

## A FESTA DO INTERIOR NA CAPITAL: O SÃO JOÃO DO PELÔ

Catarina Cerqueira de Freitas Santos<sup>1</sup>

**Resumo:** Nos últimos dez anos a festa junina organizada no Centro Histórico de Salvador tornou-se uma alternativa para aqueles que adoram o clima junino, mas não podem viajar. O propósito desse artigo é analisar a interferência do poder público na organização destes festejos populares, tendo em vista uma nova política de valorização do São João como um produto turístico, a partir do governo Jacques Wagner (2007-2010). Além disso, é importante compreender como ocorre o diálogo e o conflito de uma festa-espetacular com as manifestações populares existentes no festejo.

**Palavras-chave:** São João, Espetáculo, Cultura e Turismo.

Fogueira, bandeirola, milho, licor, amendoim e forró; um São João<sup>2</sup> de *verdade* está pronto! Na contemporaneidade, entretanto, uma série de manifestações da cultura popular – incluindo as festas juninas - tiveram o seu caráter transformado e recriado a partir da introdução de uma lógica mercadológica que tem como finalidade principal a promoção turística. Na Bahia, cidades como Amargosa, Senhor do Bonfim, Cachoeira e Cruz das Almas se consagraram como principais pólos de atração turística durante o período junino ao proporcionar aos visitantes uma festa-espetáculo com inúmeros shows em praça pública, além de outras atrações artísticas em eventos particulares, atraindo principalmente o público jovem.

A mobilização para as festas baianas no interior baiano durante o São João é muito expressiva, gerando longos engarrafamentos nas principais estradas de saída da capital. Segundo dados do Governo do Estado, em apenas um dia de festa em 2008, por

<sup>1</sup> Mestranda em Ciências Sociais pela UFBA e membro do grupo cadastrado pelo CNPq *Oficina Cinema – História*, coordenado pelo professor Dr. Jorge Nóvoa. E-mail: [catarinacerqueira@oi.com.br](mailto:catarinacerqueira@oi.com.br)

<sup>2</sup> As origens das festividades juninas remontam a um passado pagão europeu, quando, aproveitando o solstício de verão no hemisfério norte, realizavam-se práticas ligadas a fertilidade da terra com o objetivo de afastar maus espíritos, pestes e estiagens. A Igreja Católica, ainda na Idade Média, apropriou-se e cristianiza essa celebração, dando-lhe outra significação: a comemoração do batizado de Cristo, através da devoção à São João Batista. No Nordeste tal festejo além de está 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.



exemplo, aconteceram 2,6 mil shows no Estado, 1,7 mil viagens de ônibus e deslocamento de 300 mil carros.<sup>3</sup>

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, como por exemplo, no bairro da Saúde, no início da década de 90 surgiram os eventos *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 nunca foram consideradas uma alternativa aos festejos realizados no interior, uma vez que o valor do ingresso limita a participação de todos.

A partir de 2000, o Governo do Estado, em parceria com a Rede Bahia, 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 junina gratuita na capital. O projeto fazia parte do programa *Pelourinho Dia e Noite*, lançado em 1995, fruto de uma ação integrada com o IPAC, a BAHIATURSA e a CONDER,<sup>4</sup> que tinha o objetivo de oferecer espetáculos de música, dança e teatro para turistas e moradores no Pelourinho.

Naquela conjuntura, a gestão estatal era comandada por César Borges (1998-2002)<sup>5</sup> que tinha como uma de suas metas transformar a Bahia em um dos principais destinos turísticos do Brasil. Nesse sentido o campo cultural passou a estar totalmente subordinado ao turismo na Bahia, de forma que a lógica de indústria cultural fosse defendida e implementada pelas políticas estatais<sup>6</sup>.

O desenvolvimento da “vocação natural” da Bahia para o turismo foi assentado na valorização de alguns aspectos concentrados essencialmente na capital e na região do

<sup>3</sup> <http://www.bahiaemfoco.com/noticia/6782/sao-joao-da-bahia-sera-produto-turistico-nacional>

Acessado no dia 19 de novembro de 2008.

<sup>4</sup> IPAC - Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia; BAHIATURSA – Empresa de Turismo da Bahia - é uma empresa de economia mista vinculada à Secretaria de Turismo, sendo responsável pela divulgação e promoção turística da Bahia, no Brasil e no exterior; CONDER - Companhia de Desenvolvimento Urbano da Bahia.

<sup>5</sup> Posteriormente a gestão de Paulo Souto (2002 -2006), também do PFL, deu prosseguimento as ações do seu antecessor.

<sup>6</sup> KAUARK, Giuliana. *Política cultural no estado da Bahia Gestões de César Borges (1998-2002) e Paulo Souto (2002-2006)*

In:[http://www.cult.ufba.br/arquivos/Politic%C3%A9s\\_Culturais\\_da\\_Bahia\\_Cesar\\_Borges\\_e\\_Paulo\\_Souto\\_Giuliana\\_Kauark.pdf](http://www.cult.ufba.br/arquivos/Politic%C3%A9s_Culturais_da_Bahia_Cesar_Borges_e_Paulo_Souto_Giuliana_Kauark.pdf) Acessado em 01 de abril de 2011

recôncavo baiano - como o carnaval de Salvador, o verão e as praias, o axé music, o acarajé, o Pelourinho. Dessa forma o projeto *São João é no Pelô* deve ser entendido nesse contexto apenas como uma promoção do Pelourinho enquanto um local onde sempre haveria programações culturais durante todo o ano – o lócus identitário da Bahia, e não como promoção da festa do São João em si, uma vez que esse festejo nunca se enquadrou no pacote da “baianidade”. No interior da Bahia, por exemplo, os investimentos estatais destinados à realização de festas juninas eram ínfimos.

A partir de 2007, com a conjuntura política alterada a partir da eleição de Jacques Wagner para o governo da Bahia, a organização do São João pelo governo estatal também sofreu mudanças, pois agora ele também seria um produto turístico. 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 turísticos, 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. O saldo da festa foi positivo e considerado um sucesso.<sup>7</sup>

Nos anos de 2009 e 2010 o “produto” São João já estava consolidado, segundo as entrevistas televisionadas pelo então secretário de turismo Domingos Leonelli. E mesmo no ano de 2010 quando o centro da festa migrou do Pelourinho para a Praça Castro Alves – causando a revolta dos comerciantes que tem os seus estabelecimentos no Pelourinho -, devido à proibição do IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) que impedia a montagem de grandes palcos e decorações que dificultassem a visão do patrimônio histórico, o público compareceu em grande volume.

---

<sup>7</sup> [www.saojoaodabahia.com.br](http://www.saojoaodabahia.com.br) Acessado em 30 out. 2008

Jacques Wagner, ao assumir o governo, criou uma Secretaria exclusiva da Cultura com a proposta de reverter a lógica da política cultural dos governos anteriores, quando existia uma subordinação da cultura baiana (considerada sempre de forma homogênea) 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 Bahiaturisa.

É possível identificar, por exemplo, na campanha publicitária realizada pela Bahiaturisa, a necessidade de enaltecer as semelhanças entre o São João dos 417 municípios baianos onde, segundo o Governo do Estado, a festa ocorre. Dessa maneira uma única imagem, ou seja, um único produto passaria a ser vendido pela campanha, com o intuito de atrair turistas habituados a irem a outros estados nordestinos, também para a Bahia. Nessa perspectiva o São João é considerado como festejo culturalmente singular de um estado inteiro apesar de, na realidade, o São João não ser o mesmo nos 417 municípios.

*O Arraiá de Todos Nós*, no Pelourinho, começa geralmente logo após a trezena de Santo Antônio e conta com festivais de quadrilhas infantis e profissionais, grupos de samba de roda, trios de forró além de outras manifestações artísticas. No ano de lançamento do projeto o grupo de forró Trio Nordestino, completando 50 anos de formação, foi o grande homenageado da festa. Ocorreram shows de artistas renomados como Alceu Valença, Daniel e Daniela Mercury. O show de Daniela Mercury merece uma atenção especial: o que estaria fazendo uma das grandes expoentes do axé baiano em um São João aonde seus organizadores o proclamaram 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 havia nenhum paradoxo na sua apresentação naquele 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.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Entrevista concedida na Secretaria de Turismo no dia 21/10/2008.

Percebe-se a partir dessas informações 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 ser reproduzida em qualquer outro lugar que tivesse uma estrutura mínima de acolhimento aos turistas.. 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 com 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 há uma ornamentação contendo alguns elementos simbólicos do São João – já que o resgate da idéia de tradição é importante para legitimar o espetáculo. 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 estão estruturados nos 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 o motor de desenvolvimento da economia, 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 João é no Pelô* era promovido por essa emissora. Já em 2008, com a nova conjuntura política na qual o grupo da TV Bahia compõe a oposição da atual gestão do Governo da Bahia, houve pouco empenho da rede de televisão na divulgação das atrações que estavam ocorrendo no Centro Histórico.

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 das pessoas, em estado de “efervescência” coletiva que propicia a possibilidade de transgressão momentânea das normas. Essa mesma noção está presente em Bakhtin (1999) quando ele 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 (2003, p. 143):

*O sentido do tempo nas culturas populares será bloqueado por dois dispositivos convergentes: o que deforma as festas 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.*

Entretanto, ainda que a lógica de organização do São João pelo Estado e por empresas privadas ligadas a mídia esteja pautada no preparo de um grande espetáculo com fins lucrativos, a população se apropria da festa e a ressignifica a sua maneira. As quadrilhas juninas organizadas nas diversas comunidades populares de Salvador (Pau Miúdo, Caixa D’água, Cabula e Uruguai) têm na festa de São João do Centro Histórico um dos poucos espaços de apresentação dessa manifestação cultural.

Como tudo que faz parte da cultura, o costume de dançar quadrilha se transformou, incorporando novos ritmos, novos passos e novos símbolos. A quadrilha se tornou cada vez mais *estilizada* e se adequou às transformações das festas juninas. A grande peculiaridade das quadrilhas baianas é que a estilização veio acompanhada da

introdução de elementos da cultura afro nos movimentos da dança e no ritmo da música, acentuadamente marcado por batuques e batidas fortes. Nas quadrilhas da atualidade não existe mais espaço para a improvisação e não há mais a espontaneidade tão característica da dança, porque agora ela tem de estar enquadrada nos parâmetros dos concursos promovidos pelos órgãos estatais ou por redes de televisão; ou seja, estão se tornando mais profissionais. Esse processo de espetacularização das quadrilhas acarretou em uma diminuição significativa dos grupos da capital. Segundo Carlos Brito, presidente da FEBAQ (Federação das Quadrilhas Juninas), em 1989 havia 120 quadrilhas em Salvador, já em 2011 só restaram 5 grupos que resistem com muita dificuldade.

Além das quadrilhas, o samba junino também é uma manifestação popular que mescla elementos da cultura afro-brasileira com elementos tradicionais do São João. Um variante do samba duro, o samba junino surgiu em bairros como Liberdade, Engenho Velho de Brotas e Engenho Velho da Federação e tem, atualmente, dentro da programação do São João do Centro Histórico um espaço garantido.<sup>9</sup> No ano de 2007 foi realizado o I Festival de Samba Junino do Pelourinho a partir da solicitação da comunidade residente e de comerciantes do Pelourinho, uma vez que essa manifestação esteve ausente por 16 anos na programação das festas que o Governo Estadual promovia no centro antigo de Salvador.<sup>10</sup> Esse fato demonstra que a festa, além de tudo, também é espaço de afirmação e disputa.

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. 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.

<sup>9</sup> <http://www.saojoabahia.com.br/programacao/salvador/> acessado em 11 de junho de 2010

<sup>10</sup> <http://www.comunicacao.ba.gov.br/noticias/2007/06/21/noticia.2007-09-16.5101758726>, acessado em 23 de janeiro de 2009.

A ressignificação 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 saiu da cidade uma oportunidade de na capital relembrar 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 Amargosa ou em pequenas festas de bairro.

A indústria cultural e o poder público jamais vão conseguir interferir na espontaneidade da cultura popular e nos ciclos de sociabilidade criados durante o festejo. Segundo Pesavento (2008, p. 34):

*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.*

#### **Bibliografia:**

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

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

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

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.

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

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

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

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

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 Jaques Wagner – 2007**. Salvador: Edufba, 2008.

TINHORÃO, José Ramos. **As festas no Brasil Colonial**. São Paulo: Editora 34, 2000.

\_\_\_\_\_. **Cultura popular: temas em debate**. São Paulo: Editora 34, 2001.

KAUARK, Giuliana. **Política cultural no estado da Bahia - Gestões de César Borges (1998-2002) e Paulo Souto (2002-2006)**. Disponível em:

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

<http://comercial.redeglobo.com.br/feiradeeventos/projetos/SJPELO.pdf> Acessado em dezembro de 2008

<http://www.comunicacao.ba.gov.br/noticias/2007/06/21/noticia.2007-09-16.5101758726>. Acessado em 23 de janeiro de 2009.

[www.saojoaodabahia.com.br](http://www.saojoaodabahia.com.br) Acessado em 11 de junho de 2010

[http://www.cult.ufba.br/arquivos/Políticas\\_Culturais\\_da\\_Bahia\\_Cesar\\_Borges\\_e\\_Paulo\\_Souto\\_Gi%E2%80%A6.pdf](http://www.cult.ufba.br/arquivos/Políticas_Culturais_da_Bahia_Cesar_Borges_e_Paulo_Souto_Gi%E2%80%A6.pdf) Acessado em 01 de abril de 2011