

F. Ciências Sociais Aplicadas - 3. Economia - 7. Economia Regional e Urbana

O São João da Bahia: tradição, competição e desenvolvimento regional

André Luiz dos Santos e Silva Júnior ¹

Jamille Oliveira dos Santos ²

1. UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE - UFF

2. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA - UFRB

INTRODUÇÃO:

As festas juninas na Bahia têm sofrido grandes transformações em sua estrutura e no público para o qual são destinadas, passando de festividades locais e de cunho familiar para megaeventos com impactos nas economias regionais. Essas transformações atingem principalmente o interior do estado, sendo percebidas através dos grandes shows promovidos pelas prefeituras e dos eventos particulares, os maiores atrativos para essas localidades na época. Nos últimos anos o São João têm representando uma alternativa para o desenvolvimento econômico de algumas regiões na Bahia, em vista da possibilidade de se minimizar os efeitos da sazonalidade do turismo no estado, principalmente no mês de junho. O São João da Bahia tem se afirmado nos últimos anos como um megaevento com grande potencial econômico, ainda pouco explorado, pela maneira como ele dinamiza as economias regionais, mesmo com pouco patrocínio, porém sendo tão promissor quanto o Carnaval de Salvador foi nos anos 1980. Os impactos do megaevento representado pelo São João da Bahia são grandes. Somente em 2009 gerou um fluxo de pessoas, da ordem de 400 mil, cerca de 65% por meio dos ônibus intermunicipais, tendo como destino cidades como Cruz das Almas, Cachoeira, Amargosa, Santo Antônio de Jesus no Recôncavo baiano.

METODOLOGIA:

Análise dos sites promocionais do São João da Bahia do governo estadual e das prefeituras. Análise dos sites promocionais dos "fórrós" que são realizados simultaneamente às comemorações oficiais e que competem com as mesmas. Observação do São João de Cruz das Almas para comparação com o city marketing de outras cidades do Recôncavo.

RESULTADOS:

A alternativa de desenvolvimento econômico representada pelas festividades do São João, que desperta interesses públicos e privados, tem estabelecido um clima de competição entre os municípios do Recôncavo e de outras regiões em busca da maior atratividade em suas festas, nos quais os governos locais lançam mão de estratégias de city marketing, transformando manifestações culturais locais em produtos e atrativos turísticos como ocorre com a Guerra de Espadas de Cruz das Almas ou até mesmo reforçando as tradições locais como em Cachoeira. O aumento da população em regiões como o Recôncavo transforma as economias locais, representando um aumento no consumo e do aluguel de imóveis para temporada. Somente Cruz das Almas, Senhor do Bonfim e Amargosa faturaram em 2009 mais de 20 milhões de reais com as festividades.

CONCLUSÃO:

Partindo da análise do São João da Bahia, que se consolidou no calendário oficial a menos de 3 anos, podemos trazer novos elementos analíticos para a importância de manifestações culturais para as economias regionais, sobretudo em regiões com pouco desenvolvimento socioeconômico. Essa pesquisa também desloca parte do foco analítico do Carnaval de Salvador como único megaevento que confere competitividade a Salvador e projeção para a capital e ao estado da Bahia.

Instituição de Fomento: CNPq

Palavras-chave: city marketing, desenvolvimento regional, são joão.