilizado bastante esse conceito em suas práticas discursivas.

O quadro evolutivo mostra de que forma ocorreu a consolidação da baianidade.

Anos 30... Anos 60	Processo ideológico:	Anos 90...
A Bahia de Caymmi, Jorge Amado e Pierre Vergé é bucólica e praieira, folclorizada através da preguiça e malemolência do baiano, em que o sexo e a folia caminham juntos com a sensualidade da mulher brejeira. Temáticas: Saudade – belezas naturais – patrimônios – gastronomia – sensualidade – Candomblé e o Sincretismo – pescadores (viver do mar)	Consolidação do discurso da baianidade e da cidade de Salvador como produto turístico diferenciado (atrativos naturais e culturais) Em tempos de globalização econômica e mundialização cultural, a estratégia ultrapassa a simples reconstrução do perfil de um grupo.	ACM e a construção identitária: A baianidade encontra-se com o momento de redemocratização e de maior visibilidade política e massiva – <i>mídia</i>. Reafirmação das tradições afro-descendentes. Turismo e carnaval.

Quadro 1: A evolução da baianidade

Fonte: Prof. Dr. Roberto Albergaria em entrevista concedida ao site: <<http://www.sbpccultural.ufba.br/identid/semana1/alberga.html>>.

¹⁴ É o mito etiológico que explica a origem de um rito ou de uma cidade, um grupo, uma crença, uma filosofia, uma disciplina, uma ideia ou uma nação. Um mito fundador pode constituir um exemplo primário, como o mito de Íxion representou o exemplo primeiro de um assassino que se tornou impuro em razão de seu crime, necessitando, assim, de uma purificação pela *catarse*.

Esse processo inevitável desperta a atenção e o interesse do País pela região. De acordo com Albergaria,

Existe uma hiperpatrimonialização da Bahia, hoje tudo é patrimônio, o que existe na realidade não interessa, o que interessa é a lógica da representação. [...] Mas não interessa dizer isso, porque a imagem que vigora é a imagem da Bahia negra, tradicional, da natureza, da mística. Isso faz parte da própria construção da representação que nós temos, nossa representação coletiva, que é muito parecida com a nossa representação individual. [...] A identidade baiana é sempre parcial e minoritária. Mas, no mundo da hipermídia, da indústria cultural, da cultura do entretenimento, ela é conveniente. (INTERNET, s.d., s.p.).

Atualmente, percebemos que essa mesma Bahia folclorizada busca um padrão identitário moderno na sociedade contemporânea. Após o surgimento do Centro Industrial de Aratu e do Polo Petroquímico de Camaçari, no século XX, o processo de industrialização e modernização propôs uma revisão da baianidade. Como diria Hall (2005), a assim chamada “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e os processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social.

Enfim, considerando a proposta inicial de não apontar erros ou acertos em relação ao filme “Ó Paí, Ó”, mas promover uma reflexão sobre o universo que permeia a baianidade, vale destacar que a utilização pela mídia dos mitos e comportamentos personificados ao longo de contextos históricos permite uma análise realística, imparcial e consistente dessas caricaturas.

E, levando em consideração que personalidades baianas têm um apreço pela polêmica e muita ironia nas suas declarações, nada mais atual do que o comentário jocoso do ator Lázaro Ramos, em entrevista para o programa “Irritando Fernanda Young” (GNT):¹⁵ “Se a gente ficar triste, o turismo diminui”.

Referências

ALBERGARIA, Roberto. *O que é identidade cultural*. Disponível em: <<http://www.sbpccultural.ufba.br/identid/semana1/alberga.html>>. Acesso em: 31 maio 2009.

BAUDELAIRE, Charles. *Les fleurs du mal imagem*. Paris. Poulet-Malassis et de Broise. Libraires-Éditeurs. 1857.

HALL, Stuart. *Identidade cultural na pós-modernidade*. São Paulo: DP&A, 2005.

¹⁵ Programa exibido no dia 23 ago. 2009.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Raízes do Brasil*. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1973. Disponível em: <<http://www.vilammo.com/forum/index.php?showtopic=26522>>. Acesso em: 17 ago. 2009.

MOTA, Carlos Guilherme. *Ideologia da cultura brasileira (1933-1974)*. São Paulo: Ática, 2008.

MOURA, Milton. *Carnaval e baianidade: arestas e curvas na coreografia de identidades no carnaval de Salvador*. 2001. Tese (Doutorado), Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2001.

NOVA, Luiz; FERNANDES, Taiane. *Mais definições em trânsito: baianidade*. Disponível em: <www.cult.ufba.br/maisdefinicoes/BAIANIDADE>. Acesso em: 17 jun. 2009.

NOVA, Luiz; MIGUEZ, Paulo. *O mito baiano: viço, vigor e vícios*. Disponível em: <www.cult.ufba.br/enecult 2008>. Acesso em: 14 jun. 2009.

ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 2003.

PINHO, Osmundo S. de Araújo. *A Bahia no fundamental: notas para uma interpretação do discurso ideológico de baianidade*. Disponível em: <www.scielo.br/scielo.php>. Acesso em: 13 jun. 2009.

PINHO, Osmundo S. de Araújo. A Bahia no fundamental: uma interpretação do discurso ideológico da baianidade. *Rev. bras. Ciên. Soc.*, São Paulo, v. 13, n. 36, fev. 1998. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=0102-690919980001&script=sci_issuetoc>. Acesso em: 20 set. 2009.

PINTO, Roque. A Bahia reimaginada: como transformar um velho entreposto comercial em um novíssimo produtor de tradições. In: CONGRESSO VIRTUAL DE TURISMO (NAYA), 2001. Disponível em: <http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/roque_pinto.htm>. Acesso em: 22 jul. 2009.

RIBEIRO, Darcy. *O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

RISÉRIO, Antônio. *Uma história da cidade da Bahia*. Rio de Janeiro: Versal, 2004.

SODRÉ, Muniz. *Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.