

“BAIANIDADE”, POLÍTICA E A CONSOLIDAÇÃO DO TURISMO NA BAHIA NAS DÉCADAS DE 1950 A 1970.

ANSELMO FERREIRA MACHADO CARVALHO*

Este artigo objetiva perceber quais representações da Bahia estavam associadas à atividade turística, ou pelo menos, o que foi produzido enquanto identidade baiana ou “baianidade”¹, paralelamente às investidas públicas na área. Constatamos que as características da Bahia escolhidas como importantes para serem divulgadas variavam conforme a concepção do que se entendia por turismo em cada período que analisamos.

No entanto, alertamos o leitor que as representações da Bahia serviram também para reivindicar espaço político. Dois casos foram emblemáticos² e merecem uma pequena explicitação, antes de adentrarmos aos usos mais econômicos das representações pelo turismo.

As representações da Bahia são bastante antigas e difíceis de se marcar no tempo. Alguns estudiosos acreditam que desde a chegada dos portugueses aqui, nos meados do século XVI, que a Bahia se diferenciava das demais regiões pelas suas características próprias. (RISÉRIO, 2004) Durante o século XIX, uma literatura já se reportava às mulheres baianas como figuras representativas da sensualidade e da graciosidade. (MOURA, 2001)³ Quando se tratava de reivindicar um projeto político como foi a independência brasileira, por exemplo, alguns políticos baianos que defendiam o ideal e um horizonte republicano para o Brasil no início do século XIX (deputados das cortes) a consideravam uma nação à parte - o “povo baiense” - diferentemente das outras províncias e em posição similar de grandeza em relação a uma identidade nacional ainda precária. (JANCSÓ, 1999)

Nas décadas iniciais da República a Bahia perdera o seu espaço político e se apresentou por meio dos discursos de suas elites letradas, que também eram políticas, como contraponto a outras identidades regionais que buscavam uma representatividade dentro da

* Graduado em História pela UFBA, especialista em História pela Faculdade São Bento da Bahia, Mestre em História pelo PPGH da Universidade Estadual de Feira de Santana. E professor do IFBA.

¹ A minha definição de baianidade se resume em concebê-la como um conjunto de elementos que serviram para definir a Bahia, dentre os quais, os referenciais do seu patrimônio histórico e arquitetônico, sua história, seus elementos mais tradicionais e os elementos mais populares, como sua gente, ou mesmo certo “modo” de vida dos baianos. A música, a culinária, as festas populares, a figura da baiana de acarajé, os artistas baianos, escritores, de um modo geral, contribuíram para estabelecer um ideal de baianidade.

² O autonomismo na primeira metade do século XX e o carlismo a partir dos finais da década de 1960.

³ Este autor faz menção à personagem Rita Baiana do romance *O Cortiço* de Aluísio Azevedo.

nação. (LEITE, 2005) No pós-1930, o movimento autonomista também reivindicou um espaço para a Bahia, mas desta vez em contraposição ao governo federal, marcado por forte centralização. Na Bahia, o autonomismo⁴ representou em grande medida uma referência a determinados elementos da “baianidade”, aparecendo em seus discursos a recorrência à própria expressão.⁵

A “baianidade” autonomista atendeu a interesses políticos e se reportava para a defesa de uma Bahia tradicional, dos valores do seu passado e dos seus filhos ilustres, desamparados que estavam com a nova situação política do estado. Esta elite não se contentava com a intervenção de Getúlio Vargas. Na verdade, era uma elite liberal, ansiosa de voltar ao poder e que tinha em suas hostes nomes importantes da política baiana como Otávio Mangabeira, Antônio Balbino, Simões Filho etc. Na década de 1930, disputaram eleições para o legislativo e foram reprimidos pelo golpe de 1937. Já no pós-Estado Novo, organizam-se na Concentração Democrática Autonomista, unindo as oposições contra os aliados de Vargas. Esta união resultou na vitória de Octávio Mangabeira para o governo da Bahia em 1947.

Entendemos que nos anos 1930, o próprio lema da Concentração Autonomista de que “a Bahia ainda era a Bahia” refletia uma identidade do grupo e um projeto político alternativo ao centralismo de Vargas, ao passo que “reintegrar a Bahia a posse de si mesma” também representou, na segunda metade da década de 1940, um sentimento de autonomia. Desta forma, entendemos a baianidade destes segmentos como expressão de um momento singular da história da Bahia: a perda de espaços políticos no cenário nacional ao longo das primeiras décadas republicanas e que se intensificou com a chamada revolução de 1930.

Uma boa parte da elite baiana havia sido exilada e expurgada pelo poder central. Em resposta a isso, mobilizações pragmáticas foram tomadas, mas, também, no campo simbólico foram perpetradas representações que expressavam seus anseios na tentativa de estabelecer um consenso entre os baianos. Na década de 1940, especificamente no pós-Estado Novo, os autonomistas chegaram ao poder na figura de Otávio Mangabeira. Tal fato evidenciou a

⁴ Durante o processo de implantação das interventorias, houve, a nível nacional, movimentos voltados para a defesa da manutenção da autonomia estadual. De um modo geral, esses movimentos podem ser classificados, guardadas as devidas especificidades regionais, de autonomistas: opunham-se à intromissão direta do poder central na estrutura político-administrativa dos estados, através dos interventores. (SILVA, 2000)

⁵ “Contra esses é que o autonomismo se levanta, como uma bandeira da bahianidade. Uma bandeira que não almeja criar distinções entre os brasileiros, nem pretende excluir os filhos de outros estados que vivem e trabalham, concorrendo para a grandeza e o progresso da Bahia” (A TARDE, 1950).

associação das características da baianidade aos valores que representavam a democracia, o civismo (entenda-se aí também a garantia dos direitos civis como o voto) e a defesa das liberdades. No dizer do próprio Mangabeira, “um dos aspectos que reputo como mais importantes é o de melhorar os costumes brasileiros, porque a democracia é por sua índole, regime civilizado, de boa educação democrática, sem educação, sem regras civilizadas, já deixa de ser democracia”.(MANGABEIRA, 1946)

Assim, as características mais expressivas da Bahia e que foram elemento de identificação para os autonomistas foi o forte teor regionalista, o caráter cívico dos baianos, as suas potencialidades, os seus valores que engrandeciam a nação e, sobretudo, o sentimento de bahianidade que deveria mover os baianos contra o momento desfavorável, que segundo eles, foi marcado pela chamada “Era Vargas” e os seus seguidores na Bahia.

Passados alguns anos, já no período da ditadura militar, principalmente a partir de 1967 e no decorrer da década de 1970, outra figura que teve relevante importância no processo de modernização baiana se apropriou também de representações da Bahia – muito mais para construir uma imagem pública favorável em tempos de ditadura do que reivindicar um espaço perdido.⁶ Este sujeito foi Antônio Carlos Magalhães.⁷

Faço a ressalva de que nosso objeto não é um estudo da apropriação da baianidade por ACM, mas ressalto, porém, que é importante frisar ao leitor que este sujeito procurou associar sua imagem às representações da Bahia que foram utilizadas também pelas políticas do turismo. Alguns estudiosos afirmaram que ele foi um político midiático, sobretudo na década de 1980, quando adquire os direitos de retransmissão da TV Globo e a partir disto constrói um império das comunicações na Bahia. (RUBIM, 2001)

A “idade média”⁸, com menos intensidade é verdade, se apresentou, a nosso ver, já na década de 1970, quando este mesmo sujeito procura se associar ao que considera a melhor representação da Bahia. Nos anos finais da década de 1960, e principalmente no decorrer dos

⁶ Ao privilegiar estes dois movimentos políticos baianos, respectivamente, o autonomismo e o carlismo, não negligenciamos que outros agrupamentos se furtaram a utilizar o arcabouço simbólico de representações da Bahia e dos baianos para fins de uso político.

⁷ Nascido em 1927 em Salvador-Bahia ingressou na vida pública em 1954, como deputado estadual pela UDN, elegendo-se posteriormente deputado federal, prefeito biônico de Salvador (1967-1970), Governador por três vezes (1971-1975) (1979-1983) e (1990-1994), ocupou a presidência da Eletrobrás no Governo Geisel e foi Ministro das comunicações no governo Sarney e, em 20-07-2007 morreu exercendo o mandato de senador da República.

⁸ Expressão que associa o êxito político de ACM aos usos midiáticos de sua imagem. .

anos 1970, quando a Bahia esteve sob a liderança de Antônio Carlos Magalhães, observador atento e sensível aos grandes debates no tempo dos autonomistas, uma nova apropriação de características da Bahia passa a ser veiculada, agora, com outros contornos.

Estudos importantes sobre Antônio Carlos Magalhães⁹ demonstram o quanto sua ação junto aos militares foi importante, e o quanto seu carisma e tradição aliados a um ambiente autocrático foram decisivos para seu êxito. Também pelos seus próprios discursos ficava evidente a sua vinculação ao projeto da “Revolução de 64” e a sua defesa à premissas deste projeto,

A síntese que a revolução de março está realizando, e que a autentica como verdadeira revolução reside nas reformas para o desenvolvimento econômico, social e político - reformas desejadas e apoiadas na sociedade nacional, porque empreendidas em seu único benefício. Muitas dessas reformas, ou quase todas, seriam impossíveis no clima de ordem e estabilidade política em que foram efetuadas, sem a ação revolucionária, inclusive sem a plenitude dos poderes que revolucionariamente se concedeu ao executivo. (MAGALHÃES, 1972)

Antônio Carlos Magalhães teve a “sensibilidade” de apropriar-se das representações de Bahia, tanto aquelas que se reportavam a uma Bahia elitista e intelectual quanto àquela Bahia de Jorge Amado da presença dos elementos sensuais, afro-baianos e populares. (AMADO, 1982) A percepção disto lhe rendia uma imagem favorável, mesmo em tempos de regime ditatorial. As suas aparições públicas serviam para mostrar as obras da modernização nas quais estavam presentes os políticos aliados (geralmente os ministros), elementos do povo, figuras religiosas, baianas de acarajé e artistas. Isto fazia confluír para si uma identidade da qual todos os baianos deveriam compartilhar.

Peter Burke, em estudo sobre as representações de Luís XIV, enfatizou como a imagem do monarca foi construída ao longo de seus 72 anos de reinado na França no século XVII. (BURKE, 2009) Resguardada a distância temporal para a Bahia contemporânea, o autor traz importante contribuição para pensarmos como a propaganda estava a serviço do poder e quais foram os seus efeitos sobre o mundo externo, no caso os súditos do rei, os estrangeiros e a posteridade.

⁹ Ver (DANTAS NETO, 2006) Ver (DIAS, 2009) onde o autor nos coloca as disputas intestinas entre as frações das elites baianas na conquista de espaços políticos durante a ditadura militar. Dias nos mostra como o carlismo foi bem sucedido em suas operações políticas frente aos outros grupos dominantes: os juracissistas, os vianistas e os lomantistas.

Na Bahia, ACM não só se preocupou com sua imagem, mas também com a publicidade do estado, como verificamos no tópico propaganda do seu plano de governo. Em seu artigo, primeiro expressava:

A publicidade dos órgãos da administração pública estadual fica centralizada no gabinete do governador. As entidades da administração indireta, inclusive sociedades de economias mistas em que o estado não possua o controle acionário, observarão instruções especiais expedidas pelo mesmo gabinete. (JORNAL DA BAHIA, 1971:04)

Um exemplo emblemático disto foi a cena do carnaval de 1975, com os músicos Dodô e Osmar em capa do Diário Oficial daquele ano, e a referência à execução música “a Bahia vai bem”¹⁰ de Batatinha e Ederaldo Gentil, que se reportava ao momento de desenvolvimento da Bahia. A matéria era enfática no agradecimento dos músicos inventores do trio elétrico ao governador. Nas palavras dos músicos,

Este ano sairemos no tradicional caminhão e levaremos a fôbica em cima, arrodeada, de um bolo com 25 velas em homenagem ao jubileu de prata. O tema será “a Bahia vai bem”, numa prova do nosso reconhecimento ao trabalho do governador Antônio Carlos. (DIÁRIO OFICIAL DO ESTADO DA BAHIA, 1975)

ACM foi um político que, como poucos, aproveitou-se de momentos como estes, nos quais sua imagem fosse positivada e associada aos elementos de uma identidade baiana vinculada ao aspecto festivo e carnavalesco. Em resposta à sua modernização, o apoio e a “negociação” com artistas baianos era evidente. Falava o governador desta forma aos músicos, “para que vocês tenham condições de exportar sua música, que considero a mais autêntica de todo o Brasil”, expressando a sua “baianidade”.

É interessante flagrar, e para o historiador muito mais ainda, os sujeitos históricos em seus conflitos e tensões. Para o nosso caso, o projeto modernizante estava em processo e ACM como um dos seus dirigentes sabia negociar estas tensões, trazendo para si ganhos políticos e imagéticos. PINHO (2010) mostra justamente isso, a relação entre os grupos negros que se organizavam em blocos afros e o Estado, representado pelas suas políticas de

¹⁰ Letra e música de Ederaldo Gentil e Batatinha gravada pelo primeiro em 1976 e executada um ano antes no carnaval por Dodô e Osmar. A letra era a seguinte: “A Bahia vai bem, como vai meu bem querer, A Bahia vai bem, obrigado a você; O estado que mais se agiganta; A paisagem mais linda do nosso país, trabalhando com amor e cantando; O povo bahiano é um povo feliz.”

Cultura e Turismo. O choque que foi a entrada pela primeira vez de um bloco afro na avenida, o Ilê Aiyê em 1974, precisou ser intermediado pelo governo, para que não desagradasse setores de apoio no setor carnavalesco, que não aceitavam, a incorporação dos elementos afros.

A maneira como a imprensa baiana reagiu às aparições de ACM não eram diferentes, principalmente na ocasião de sua posse como governador em 1971. O empresariado baiano manifestava o seu apoio ao governo em repetidas notas nos principais jornais da capital:

A Federação das Indústrias, o CEIBA, o SESI e o SENAI integrados no movimento de desenvolvimento do estado procuraram dar maior impulso às suas atividades técnicas e sociais em perfeita comunhão com o govêrno, através de uma fecunda política de mãos dadas, objetivando proporcionar à comunidade baiana níveis de progresso e bem estar à altura dos seus justos anseios. Neste momento em que o Dr. Antônio Carlos Magalhães assume os destino da nossa terra, o empresariado industrial reafirma sua confiança inabalável na continuidade do processo de desenvolvimento da Bahia. (TRIBUNA DA BAHIA, 1971: 10)

A cartilha governamental (MAGALHAES, 1975) no término do mandato, em 1975, refletia as representações (discursos que ordenam a realidade) do processo de modernização dirigida em seu governo. Pensar a cartilha é colocar os aspectos culturais em evidência na construção da identidade, os sistemas representativos e os seus usos políticos. Todavia, não são representações “soltas”, desvinculadas, pelo contrário, remetiam a um pano de fundo, ou estrutura bem maior, a modernização baiana.

A imagem de ACM era associada a um novo momento pelo qual passava a Bahia, desconstruindo o “enigma baiano” e apresentando uma “Bahia nova”, mostrada sem pobreza, desigualdades sociais, conflitos e com o pé no desenvolvimento, aliás, dizia ACM que “em nosso Estado não há possibilidade de eclipse, porque nele brilha o sol do desenvolvimento”.(MAGALHÃES,1973) Se esta associação aos elementos da baianidade lhe rendeu frutos políticos neste período, é difícil mensurar, pois as escolhas e nomeações a cargos eletivos dependiam muito mais da aproximação com os militares do que da escolha popular. No entanto, podemos perceber que em nível de políticas públicas os rendimentos foram muitos, sobretudo quanto ao uso destas representações para fins econômicos.

Se falar de uma Bahia “com seu passado glorioso, suas honrosas tradições, o valor de seus filhos, o seu enorme potencial, a grandeza de sua vontade (...)” (MAGALHAES, 1979) servia para rememorar as tradições de suas elites políticas, por outro lado, reforçava a ideia de que Salvador, principalmente, deveria ser

a cidade de todos os brasileiros, custódia de nossas mais autênticas tradições e onde se casam, harmoniosamente, passado e presente, história e progresso, culto de fé e crença inabalável na força do homem. Cidade do sincretismo religioso, da miscigenação afetiva, do comportamento cordial e da hospitalidade. Cidade não somente para exigir ao turista extasiado seus valores estéticos, seu exotismo ou seu pitoresco, como ainda metrópole de conforto, lazer e segurança para seus habitantes. (MAGALHAES, 1979)

ACM já dava sinais de alguns dos elementos a serem explorados pelo turismo, no entanto um passeio histórico nos obriga pensar em mais elementos. Penso nisto baseando-me na periodização feita por (QUEIROZ, 2001). Durante a primeira fase do turismo, ou seja antes de 1962, as investidas tímidas e o público mais internacional do que nacional, exigiram representações mais voltadas para uma caracterização dos baianos a partir do que se veiculou através da literatura.

Nesta época surgiam os guias de turismo. Estes cumpriam a função dupla de informar o turista sobre a cidade e, ao mesmo tempo, narrar, a partir de uma linguagem mais literária, figuras populares, lugares da Bahia, especialmente Salvador, e aproximar ao máximo o cotidiano da velha capital para o seu leitor. Como resposta a uma demanda pequenina de turistas e voltado mais para a exploração de aspectos da vida cultural baiana e do casario antigo das cidades históricas, estes guias, resumidamente, “constituem-se como demonstração dessa ‘verdade interior’ da Bahia, descrita essencialmente popular e como doadora de valores intrinsecamente nacionais para o Brasil como um todo”.(PINHO,1998:07)

Podemos ainda considerar esta série de livros publicados desde a década de 1940 como uma espécie de guias turísticos especializados. Alguns deles apareciam com nomes sugestivos, Jayme Góes escreveu “*Festas tradicionais da Bahia*”; Carlos Torres, “*A Bahia cidade feitiço*”; e “*Imagens da Terra e do Povo*” foi escrito por Odorico Tavares. O mais famoso deles é o livro de Jorge Amado “*Bahia de Todos os Santos: guia de ruas e mistérios*”.

Alguns destes guias baianos são da primeira metade do século. São exemplos as publicações de Afrânio Peixoto de 1945 e Manuel Querino¹¹ que teve nova edição publicada no ano de 1955. O detalhe é que fotografias e pinturas de artistas baianos do período ressignificavam o conteúdo incorporadas às matérias dos originais. Carybé mesmo, na reedição de “*A Bahia de Outrora*”, ilustrou as passagens que retratavam os lugares, os monumentos históricos e os festejos populares de Salvador. Este guia de Manoel Querino tem suas particularidades. Ele foi um misto de pré-propaganda dos festejos populares da Bahia, do candomblé, temperado com uma antropologia dos costumes baianos, das “superstições” e de uma história factual da importância da Bahia nos eventos nacionais como a Guerra do Paraguai.

No plano nacional, outros escritores como Gilberto Freyre (FREYRE, 1990) se preocuparam em definir quem era a Bahia e os baianos. Por sua vez, no guia e livro de Jorge Amado, “*Bahia de Todos os Santos*” (1945), o cenário e os tipos baianos são referências centrais. Amado apesar de contribuir bastante para a divulgação da Bahia negra, não abandona aspectos identitários que foram representativos das elites, a exemplo dos notáveis baianos como Castro Alves e Rui Barbosa, assim como a referência ao patrimônio natural e religioso baiano.

Segundo Encarnação, o diferencial mesmo de sua obra – considerando que Amado não foi pioneiro na Bahia a positivar a cultura afro-baiana - foi o alcance dela, chegando a vários estados do Brasil e no exterior. (ENCARNAÇÃO, 2010) Os demais guias circulavam apenas na Bahia e quiçá em Salvador. A prefeitura comprava alguns exemplares, mas sua distribuição não era relevante, até mesmo porque o público leitor era de fora do estado e não se tinha a preocupação da receptividade, como veremos mais adiante.

Jorge Amado como um dos proponentes desta “baianidade” nos falava em uma identidade baiana como um “estado de espírito”, ou seja, para os não baianos, turistas e estrangeiros era possível tornar-se baiano assimilando o que considerava uma vivência específica:

¹¹ (PEIXOTO, 1945). A primeira edição é de 1916. O livro de Querino é nitidamente um livro de memória e o de Afrânio uma mistura de memória, curiosidades e homenagem à Bahia, no entanto, cumpriam também uma função de divulgação da Bahia, fato que não compromete a sua inserção como “guias” de turismo.

Baiano que dizer quem nasce na Bahia, quem teve este alto privilégio, mas significa também, um estado de espírito, certa concepção de vida, quase uma filosofia, determinada forma de humanismo. Eis porque homens e mulheres nascidos em outras plagas, por vezes em distantes plagas, se reconhecem baianos. (...) E como baianos são reconhecidos, pois de logo se pode distinguir o verdadeiro do falso. Aqui entre nós: tem gente que há vinte anos tenta obter seu passaporte de baiano e jamais consegue, pois não é fácil preencher as condições e como diz o moço Caymmi, nosso poeta, “quem não tem balangandãs não vai ao Bonfim” (AMADO, 1982)

A literatura baiana do período, a musicografia, em especial as canções de Dorival Caymmi, representaram uma Bahia mais popular e negro-mestiça, em contraposição à uma Bahia elitista que emergia da maioria dos discursos dos políticos da época.

Todavia, os elementos afro-baianos, em especial o candomblé, não foram exclusividade dos literatos baianos apenas, eles foram apropriados também pelos artistas modernistas de *Caderno da Bahia*. Esta revista foi uma das possibilidades de expressão de artistas baianos de tornar a Bahia moderna, através da arte, ressignificando-a partir de símbolos afro-baianos. (GROBA, 2012)

No entanto, isto não anulava que discordâncias existissem e expressassem atitudes de repúdio ao vincular as representações da Bahia a elementos da religiosidade popular negra. O cenário baiano ainda permeava certa rejeição no plano simbólico desta associação que implicava na prática, certamente, um ambiente de relações hostis aos afro-baianos, mesmo estes sendo a maioria da população da capital.

Tiago Groba salienta, em sua pesquisa, que os estudos antropológicos promovidos pela Universidade da Bahia, a gestão de Anísio Teixeira à frente da Secretaria de Educação e Cultura do governo Otávio Mangabeira (1947- 1951) além dos debates na imprensa baiana, alertavam sobre as potencialidades turísticas que a Bahia tinha e que não estavam sendo exploradas como deveriam. Para ele, estes aspectos conjugados, favoreceram para uma virada modernista nas artes baianas ancorando-se em valores afro-baianos, principalmente o candomblé.

Poucos anos depois, quando chegou ao poder Antônio Balbino (1955-59), a preocupação não mais se concentrava exclusivamente nos aspectos artísticos da Bahia. O planejamento, a indústria e o desenvolvimento do estado passaram a ser os temas mais recorrentes. O turismo ainda não era a “bola da vez”. O governo se preocupou com a

divulgação da Bahia inserindo em seu planejamento um item intitulado “propaganda turística”, e financiando um *stand* da Bahia na Feira Internacional de Nova York em 1957. Neste evento,

além de uma amostra dos recursos naturais da Bahia, obtido com a colaboração da Bolsa de Mercadorias, a CPE apresentou no seu stand de vendas vários produtos manufaturados e industrializados no estado, convindo ressaltar um mostruário da fábrica Fratelli Vita, bem como os de sementes oleaginosas e produção artesanal. Foi também apresentada uma parte artística – com trabalhos de Caribé, Mário Cravo e outros artistas bahianos, de modo a documentar o movimento moderno em nosso meio. No setor de arte histórica foram apresentados alguns elementos de arte sacra, móveis, etc. Vasta documentação fotográfica, mostrando o contraste do antigo e do moderno. (BALBINO, 1958: 310-312)

Nesta fase do planejamento baiano, o chamado ao turista combinava o lado moderno, portanto, associando Salvador como uma metrópole, ao lado dos mistérios e prazeres que se mesclavam. Como a rede hoteleira era pequena e os atrativos de serviços também, as imagens projetadas valiam-se do que a cidade tinha de natural e de histórico para oferecer.

Carlos Torres, em *Bahia cidade feitiço*, cuja primeira edição datada de 1957 foi financiada pelo governo Balbino, corroborava com a visão deste governo, ao afirmar que:

O turista, de modo geral, viaja pelo desejo de encontrar, além do progresso material das grandes metrópoles, novidades, emoções diferentes e a Bahia preenche esses requisitos com vantagem. A riqueza dos seus templos e de suas alfaías, o encanto das suas paisagens, o romantismo dos seus solares, o pitoresco de suas fortalezas, a graça dos seus ascensores, os mistérios dos seus subterrâneos, o feiticismo de suas fontes, a poesia de suas lendas, o caráter folclórico de suas festas, o apetitoso de suas comidas e o saboroso de suas frutas, a evocação de suas músicas e a proclamação da beleza de suas mulheres, tudo isto prende e enleva os que a visitam. (TORRES, 1973: 03)

Na década de 1960 – que corresponde à segunda fase do turismo baiano – aconteceu de maneira propositiva, a inserção da atividade turística como forma de angariar dividendos para o estado, mas sem pensá-lo em termos de receptividade e infra-estrutura por exemplo. O seu caráter era mais cultural. Sobre o Plano de Turismo desenvolvido pelo governo de Juracy Magalhães (1959-1963), Borges comenta que “o Plano Diretor do Turismo exprime, diretamente, a preocupação já presente na sociedade baiana, de instituir um diálogo sem conflitos entre o antigo e o novo, a fim de alcançar a síntese cultural baiana”.(BORGES, 2003:63)

Nesta fase da “modernização negociada”, expressão de Borges, o turismo baiano poderia explorar as novidades modernas como as amostras culturais, as exposições de escultura, pintura e música, e os seminários temáticos na Universidade da Bahia, além dos eventos do Museu de Arte Moderna – maior realização no plano cultural deste governo – bem como usufruir da “velha Bahia” com seus casarios e construções antigas. Apelava para uma Bahia moderna que não excluía o seu lado rústico e paisagístico, explorados constantemente e veiculados pelos filmes que tinham a Bahia como cenário.¹²

Porém, é mesmo a partir dos anos de 1960 que esta “modernidade negociada” passa a ter traços mais definidos. O turismo é pensado como atividade econômica com um planejamento forte na área, ao tempo em que as narrativas identitárias sobre a Bahia, para acompanhar este processo - digamos que de profissionalização do turismo – estivessem mais interessadas em uma Bahia homogênea em seus símbolos afro-baianos, “sensuais”, “mágicos”.

A arte produzida na Bahia neste período não aparecia como algo representativo para agradar aos turistas. A modalidade “shows” musicais era mais apazível ao turista, já que, o interessante era mantê-lo consumindo material e simbolicamente as coisas da Bahia.

Havia uma maior exacerbação sobre os aspectos de uma suposta singularidade baiana. Os monumentos históricos, as paisagens, não desaparecem no processo de busca do visitante para o estado. Este trecho abaixo resume de forma sucinta esta Bahia que acompanhou a profissionalização do turismo, já nos anos de 1970,

Bahia, terra da felicidade. Cantada em prosa e verso, a Bahia é um convite permanente à inspiração dos músicos, poetas e gente que vem dos quatro cantos do mundo. O ritmo calmo e descontraído, a terra cheia de encantos e mistérios, o povo alegre e hospitaleiro, conquistam a simpatia de milhares de pessoas que, todos os anos chegam à Bahia. Eles vem de todas as partes, atraídos pelas histórias contadas por quem já viveu as belezas naturais, conheceu sua arquitetura e a fantástica cultura formada por brancos, negros e mulatos. Uma exuberante paisagem tropical revela que, na Bahia, a natureza teve sua máxima inspiração. Ela é um cenário magnífico para um incomparável patrimônio arquitetônico colonial, respeitado mundialmente pela sua grandiosidade e beleza. Nos solares, fortes, igrejas, conventos, monumentos e museus, estão imortalizados mais de quatro séculos de lutas, conquistas, arte e aventuras. A Bahia é o berço da civilização brasileira. Grande parte do que o país tem de mais autêntico nasceu aqui. A emoção do Descobrimento em Porto Seguro, o orgulho da primeira cidade do Brasil: Salvador, as lutas da Independência no Recôncavo e a heróica resistência aos invasores estão vivos na atmosfera da Bahia.

¹² Ver por exemplo os filmes de Glauber Rocha e do cinema novo baiano.

Com seus aspectos naturais, históricos e culturais tratados com dignidade, a Bahia conquistou novos espaços para o desenvolvimento de sua economia através da atividade turística. Esse desenvolvimento se caracterizou pela tomada de consciência do extraordinário patrimônio turístico do estado e sua utilização em benefício da comunidade baiana.(BAHIA TURISMO, 1983)

Este período coincide com o slogan “Bahia, land off happinnes”(BAHIATURSA, 1998) – em português, “Bahia terra da felicidade” – que o governo da Bahia adotou para atrair o turista e principalmente uma nova modalidade que surgia naqueles anos: os agentes de viagem – indivíduos que marcavam os roteiros de passeio, intermediavam a compra de passagens e a hospedagem, dentre outras demandas dos visitantes. O referido slogan não era original, na verdade, é uma apropriação de um verso da música “Baixa do Sapateiro” de Ary Barroso, que tocou no rádio nos anos 1940-1950. (MARIANO, 2010)

O público internacional passou a ser novamente foco do governo, mas desta vez com um fluxo bem maior devido à implantação dos vôos internacionais ligando Salvador às principais capitais européias. A Bahiatura promoveu dezenas de eventos no Brasil e no exterior, sendo os mais importantes a Semana da Bahia em Portugal (1980) e a Semana da Bahia em Nova York (1982), contando com a presença de Pelé e Jorge Amado.

Atendendo às demandas da baixa estação - neste mesmo período de maior visibilidade da Bahia no exterior - começou a aparecer o interior baiano, com suas paisagens e tipos regionais. No entanto, a baianidade soteropolitana não ficou abalada. A Chapada Diamantina reservava um importante destino em baixa estação, assim como os sertões baianos com suas paisagens secas e imagens “pitorescas” que despertavam a curiosidade dos visitantes. Mas o que se priorizou mesmo foram os municípios que margeavam a BR 101, como Porto Seguro e adjacências, o Recôncavo baiano e o Litoral Norte.

Este projeto de interiorização do turismo intitulou-se “Caminhos da Bahia” (1979) e serviu para divulgar a vastidão do território baiano, sem, no entanto priorizar suas identidades regionais face à soteropolitana. Este período também é marcado pela forte atuação mercadológica dos organismos estatais, como a Bahiatura, reforçando cada vez mais uma “Bahia para turista ver”. A aposta em eventos e em campanhas publicitárias foi uma das saídas mais fáceis para incrementar a economia baiana.

Com o slogan “saude neles”(GAUDENZI, 1977:87), a campanha veiculada através de outdoors, televisão e jornais, pedia à população que se apresentasse aos turistas do mesmo

jeito hospitaleiro, com a mesma boa vontade e o mesmo sorriso, com que, durante o ano inteiro atendia aos conterrâneos. Esta campanha da Bahiatursa, iniciada no Governo de Roberto Santos (1975-1979) e intensificada na segunda gestão do governador Antônio Carlos Magalhães (1979-1983), servia de exemplo para ressaltar a importância do turismo para a economia e como este era tratado como fator econômico. A atração, permanência, estadia do turista constituíam-se em uma das estratégias da ação dos governos baianos na década de 1970, e para tal, a utilização de um repertório de representações sobre a Bahia e os baianos foi uma das estratégias simbólicas para colocar o estado como um dos principais destinos do turismo no Brasil.

A Bahia disputava com os outros estados da federação, sobretudo, o Rio de Janeiro, São Paulo, e os estados do Nordeste, demandas turísticas, investimentos da iniciativa privada e verbas federais, como verificamos em diversos documentos e relatórios da Bahiatursa. Na campanha de 1980, “Gaste pouco goste muito”, por exemplo, a rede hoteleira da Bahia colocou diárias 10 por cento mais baratas que os hotéis do Rio e de São Paulo da mesma categoria.(BAHIATURSA, 1998:47)

O vizinho estado do Ceará era um competidor natural da Bahia na atração de turistas, sobretudo, depois da criação da Empresa de Turismo do Ceará (Encetur), criada em setembro de 1971, três anos depois da Bahiatursa. Uma representação identitária cearense mais voltada aos valores sertanejos passa a ser deixada de lado em detrimento de uma identidade pautada em valores litorâneos, enfatizando os tipos humanos do jangadeiro, as belezas naturais de sua capital Fortaleza, para atender às demandas turísticas. Assim,

É tempo de construir. É tempo de se olhar para o Ceará. Estado de maior evidência no Nordeste de hoje. Lá existem as maiores oportunidades de investimento, no momento. Lá se encontram as condições mais favoráveis para a aplicação das deduções fiscais – através de empresas planejadas em função dos recursos naturais da região e da disponibilidade de mão de obra apta à qualificação e especialização. Incentivar o desenvolvimento, incentivar o esquema infra-estrutural e coordenar as funções das entidades públicas econômico-financeiras são agora tarefas prioritárias da Administração Estadual. O Ceará acelerou o passo, rumo à integração nacional. Portanto, invista!(OLIVEIRA,2011)

O extrato da matéria nos permite perceber duas questões centrais: a) o processo de desenvolvimento do turismo a nível nacional objetivava o incremento desta atividade como fator de desenvolvimento econômico e integração nacional; b) identidades regionais foram

reforçadas como aconteceu na Bahia ou sofreram mutações como no Ceará; ao tempo em que concorreram entre si na busca de visitantes.

Estas disputas estavam colocadas também num campo de “lutas de representações”, quando, principalmente, Bahia e Rio de Janeiro reivindicavam, por exemplo, a origem de um dos símbolos identitários nacionais: o samba.¹³ Paulo Gaudenzi, dirigente da Bahiatursa, retratou esta disputa, comentando a posição do sambista baiano Ederaldo Gentil sobre o projeto “O samba nasceu na Bahia”, que segundo Gaudenzi, afirmava, “poderá vir a contribuir para uma discussão de grande importância para a cultura popular brasileira e defesa das ‘coisas’ da Bahia que estão sendo destruídas ou transferidas para outros centros sob os mais diversos rótulos”.¹⁴ Reivindicar a origem do samba, uma expressão da nacionalidade, para a Bahia era mais um elemento da construção e afirmação de elementos identitários.

O caso do “Cabra”, o escravo da Ordem Terceira do Carmo de Salvador, Francisco das Chagas –, era motivo de uma rivalidade “saúdável” entre Bahia e Minas Gerais pela autenticidade e grandiosidade da arte barroca brasileira.(VIVERBAHIA, 1976: 02-05) Escultor baiano do século XVIII – que segundo Mário Cravo Neto foi melhor que Aleijadinho, Francisco das Chagas foi o autor da obra “O Cristo atado à Coluna”, principal atração do Museu da Ordem Terceira, que fica no Convento do Carmo. Atrativos também do turismo, a arte e a escultura coloniais localizadas nas partes históricas da cidade eram bastante visitadas, daí a visibilidade dada a este escultor baiano, no sentido de forçar uma visita ao centro histórico de Salvador.

Estes dois exemplos que escolhemos serviram para mostrar que o turismo receptivo na Bahia necessitou de artifícios dos mais variados para se afirmar. A partir das mudanças que foi sofrendo, o turismo trouxe consigo um deslocamento das representações da Bahia, sobretudo para utilização econômica, como demonstramos.

Nossa discussão, porém, caminhou no sentido de mostrar, também, que houve, a partir de uma literatura voltada para divulgar e mostrar a Bahia, um repensar de uma identidade baiana mais pautada em valores afro-baianos e populares. Esta identidade perpassou por uma

¹³ O que por sinal é uma disputa que vem desde a década de 1930, pelo menos. Penso eu que até antes disso.

¹⁴ (GAUDENZI,1999) Este projeto originou-se de uma polêmica num programa de TV entre baianos e cariocas. Os sambistas baianos, fundamentados nas pesquisas feitas pelo historiador Cid Teixeira, argumentavam que o primeiro samba gravado teria sido “Isto é Bom” de Xisto Bahia em 1914 e não “Pelo telefone” de Donga em 1917. Outro elemento a ser usado em favor da Bahia era a idéia de que a precursora do samba seria a Chula, ritmo cultivado na Bahia.

maior valorização do cotidiano afro-baiano, com sua gente, suas sociabilidades e o “habitat” soteropolitano, marcado por todo um ambiente de “magia”, misticismo” e “feitiço” retratados pelos guias.

Quando estas mesmas imagens, sobretudo as que se referiam à religiosidade popular e afro-brasileira, passam a ser incorporadas pelas políticas oficiais do Estado baiano com vistas a atrair os turistas e investimentos no setor, notamos uma convergência para o plano das representações de uma Bahia negro-mestiça operando como construção de uma imagem pública que se constituiu num produto diferenciado para os turistas.

FONTES

AMADO, Jorge. **Bahia de Todos os Santos: Guia das Ruas e dos Mistérios da Cidade do Salvador**. 2 ed., São Paulo: Livraria Martins Editôra S.A, 1982.

Bahia: o sol do desenvolvimento. **Diário Oficial do Estado da Bahia**, ano LIX, nº 9691 e 9602,11 de novembro de, 1973.

BALBINO, Antônio. **Mensagem apresentada à Assembléia Legislativa**. Salvador: Imprensa oficial da Bahia, 7 abr. 1958.

BAHIATURSA 30 anos 1968-2008. Salvador: Empresa de Turismo da Bahia, mai. 1998.

GAUDENZI, Paulo. Procedência e classificação do turista na Bahia. **Operário do turismo: retalhos de idéias e pensamentos**. Salvador: Omar G, 1999, p.135. Publicado originalmente em **Jornal da Bahia**, 17/11/1977.

FREYRE, Gilberto. Bahia e baianos. Apresentação de Edson Nery da Fonseca. Salvador: Fundação das Artes, 1990.

GAUDENZI, Paulo. As festas de Largo. **Operário do turismo: retalhos de idéias e pensamentos**. Salvador: Omar G, 1999, p.99. Publicado originalmente em **Jornal da Bahia**, 16/01/1978.

GAUDENZI, Paulo. Saudade neles. **Operário do turismo: retalhos de idéias e pensamentos**. Salvador: Omar G, 1999, p.87. Publicado originalmente em **Jornal da Bahia**, 30/06/1977.

GAUDENZI, Paulo. **O operário do turismo**. Salvador: Omar G, 1999, pp.97-98 e publicado originalmente em **Jornal da Bahia**. **O samba nasceu na Bahia**, 22/12/1977

Governo garante participação do trio elétrico no carnaval da Bahia. **Diário Oficial do Estado da Bahia**, ano LIX, nº 9964, 24 janeiro, 1975.

MAGALHÃES, Antônio Carlos. **A revolução de 1964 e os seus reflexos na vida brasileira**. Discurso proferido na ESG em 29 de março de 1972. (impresso).

MANGABEIRA, Otávio. **Sem a confiança pública o governo não resolve o problema nacional**. In: BPEBA. Seção de Periódicos. *A Tarde*, Salvador, 03/07/1946.

Mensagem da indústria. **Tribuna da Bahia**, 15 de março de 1971, p. 10.

MAGALHÃES, Antônio Carlos. **A Bahia constrói seu futuro sem destruir seu passado (cartilha)**. Salvador: Governo do Estado da Bahia, 1975.

MAGALHÃES, Antônio Carlos. O discurso do novo governador. *A Tarde*, 16 de março de 1979.

PEIXOTO, Afrânio. **Breviário da Bahia**. Rio de Janeiro: Livraria Agir Editora, 1945.

Programa de ação do novo governo. *Jornal da Bahia*, 16 março de 1971.

QUERINO, Manuel. **A Bahia de outrora**. 3 edição. Salvador: Progresso, 1955.

TORRES, Carlos. **Bahia, cidade feitiço**. 6. ed. Salvador: Imprensa Oficial da Bahia, 1973.

Bahia Turismo. **Relatório (1979-1983)**. Salvador, 1983. Essa transcrição, como um todo, recupera diversos elementos da baianidade do início do sec. XX.

VEJA, 28/04/1971, extraído do artigo de OLIVEIRA, Ana Amélia Rodrigues de. **Turismo, cultura e natureza: a produção de uma memória sobre o Ceará nos anos 1970**. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH, São Paulo, julho 2011. Disponível em: <http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1299108778_ARQUIVO_ArtigoCompletoANPUH2011%5b1%5d.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2012.

O Cabra foi mais importante que Aleijadinho. **Viverbahia**. Salvador: Secretaria da Indústria e Comércio – SIC. Bahiatursa. Ano III, nº 34/35, pp. 2-5, jul/ago. 1976. 64 p. Bimestral.

BIBLIOGRAFIA

BORGES, Eduardo José Santos. **“Modernidade negociada”, cinema, autonomia política e vanguarda cultural no contexto do desenvolvimentismo baiano. (1956 -1964)**. Dissertação (Mestrado) em História. UFBA. Salvador: 2003.

BURKE, Peter. **A fabricação do rei: a construção da imagem pública de Luís XIV**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

DIAS, José Alves. **Rumo ao Palácio: as estratégias de dominação dos espaços políticos na Bahia durante a ditadura (1966-1982)**. Tese (Doutorado). UFRJ, Rio de Janeiro, 2009.

ENCARNAÇÃO, Elisângela Sales. **A Bahia imaginando-se nação: discursos que forjaram uma identidade cultural baiana entre as décadas de 1940 e 1970**. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em História Regional e Local. Universidade do Estado da Bahia, 2010.

GROBA, Tiago Santos. **“Um lugar ao sol”: Caderno da Bahia e a virada modernista baiana. 1948-1951**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal da Bahia, 2012.

MARIANO, Agnes. **A invenção da baianidade**. São Paulo: Annablume, 2009

PINHO, Patrícia de Santana. **Reinvenções de Africa na Bahia**. São Paulo: Annablume, 2004.

PINHO, Osmundo S. Pinho. **“A Bahia no fundamental” Notas para uma interpretação do discurso ideológico da baianidade**. São Paulo: Rev. bras. Ci. Soc. vol. 13 n. 36, 1998.

QUEIROZ, Lúcia Aquino de. A evolução do sistema institucional público do turismo baiano. **Bahia Análise & Dados**. SEI, Salvador – BA, setembro 2001 v.11 n.2.

SILVA, Paulo Santos. **Âncoras da tradição: luta política, intelectuais e construção do discurso histórico na Bahia (1930-1949)**. Salvador: EDUFBA, 2000.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **ACM: poder, mídia e política**. Salvador: [s.n], 2001.

LEITE, Rinaldo Cesar Nascimento. **A Rainha Destronada: Discursos das elites sobre as grandezas e aos infortúnios da Bahia nas primeiras décadas republicanas**. Tese (doutorado) em História Social, Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2005.

RISÉRIO, Antônio. **Uma história da cidade da Bahia**. 2 ed. Rio de Janeiro, Versal, 2004; _____. Uma teoria da cultura baiana. In: GIL, Gilberto. **O poético e o político e outros escritos**. Rio de Janeiro, Paz e terra. 1988.

MOURA, Milton. **Carnaval e baianidade: arestas e curvas na coreografia da identidade do carnaval de Salvador**. Tese (doutorado). FACOM/UFBA, Salvador, 2001

JANCSÓ, Istvan e PIMENTA, João Paulo G. Peças de um mosaico (ou apontamentos para o estudo da emergência de um identidade nacional brasileira). In. MOTA, Carlos Guilherme.(Org.) **Viagem Incompleta**. São Paulo: Editora SENac, 1999.