

A IDENTIDADE É CONSTRUÍDA ATRAVÉS DA MÍDIA OU DO ESTADO?

Gilberto Wildberger Almeida*

RESUMO

O presente ensaio é um diálogo com as teorias que imputam aos meios de comunicação uma quase exclusiva importância, no que concerne à questão da construção da identidade de uma sociedade. Focaliza o papel do Estado na sua capacidade de exercer influência sobre a construção de auto identidade que uma sociedade faz de si. O período analisado aborda escolhas deliberadas de política cultural feitas por governos diferentes na Bahia. De modo concomitante, verifica-se a força de uma narrativa televisiva, capaz de influir nas escolhas de governo, em decorrência da capacidade que tem a televisão de construir identidades coletivas. A abordagem do texto é histórica descritiva. Este ensaio é uma versão modificada do texto apresentado pelo autor no GT de Televisão, no congresso da INTERCOM, em Manaus, 2000.

ABSTRACT

This text aims to bring about a dialog with authors for whom the means of communications represent the prominent variable, maybe the very one which explains the process by which a community constructs its self identity. It focus on the role of the state, with its capacity to influence on the process of identity building of any given society. The text covers a historical period depicting deliberate choices of public policy made by different governors in the state of Bahia. In parallel, the text also focus on how televisive narratives impact on how a society interprets itself. The text is based on a historical descriptive approach. This is a slightly modified version of a text previously presented by the author at INTERCOM, Manaus, 2000.

* O autor é Professor Adjunto em ADM/UFBA, MBA(MSU, 1968) e Doutor (FACOM/UFBA, 2000)

INTRODUÇÃO

O argumento deste ensaio é que a identidade de uma determinada sociedade não é construída exclusivamente pela mídia, como fica implícito nos trabalhos de Venício Lima (LIMA, 1994, 1995, 1996), devido a ênfase que este autor confere ao meio televisivo. Embora o conceito de cenário de representação da política (CRP), proposto por Lima, tenha força explicativa, convém agregar outras variáveis, cuja capacidade de influir no processo dinâmico de formação de identidade social pode ser constatado, como este texto busca destacar no caso do Estado. Outros autores já propuseram este tema, como foi o caso de ALMEIDA em 1998. O objetivo deste texto, então, é demonstrar como ações de políticas públicas podem ser derivadas, ou inspiradas, por narrativas apresentadas na televisão. Acontece uma imbricação de influências que reciprocamente interagem numa teia complexa de interpretações com rebatimento na sociedade. A rigor, a identidade de uma sociedade é o resultado de diversos elementos como sua história, mitos de origem, literatura, inclusive o Estado e a mídia, de modo que a resposta à questão que intitula este ensaio seria por ambos, dentre vários outros. O desdobramento do argumento ocorre a partir de uma comparação de escolhas de governo.

Duas estratégias de governo diferentes, adotadas por dois governadores baianos recentes, fornecem pistas para o desenvolvimento do argumento. Roberto Santos, que governou a Bahia no quadriênio de 1975 a 1978, e Antônio Carlos Magalhães (doravante ACM), terão aspectos de suas respectivas gestões analisadas. Este último esteve à frente do governo baiano no quadriênio entre 1971 a 1974, em seguida, de 1979 até 1982, e, por fim, na qualidade de mentor do governo seguinte, de 1983 a 1986. Não irei analisar aqui a década de 90, quando ACM retorna, com toda força, ao governo do estado. Entremeada com a questão de estratégia de governo, registro que, em 1976, a Rede Globo levou ao ar uma novela, cujos índices de audiência nacional alcançavam picos inusitados, às vezes de até 95%. Tratava-se de *Gabriela, Cravo e Canela*, cujo teor da narrativa era universal, ou seja, a modernização das relações de produção, ao lado da introdução de princípios de democracia numa comunidade rural, quase fechada e conservadora, mas que trazia como novidade a ambientação da temática no interior da Bahia, portanto, distante das capitais Rio de Janeiro e São Paulo, principais centros de consumo cultural (de massa) televisivo do país. Veremos, adiante, que a publicidade nacional obtida pela Bahia durante a exibição da novela contribuiu para que um governador (ACM) optasse por acentuar o turismo como estratégia deliberada de política pública, submetendo a esta prioridade quaisquer intervenções de ordem cultural. Começo com uma sucinta apresentação do contexto econômico e social baiano por ocasião do governo Roberto Santos, este apresentado na época como um quadro técnico, adepto do processo de planejamento como método de ordenar os recursos para maximizar eficiência. Enfim, um neófito em política, porém já experiente como executivo de instituições do Estado, pois fora reitor da Universidade Federal da Bahia e Secretário da Saúde no governo Luís Viana Filho (1967/1970). ACM, por sua vez, aprendera as artes e manhas da política como profissão desde os anos 50, compreendia perfeitamente o papel do Estado como dispensador de favores, de acordo com o interesse de manter o poder como finalidade a ser perseguida a todo custo, sem descuidar de estabelecer relações do tipo “amizades de resultados”, como costumam fazer os políticos profissionais.

POLÍTICAS PÚBLICAS

Roberto Santos, ao assumir o governo baiano, verificou que a economia do estado transitava de uma predominância de produção oriunda da atividade rural, para outra, na qual a atividade industrial tenderia a ser mais importante. O gover-

nador concentrou sua atenção na necessidade de preparar a Bahia para esta transição. O fato era que os investimentos em novas plantas industriais aconteciam em ritmo acelerado, enquanto os traços básicos da cultura tradicional rural afastavam a população das novas possibilidades de emprego advindas da indústria. Para o governador o exemplo mais contundente foi a construção civil das indústrias do polo petroquímico de Camaçari. Uma vez terminadas as obras civis, os operários que haviam trabalhado nas construtoras não tinham a qualificação necessária para manterem-se em Camaçari, sem demonstrar capacidade de converter seus empregos de operários da construção civil em operários de indústria, o que os permitiria gozar maior estabilidade no trabalho. Para reverter este quadro caracterizado pela rápida mudança na produção física, e pela lenta adaptação cultural, o governador investiu na área de educação: fundou o sistema de universidades estaduais descentralizadas, começando pela UNEB-Universidade Estadual da Bahia.¹ Fortaleceu o sistema CEFET/CENTEC, voltado para oferecer ensino técnico, com vistas a preparar pessoal para postos no novo Recôncavo industrial. Investiu no CEPED-Centro de Pesquisa e Desenvolvimento, resgatando a importância original que lhe conferiu os fundadores, do governo Luís Viana Filho, tratando de articular a universidade – pesquisa acadêmica – com a prática. O propósito de estabelecer acesso às indústrias voltava a ser perseguido depois do intervalo da primeira gestão ACM, quando o CEPED recebera pouca atenção do então governador, o que resultou no atraso do seu cronograma de início de operações.

Verificando, ainda, a necessidade de estimular a organização de uma malha de indústrias locais, que operariam como capilarização de mercado de insumos e produtos finais instaladas em torno das indústrias de base, foi organizado durante a gestão Roberto Santos a PROPAR, empresa de participações vinculada ao Desembanco. O objetivo era tentar evitar o “passeio petroquímico”, referência crítica de opositores do pólo baiano à localização do polo de Camaçari, distante do mercado industrial consumidor, pelo qual as indústrias baianas produtoras de bens intermediários vendiam sua produção em São Paulo, que depois as revendia para o Nordeste do país sob a forma de produtos finais. Era, assim, necessário estimular empresários dispostos a investir nas chamadas indústrias de terceira e quarta geração, ou seja, produtoras de bens de consumo final, como plásticos, remédios, fertilizantes etc.²

Um dos componentes mais interessantes do governo Roberto Santos para introduzir mudanças na formação cultural do povo baiano foi a organização do Museu de Ciência e Tecnologia. Este museu fazia parte de um amplo complexo cultural, tendo as universidades estaduais e o CEFET/CENTEC como pilares, com vistas a preparar a Bahia para a realidade da industrialização. Localizado no bairro de Pituassu, na cidade de Salvador, ele deveria receber a visita de estudantes, promover eventos culturais e acentuar a importância do saber técnico, sobretudo para completar a transição de uma cultura rural para outra industrial, estimulando a curiosidade pela ciência. Tratava-se de um museu moderno, interativo, capaz de instigar o visitante à reflexão e de atuar como um verdadeiro complemento ao ensino curricular normal.

A estratégia geral do governo Roberto Santos para a área da cultura foi totalmente abandonada pelo seu sucessor no governo do estado. Ao voltar ao governo em 1979, ACM condenou o Museu de Ciência e Tecnologia ao total abandono, fechando suas portas logo no início de sua gestão. Ficava explícita a prática provinciana de ‘empanar’ as boas contribuições ao estado, realizadas por políticos de oposição, para assim fazer a população esquecer-los, de modo que as mensagens de

¹ O plano de descentralização do ensino universitário do governo Roberto Santos recomendava a implantação da UESB em Vitória da Conquista e Jequié, e da UEFS, em Feira de Santana, além da incorporação pelo estado da USC, esta fundada pela Ceplac. O programa foi cumprido nas administrações subsequentes.

² O ex-governador Roberto Santos concedeu entrevista gravada ao autor em 23.01.98. Foram consultados também documentos do Propar, Desembanco e Secretaria do Planejamento do período do governo Roberto Santos.

quem estava com as rédeas do poder nas mãos, e por isso executando novas obras, seriam recebidas pelo público eleitor sem o privilégio da comparação. Ademais, ACM escolheu a estratégia do desenvolvimento do turismo como atividade de geração de emprego e renda, o que implicava em acentuar os traços culturais tradicionais. Como consequência, a introdução de mudanças culturais que tivessem por objetivo pequenos empreendimentos baseados em saberes técnicos foi considerada pouco relevante. Naturalmente, o objetivo evidente foi o de apagar as realizações do político oponente: como o museu poderia ser bem recebido pelos estudantes baianos, que eventualmente lembrar-se-iam de quem o construiu na hora do voto, em eleições vindouras, era preferível para ACM deixá-lo morrer.

É interessante comparar o primeiro governo de ACM, na Bahia, com a gestão Roberto Santos, no que se refere a ações levadas a cabo na área cultural. ACM teve um desempenho contraditório, quando examinamos suas realizações: por uma parte, na esteira da construção do Centro Administrativo, o governo contratou mais de uma dezena de obras de arte com artistas locais para quebrar a aridez dos novos edifícios, no que o governador foi percebido pela comunidade das belas artes como um verdadeiro mecenas. Todas os novos edifícios das secretarias de estado abrigavam pinturas e esculturas, com destaque para o mural do plenário da nova Assembléia Legislativa. Ainda a crédito do governador, registre-se a recuperação do antigo Paço Municipal, resgatado de acordo com as características arquitetônicas do período colonial, o que significou uma importante obra de restauro do centro histórico de Salvador, talvez a primeira de uma série que culminou com a total recuperação do Pelourinho nos anos 90. Por outra parte, o governador, através do seu prefeito nomeado durante sua primeira gestão, Clériston Andrade, destruiu um edifício que abrigava parte de arquivos públicos e biblioteca, que existia na mesma Praça Municipal onde se recuperava o Paço, numa atitude de desdém para com a cultura, sob a alegação de que o governo anterior, de Luís Viana Filho, havia construído uma biblioteca pública maior e mais moderna no bairro dos Barris, e para lá poderiam ser transferidos todos os livros e documentos arquivados. No espaço vazio resultante da demolição dos edifícios da Biblioteca Pública e do Arquivo Público, mandaram construir uma praça, que de tão feia foi apelidada pelo povo de Cemitério Sucupira, numa alusão à novela "O Bem Amado", onde o personagem central era um prefeito ansioso por inaugurar sua obra mais importante: o cemitério da cidade.

Enquanto a administração ACM carecia de uma estratégia definida para a área da cultura, o governo Roberto Santos elegeu a mudança cultural como meta, perseguindo o objetivo de preparar a população que até então vivia imersa numa cultura de tipo rural, tradicional, para poder participar de um novo período econômico que se avizinhava, marcado que seria pela produção industrial. O Museu de Ciência e Tecnologia, organizado conforme um modelo moderno onde se estimulava a interatividade do visitante, pode ser considerado como um paradigma desta gestão de governo na área cultural. Porém o Museu não teve a mesma sorte do CEPED, pois este centro de pesquisa, proposto no governo Luís Viana, obteve incentivos importantes oriundos da esfera federal, de modo que ficou difícil para ACM simplesmente esquecer do projeto e arquivá-lo. Já o Museu de C & T, malgrado ele já estar instalado e funcionando, foi desativado de fato durante o segundo governo ACM na Bahia, de 1979 a 1982. A eleição do turismo como alvo estratégico de governo, a partir do segundo período de governo, significou fazer a cultura ser subsumida pelo turismo, implicando em privilegiar aspectos folclóricos da produção simbólica popular para consumo externo.

TELEVISÃO E TURISMO

Cabe introduzir um fato histórico da maior importância para a compreensão das escolhas de políticas públicas que privilegiaram o turismo. Em 1976 a Rede Globo adaptou para o formato de novela televisiva o romance *Gabiela, Cra-*

vo e *Canela*, de Jorge Amado, àquela altura já um respeitável título, traduzido para vários idiomas, publicado em diversos países, bastante conhecido no Brasil. Vivia-se, no Brasil, um regime político fechado, cujo autoritarismo de corte militar sufocava a livre manifestação de idéias, sendo comum a censura impedir a realização de espetáculos de música, encenações de peças de teatro, publicações de livros, discos, jornais e revistas. Desde que os primeiros capítulos da novela foram ao ar, houve um interesse inusitado da audiência, de norte a sul do Brasil. O público se identificava com o personagem que trazia a modernidade para aqueles confins arcaicos e rural do país, onde o poder estabelecido, absoluto, dos coronéis podia ser facilmente identificado com a ditadura em curso naqueles idos dos anos 70. O personagem liberal que enfrentava a ordem vigente fora vivido pelo ator José Wilker, enquanto o principal coronel local, detentor do poder de até mandar matar seus desafetos, ganhava vida através de Paulo Gracindo. Enquanto o personagem arauto da modernidade de Wilker, inspirado por Jorge Amado em João Mangabeira, brandia um começo de imprensa livre em Ilhéus contra as arbitrariedades nada democráticas dos coronéis, havia todo um enredo que retratava a vida da cidade no começo do século. Assim, o público se deliciava com a brejeirice de Sônia Braga no papel da voluptuosa Gabriela; com Armando Bogus no papel do turco imigrado Nacif, sovina dono do Vesúvio, misto de bar, botequim e restaurante, empregador da retirante da seca Gabriela, com quem passaria a viver maritalmente; com Fúlvio Stefanini no papel de Tonico Bastos, rico herdeiro de fazendas de cacau, dono de cartório e freqüentador do Bataclan, espaço de festas e transgressões para os poderosos locais, cabaré administrado por Maria Machado, personagem de Heloísa Mafalda; com o romance da personagem que encarnava a rebeldia dos jovens, na pele de Elizabeth Savalla, que, na qualidade de filha de um dos coronéis do cacau, escolheu apaixonar-se, justamente, por aquele que veio de fora (Wilker), para desafiar o poder dos poderosos e perigosos senhores da terra.

A novela *Gabriela* colocou a Bahia no imaginário do brasileiro como um local que teria de ser visitado. A estrada BR101 havia sido inaugurada em 1972, de modo que desde 1977, quando foram apresentados os últimos capítulos da novela, centenas de turistas visitaram Ilhéus, e, por extensão, Salvador. Ficava claro que o turismo seria uma alternativa de emprego e renda para o estado, sendo necessário aproveitar a oportunidade da publicidade proporcionada pela novela. Ao assumir o governo do estado pela segunda vez, em 1979, ACM decide envidar esforços para consolidar a imagem da Bahia como um espaço de cultura e lazer, capitalizando em cima dos principais traços divulgados pela novela sobre como seriam os baianos: seres que vivem com volúpia num espaço tropical, sempre propensos a lubricidade, praticada às mancheias nas praias, festas e danças. Numa sociedade onde consumir bens duráveis começava a ser o sonho das multidões, o culto da concupiscência como prazer possível, ao alcance de todos, podia ser facilmente associado à imagem da Bahia.

A subsunção da cultura pelo turismo não aconteceu de modo deliberado ou planejado. A ideologia do desenvolvimento econômico, em voga desde os anos 50, prescrevia para o Estado uma série de ações transformadoras na economia, com vistas a desenvolver as forças produtivas. Desenvolver o segmento do turismo, como uma compensação à baixa capacidade de exportar das economias em desenvolvimento, sempre foi uma alternativa perseguida pelos planejadores de então. Em suma, o turismo ampliava a pauta de opções para o Estado captar mais impostos, já que ocorreria um crescimento das atividades de serviço locais. Para ser viável, era necessário que a região reunisse características notáveis em termos de recursos naturais e culturais, com vistas a permitir uma diferenciação do produto turístico a ser promovido – no caso, a Bahia – no mercado do lazer. Esta diferenciação já estava construída na narrativa de Jorge Amado sobre a Bahia, de modo que a novela *Gabriela* ampliou a leitura interpretativa do Estado como uma cultura ímpar no contexto brasileiro, devido a massificação resultante do meio televisivo, facilitando a ação de divulgação do governo baiano.

Na verdade, as primeiras ações de apoio ao turismo aconteceram no primeiro governo ACM (1970/1974), quando foi elaborado um planejamento para o desenvolvimento do turismo na Bahia, que começava a crescer em decorrência da relativamente recente pavimentação da estrada conhecida como Rio/Bahia, bem como da introdução no mercado de aviação de aeronaves grandes, rápidas, confortáveis e econômicas, o que permitia estabelecer preços de passagens aéreas em níveis acessíveis aos bolsos da classe média emergente no país. Destarte, a Bahia reunia todas as condições necessárias para desenvolver, com êxito, este segmento da sua economia; e assim foi feito. O fomento estatal ao turismo teve início desde o governo Lomanto Júnior, recebendo crescente atenção através de todos os governos seguintes. Mas foi depois da novela *Gabriela*, sobretudo a partir de 1979, que o governo empreendeu uma campanha maciça de divulgação da Bahia como destino turístico para o resto do país. Assim, o Estado interviu diretamente, apoiado nos meios de comunicação, principalmente valendo-se da televisão, para divulgar a imagem da Bahia nos mercados emissores de turistas, ou seja, nas regiões Centro/Sul e Sul.

ESTADO, CULTURA E TURISMO

Cabe notar que o Estado aparece na sociedade como uma estrutura de dominação e poder, capaz de influenciar a pauta de notícias escolhidas como tal pela mídia. Neste sentido, o Estado é agente produtor ativo de cultura. O discurso proferido por pessoas que representam o Estado tem o poder de influenciar a maneira pela qual a sociedade se vê, através das representações de si mesmas. Em outras palavras, um aparelho ideológico de estado, exerce influência sobre a forma pela qual uma sociedade seleciona as suas tradições, vindo, assim, a construir um discurso daquilo que seriam as suas tradições culturais (ALTHUSSER, 1971; WILLIAMS, 1980; CARNOY, 1990). Williams (1980:31/40) salienta que o conceito de cultura compreende mais do que um conjunto de práticas, crenças, símbolos, objetos, valores e costumes. Cultura é algo decorrente de um permanente processo de construção simbólica, que implica em argumentação e debate sobre temas presentes e passados, divergentes muitas vezes, e até contraditórios, que vão desaguar nas representações do mundo que faz de si uma sociedade. Destarte, quando um governo estadual elege o turismo como alvo estratégico a ser perseguido, ele escolhe os elementos da tradição cultural que lhe convém, de acordo com seus objetivos de diferenciar o seu produto no mercado de lazer.

O produto turístico é a soma dos recursos naturais, mais a cultura local. Para ele ser notado, desejado e consumido, o produto turístico precisa exibir diferenças que o distingam dos demais. É onde o Estado exerce sua influência, construindo a noção de si e da sociedade de acordo com a versão da tradição cultural que convém ao desenvolvimento da atividade turística. Ocorre que ao perseguir seus objetivos pragmáticos para o Estado, as tradições culturais, e mesmo a história, são produtos de uma escolha seletiva, arrumadas em discursos que possam produzir consonância cognitiva entre o Estado e aquilo que o turista deseja. Williams ressalta que "certos significados do passado e do presente são escolhidos para ser enfatizados, enquanto outros são esquecidos de propósito" (WILLIAMS, 1980:39). Um pouco adiante Williams observa que a sociedade reinterpreta seus próprios símbolos ao longo da história, de acordo com os interesses de quem detém o poder. Um programa estadual de incentivo ao turismo não chega a rescrever a história oficial, como o fizeram as ditaduras soviética e nazista, mas não hesita em escolher a versão da história e da cultura que melhor se adequa aos interesses de promover a venda do seu produto turístico. O resultado é uma representação da cultura onde o exótico é privilegiado, onde o tradicional é acentuado pelo lado pitoresco (LEONG, 1989)

O Estado escolhe justamente as características da cultura baiana que acen- tuem a diferenciação do espaço físico e cultural local no mercado. Ao fazê-lo, divulga através da mídia, sobretudo da televisão, a versão "turística" da Bahia. Vários

filmes publicitários sobre a Bahia foram veiculados em estações de televisão do Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília etc. Como os filmes para televisão foram orientados para os de fora, estes, quando chegavam à Bahia, traziam a imagem já construída de como deveriam ser os baianos. Ademais, outras mídias de massa, além da televisão, reproduziam esta imagem construída sobre o ser baiano, que assim operavam como um sinalizador para a construção da identidade local, ao ser lida pelos de dentro, isto é, pelos baianos. A identidade de um povo decorre de como o outro nos vê e de como nós pensamos que devemos ser para agradar o outro no âmbito de um jogo de empatias. A identidade baiana, "é a reprodução de um padrão imposto pela mídia. A identidade da gente não é um reflexo do que a gente é. É o cruzamento de um jogo de espelhos do que a gente é com o que o outro acha da gente" (ALBERGARIA, 1995:12).

Ser baiano é ser um personagem idealizado, diferenciado do resto do Brasil, meio exótico, musical, alegre, pouco chegado ao trabalho, algo que desperta a curiosidade do turista, correspondendo a uma imagem, ou clichê, veiculada seguidas vezes na mídia, que assim acaba incorporada na cultura local. Estes traços foram acentuados e interiorizados no imaginário local, e nacional, em decorrência do que se pode constatar como evidência, de que a única indústria realmente próspera, e genuinamente baiana, é o carnaval. Ao invés da transformação da cultura de um modelo rural para outro dominado pelo modo de produção industrial, como previam os planejadores de governo durante a gestão Roberto Santos, os baianos mostraram-se competentes para transformar o carnaval em negócio exportável, de cifras milionárias. Em torno do carnaval acontecem inúmeros negócios, como a produção de música, discos, sem falar na multiplicação de eventos carnavalescos espalhados por todo o Brasil, durante todos os meses do ano, como as micaretas, o Fortal etc. Na esteira da festa, um grupo social antes reprimido medrou com todo frescor, multiplicando a sua contribuição cultural, e se afirmando com orgulho no contexto do espaço baiano.

Interessante é que embora o Brasil, como um todo, desde a década de 60, tenha passado por um processo de crescimento econômico centralizado no Centro Sul, ocorreu, em paralelo, um significativo fortalecimento da capacidade de polarização econômica e cultural nas capitais dos demais estados brasileiros, como Salvador, Recife, Porto Alegre etc. Houve, assim, uma descentralização da produção cultural, antes restrita à cidade do Rio de Janeiro, que por sua vez viu sua hegemonia de centro cultural do país ser dividida com São Paulo, a partir dos anos JK, portanto, desde o final dos anos 50. Assim, capitais como Salvador, por volta dos anos 70, começaram a hospedar movimentos de produção cultural autônomos, com peculiaridades próprias, derivadas dos grupos culturais que foram reunidos em seu território. Parte da nova afirmação cultural baiana decorreu do turismo. Vale notar que ainda nos primeiros anos da década de 60, os cultos afro-baianos funcionavam em caráter precário, já que eram proibidos, refletindo a força que detinha a Igreja Católica sobre o Estado secular em tempos pretéritos. Somente durante o governo Roberto Santos foi suspenso o veto legal que impedia sessões de candomblé, que de resto já havia caído de fato, desde que o turismo interno ganhou expressão em Salvador, cidade que tinha para oferecer ao visitante de fora o exótico tão procurado. Foi justamente através do resgate da cultura negra que a Bahia se projetou como um centro de produção cultural independente do Centro Sul. É óbvio que a resistência da cultura de raízes africanas, na Bahia, é um fenômeno que se confunde com a própria história do estado, especialmente do Recôncavo baiano. Nossa observação acima, da influência de uma deliberada escolha de privilegiar o turismo como estratégia de política pública, deve ser lida como um fenômeno que operou como um rompimento de interditos do Estado sobre um segmento ferozmente submetido, antes existente e observado, ora com rigor (vide a repressão ocorrida durante o levante dos Malês no século passado), ora com a complacência, a tolerância herdada dos lusitanos, de admitir o outro diferente.

A renascença negra na cultura baiana não "brotou" de forma espontânea, ela já existia pujante na base da sociedade, talvez a palavra que a melhor defina seja "resistência". Contudo, houve um inegável incentivo dos promotores do turis-

mo. A construção da identidade baiana produzida pelo discurso do turismo acentuou a contribuição "exótica" da cultura negra, sempre marginalizada e desprezada pela cultura burguesa, européia, dominante até então. Com efeito, até os anos 60 a burguesia baiana via-se como uma espécie de representantes de um experimento de reprodução da civilização européia nos trópicos, desprezando qualquer contribuição dos negros para um possível resultado de mescla que diferenciase a Bahia no contexto brasileiro, salvo no capítulo da culinária, onde o predomínio dos temperos e receitas africanas se impôs desde cedo no processo de construção da cultura local. A postura dos brancos diante do trabalho, considerado tarefa para escravos, e a deformação produzida pelo instituto da escravatura no que tange ao trabalho, engendrou a atitude bastante aceita na Bahia de associar liberdade com ausência de trabalho. Cidade de serviços administrativos, onde a produção não era tradição, trabalhar em Salvador era coisa para escravos, e ascender socialmente significava não trabalhar ou ser amanuense numa repartição pública. A maioria da população negra de Salvador vivia envolvida nos serviços informais, compreendendo o que hoje se chama terciário informal urbano. Para os negros de Salvador, ser camelô é uma forma alternativa de ocupação, presente há longas datas.

Estas atividades informais nunca demandaram escolaridade, o que contribuía para associar o negro à ignorância, de modo que a burguesia viu com reticência aquele discurso oficial, nos anos 70, tão simpático à contribuição do negro para a cultura baiana. A burguesia baiana, afinal, passeou na Europa nas décadas de 50 e 60, e agora, na década de 70, e sobretudo na década de 80, estava descobrindo a Flórida, nos Estados Unidos. Ir para Miami significava deixar para trás, em Salvador, a sujeira, a pobreza, a feiura das favelas, o hábito de transformar qualquer muro ou praça pública em mictório. Miami representava o oposto de tudo aquilo, um verdadeiro modelo de como uma cidade tropical deveria ser: limpa, asséptica, sem mendigos nas ruas, jardinada, segura, silenciosa, rica, cheia de lojas apinhadas de engenhocas eletrônicas.

BAIANIDADE

Nos anos 50, vale lembrar, foi diagnosticado na Bahia um enigma por planejadores econômicos pasmos com a dificuldade do capitalismo em grassar em terras baianas. Aquela década ainda exibia traços da "baianidade" tradicional, uma cultura própria que não se identificava com o Nordeste nem com o Centro Sul, onde os brancos tradicionais buscavam inspiração de estilo de vida na Europa, viam-se ainda como senhores da terra, numa atitude patrimonialista derivada do vínculo com a atividade agrícola, e ainda onde os negros eram vistos apenas como peças que compunham a natureza, sendo-lhes negado contribuição cultural. Os decifradores daquele enigma julgaram romper o marasmo pré-capitalista baiano com a introdução da Petrobras e das indústrias do sul que vinham se instalar em Aratu e Camaçari, em busca de incentivos fiscais e créditos subsidiados. Mas o sonho da burguesia de ver a Bahia transformada em grande centro industrial durou pouco, pois foi na explosão da musicalidade negra que a Bahia acabou por se projetar na cena global.

A maioria das indústrias que se instalou na Bahia era filial de grupos de fora, de modo que as diretorias permaneceram fora do território baiano. A burguesia local continuou exibindo os mesmos elementos de outrora, salvo pela incorporação de uma nova classe adventícia de gerentes e burocratas bem remunerados. Por outra parte, em decorrência da implantação de indústrias na região metropolitana de Salvador, surge uma nova classe de assalariados proletários, que começam a interpretar a cidade de um modo diferente. A "baianidade" dos anos 50 compreendia a visão exclusiva que fazia de si os senhores da terra e os comerciantes de Salvador. A partir dos anos 70 o conceito de "baianidade" começa a se alargar, em função da nova leitura que fazem os assalariados urbanos e proletários sindicalizados, e da ênfase no exótico produzido pelo discurso estatal dos promotores do turismo.

Assim, nos anos 70 o conceito de "baianidade" é ampliado para abrigar a cultura negra, pois agora convém incorporá-la. ACM percebe a nova 'baianidade' transformada num mosaico de entradas, onde os negros despontam como atores criadores transformadores, de modo que lhes dá voz. Dar voz a quem até recentemente apenas resistia, considerados como simples elementos figurativos da paisagem local, significa ganhar uma enorme parcela de eleitores no mercado eleitoral, algo desejado pelo regime militar com vistas a manter a fachada de sua própria legitimação. Não era necessário preparar aquela parcela da população para que atuasse de modo mais dinâmico na nova sociedade industrial que adviria em decorrência da implantação de indústrias em Aratu e Camaçari, conforme a estratégia colocada por Roberto Santos. Bastava estimular a explosão cultural de criatividade dos que estiveram sem voz, dando-lhes festa. Todas as festas de largo, festas populares, foram estimuladas, receberam generosa chancela oficial e foram devidamente divulgadas ou vendidas como produto turístico. Matavam-se, portanto, dois coelhos com apenas um tiro.

Naturalmente a versão da cultura negra que é estimulada e divulgada através da mídia omite alguns eventos históricos, enquanto hipertrofia a criatividade artística e musical. A Revolta dos Alfaiates, a resistência oferecida pelos negros malês na Bahia, enfim, qualquer manifestação social que pudesse comprometer a imagem de cordialidade construída da 'baianidade' oficial, que mostra um povo alegre interessado em carnaval e gozo sibarita, ficaram confinadas aos debates acadêmicos (REIS, 1987). Esta nova 'baianidade', ampliada, festiva, foi a que ACM adiantou-se a defender. Na ausência de um paladino da 'baianidade', e considerando-se que era o Estado quem instruíra o caminho e a forma que a baianidade deveria ter, ACM fez-se coroar como o campeão dos interesses baianos, como o "babba oba" da negra Salvador, com o que acumulava a qualidade de coronel para os baianos do sertão e de líder moderno, neo-liberal, para a burguesia branca.

Assim, além de controlar o interior da Bahia, consoante o figurino de um coronel dos idos de 30, Salvador arriou a guarda para o novo "babba oba". Na verdade, o turismo contribuiu para amplificar um movimento cultural cuja expressão estava reprimida, de modo que ACM apenas vestiu o abadá de chefe de uma comunidade sem chefia. A explosão da cultura baiana de raízes negras veio para ficar, está longe de ser um simples modismo. Não se pode dizer que há uma identificação direta entre ACM e este movimento cultural, tendo havido, inclusive, períodos em que o prestígio de ACM esteve baixo. Embora os movimentos sociais tivessem experimentado um inusitado crescimento desde o anúncio da abertura por Geisel, o que resultou no crescimento das oposições, sobretudo nas capitais, ACM, apesar de ter perdido o controle político de Salvador no começo da década de 80 até 1994, logrará êxito em reconquistá-la, nos anos 90, graças, em parte, ao espaço que ocupou no imaginário da Bahia negra, como o político associado à sua (deles) ascensão cultural.

Para finalizar, cabe salientar o papel educativo e formativo que desempenha o Estado contemporâneo, que extrapola suas funções convencionais de aparato administrativo e coercitivo. O Estado hodierno é, também, instrumento indireto de produção de hegemonia, embora o processo de construção de hegemonia ocorra em outras instâncias da sociedade, como na mídia, na escola, na família, no ambiente de trabalho e nas igrejas (HALL, 1996). Mas é no Estado onde as forças capazes de construir hegemonia encontram-se condensadas, pois o exercício do poder permite a implementação de políticas culturais, que nada mais são do que a manifestação prática de hegemonia. Ora, como na sociedade contemporânea a sociabilidade está centrada na mídia, sendo que delas a televisão é a mais conspícua, o governante lança mão da televisão na sua disputa por hegemonia. Este "lançar mão" pode significar controle direto do meio (mediante a posse, como tratou de fazer ACM na década de 80), ou aproveitamento, por oportuno, de narrativas que contribuam para construir no imaginário coletivo imagens que reforcem interesses estratégicos, como foi o caso da influência da novela *Gabriela* na construção de um cenário propício ao desenvolvimento do turismo na Bahia. En-

fim, como o controle do Estado (a partir do qual se pode desenvolver todo um conjunto de mensagens, sob a forma de propaganda paga à população, à guisa de divulgação de programas de governo, mas que na verdade tem o propósito de construir imagem positiva do governante) e dos meios de comunicação são os principais elementos (dentre outros, conforme colocado no início deste ensaio) para a construção de um cenário de representação da política favorável, podemos inferir que as perspectivas políticas na Bahia apontam para a continuidade da atual combinação de forças políticas no controle do Estado, no poder desde 1990.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERGARIA, Roberto. Praia vira palco no teatro do prazer. Entrevista ao jornal *Linha Direta*, n.51. Salvador: outubro de 1995, página 12.
- ALMEIDA, Jorge. *Como Vota o Brasileiro*. São Paulo: Casa Amarela, 1996
- _____. *Dialogando com o conceito de Cenário de Representação da Política*. Salvador, mimeo., trabalho apresentado no III Seminário de Pesquisa da FACOM UFBA, em 27.11.1998
- ALTHUSSER, Louis. *Lenin and Philosophy and Other Essays*. Londres: New Left Books, 1971.
- CARNOY, Martin. *Estado e Teoria Política*. Campinas: 3ª edição, Papyrus, 1990.
- HALL, Stuart. Gramsci's relevance for the study of race and ethnicity. In *Stuart Hall; Critical Dialogues in Cultural Studies*. Organizado por David Morley e Kuan-Hsing Chen. Londres, Routledge, p.411-440, 1996.
- LEONG, Wai Teng. Culture and the State: Manufacturing Traditions for Tourism. In *Critical Studies in Mass Communications*, Nova York: n.6, p.355-375, 1989.
- LIMA, Venício A. Televisão e Política: Hipótese sobre a eleição presidencial de 1989. In *Comunicação & Política*. Rio de Janeiro: Cebela, ano 9 n. 11, pp. 29-54; abr-jun 1990.
- _____. A Televisão e o poder; a hipótese do cenário de representação da política. In *Comunicação & Política*. Rio de Janeiro: n.s., v. 1 n. 1, pp. 5-22; ago-nov 1994.
- _____. CR-P: novos aspectos teóricos e implicações para a análise política. In *Comunicação & Política*. Rio de Janeiro: n.s., v.1, n. 3, pp.95-106; abr-jul 1995.
- _____. Cenário de Representação da Política, CR-P: um conceito e duas hipóteses sobre a relação dos mídia com a política. *Anais do XX Encontro Anual da ANPOCS*, Caxambu: ANPOCS, 22 a 26 de outubro de 1996
- _____. Comunicações, políticos e democracia. In: Trindade, Castro (Org.). *A Sociedade Democrática no Final de Século*. Brasília: Paralelo 15, 1997
- _____. Os mídia e a representação da política. In Jorge Almeida e Vitória Cancelli, orgs., *Estratégia; a luta política além do horizonte visível*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998
- REIS, João José. *Rebelião Escrava no Brasil; A história do levante dos malês (1835)*. São Paulo: 2ª edição, Brasiliense, 1987
- OLIVEIRA, Francisco de. *O Elo Perdido; Classe e Identidade de Classe*. São Paulo: Brasiliense, 1987
- WILLIAMS, Raymond. *Problems in Materialism and Culture*. Londres, New Left Books, 1980