



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA**  
**CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS**  
**MESTRADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS**

**TAIS MORAIS PADILHA BATISTA**

**ENCONTROS E DESENCONTROS DO TURISMO ÉTNICO.**  
**UM ESTUDO DE CASO EM CACHOEIRA-BA**

Cachoeira  
2015

**TAÍS MORAIS PADILHA BATISTA**

**ENCONTROS E DESENCONTROS DO TURISMO ÉTNICO  
UM ESTUDO DE CASO EM CACHOEIRA-BA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais, Desigualdades e Desenvolvimento da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais.

**Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Salete Souza Nery**

**Linha de Pesquisa: Identidade e Diversidade Cultural**

Cachoeira  
2015

**TAÍS MORAIS PADILHA BATISTA**

**ENCONTROS E DESENCONTROS DO TURISMO ÉTNICO  
UM ESTUDO DE CASO EM CACHOEIRA-BA**

Dissertação apresentada ao Mestrado em Ciências Sociais, Desigualdades e Desenvolvimento da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais.

Aprovada em 26/05/2015.

Banca Examinadora

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Salete de Souza Nery (Orientadora)

---

Prof. Dr. Wilson Rogério Penteado Jr. UFRB

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Lúcia Maria Aquino de Queiroz UFRB

Cachoeira  
2015

## **Dedicatória**

Ao meu companheiro, amigo e amado de todos os dias que fez dessa  
jornada algo mais leve.

Ao meu mais precioso feito, meu filho que em sua dura trajetória  
adolescente permitiu e compreendeu minhas muitas ausências.

À minha mãe, que continua lá, sempre lá a torcer e esperar.

## **Agradecimentos**

Agradeço todos os dias, e ainda mais neste momento ao meio esteio, meu apoio e minha casa, meu filho, meu marido e minha mãe, as três pilstras de minha existência. Por eles caminho, respiro e sorrio. Sem eles, nada disso teriam muita importância.

Aos funcionários da Biblioteca Municipal e ao Arquivo Público Municipal de Cachoeira, que muito solícitamente me atenderam em todas as minhas necessidades, com muita simpatia.

A todos os meus entrevistados por disporem de seu tempo e mesmo aqueles que pediram para não ter seus nomes divulgados, ou mesmo aqueles que se recusando a dar entrevista formal, me ajudaram na busca pelas pistas.

Agradeço a todos aqueles que direta ou indiretamente me ajudaram a trilhar esse caminho, as vezes pesado, as vezes truncado, mas muito esclarecedor.

A todos os professores do Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da UFRB.

À minha primeira orientadora Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Ana Paula Carvalho que contingências da vida nos impediram de findarmos a trajetória, mas que me guiou com muita diligência enquanto caminhamos juntas.

À minha nova orientadora Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Salete de Souza Nery, que me abrigou e me acolheu em momento crítico.

À Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado da Bahia, pela bolsa concedida.

Por fim, agradeço à força que em mim reside, que me impulsiona, me cobra, me acalma e me sustenta quando o mundo quer ficar cinza, que eu gosto de chamar de Deus.

## Resumo

Essa dissertação de Mestrado trata do Turismo como fenômeno social, inserido em contextos globais. A gênese do turismo como atividade organizada por agentes tem seu marco em meados do século XIX com Thomas Cook na Inglaterra. Dessa ação inicial muito se evoluiu até chegarmos aos dias atuais. Diversos foram os avanços tecnológicos e as transformações sociais para que o turismo se tornasse no que alguns gostam de chamar de 'indústria'. E desde então ele tem sido tema discutido e debatido por diversas áreas do conhecimento.

Esse turismo de massa foi bastante criticado por gerar impactos de ordem diversas nas comunidades receptoras e como resposta a essas críticas surgem novas propostas de fomento sustentável que promovam também inclusão social e preservação do patrimônio histórico e cultural. Um segmento que parece crescer e se desenvolver em consonância com tais paradigmas é o Turismo Étnico/Raízes, que vem se fortalecendo a partir de diretrizes turísticas nacionais e estaduais brasileiras, que buscam a promoção da inclusão e reparação social dos grupos marginalizados e invisibilizados.

Tal segmento vem se tornando atrativo aos agentes públicos de turismo em função de uma demanda internacional de afro americanos que interessados na busca por suas raízes perdidas com a ancestralidade africana, procuram por lugares onde a África esteja sendo reconstruída.

Neste sentido, o trabalho aqui exposto busca a investigação da aplicação dessa nova filosofia dentro de um quadro em que a etnicidade vem se tornando um recurso econômico e social e suscitando novas formas de vivenciar o sentimento étnico, mas que também pode gerar novas invisibilidades de grupos que não se percebiam dentro do escopo hermético em que a etnicidade vem sendo delimitada pelas políticas públicas de turismo do estado baiano.

**Palavras Chave: Turismo, Etnicidade, Cultura, Políticas Públicas, Globalização**

## **Abstract**

This Master's thesis deals with tourism as a social phenomenon , inserted in global contexts. The genesis of tourism as an activity organized by agents made its mark in the mid-nineteenth century with Thomas Cook in England. This initial action very evolves until we get to today. Several have been technological advances and social changes that tourism has become in what some like to call ' industry' . And since then it has been the subject discussed and debated by different areas of knowledge

This mass tourism was heavily criticized for generating impacts of various order in host communities and in response to these criticisms are new proposals for sustainable development that also promote social inclusion and preservation of historical and cultural heritage. A thread that seems to grow and develop in line with such paradigms is the Ethnic Tourism / Roots , which is becoming stronger from national tourism guidelines, which seek to promote social inclusion and repair of marginalized and invisible groups.

This segment is becoming attractive to public officials tour due to an international demand for african Americans interested in the search for their roots lost with African ancestry , look for places where Africa is being rebuilt.

In this sense, the work here presented seeks application of research this new philosophy within a framework in which ethnicity has become an economic and social resource and inspiring new ways of experiencing the ethnic sense , but it can also generate new invisibility groups who do not consider themselves within the hermetic scope in which ethnicity has been bounded by the public policies of the state of Bahia tourism.

**Keywords : Tourism , Ethnicity , Culture, Public Policy , Globalization**

## **Lista Entrevistados**

**Arlanza Rebello**, professora da Universidade de São Paulo (turista), 09/11/2014.

**Edson Filho**, 26 anos, diretor da Pousada do Carmo. 28/01/2015.

**Elitânia**, 20 anos, funcionária da Pousada Identidade Brasil (Hotel e Loja de Artesanato), técnica em turismo. 20/01/2015.

**Daniel Santana**, 31 anos, chefe de recepção do Hotel Aclamação, no cargo há quatro anos e também membro do Conselho de Cultura de Cachoeira. 13/02/2015.

**Fabrizio Bori**, italiano, ex guia turístico de estrangeiros na Bahia, atualmente proprietário do Hotel Fazenda Guaiamum em Morro de São Paulo BA. 13-16 de Agosto, 2014.

**Jordânia Souza Freitas**, 39 anos, artesã, expõe e auxilia no monitoramento do Centro Cultural da Irmandade da Boa Morte. 22/11/2014 e 01/04/2015.

**Jorge de Capoeiruçu**, 49 anos morador de Cachoeira há vinte anos, possui uma barraca na feira da cidade e também atua culturalmente com grupos de danças (coordena um grupo de mascarados e outro de *street dance*). 09/11/2014.

**José Antônio Ferreira**, 27 anos guia turístico local e funcionário da Pousada d'Ajuda. 28/01/2015

**Rita Chaves**, professora da Universidade de São Paulo (turista) 09/11/2014.

**Roberto Mercês**, guia turístico de Salvador, especialista na rota do turismo étnico (Festa da Boa Morte) há mais de 20 anos. 15/08/2014

**Roberto Pereira**, 40 anos morador local, pedreiro e evangélico. 23/11/2014.

**Sara**, 20 anos aluna do Bacharelado Interdisciplinar de Cultura da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. 15/08/2014.

**Sayuri Koshima**, guia turística de Salvador. 15/08/2014.

**Wanderberg Souza**, funcionário e coordenador de viagens culturais do Sindicato dos Órgãos Públicos de Salvador. 15/08/2014

**Rita Fonseca**, 49 anos, guia turística de Salvador. 09/11/2014.

## **Lista Figuras**

**Figura 1 – Processo de comunicação de marketing turístico.** Fonte: Rushmann, 1995, elaborado pela autora, 2014. Pg. 41

**Figura 2 – Encontros e Desencontros do Turismo Étnico – Quadro Sintético das investigações teóricas de posicionamentos e possíveis desencadeamentos desejados e não planejados – Elaborado pela autora, 2014. Pg.**



**Figura 3 – Quadro Rivalidade entre a Capela d’Ajuda e a Igreja N. S. Conceição do Monte.** Fonte: Nascimento, 1995) Elaborado pela autora, 2014. Pg. 122

**Figura 4:** Fonte: SESC Bahia, 2014. Material recolhido em campo durante a Festa da Boa Morte, 15/08/2014. Pg. 154

**Figura 5 – Desencadeamento do Processo de Turistificação do segmento étnico – Políticas Públicas –** Elaborado pela autora, 2015. Pg. 189

**Figura 6 – Desencadeamento do Processo de Turistificação do segmento étnico – Locais –** Elaborado pela autora, 2015. Pg. 192

**Figura 7 – Desencadeamento do Processo de Turistificação do segmento étnico – Turistas –** Elaborado pela autora, 2015. Pg. 195

**Figura 8 - Ciclo de Vida do Produto Turístico.** Fonte: Beni, 2002, editado pela autora, 2015. Pg. 197

## **Lista Fotos**

**Foto 1 – Fonte:** FREITAS, J., SETUR/BAHIATURSA, s/data – Material de Divulgação Novos segmentos e Novos produtos. Um mundo de opções chamado Bahia. Pg. 17

**Foto 2 – Fonte:** SETUR BA/BAHIATURSA, s/data. Material de Divulgação Cachoeira Heroica. Pg. 28

**Foto 3 – Fonte:** Vários Autores, s/data, SETUR BA/BAHIATURSA. Material de Divulgação Viver Bahia é muito mais.

**Foto 4 – Fonte:** SOUZA, E. /G1, 2008. Pg. 87

**Foto 5 – Fonte:** DIAS, M. /AGECOM/G1, 2008. Pg. 87

**Foto 6 – Fonte:** DIAS, M., BAHIA JÁ, 2008. Pg. 89

**Foto 7 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 2014. 15/08/2014. Pg. 90

**Foto 8 – Fonte:** BATISTA TAÍS M P, 2014. 15/08/2015. Pg. 90

**Foto 9 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 2014. 15/08/2015. Pg. 92

**Foto 10 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 2014.15/08/2015. Pg. 92

**Foto 11 – Fonte:** Barreto, Rey e Freitas, Setur Ba/Bahiatursa 2014. Material de Divulgação Festas Populares da Bahia, Tradição, sincretismo e alegria. Calendário 2014. Pg. 97

**Foto 12 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P Taís , 02/12/2014. Pg. 104

**Foto13:** TRADIÇÕES BRASIL, 2011. Pg. 104

**Foto 14 – Fonte:** s/autor, UFRB, 2012 disponível em: <http://www3.ufrb.edu.br/turismo/wp-content/uploads/2012/03/Irmandade-da-boa-morte.jpg>. Pg. 104

**Foto 15 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 08/08/2014. Pg. 106

**Foto 16 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 08/08/2014. Pg. 106

**Foto 17 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 01/11/2014. Pg. 107

**Foto 18 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 01/11/2014. Pg. 107

**Foto 19 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 28/03/2015. Pg. 109

**Foto 20 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 28/03/2015. Pg. 109

**Foto 21 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 28/03/2015. Pg. 109

**Foto 22 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 109

**Foto 23 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 28/03/2015. Pg. 109

**Foto 24 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 28/03/2015. Pg. 109

**Foto 25 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 28/03/2015. Pg. 109

**Foto 26 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 28/03/2015. Pg. 109

**Foto 27 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 02/08/2014. Pg. 114

**Foto 28 – Fonte:** GOMES, EDUARDO, 2010. Pg. 114

**Foto 30 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 30/10/2014. Pg. 118

**Foto 31 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 09/11/2014. Pg. 120

**Foto 32 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 09/11/2014. **Pg. 120**

**Foto 33 – Fonte:** UFRB, arquivo pessoal de Cacau Nascimento, disponível em: <http://www3.ufrb.edu.br/reverso/2010/11/14/origem-da-festa-dajuda-possui-marcas-historicas-do-seculo-xix/>. Pg. 123

**Foto 34 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 16/11/2014. Pg. 123.

**Foto 35 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 23/11/2014. Pg. 129

**Foto 36 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 23/11/2014. Pg. 129

**Foto 37 – Fonte:** COSTA, ALZIRA, 2008, disponível em: <http://www.festadajuda2008blogspot.com.br/2008/11/levanta-mascara-careta.html>. Pg. 130

**Foto 38 – Fonte:** CENTRO DE ESTUDOS RAÍZES DO RECÔNCAVO, s/a, 2010, disponível em: <http://www.festadajuda2009.blogspot.com.br/2010/04/adoteumacabeçorra-adote-um-mandu.html>. Pg. 130

**Foto39- Fonte:** LIMA, JOMAR, 2008. Pg. 130

**Foto 40 - Fonte:** GONDIM, ADENOR, 200, disponível em: [www.apenasbahia.blogspot.com.br](http://www.apenasbahia.blogspot.com.br). Pg. 130

**Foto 41 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 13/08/2014. Pg. 133

**Foto 42– Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 13/08/2014. Pg. 133

**Foto 43– Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 14/08/2014. Pg. 133

**Foto 44 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P Taís, 14/08/2014. Pg. 133

**Foto 45 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 133

**Foto 46 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 133

**Foto 47 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 21/11/2014. Pg. 134

**Foto 48 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 22/11/2014. Pg. 134

**Foto 49 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 135

**Foto 50 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 135

**Foto 51 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 16/08/ 2014. Pg. 135

**Foto 52 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 17/08/ 2014. Pg. 135

**Foto 53 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 16/11/2014. Pg. 136

**Foto 54 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 23/11/2014. Pg. 136

**Foto 55 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 25/11/2014. Pg. 136

**Foto 56 – Fonte:** SCIPIONI, LAMBERTO, 2005. Pg. 141

**Foto 57 - Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg 151

**Foto 58 - Fonte:** BATISTA, TAÍS M P Taís, 15/08/2014. Pg. 151

**Foto 59 - Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 152

**Foto 60 - Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 152

**Foto 61 - Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 154

**Foto 62 - Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 154

**Foto 63 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 160

**Foto 64 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 160

**Foto 65 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 160

**Foto 66 – Fonte:** A TARDE, 2012. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=VSLHc5eTPh4>. Pg. 160

**Foto 67 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 162

**Foto 68 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg.162

**Foto 69 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 162

**Foto 70 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 162

**Foto 71 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 09/11/ 2014. Pg. 167

**Foto 72 – Fonte:** PORTAL A PONTE, 2014, editado pela autora, 2014. Disponível em: <http://www.portalaponte.com/festa-dajuda-2014-anuncia-sua-programacao-de-09-a-25-de-novembro/>. Pg. 167

**Foto 73 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 170

**Foto 74 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 23/11/2014. Pg. 170

**Foto 15 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 09/11/2014. Pg. 173

**Foto 76 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 21/11/2014. Pg. 173

**Foto 77 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 09/11/2014. Pg. 174

**Foto 78 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 09/11/2014. Pg. 174

**Foto 79 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 09/11/ 2014. Pg. 174

**Foto 80 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 23/11/2014. Pg. 174

**Foto 81 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 23/11/2014. Pg. 175

**Foto 82 – Fonte:** BATISTA, TAÍS M P, 23/11/2014. Pg. 175

**Foto 83** – Fonte: BATISTA, TAÍS M P, 20/11/2014. Pg. 176

**Foto 84** – Fonte: BATISTA, TAÍS M P, 25/11/ 2014. Pg. 176

**Foto 85** – Fonte: BATISTA, TAÍS M P, 22/11/2014. Pg. 177

**Foto 86** – Fonte: BATISTA, TAÍS M P, 22/11/2014. Pg. 177

**Foto 87** – Fonte: BATISTA, TAÍS M P, 22/11/2014. Pg. 177

**Foto 88** – Fonte: BATISTA, TAÍS M P, 22/11/2014. Pg. 178

**Foto 89** – Fonte: BATISTA, TAÍS M P, 22/11/2014. Pg. 179

**Foto 90** – Fonte: BATISTA, TAÍS M P, 22/11/2014. Pg. 179

**Foto 91** – Fonte: BATISTA, TAÍS M P, 30/10/2014. Pg. 182

**Foto 92** – Fonte: BATISTA, TAÍS M P, 21/11/2014. Pg. 182

**Foto 93** – Fonte: BATISTA, TAÍS M P, 15/08/2014. Pg. 187

**Foto 94** - Fonte: BATISTA, TAÍS M P, 21/11/ 2014. Pg. 187

## **Lista Gráficos**

**Gráfico 1 População de Cachoeira por auto declaração Religiosa.** Fonte: IBGE, 2010, elaborado pela autora, 2014, pg. 112.

**Gráfico 1 – Turismo Doméstico e Internacional em percentuais.** Fonte: Fipe, 2012, editado pela autora, 2014, pg. 142

**Gráfico 3 – Turismo Doméstico e Internacional em números exatos.** Fonte: Fipe, 2012 editado pela autora, 2014, pg. 142.

**Gráfico 4: Perfil do turista que visita a Bahia por gênero.** Fonte: Fipe, 2012, editado pela autora, 2014, pg. 143.

**Gráfico 5 – Perfil do Turista que visita a Bahia por faixa etária.** Fonte: Fipe, 2012, editado pela autora, 2014, pg. 143.

**Gráfico 6 – Perfil do Turista que visita a Bahia por grau de instrução.** Fonte: Fipe, 2012, editado pela autora, 2014, pg. 143

**Gráfico 7: Razão principal de visita aos eventos religiosos.** Fonte FIPE, 2012, editado pela autora, 2014, pg. 145.

## **Lista Siglas**

**ACTUP** - Associação de Guias e Condutores de Turismo do Vale do Paraguaçu

**ASSEBA** - Associação dos Sambadores e Sambadeiras do Estado da Bahia

**BAHIATURSA** - Empresa de Turismo da Bahia S. A.

**BID** – Banco Interamericano de Desenvolvimento

**CECVI** – Centro de Educação e Cultura do Vale do Iguape

**FIPE** – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas  
**FLICA** – Festa Literária Internacional de Cachoeira  
**IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
**IDERB** – Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia  
**ICOMOS** - Conselho Internacional de Monumentos e Sítios  
**IPAC** – Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia  
**IPHAN** – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional  
**OEA** – Organização dos Estados Americanos  
**OMT** – Organização Mundial do Turismo  
**ONG** – Organização não governamental  
**ONU** – Organização das Nações Unidas  
**PNT** – Plano Nacional de Turismo  
**PNMT** – Programa Nacional de Municipalização do Turismo  
**MTUR** – Ministério do Turismo  
**SECULT**- Secretaria de Cultura  
**SECOM** - Secretaria de Comunicação Social do Governo da Bahia  
**SEINFRA** - Secretaria de Infraestrutura do Estado da Bahia  
**SESC** – Serviço Social do Comércio  
**SENAI** – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial  
**SESI** – Serviço Social da Indústria  
**SETUR BA**– Secretaria de Turismo da Bahia  
**UNESCO** - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

## **Lista Tabelas**

**Tabela 1 – Tabela dos eventos sagrados da Boa Morte e da Ajuda.** Fonte: Observação de Campo, elaborado pela autora, 2014, pg. 132

**Tabela 2 – Principais Países e Estados brasileiros emissores de turistas à Bahia.** Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora, pg. 142.

**Tabela 3 – Principais localidades baianas visitadas pelos turistas.** Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora, pg. 142.

**Tabela 4 – Perfil do turista que visita a Bahia por renda.** Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora, 2014, pg. 143.

**Tabela 5 – Motivação de Viagem excluindo o Lazer.** Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora, 2014, pg. 143.

**Tabela 6 – Motivação de viagem tendo o lazer como principal.** Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora, 2014, pg. 144.

**Tabela 7 – Participação em eventos Juninos e Religiosos.** Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora, 2014, pg. 145.

**Tabela 8 – Perfil do Turista Afro Étnico da Bahia.** Fonte: BAHIA, SETUR, 2009, editado pela autora, 2014, pg. 148.

**Tabela 9 – Itinerários étnicos delimitados para o Recôncavo da Bahia.** Fonte: BAHIA, SETUR, 2009, editado pela autora, 2014, pg. 149.

**Tabela 10 Fonte: Cronograma da Festa D’Ajuda 2014,** dados recolhidos em campo, elaborado pela autora, 2014, pg. 166.

**Tabela 11 – Análise Material de Divulgação, comparativo entre a Boa Morte e a Ajuda.** Fonte: SETUR BA, elaborado pela autora, 2014, pg. 168.

## Sumário

<b>Introdução.....</b>	<b>16</b>
<b>Capítulo 1 – Turismo e Etnicidade .....</b>	<b>27</b>
<b>1.1. O Turismo como Fenômeno Social .....</b>	<b>28</b>
<b>1.2. O Turismo para os Turistas.....</b>	<b>32</b>
1.2.1. Turismo de Experiência.....	32
1.2.2. Turismo Étnico.....	34
1.2.3. Turismo de Raízes.....	37
<b>1.3. O Turismo para os Locais.....</b>	<b>40</b>
1.3.1. O Mito de Origem.....	42
1.3.2. A Promoção da Auto Estima.....	45
1.3.3. O Turismo Como Instrumento.....	46
<b>1.4. A Questão da Autenticidade.....</b>	<b>49</b>
<b>1.5. Entre Discursos e Práticas.....</b>	<b>51</b>
<b>Capítulo 2 – Turismo e Políticas Públicas.....</b>	<b>58</b>
<b>2.1. Uma Visão Global do Turismo.....</b>	<b>60</b>
2.1.1. A Valorização Cultural Como Vetor Econômico. O Âmbito das Diretrizes Internacionais de Turismo.....	60
2.1.2. A Cultura Como Produto Turístico. O Âmbito do Mercado.....	66
<b>2.2 O Turismo no Brasil.....</b>	<b>73</b>
2.2.1. A Bahia da Tradição, do Sincretismo e da Alegria.....	75
2.2.2. Cachoeira, a Capital do Recôncavo.....	81
<b>Capítulo 3 – Encontros e Desencontros – Parte I.....</b>	<b>96</b>
<b>3.1. A Irmandade da Boa Morte.....</b>	<b>99</b>
3.1.1. Os Limites da Auto Estima.....	110
3.1.2. O sincretismo.....	115
<b>3.2. A Festa d’Ajuda.....</b>	<b>120</b>

3.2.1. História e Resistência.....	121
3.2.2. Uma festa contraditória.....	126
<b>3.3. A participação Popular.....</b>	<b>130</b>
3.3.1. Os momentos ritualísticos.....	131
3.3.2. Os momentos profanos.....	133
<b>Capítulo 4 – Encontros e Desencontros – Parte II.....</b>	<b>140</b>
<b>4.1. Diagnóstico Oficial do Turismo na Bahia.....</b>	<b>141</b>
<b>4.2. Os Turistas da Boa Morte.....</b>	<b>147</b>
4.2.1. Os arranjos turísticos.....	158
<b>4.3. A Invisibilidade da Festa d’Ajuda.....</b>	<b>163</b>
4.3.1. A Festa e sua Estrutura.....	172
<b>4.4. Encenando Culturas.....</b>	<b>178</b>
4.4.1. Os Locais.....	181
4.4.2. O Poder Público.....	184
4.4.3. O Turista.....	185
<b>Considerações Finais.....</b>	<b>188</b>
<b>Referências Bibliográficas.....</b>	<b>199</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>211</b>



## Introdução



**Foto 2** – Fonte: Jota Freitas, Setur/Bahiatursa, s/data – Material de Divulgação Novos segmentos e Novos produtos. Um mundo de opções chamado Bahia

Assim como John Urry (1996) já mencionou, dar sentido teórico a categorias como lazer, diversão e entretenimento não se mostra uma tarefa das mais fáceis nas ciências sociais. Grande parte desta dificuldade está na característica multifacetada que o turismo e suas atividades subjacentes apresentam no contexto geral, por se tratar de um fato social total (MAUSS, 1950).

O turismo tem o poder de inserir-se em todas as esferas da vida humana, ou seja, ele não impacta ou suscita reações apenas do âmbito social, político, econômico, religioso ou cultural, ele põe em movimento todas essas esferas ao proporcionar contato direto entre pessoas reais em contextos reais muitas vezes de alteridade, competitividade, disputa, negociação, mas também de confraternização, trocas culturais, contemplação e por que não de curiosidade.

O turismo aqui é percebido como um fenômeno da contemporaneidade de escala global, que possui raízes em tempos mais remotos, porém sofre a partir da metade do século XIX aproximadamente um processo de intensificação dos fluxos em massa como produto do capitalismo industrial (RODRIGUES, 1999).

É neste entendimento que aqui propomos uma análise que privilegie uma noção do turismo como ferramenta estratégica proposta inicialmente pelas políticas públicas brasileiras, mais precisamente as contidas nos Planos Nacionais de Turismo criados a partir de 2003 (MTUR, 2011) e suas derivações em nível estadual baiano.

“Em termos políticos-administrativos, o desenvolvimento de uma sociedade resulta de decisões formuladas e implementadas pelos governos dos Estados nacionais, subnacionais e supranacionais em conjunto com as demais forças vivas da sociedade, sobretudo as forças de mercado em seu sentido lato. Em seu conjunto, essas decisões e ações de governo e de outros atores sociais constituem o que se conhece com o nome genérico de *políticas públicas*.” (HEIDEMANN E SALM, 2009, p. 28)<sup>1</sup>

Dentro do que chamamos modalidades ou mesmo motivações turísticas existe uma em particular que tem se mostrado bem aceita para alavancar o turismo em determinadas regiões de poucas vocações econômicas e que se coloca como tema central desta pesquisa, o turismo étnico.

Este segmento faz parte das novas propostas de desenvolvimento turístico enquanto forma de fomento sustentável a partir da participação ativa das comunidades e da formatação de produtos que estejam fundamentados nas especificidades e particularidades de cada região voltadas para o desenvolvimento endógeno (MTUR, 2011), e se configura como uma das principais bases exploradas pelo estado da Bahia.

---

<sup>1</sup> Grifo dos autores.

Considerando a preponderância e a representatividade étnico-racial da herança africana e a preservação dos modos de vida e da identidade cultural, este segmento tem se apresentado como ponta-de-lança do turismo étnico no estado. (BAHIA, SETUR, 2009)

O turismo étnico ou turismo antropológico como já foi chamado (Brandão, 2001) era praticado como forma de proporcionar contato entre povos ditos civilizados e povos primitivos e como testemunho da eminente extinção destas comunidades pela ação da globalização. Mais recentemente esta modalidade vem trabalhando duas vertentes; a busca pelo outro (turismo étnico) e a busca por si mesmo (turismo de raízes), ambos podem ser vistos a partir do que alguns estudiosos chamam de turismo de experiência (GRABURN, 2009).

No contexto atual as comunidades étnicas estão inseridas em sociedades plurais e o próprio conceito de etnicidade passa a ser estudado sob outro prisma, assim o turismo étnico em tese passa a ter um novo papel, proporcionar contato entre grupos sociais de culturas diferentes, alteridade, experiência cultural, interação cultural, busca por ancestralidades.

Cachoeira município que vem tentando se firmar como polo de centralidade cultural através da atividade turística (Castro, 2010) é o universo da presente pesquisa. Município baiano localizado na Região do Recôncavo Sul do estado baiano e situa-se a aproximadamente 110km da capital, Salvador.

O município possui 32.026 habitantes segundo o censo do IBGE de 2010 e projeção de 34.244 para 2013, sendo que a população está distribuída percentualmente da seguinte forma; pardos 41%, pretos 47% e brancos 11%, e 1% entre amarelos e indígenas, distribuídos aproximadamente de acordo com a faixa etária em 34% (0-19), 48% (20-49), 13% (50-69) e 5% (70 ou mais), de acordo com o IBGE, 2010.

Armando Castro (2008), que estuda as questões de construção cultural em Cachoeira fala das intervenções de nível federal e estadual nas formatações culturais do Recôncavo através da consagração das Festividades da Boa Morte como emblemática para a localidade. Ele sugere que a etnicidade afro brasileira da Bahia e do Recôncavo tenha sido forjada por gestores do turismo como forma de competir no mercado turístico e angariar demanda através de uma emblematização dos grupos étnicos como marca da cultura local.

“Neste sentido, os gestores do turismo começaram a definir as emblematizações a que o Estado da Bahia teria de se submeter, mediante a segmentação imposta pelo competitivo mercado turístico. Era necessária a articulação de símbolos para a construção de uma ideia ‘sedutora’ do produto BAHIA. Neste caso, o viés da etnicidade parece ter suplantado os demais. A construção de uma Bahia e de um Recôncavo acima de tudo negros...” (CASTRO, 2008, p. 55)

Segundo Jocélio Teles dos Santos (2005) as iniciativas de políticas públicas de desenvolvimento para o Turismo que se iniciaram na década de 1960 no Estado da Bahia são

também emblemáticas para a construção de uma Bahia de “alma negra”. Ao buscar um plano de ação que envolvesse a preservação do patrimônio material histórico e o desenvolvimento econômico regional do Estado, essas políticas se voltaram para uma perspectiva que aliasse cultura e turismo.

Assim sendo o ponto de partida para o desenvolvimento da pesquisa está fundamentado principalmente no conceito de turismo étnico moldado e formatado pelas políticas públicas nacionais e estaduais utilizado como ferramenta de desenvolvimento social e econômico, ou seja, baseado naquilo que estas políticas denominam como afro étnico, que no caso da Bahia está intimamente ligado ao conceito de negritude e da especificidade desta negritude exercida que confere um ‘jeito baiano de ser’ muito peculiar e todo próprio.

Bem como é possível perceber nas palavras de Jocélio Santos (2005) a intencionalidade das políticas públicas na formatação de sinais diacríticos da identidade local:

“Ao construir textos sobre uma política de turismo, o governo estadual baiano realizava ‘leituras culturais’. A reflexão oficial partia do princípio de que havia uma ‘alma negra’ que sempre exerceu fascínio e atração irresistível para todos aqueles que na Bahia passaram ou aportaram. A ideia é que todas essas características baianas provinham de uma herança africana, e, por consequência, eram eminentemente populares. Por isso, ressaltava-se a baiandade como resultante de padrões culturais vindos do povo.” (SANTOS, 2005 p. 88)

Essas características a que Santos se refere são as manifestações culturais como o candomblé, mais como um modo de vida do que propriamente uma religião, a capoeira, a culinária, a cordialidade, a malandragem, o ritmo e a dança, a festividade, a sensualidade, todos estes atributos se constituíram num chamado “jeito baiano” a especificidade de um povo, seus sinais diacríticos (SANTOS, 2005).

As diretrizes estaduais turísticas voltadas para o município de Cachoeira parecem privilegiar a promoção e publicização de um determinado evento, no caso a Festa da Irmandade da Boa Morte como evento símbolo da afro etnicidade local. Uma vez que o município possui extenso calendário festivo<sup>2</sup>, e sendo ele majoritariamente auto declarado entre pretos e pardos, isso nos causa confusão.

A Festa da Irmandade da Ajuda é um dos eventos constantes do calendário oficial de Cachoeira bastante popular na localidade e que como mostraremos ao longo do trabalho possui elementos e marcadores étnicos na mesma medida, mas que parece não receber a mesma insígnia por parte desses órgãos o que sugere que essas ações direcionadas ao turismo étnico também podem produzir invisibilidade de outros grupos sociais.

---

<sup>2</sup> Ver Anexo 1(Programa Estratégico 2)

Optou-se metodologicamente pelo uso deste evento em especial como elemento comparativo porque diferente da Festa da Boa Morte este é um evento que recebe muito menos turistas, principalmente estrangeiros e possui caráter mais popular do que turístico na própria fala dos moradores. Além disso, não recebe por parte dos órgãos públicos a mesma atenção midiática e não é visto pelos mesmos como manifestação étnica.

A invisibilidade segundo Leite (1996) se traduz como um mecanismo de manifestação do racismo, discutida pela primeira para descrever a situação de ex escravos e seus descendentes na entrada no mercado de trabalho e suas novas condições de *status*, segundo a autora este mecanismo produz um olhar que nega a existência de determinados grupos.

“É interessante observar que este mecanismo, posteriormente percebido também no Brasil, ocorre em diferentes regiões e contextos, revelando-se como uma das principais formas de o racismo se manifestar. Como *um dispositivo de negação* do outro, muitas vezes inconsciente, é produtor e reproduzidor do racismo. A invisibilidade pode ocorrer no âmbito individual, coletivo, nas ações institucionais, oficiais e nos textos científicos. (LEITE, 1996, p. 41)

Considerando que “A história faz as pessoas, mas as pessoas fazem a história.” (ORTNER, 2003, p. 277) parte-se do pressuposto que o mesmo se dá com o contexto político, ou seja, essas diretrizes não foram delineadas sem certo grau de agenciamento por parte dos atores envolvidos. Elas se dão através de diversos processos de negociação entre esses atores sociais, mas também impactadas por diretrizes e tendências globalizadas que acabam se articulando com demandas locais.

Dessa forma não basta apenas compreender os motivos pelos quais uma determinada manifestação popular se torna ou não alvo do processo de turistificação orientado pelas políticas públicas, mas também conferir o sentido percebido tanto dos residentes locais quanto dos turistas neste cenário.

“Essas pessoas, contudo, bem como qualquer um de nós, necessariamente agem e reagem de acordo com sua percepção do mundo, impregnando-o com o resultado de suas próprias construções. A realidade de todas as pessoas é composta de construções culturais, sustentadas de modo eficaz tanto pelo mútuo consentimento tanto por causas materiais inevitáveis. Esse consentimento, ao que tudo indica, está incrustado em representações coletivas: a linguagem, as categorias, os símbolos, os rituais e as instituições”. (BARTH, 2000, p. 111)

Mas também como coloca Ortner (2007) essas mesmas pessoas não são constituídas de discursos únicos, na realidade há uma multiplicidade deles e vários graus de discrepâncias entre eles que constituem mundos distintos, parcialmente percebidos e muitas vezes simultâneos, ou seja, as construções culturais para a autora não provêm de fontes únicas e não são monolíticas.

Sendo assim, parte-se da premissa de que a realidade é culturalmente construída, mas que é preciso avançar e destituir-se de pressupostos inadequados de cultura como padrão, como algo fixo ou categorizado (BARTH, 2000)

O significado é a relação de um determinado observador mediante certa situação, nenhum evento ou fenômeno social pode ser visto dissociado da cultura, cada um desses eventos ou situações deve ser visto como ‘fragmento de cultura’. Essa relação deve ser entendida admitindo que este observador tem suas próprias percepções e experiências. A cultura é distributiva, ela é compartilhada por uns e não por outros, ela não se dá somente a partir de um único ponto de vista, mas sim quando ela se distribui dentro de um quadro de não compartilhamento (BARTH, 2000).

O objetivo geral deste estudo visa a compreensão da relação existente entre as atividades de fomento desenvolvidas em Cachoeira e a identidade local. Elenca-se como objetivos específicos; identificar as políticas e atividades de fomento ao turismo étnico que foram implementadas no município, mapear as representações identitárias que são evocadas nessas políticas e atividades voltadas para o turismo e identificar a articulação ou o desencontro entre essas políticas e atividades com a identidade local e a percepção do turista em suas visitas.

Assumindo que essas mesmas ações políticas não foram elaboradas sem um mínimo de agência por parte das comunidades receptoras, mas também admitindo que uma visão estritamente utilitarista se apresente demasiadamente limitada para dar conta da totalidade do problema social aqui exposto, é necessário a realização de um mergulho teórico acerca das percepções daqueles que veem no turismo uma forma de mobilidade social e estratégia de visibilidade.

O movimento do turista também deve ser percebido já que é o seu interesse que promove em grande parte as ações dos demais atores sociais. Nesta perspectiva devemos entender o que vem a ser o turismo étnico como experiência tanto do ponto de vista do que busca pela alteridade quanto do que sai em busca das próprias raízes.

Se os atores possuem suas próprias experiências e trajetórias eles estão essencialmente posicionados e a compreensão se dá justamente na medida em que se penetra nestes posicionamentos distintos, mesmo conflitantes ou contraditórios que as ‘sociedades complexas’ apresentam (BARTH, 2000).

Elaborando ainda mais, gostaríamos de complementar nossa perspectiva do que vem a ser práticas culturais formadoras de sociedades com a posição de Sherry Ortner (2007) que trata sobre o que denomina de “jogos sérios” como resultado de reflexões sobre “agência”.

“...agentes sociais, encarando-os como estando sempre envolvidos na multiplicidade de relações sociais em que estão enredados e jamais podendo agir fora dela. Assim sendo, assume-se que todos os atores sociais têm agência, mas a ideia de atores como sempre envolvidos com outros na operação dos jogos sérios visa a tornar praticamente impossível imaginar-se que o agente é um indivíduo que age sem restrições.” (ORTNER, 2007, p. 47)

A autora ainda salienta que este ator diferente da perspectiva de agência pautada no conceito individualista, está sempre vinculado com relações, ao menos pretensamente, de solidariedade. Suas intencionalidades não estão completamente vinculadas com intencionalidades egoístas, mas que ao mesmo tempo estão vinculados por relações “de poder, de desigualdade, de competitividade e assim por diante” (ORTNER, 2007, 47).

Neste sentido serão tratados e abordados os posicionamentos distintos buscando desenhar um panorama do que vem a ser turismo étnico/raízes tanto por parte do olhar do turista quanto do residente local em termos teóricos. Quando falamos de turistas estamos nos utilizando de uma categoria extremamente ampla, nem todos os que viajam são oriundos do mesmo lugar, possuem anseios idênticos ou se mostram heterogêneos em gênero, faixa etária, classe social, cor, etnia, grau de instrução, etc. Os residentes por sua vez também apresentam as mesmas variações.

Outro ponto fundamental nesta equação é compreender além dos posicionamentos de turistas e locais, o das políticas públicas turísticas que veem no turismo étnico uma possibilidade tanto de desenvolvimento econômico como também um poderoso instrumento de inclusão social (SETUR, 2009) se colocando então como uma espécie de mediador desta relação primeira. Dessa forma assumimos que este contexto social proposto possui minimamente três elementos com papéis e posicionamentos distintos de agência e que é preciso explorá-los.

Provavelmente, a principal colaboração deste estudo é no sentido de ampliar a discussão do tema dentro das ciências sociais, pois existe uma escassez de pesquisas no âmbito do turismo étnico ou mesmo da relação entre turismo e etnicidade, principalmente no Estado da Bahia e na Região do Recôncavo. Não que a discussão seja inédita, mas ainda tímida e incipiente.

Essa discussão se faz importante na medida em que possibilita elucidar as atuais formas de uso e de sentido do termo etnicidade e como as relações sociais envolvidas neste âmbito vão se moldando e se estruturando de acordo com as novas demandas e formatações, principalmente em contextos urbanos.

Por fim este estudo pode contribuir para o diálogo entre dois campos do saber o

Turismo e a Antropologia. Segundo Banducci e Barreto (2001), esse diálogo pode revelar a natureza e o significado do turismo para a sociedade como fenômeno capaz de gerar relações específicas que causam consequências, principalmente na contemporaneidade marcada pela globalização, deslocamento e interação cultural entre povos distintos.

O método de pesquisa é a escolha dos procedimentos sistemáticos feita no intuito de descrever e explicar determinados fenômenos. Esta escolha deve seguir um plano de execução (RICHARDSON, 1985). Descrever e explicar fenômenos sociais sugere alto grau de complexidade, questão em que Bauer e Gaskell contribuem:

“Uma cobertura adequada dos acontecimentos sociais exige muitos métodos e dados: um pluralismo metodológico se origina como uma necessidade metodológica. A investigação da ação empírica exige a observação sistemática dos acontecimentos; inferir os sentidos desses acontecimentos das (auto) observações dos atores e dos espectadores exige b) técnicas de entrevista; e a interpretação dos vestígios materiais que foram deixados pelos atores e espectadores exige c) uma análise sistemática.” (BAUER E GASKELL, 2002 p. 18-19)

Contudo, para Tim May (2004) um pesquisador necessita ter em mente que deve haver em seu trabalho um relacionamento entre teoria social e pesquisa social. Segundo o autor essa relação deve ser crítica e positiva mediante uma adoção de postura aberta e investigativa, ou seja, a teoria deve servir para dar sentido aos dados coletados. Os fenômenos sociais estudados, segundo o autor, já possuem significados atribuídos pelos atores, dessa forma a teoria utilizada deve levar em conta o sentido que as pessoas dão ao fenômeno. “Anthony Giddens (1984) refere-se a esse processo como ‘hermenêutica dupla’”. (MAY, 2004, p 45)

Todo o trabalho será pautado numa posição analítica compreensiva do pesquisador pressupondo que este não pode se despir completamente daquilo que o constitui como ser:

“Embora os sociólogos e antropólogos tanto tenham insistido, principalmente a partir da publicação dos trabalhos de Durkheim, sobre a necessidade de evitar que as prenoções, as expectativas e preferências do investigador interfiram nos resultados das investigações, no campo das diversas ciências sociais, temos de reconhecer que ninguém pode lançar-se a um campo de estudos sem levar, desde o início, pelo menos algumas hipóteses, embora ainda obscuras, mal delineadas, não formuladas de um modo explícito.” (NOGUEIRA, 1973, p. 84)

O exercício da reflexividade aqui tenderá a buscar por um equilíbrio, assim como descreve Boaventura Santos (1989), entre a linha mais subjetivista que privilegia o cientista social como produtor do conhecimento, mas que também o coloca como sujeito comum que partilha seus conhecimentos e experiências com os demais, entre a linha mais objetiva que privilegia os métodos e instrumentos analíticos que ele tem a disposição. Em outras palavras, aquilo que Bourdieu propõe; o fim da separação entre pesquisa empírica e teoria social (BOURDIEU, CHAMBOREDON e PASSERON, 2004)

Sobretudo, sem desprezar a questão ética que deve permear todo e qualquer trabalho



de cunho profissional, “Os pesquisadores precisam proteger os participantes de sua pesquisa, desenvolver uma relação de confiança, promover a integridade da pesquisa, proteger-se contra conduta inadequada e impropriedades...” (CRESWELL, 2010)

A pesquisa se dá de acordo com o método qualitativo e de concepção construtivista na busca pelo significado de um fenômeno a partir do ponto de vista dos participantes. Deve identificar o grupo que compartilha uma cultura e estudar como ele desenvolve padrões compartilhados de comportamento (Creswell, 2010). A partir também de uma abordagem compreensiva, reconhecendo a necessidade da interpretação científica, mas privilegiando a aproximação do universo de significados dos sujeitos-objetos possibilitando maior compreensão acerca dos fenômenos sociais que sempre envolvem relações de sentido. (SILVA [et al], 2008)

Devemos então nos voltar para o que Geertz chama de análise êmica, a análise que ressalta o ponto de vista do ator, quando defende que a aproximação e o conhecimento de uma cultura a coloca em sua normalidade sem retirar dela sua particularidade, tornado seus significados mais acessíveis, “... colocá-los no quadro de suas próprias banalidades dissolve sua opacidade.” (GEERTZ, 1973, p. 74)

E ainda segundo Boaventura Santos (1989), o uso da reflexão hermenêutica colabora no sentido de transformar a ciência em algo mais próximo e comensurável, em algo familiar, pois privilegia mais a relação ‘eu-tu’, o que o autor chama de relação hermenêutica e menos a relação ‘eu-coisa’ como a relação epistemológica.

Como estratégia de investigação apresenta-se a realização de um estudo de caso baseado na combinação de um conjunto de diferentes técnicas. O estudo de caso é uma estratégia que visa estudos microssociais ao possibilitar uma visão mais minuciosa de relações sociais (SILVA, [et al], 2008), que podem se utilizar de “vários procedimentos de coleta de dados durante um período prolongado de tempo” (CRESWELL, 2010).

O caso de Cachoeira e sua ligação extremamente íntima com a identidade afro-brasileira parece apresentar semelhança apenas com Salvador, mas a relação entre identidade e etnicidade é algo encontrado em diversas outras partes do mundo. Dessa forma a proposta mais adequada é a do estudo de caso instrumental, onde a pesquisa se concentra em Cachoeira e em suas particularidades, porém produzindo subsídios mais gerais, ou seja, um estudo de caso que possa elucidar ou ajudar a compreender um fenômeno mais amplo, mais geral (STAKE, 2000 apud AVES-MAZZOTI, 2006).

Como forma de delimitar o campo de pesquisa optou-se pelo estudo comparativo entre duas festas da localidade; a Festa da Boa Morte foi escolhida em função de seu alto grau de

publicização por parte das políticas públicas estaduais como manifestação étnica e a Festa d'Ajuda justamente por seu quadro de invisibilidade neste mesmo contexto.

Como fonte de informação de uma dada situação real foram lidos, analisados e interpretados os documentos oficiais disponibilizados pelos órgãos competentes (ministérios, secretarias, departamentos). Além dos documentos oficiais outros foram de grande valia para a busca do objetivo, tais como; sites de turismo, notícias e informes, material publicitário das atividades turísticas locais, jornais locais, fotografias, materiais áudio visuais, etc. Segundo May (2004) a leitura de documentos são também leituras específicas de eventos sociais, ou seja, são interpretações e devem se constituir como fonte de análise para entender determinados sentidos dados a uma realidade.

Partindo do pressuposto de Richardson (1985) toda pesquisa científica depende de observação tanto para coleta de dados quanto para a conjugação desta com outras técnicas que a pesquisa se utilizará. Esta técnica foi realizada para analisar *in loco* os eventos elencados pelo órgão de turismo de Cachoeira para análise de comportamento e realização de entrevistas.

A pesquisa está baseada na observação sistemática da totalidade dos eventos elencados que ocorreram entre Agosto e Novembro de 2014. Essa observação teve o objetivo de permitir ao pesquisador uma visão global dos pontos de vista elencados pelo estudo através de gravações visuais e mediante registro fotográfico dos eventos.

O desenvolvimento da pesquisa se apresenta explanado em quatro capítulos, o primeiro se destina ao debate teórico dos conceitos centrais da pesquisa, para a devida compreensão do turismo étnico como fenômeno transformador das organizações sociais. Tanto o turismo como a etnicidade, enquanto fatos sociais totais estão inseridos em contextos universais e plurais, mas que operam com categorias bastante localizadas e muitas vezes vistas como estáticas. Este capítulo tem como meta a apresentação dos marcos teóricos que balizam a pesquisa no que se refere aos modos de se ver e pensar o turismo sob o prisma tanto dos turistas como dos moradores locais.

O segundo capítulo visa a descrição e análise primeiramente dos documentos oficiais que deram partida para modelos de exploração do turismo com preceitos de sustentabilidade que foram remodelando as políticas públicas em nível nacional e as propostas contidas nos Planos Nacionais de Turismo a partir de 2003. Apresentando uma análise crítica dos usos de conceitos como sustentabilidade, respeito a diversidades culturais pelo sistema de produção capitalista.

Através dessa análise passa-se então para a forma como em nível estadual essas

políticas estão sendo aplicadas no intuito de apreender as diretrizes nacionais postas em prática mediante interesses mais específicos do Estado da Bahia, para por fim verificar os impactos locais dessas políticas em Cachoeira como produto turístico local.

O terceiro capítulo tem como foco a análise do material produzido nas observações realizadas dos eventos no intuito de perceber os encontros e desencontros contidos nos discursos e expectativas dos locais com relação ao uso do mesmo como instrumento de representação, visibilidade e mobilidade social. Bem como avaliar comparativamente a posição local diante das duas festas aqui elencadas.

O quarto, e último capítulo busca a explanação dos dados oficiais do turismo estadual e local para tentar demonstrar através da análise dos mesmos e da observação realizada em campo como a localidade se prepara para receber os turistas nestes dois eventos, bem como dar ao leitor uma visão mais ampla do movimento produzido pelos turistas mediante seus posicionamentos e expectativas em face das práticas exercidas pelos mesmos no intuito de investigar igualmente os encontros e desencontros desses movimentos.

# 1. Turismo e Etnicidade



**Foto 2** – Fonte: Setur BA/Bahiaturisa, s/data. Material de Divulgação Cachoeira Heroica.

## 1.1. Turismo como fenômeno social

Espera-se que em um contexto de mundo globalizado haja mobilidade dos valores e hábitos culturais e certo desapego pelas formas tradicionais de manifestação cultural. Termos como ‘desterritorialização’ ‘globalização’, ‘mundialização’ sugerem um forte apelo pela dominância da cultura ocidental sobre as demais, proliferado acima de tudo pelos meios de comunicação de massa. Mas paradoxalmente a estas posições nunca se falou tanto em identidade local, ressurgimento da etnia, resgate cultural, etc. Para Ianni (1997):

“As tradições culturais, religiosas, lingüísticas e outras permanecem ou mesmo se reiteram e, às vezes se expandem. Mas tudo se modifica. No curso da história da globalização do capitalismo, muito do que se encontra pelo caminho se altera, tensiona, modifica, anula, mutila, recria ou transfigura.” (IANNI, 1997, p. 136-13).

Segundo as teorias da globalização embora exista o que se pode chamar de cultura local ela de alguma forma está transfigurada ou se mostra organizada ou formatada sob novas formas de organização e que essas transformações se dão pelo forte impacto do capitalismo global. Hall chama a atenção para esse conceito da homogeneização cultural:

“A primeira vem do argumento de Kevin Robin e da observação de que, ao lado da tendência em direção à homogeneização global, há também uma fascinação com a *diferença* e com a mercantilização da etnia e da ‘alteridade’. Há juntamente com o impacto do ‘global’, um novo interesse pelo ‘local’. A globalização (na forma da especialização flexível e da estratégia de criação de ‘nichos’ de mercado), na verdade, explora a diferenciação local. Assim, ao invés de pensar no global como ‘substituindo’ o local seria mais acurado pensar numa nova articulação entre ‘o global’ e ‘o local’. Este ‘local não deve, naturalmente, ser confundido com velhas identidades, firmemente enraizadas em localidades bem delimitadas. Em vez disso, ele atua no interior da lógica da globalização. Entretanto, parece improvável que a globalização vá simplesmente destruir as identidades nacionais. É mais provável que ela vá produzir, simultaneamente, *novas* identificações ‘globais’ e *novas* identificações ‘locais’.” (HALL, 2006, p. 77-78).

O que os autores acima sugerem é que o processo de globalização do capitalismo está impactando profundamente as formas identitárias em todo o espaço global, porém acreditar numa homogeneização pela cultura ocidental não é exatamente o que se confere na realidade, mas uma mudança nas formas de construção ou reconstrução dessas identidades através de uma lógica pautada no próprio processo de globalização do capitalismo.

De acordo com Giddens, não há uma fórmula de compreender o local sem considerá-lo em um contexto global, em alguma medida as localidades estão interligadas, com maior ou menor grau de interdependência. Se é que algum dia existiu alguma sociedade ou comunidade isolada como pretendiam os evolucionistas e difusionistas, essa possibilidade já pouco aceita, está há muito descartada neste mundo global.

“A globalização pode ser assim definida como a intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa. Este é um processo dialético porque tais acontecimentos locais podem se deslocar numa direção anversa às relações muito distanciadas que os modelam. A *transformação local* é tanto uma parte da globalização quanto a extensão lateral das conexões sociais através do tempo e do espaço. Assim quem quer que estude as cidades hoje em dia, em qualquer parte do mundo, está ciente de que o que ocorre em uma vizinhança local tende a ser influenciado por fatores – tais como dinheiro mundial e mercados de bens – operando em uma distância indefinida da vizinhança em questão.” (GIDDENS, 1991, p. 69-70)

O Turismo, e quando aqui citado, está sempre relacionado ao fenômeno massificado e globalizado, mais visível e desenvolvido a partir das transformações sociais dos séculos XIX e XX, está inserido por razões óbvias à lógica da globalização e mundialização. Razões óbvias porque somente com essas transformações é que o turismo pôde se transfigurar nesta chamada indústria complexa que produz relações altamente interdependentes.

Segundo Nash (1989), embora o Turismo possa ser percebido em sociedades antigas como as Grega, Romana, França Imperial, entre outras, e que suas motivações para migrações estivessem ligadas a necessidades ou motivações diversas e que isso deixa claro que o fenômeno não está restrito às sociedades modernas ou industriais, mas que é nestas últimas em particular que o fenômeno se mostra mais complexo.

“It seems clear, therefore, that tourism is not totally confined to industrial or modern society; but it also is true that only in such a society does it become a pervasive social phenomenon. (NASH, 1989, p. 39)

De acordo com o marco conceitual elaborado pela OMT em 2001 e incorporado pelas políticas turísticas brasileiras podemos entender o turismo da seguinte forma:

“As definições ora apresentadas fundamentam-se no conceito de turismo estabelecido pela Organização Mundial de Turismo - OMT, adotado oficialmente pelo Brasil, que compreende “as atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”. (MTUR, 2004, p 04)<sup>3</sup>

Essa definição, embora ampla e voltada mais para uma conceituação base para ações de promoção e aumento do fluxo turístico e do estudo estatístico do mesmo, pode auxiliar no sentido de demonstrar que o turismo não trata apenas de deslocamento de pessoas de um lugar para outro quando enfoca as atividades exercidas nas localidades visitadas vinculadas às motivações e finalidades, ou seja, sugere uma interação social entre turistas e locais. É neste

---

<sup>3</sup> Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, Caderno de Segmentação do Turismo, 2004

sentido que ele se torna alvo de estudo de uma miríade de campos acadêmicos e podendo também ser percebido como um fenômeno social mais amplo.

O primeiro foco de interesse por parte da Antropologia dentro do campo do Turismo se articulou com a tendência da época de produzir estudos sobre transformação social, aculturação e novas formas de colonialismo econômico (GRABURN, 2001). Mas na verdade o interesse da antropologia estava justamente no fato de que nas localidades estudadas pelos mesmos o movimento turístico era visto como um elemento de mudança com relação às identidades étnicas (NASH, 1996).

Dentro da rubrica do neocolonialismo ou imperialismo do turismo alguns autores são destacados, Therón Nuñez (1963), Valene L. Smith (1977), Dennison Nash (1989), que realizaram seus estudos nas localidades receptoras e enfatizaram as relações desiguais de poder entre hóspedes e anfitriões.

“Such metropolitan centers have varying degrees of control over the nature of tourism and its development, but they exercise it – at least at the beginning of the relationship with this tourist areas – in alien regions.” It is this power over touristic and related developments abroad that makes a metropolitan center imperialistic and a tourism a form of imperialism.” (NASH, 1989, p 39)

De forma geral, essa corrente ficou conhecida por defender que os turistas oriundos das grandes metrópoles (Europa e Estados Unidos) buscavam em regiões longínquas e frequentemente em países considerados subdesenvolvidos, realizar seus distanciamentos do mundo real em busca de lazer e entretenimento (Graburn, 2001). Essa linha em particular trabalhou conceitos como fuga e alienação como formas de produção turística no sentido em que o turista impunha determinados padrões de comportamento e consumo que causaria a deterioração irremediável dessas identidades étnicas (TURNER e ASH, 1991).

Para Graburn (2001), esses modelos teóricos mostravam limitações ao analisar de modo muito simplista a relação entre turistas e receptores, colocando este último sempre como vítima passiva do processo de exploração econômica mediante uma visão mais imperialista ou o turista como vítima das iniciativas de gestores públicos ou privados locais num ambiente de competição de mercado, onde a encenação toma lugar no jogo de ludibriar os espectadores com apresentações exageradas ou falseadas.

Em síntese os fluxos turísticos não podem ser vistos como uma simples relação entre turistas e locais, isto porque os turistas não fazem parte de um grupo coeso e homogêneo e muito menos os residentes, são atores sociais muitas vezes diversificados pela origem, classe social, faixa etária, cor, grau de escolaridade, crença, entre outras que pontuam e desenham posicionamentos distintos.

O turismo ao se transformar em fenômeno globalizado e altamente valorizado como instrumento de desenvolvimento social e econômico vem movimentando e proporcionando relações sociais específicas que apresentam resultados plurais. O turismo também não pode ser visto somente como um instrumento econômico, ele se articula com todas as esferas sociais como política, religiosa, sexual, o que o torna um fato social total (MAUSS, 1950). Que deve ser percebido e analisado dentro deste quadro multifacetado de agentes sociais posicionados de acordo com interesses particulares que se articulam com suas próprias percepções de mundo.

Dessa forma o que nos interessa na investigação deste capítulo é a compreensão de como se dá essa articulação, entre turistas, moradores locais e poder local, seus anseios e expectativas com relação ao Turismo Étnico e de Raízes, concebendo que embora se encontrem numa mesma espacialidade e temporalidade apresentam expectativas e anseios discrepantes, mas que aparentemente se coadunam para formar um fenômeno único.

Neste sentido serão tratados e abordados os posicionamentos distintos buscando desenhar um panorama do que vem a ser turismo étnico/raízes tanto por parte do olhar do turista quanto do residente local. Reconhecendo que a categoria turista é tão heterogênea em seus posicionamentos quanto a categoria de residente.

Quando falamos de turistas estamos nos utilizando de uma categoria extremamente ampla, bem como a categoria de residente. Para dar conta dessa miríade de posicionamentos e pontos de vista este capítulo tende a focar as imbricações entre turismo e etnicidade pertinentes no que concerne à categoria de turistas de experiência que especifica aquele em busca de um mergulho de si mesmo e com relação aos residentes elencamos os atores produtores desta modalidade de turismo que são os grupos afrodescendentes baianos de Cachoeira, pois se colocam como o atrativo turístico ao externar seus atributos e marcadores étnicos.

Outro ponto fundamental nesta equação é compreender além dos posicionamentos de turistas e locais, o do Estado que vê no turismo étnico uma possibilidade tanto de desenvolvimento econômico como também um poderoso instrumento de inclusão social (SETUR, 2009) se colocando então como uma espécie de mediador desta relação primeira.

Dessa forma assumimos que este contexto social proposto possui esses três elementos com papéis e posicionamentos distintos de agência e que é preciso explorá-los, contudo sem deixar de focar que essas intencionalidades nem sempre produzem os resultados esperados, ou como sugere Ortner (2007) essas intenções muitas vezes podem ser irrelevantes para os resultados práticos, mas certamente guardam uma relação complexa e invariavelmente



mediada.

## **1.2 O Turismo Para os Turistas**

### **1.2.1 – Turismo de Experiência**

O termo cunhado por estudiosos do turismo e da antropologia abrange um conjunto de práticas de viagem, que por sua vez se ramifica em diversas outras modalidades, tais como as duas vertentes que ora nos interessa; o turismo étnico e turismo de raízes (GRABURN, 2001).

É oportuno mencionar que essa investigação experiencial é de cunho antropológico e que as modalidades aqui elencadas se figuram como segmentos do Turismo Cultural<sup>4</sup>, porém essa denominação e conceituação nos parece ampla demais para dar conta do estudo acerca das motivações de turistas, por isso a escolha de entendê-lo como uma experiência.

Uma pergunta pode pairar na mente do leitor, há turismo ou viagem sem experiência? A possibilidade de obtê-la através do turismo pode ser infundável, todos devem concordar que o litoral do Oceano Pacífico é deslumbrante, mesmo para aqueles que não gostam muito de praia, mas o mal tempo, atrasos nos voos, confusões nas reservas de hotel, ou qualquer outro contratempo muitas vezes de cunho subjetivo podem fazer a experiência se tornar um verdadeiro pesadelo, o que não deixa de ser uma experiência.

Dito isto assume-se aqui que qualquer viagem suscita experiência boa, má ou mediana e que quem na verdade pode se utilizar dessas categorias são os próprios turistas, ou seja, são eles quem decidem os valores de suas experiências, por mais desconfortável que isso possa parecer ao pesquisador ansioso por algum tipo de controle em seu campo de investigação.

O que parece claro é que os estudos que qualificam determinadas modalidades turísticas como sendo de experiência tem seu marco na tentativa de compreender como tal as práticas das peregrinações religiosas (MACCANNELL, 1976). Muitos outros autores se enveredaram neste campo, porém o que nos interessa são os estudos mais recentes que dessa preliminar ligação entre viagem e religião passam a entender o turismo de experiência como algo distanciado de outras modalidades como lazer, negócios, esporte, entre outros.

---

<sup>4</sup> “Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.” (MTur, 2010, p 17)

Isso nos remete ao interesse de cunho antropológico em compreender as expectativas e anseios desses viajantes não somente enquanto pessoas que se deslocam de um lugar para outro, mas como viajantes de si mesmos. Isto porque o mistério buscado por esses turistas em localidades distintas é nada mais nada menos do que o *self* (BASU, 2004).

Para além dos estudos que visavam compreender a peregrinação como prática turística outros olhares mais recentes têm colocado nesta rubrica outras buscas turísticas para além da religião, mas fundamentalmente estão correlacionados com a questão da identidade. Neste campo temos então estudiosos que veem nas viagens de gênero como a busca por redutos *gays*, de memória como as visitas aos *kibutz* ou mesmo aos campos de concentração do Holocausto. Aqui também estão elencadas as visitas a localidades de ancestralidade ou como conhecemos o turismo de raízes (GRABURN, 2001).

Dessa forma essas pesquisas estão focadas basicamente nessas viagens de cunho identitário, muito próprio e pessoal, o que por consequência cria uma fronteira teórica entre os viajantes impulsionados pelo alhures em diferentes níveis de motivação mediante aqueles que têm na viagem o intuito de autoconhecimento.

Mesmo consciente da repetição, é importante salientar que nem por isso o turismo étnico propicia menor grau de experiência do que o turismo de raízes, contudo se mostram diferentes em suas essências com relação aos interesses daquele que os buscam. Entretanto, é comum na literatura sobre o assunto a tendência de vê-los como sinônimos. E a escolha dessas duas modalidades repousa justamente no fato de ambas serem trabalhadas como segmento turístico para desenvolvimento local por parte das políticas públicas brasileiras de turismo.

Percebe-se pela conceituação de Turismo Étnico elaborada pelo Ministério do Turismo essa aglutinação entre turismo étnico e turismo de raízes e a ênfase na autenticidade que tal experiência deve abranger:

“Constitui-se de atividades turísticas envolvendo a vivência de experiências autênticas e o contato direto com os modos de vida e a identidade de grupos étnicos. O conceito clássico de etnia remete a noção de origem, cultura, práticas sociais e raça, onde se considera o patrimônio histórico e cultural como elemento de identidade e diferenciação de um determinado grupo, bem como as interações sociais que ocorrem entre este grupo e a sociedade em seu entorno. Esse tipo de turismo envolve as comunidades representativas dos processos migratórios europeus e asiáticos, as comunidades indígenas, as comunidades quilombolas e outros grupos sociais que preservam seus legados étnicos como valores norteadores de seu modo de vida, saberes e fazeres. O turista busca, neste caso, estabelecer um contato próximo com a comunidade anfitriã, participar de suas atividades tradicionais, observar e aprender sobre suas expressões culturais, estilos de vida e costumes singulares. Muitas vezes, tais

atividades podem articular-se como uma busca pelas próprias origens do visitante, em um retorno às tradições de seus antepassados.” (MTUR, 2010)<sup>5</sup>

### 1.2.2 – Turismo Étnico

Os primeiros estudos antropológicos acerca do tema como já foi dito se iniciam a partir do incômodo que o fluxo turístico provocava no campo de pesquisa de determinadas comunidades consideradas ‘intactas’ e ‘primitivas’. O mais irônico é que o próprio antropólogo já era um visitante que impactava.

O turismo étnico é entendido como experiência na medida em que deve proporcionar contato entre povos de culturas distintas, e tem suas origens nos países periféricos (anfitriões) e considerados localidades de refúgio que geralmente são buscadas pelo turista na perspectiva de redescobrir a vida nativa em lugares onde o avanço capitalista ainda não se consagrou (GRÜNEWALD, 2003). Ou como denominaria Brandão (2001) de turismo antropológico.

Neste sentido o turista que pratica ou busca pelo turismo étnico sofreria da mesma miopia da comunidade antropológica que estudava suas ‘comunidades primitivas’ sem considerar que estas comunidades possuíam relações com outros grupos sociais, inclusive seus colonizadores e os próprios turistas. Culturas distintas estão disponíveis onde quer que se vá, na casa do seu vizinho, neste sentido o étnico do ponto de vista turístico acaba por encerrar esses grupos ‘distintos’ em barreiras sociais que nem sempre se mostram positivas (GRÜNEWALD, 2003)

O dilema em se definir com clareza o que vem a ser turismo étnico é que ele suscita diversos pontos de vista e lados de um debate polêmico e extenso. Têm-se aqueles que se debruçaram sobre o tema pela ótica neocolonialista impactando culturas e as descaracterizando, nesta seara estão aqueles que tratam da comoditização e da autenticidade (Greenwood 1989, Smith 1989, MacCannell 1989, Nuñez 1963, etc.). Há os que colocam o foco nas formas que esta modalidade tem de restaurar, preservar e recriar atributos étnicos, o reforço cultural (COHEN, 1988). Porém tanto uma linha quanto outra está focada mais nas consequências do que na compreensão do fenômeno.

A linha que parece indicar maior preocupação é a que coloca a busca pelo exótico de Van Den Berghe e Keyes (1994) para os autores o turismo é necessariamente contato entre grupos que apresentam barreiras culturais e quando o exotismo étnico é o alvo da busca, ou seja, a motivação, este deve ser visto como uma modalidade, o turismo étnico. Para os autores

---

<sup>5</sup> Grifo nosso

o turismo étnico acontece quando o nativo não é mais aquele que está para suprir necessidades dos turistas em viagens, ele é o atrativo, está em exposição e se torna o espetáculo a ser visto, analisado, fotografado.

É conveniente ressaltar que em todas essas linhas o elemento étnico dessas análises está sempre vinculado com os dois lados visitantes e locais, ou seja, não como se fazer uma separação completa entre esses dois atores.

Se para os adeptos do imperialismo do turismo os locais são vistos como vítimas passivas, para MacCannell (1989) existe um grau de agenciamento nas práticas ao menos dos diretamente envolvidos no turismo como meio econômico em nível local. No caso de Cohen o caso se mostra inverso à linha imperialista, pois defende que o turismo assegura interesses de manutenção cultural por parte dessas localidades em um mundo globalizado.

No caso de Van Den Bergue e Keyes (1994), também demonstra essa convivência entre turistas e locais na medida em que é o interesse dos primeiros pelos costumes e meio de vida dos segundos que dá forma a uma nova modalidade turística, onde locais se expõem e turistas tem interesse em observar e participar.

Dito isso percebe-se que com exceção dos imperialistas, a visão que se desenha com relação ao turismo étnico pressupõe em alguma medida o agenciamento entre os lados. Porém voltemos para uma questão importante na linha de Van Den Bergue e Keys (1994) que é o exotismo étnico.

Conceitos como exotismo e diferença parecem fazer parte da maioria das retóricas quando a intenção é suscitar curiosidade, isso nos obriga a compreender o que vem a ser exótico e como se dá essa busca do turista em direção a este exótico. Começemos pelo básico: “exótico e.xó.ti.co *adj (gr exotikós)* **1** Diz-se do animal ou da planta que não é natural do país onde vive. **2** Procedente de país estranho. **3** De mau gosto. **4** Desajeitado. **5** Esquisito, extravagante. (MICHAELLIS, 2014)”

Essa definição se mostra simplificada demais para o entendimento do que vem a ser exótico para aqueles que assim o classificam, embora já nos dê uma primeira impressão. Segundo Segalen (1996) cuja obra foi analisada por Leitão (2007) existem três formas de classificação de exotismo; o exotismo geográfico, o temporal e o sexual.

O primeiro e mais trabalhado pelo autor é o exotismo geográfico, em que a distância do outro é o âmbito da diferença e frequentemente relacionada a diferenças étnicas e culturais. No segundo tipo o temporal ou histórico o exótico se coloca como uma época histórica já vivida e geralmente idealizada.

A valorização de um passado idílico pode ser facilmente entendida como exotismo temporal, mas também as utopias, por exemplo, são um tipo de atitude exótica aplicada ao tempo futuro. (LEITÃO, 2007, p 208)

O terceiro tipo o exotismo sexual, trata a diferença sem que haja um afastamento espacial ou temporal, ou seja, neste momento para o autor a diferença não depende da distância, está na alteridade entre o masculino e o feminino. Porém segundo Leitão (2007) este terceiro tipo não foi devidamente esmiuçado por Segalen, e que no momento também não é nosso foco de atenção.

“O que há de comum entre seus três tipos de exotismo é que todos representam uma atitude e um olhar a respeito do diverso, do outro, sem que a distância seja suprimida. Quase sempre uma idealização, o exotismo supõe que o outro possa ser em grande medida imaginado. Exotismo e conhecimento aprofundado da realidade diversa, para Segalen, não coexistem. E embora pretenda mostrar que não é exclusivo, declara que é o exotismo geográfico, sobretudo em sua vertente tropical, já que "há pouco exotismo polar" (Segalen, 1996, p. 33, tradução minha), o mais comumente encontrado. Aliado à distância, é nele que o outro será menos conhecido e mais estimulador da curiosidade (LEITÃO, 2007)”

A autora conclui que esse conceito de exótico tende a ser mais positivado em relação do ‘eu com o outro’, pois diferente do racismo ele positiva os elementos culturais a ponto de serem admirados e até mesmo almeçados, mas que não se pode negligenciar a sua proximidade com o etnocentrismo, onde existe a tendência de valorizar a própria cultura em detrimento de outras considerando a própria como valor absoluto, e que no exotismo na verdade o que é admirado ou almejado não é exatamente o ‘outro’, mas a idealização que se faz deste.

No turismo com relação ao primeiro tipo de exótico de Segalen, encontramos em MacCannell (1989) uma explicação, para o autor as práticas turísticas atendem necessidades específicas do imaginário do homem moderno onde o turismo se consagra no meio moderno que propicia a este homem a sua busca pelo outro. E ainda segundo o autor essa busca é feita em direção do autêntico, na crença de que em algum lugar, em algum país distante, por meio de um estilo de vida diferente seja possível encontrar a vida genuína.

Com relação ao segundo tipo de exótico, encontramos em Urry (1996) a ideia de certo fascínio contemporâneo na contemplação daquilo que é considerado histórico ou tradicional. Fundamentado nas ideias de Hewison (1987) que preocupado em encontrar a gênese dos sentimentos de nostalgia que acometia a sociedade inglesa, coloca a tradição como uma forma de apego e necessidade de estabilidade em busca de referência e segurança. Assim sendo o interesse pelas tradições é uma resposta ao nível de insegurança ou períodos de turbulências

pelos quais passam as sociedades principalmente em momentos de mudanças sociais e culturais. (URRY, 1996, p. 150).

Contudo Urry transcendendo a questão da necessidade por estabilidade de Hewison propõe que o apego às tradições e à história pode estar também conectado com o uso desses elementos como estratégia de desenvolvimento econômico local, com as políticas de preservação e sustentabilidade dos projetos arquitetônicos e com o desenvolvimento dos museus pós-modernos, que por sua vez estão ligados ao envelhecimento das sociedades europeias e o interesse destes grupos específicos em aspectos históricos e tradicionais, ou seja, do passado perdido. (URRY, 1996)

Dessa forma podemos suspeitar que a busca pelo exótico no turismo esteja na verdade mais focada na idealização, em outras palavras, mais relacionada com o que o turista espera ou já construiu previamente acerca do exótico, do diferente. Assim como Segalen coloca não há realmente conhecimento profundo na busca pelo exótico, o turista estaria mais interessado em encontrar suas próprias impressões e anseios daquilo que ele percebe como exótico, muito embora não deixe de proporcionar contato, de estabelecer uma relação.

### **1.2.3 Turismo de Raízes**

O turismo de raízes, em linhas gerais, não tem necessariamente que perpassar pela esfera étnica, de fato está profundamente ligado às questões de origem e/ou pertencas culturais. Quer dizer que o turista que o busca o faz pelo interesse daquilo que considera o centro e origem de sua identidade (GRABURN, 2009). Podem parecer sinônimos, mas colocam indivíduos de outras categorias que não étnicas em movimento. Mas o que o difere do turismo étnico como termo mais geral é sua peculiaridade de colocar em movimento indivíduos supostamente, ou em alguma medida, semelhantes.

Quando o turismo de raízes se encontra com questões étnicas ele está associado à ideia de momentos de encontro entre indivíduos que estejam interessados em suas heranças culturais geralmente perdidas por processos de êxodo ou diásporas e buscam pelas localidades que se espera apresentar o modelo mais tradicional e mais autêntico daquilo que o processo de modernização e globalização deteriorou.

Aqui no Brasil a modalidade que vem crescendo trata dos grupos majoritariamente afro-americanos que acreditam que o alto grau de modernização de seu país os distanciou de suas verdadeiras raízes e que é possível encontrá-las aqui, mais especificamente em Salvador e no Recôncavo Baiano (PINHO P, 2004), além de outros lugares em que a africanidade

esteja sendo reconstruída. (Pinho O, 2005). Mas temos também:

“Um tipo de viagem relacionada à busca de identidade, onde eles visitam monumentos, locais históricos e outros lugares de interesse na esperança de responder perguntas sobre suas origens e compreender como eles definem a si próprios (FINLEY, 2005, p. 39).”

Podemos perceber como a conotação de turismo étnico e de raízes acabam por se distanciar na medida em que o turista do primeiro busca pelo exotismo do alheio, enquanto o turista do segundo parece buscar pelo retorno de origem:

“Casa. Uma casa, uma família, um *locus* de pertencimento que é tão móvel quanto estático, um fantasma, talvez, ou uma comunidade imaginada. Porém, como casa é, também, materializada como “pátria” e como o discurso de “diáspora” tem sido sempre mais amplamente apropriado por uma gama diversa de populações espalhadas, assim, o fenômeno de “voltar para casa diaspórico” (*diasporic homecoming*) tem gerado viagens, isto é, em que os membros das comunidades diaspóricas “voltam” para pátrias perdidas como os turistas de raízes e os peregrinos (BASU, 2004, p. 27).”

Essa casa sugerida por Basu acima é vista pelo turista como uma memória que se cristaliza na localidade visitada, uma memória previamente construída pela oralidade da diáspora daqueles que buscaram uma reconstrução de África ou de africanidade que deve se concretizar na experiência turística da modalidade de raízes ou de herança:

“Como a herança, ela é, de certa forma, uma mercadoria intangível e uma construção social que media as expectativas dos indivíduos; é oferecida para consumo e é também o que os próprios turistas interpretam e representam para autenticar suas experiências naqueles locais e torná-las significativas. A memória também molda as “expectativas” dos turistas de raízes, guiando suas esperanças para algum tipo de conexão ancestral; a memória atua também na criação de uma consciência racial histórica compartilhada, que eles usam para fazer com que seu passado tenha sentido e para peneirar os elementos históricos – o trauma e o triunfo – atrelados à experiência de vida formação racial moderna.” (FINLEY, 2005, p. 30-40).

Uma questão que não se pode deixar de lado é a hierarquização existente nas relações entre turistas afro americanos mediante as localidades ditas detentoras dessa africanidade ancestral ou o que Gilroy (2012) denomina de relações e trocas no Atlântico negro, onde o centro que emana esses elementos culturais que compõem a noção de negritude são os Estados Unidos.

Segundo Patrícia Pinho (2005) essa noção de negritude moderna estadunidense em contrapartida com a tradicionalidade brasileira é fruto das próprias construções teóricas tanto brasileiras quanto norte-americanas que fortalecem o discurso de que a negritude estadunidense é mais politizada que a brasileira que por sua vez está conectada com a

africanidade mais original. Seu estudo traz em particular uma entrevista com um turista afro-americano na cidade de Cachoeira na Bahia:

“Nós (negros americanos e negros brasileiros) temos uma grande gama de coisas para trocar uns com os outros. Quando nós vimos para a Bahia, estamos aqui para aprender sobre a nossa própria história e nossa origem comum, porque as tradições africanas foram capazes de sobreviver aqui. Mas vocês têm muito o que aprender conosco, sobre nossa história de direitos civis, porque, nesse ponto estamos muito a frente de vocês.” (PINHO, 2005, p. 43-44)

Essa fala do turista parece resgatar uma crença evolucionista, na medida em que coloca a negritude mais avançada ocidental contra o apego às tradições - embora historicamente valorizadas, mas socialmente associadas com atrasos culturais – da negritude brasileira. É importante ressaltar o caráter dicotômico mais uma vez surgido deste cenário entre modernidade e tradição das relações desiguais de poder de civilidade estadunidense e primitividade brasileira. No entendimento desse grupo somos um museu vivo de práticas primitivas que deve ser visitado e preservado, mas que deve ser orientado em como ser cidadão, ou como exercer sua cidadania. (PINHO, 2005)

“A supremacia das perspectivas eurocêtricas e “estadunidocêtricas” nas ciências sociais têm fortalecido a idéia de que há um modelo exclusivo de “modernidade”, vivido primeiramente nos centros econômicos mundiais e, em seguida, adotado nas “periferias”. Esta mesma lógica pode ser encontrada nos estudos sobre negritude no Brasil, que caracterizam muitas vezes a experiência negra estadunidense como a mais “moderna” da diáspora africana.

Desta forma, mesmo oferecendo aparentemente a possibilidade de desafiar os fluxos tradicionais de intercâmbio cultural Norte-Sul, o turismo étnico afro-americano confirma a hierarquia em vigor dentro do Atlântico Negro. Idealizando uma África mítica, fonte única da civilização, o afrocentrismo estadunidense, com certo maniqueísmo, contrapõe uma visão unilateral ao tradicional eurocentrismo tão justamente combatido. No entanto, nos dois casos, a África é reduzida a uma imagem única e estereotipada.” (VATIN, 2008, p 1,2)

O que Vatin sugere em seu estudo é que embora exista de fato uma troca cultural entre o Norte e do Sul do Atlântico Negro essa experiência é percebida de forma desigual entre os mesmos haja vista que o nível de acesso a essas viagens é desequilibrado e que nesta relação os turistas estadunidenses percebem a troca como modernidade dada e tradição recebida e que é neste contexto que o turismo de raízes chega à Bahia que por sua vez já é consagrada como o *locus* dessa africanidade ancestral no Brasil.

Percebe-se que as duas modalidades colocam o mesmo problema, enquanto o turismo de cunho étnico promete um museu vivo do cotidiano de grupos sociais distintos abertos à visitação para a autêntica experiência de voltar no tempo e presenciar algo congelado no espaço temporal, o de raízes faz o mesmo, mas para aquelas pessoas em busca de suas



próprias ancestralidades, ou talvez o exótico dentro de si próprio.

### **1.3 O Turismo para os Locais**

Se pelo prisma de quem faz turismo a atividade perpassa por buscas mais ou menos específicas como as elencadas anteriormente, ou seja, a viagem pressupõe uma fuga momentânea da realidade seja ela através de atividades de lazer simples e despreocupado, seja ela uma busca por mundos desconhecidos ou um mergulho no “passado ancestral” próprio, o que podemos dizer sobre o prisma dos atores locais que dentro da perspectiva do Turismo Étnico se tornam os atrativos?

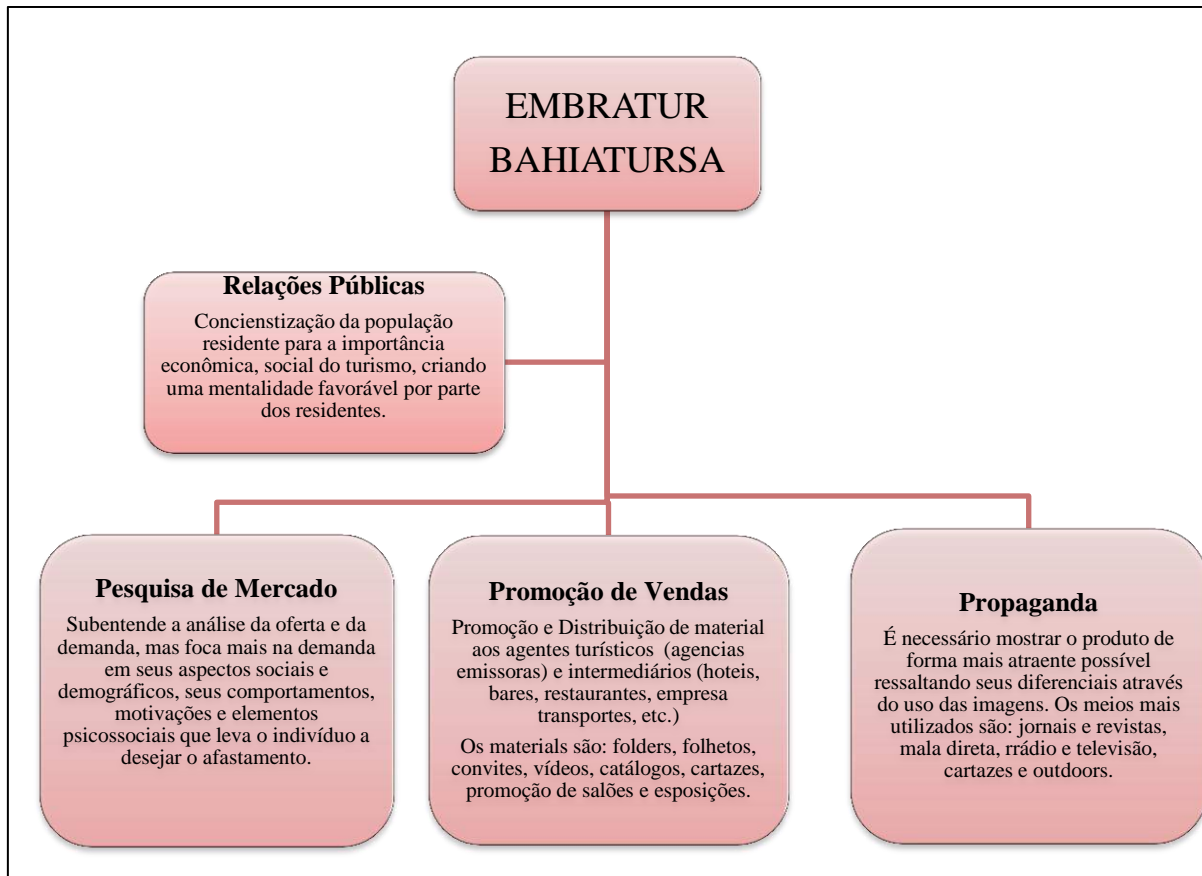
É preciso compreender o processo em que o residente local deixa de ser simplesmente o anfitrião para se tornar o atrativo. No caso específico dos afro-brasileiros que tem como causa a valorização dos aspectos culturais de matriz africana como forma de reação ao racismo e o preconceito e de elevação da autoestima coletiva o turismo se mostra uma arena importante para tal contexto, pois possibilita uma visibilidade e projeção em grande escala através de seus massivos mecanismos de marketing e promoção de imagem produzidos e veiculados pelos órgãos turísticos brasileiros.

A lógica da política de comunicação do marketing turístico segue determinados procedimentos que devem ser vistos mais detidamente, para reforçar nosso argumento. Uma comunicação eficaz sugere a criação de imagens que devem influenciar favoravelmente o aumento do fluxo turístico através do adequado uso correto dos canais mais influentes e os meios de comunicação mais efetivos (RUSHMANN, 1995).

Outro ponto fundamental para o sucesso da comunicação situa-se no despertar de necessidades latentes do público alvo, captar e manter a atenção para o produto comunicado utilizando-se de sinais comuns ao campo de experiência do turista. Essas ações devem estar sempre atreladas a objetivos específicos sendo o mais geral o aumento do fluxo de demanda que deve se ramificar através da busca pela fidelidade do turista, aumentar seu tempo de permanência local e diminuir a sazonalidade, que neste caso a estratégia é promover eventos locais já consagrados com potencial de atrair turistas (RUSHMANN, 1995)

Sendo assim o turismo realiza suas chamadas por meio da grafia e do uso ostensivo de imagens, que devem ser bastante evocativas como estimuladoras do desejo e que se comuniquem simbolicamente com seu público alvo, afinal esta chamada se realiza sem nenhum ou muito pouco contato pessoal (a não ser com os agentes turísticos e/ou intermediários), que nos leva a demonstrar graficamente como se dá a promoção e

propaganda dentro da lógica de comunicação das ofertas turísticas, num quadro de profunda competição global pela atenção do turista. Considerando aqui que os principais responsáveis pela promoção do turismo estão representados pelos órgãos públicos turísticos, Embratur em nível nacional e Bahiaturisa em nível estadual.



**Figura 1** Processo de comunicação de marketing turístico. Fonte: RUSHMANN, 1995, elaborado pela autora.

Percebe-se que esse processo não só prevê a atuação no imaginário do turista como também atua na formação do mesmo, bem como do residente local. O apelo é sempre de venda e promoção de particularidades que devem ser comunicadas de forma atraente, mas também que manipule em alguma medida a escolha por determinada localidade em detrimento de outras.

O residente por sua vez é percebido neste processo como um elemento de apoio, sem sua aceitação mediante a conscientização dos possíveis benefícios que o desenvolvimento do turismo possa trazer à localidade, a comunicação pode ficar comprometida. Por outro lado as comunidades étnicas locais podem ser percebidas como mais uma das possíveis ofertas que se beneficiariam deste enfoque promocional, sendo divulgadas por esses meios e se tornando então uma das particularidades e diferenciações mercantilizadas.

### 1.3.1 A Construção do Mito de Origem

O mito de origem de grande parte das populações afrodescendentes está fundamentado na reconstrução de uma África de memória, de uma África imaginada sugerindo em grande escala certa homogeneidade étnica que também é imaginada, pois mesmo que nem todas as etnias africanas existentes vieram para o Brasil é possível afirmar que foram várias, mas que não eram sequer conhecidas entre si. (PINHO, 2004)

Essa reconstrução de África foi proporcionada pelos diversos movimentos negros ao redor do mundo que procurando vestígios de africanidade nesses povos oriundos das diásporas se baseiam em culturas similares encontradas na África. Esses movimentos tinham por objetivo a elaboração de uma narrativa que proporcionasse uma reação ao discurso proferido pelo ocidente que sempre associou a África ou sua cultura como algo atrasado. (PINHO, 2004)

Era necessário então promover uma narrativa que incorporasse principalmente valor social aos agentes e que apresentasse capacidade combativa ao racismo e ao preconceito através da construção baseada em uma essência estritamente africana que pudesse ser compartilhada por todos aqueles que experienciaram a diáspora (Ribeiro, 1995, apud Pinho, 2004), incluindo os descendentes que a viveram através da memória oral.

Neste sentido o que ocorre é uma construção identitária fortemente vinculada ao essencialismo de uma África imaginada e inventada ou ao menos reconstruída onde passado e tradição estão na fundação, na base da identidade negra de forma geral que se mostra idealista e reativa, mas que também está passível de cair na armadilha do essencialismo simplista e superficial. (OJO-ADE, 1995; apud PINHO, 2004)

Embora reativa para alguns estudiosos da negritude essa reação nada mais é do que uma criação surgida da concepção ocidental de África que a tem como algo estanque, primitivo e imutável (HALL, 1996). Essa concepção também é partilhada por Otávio Ianni (1992) que acredita na força do capitalismo para ditar inclusive as formas de reação a sua própria ordem.

Um novo processo civilizatório ocidentalizante que impõe padrões culturais europeus e estadunidenses. Embora reconheça a pluralidade das sociedades, acredita que é neste mesmo âmbito de pluralidade em que o processo ocidentalizante atua, se manifesta, se infiltra ou se esconde, ou seja, existem formas plurais de se ocidentalizar. Pois mesmo num processo de simbiose ou de negação a dialética “senhor e servo” está presente no processo de

transformação.

“Isso é, para mim, o Ocidente: uma pequena porção do mundo, cujo estranho e violento destino tem sido o de impor pela força ao resto do mundo suas maneiras de pensar, de ver, de crer e viver. É certo que o mundo se tem rebelado contra o Ocidente, que tem conseguido fazê-lo perder sua posição de supremacia, mas não esqueçamos que quase todos os meios de que se tem utilizado para opor-se ao seu jugo no mundo e reduzir a sua influência, têm sido forjados pelo próprio Ocidente.” (IANNI, 1992, p 84)

Para Ianni (1992) então não há meios de manifestação ou construção identitária senão a partir das imposições ocidentais, mesmo quando se foge delas. Ao reagir criticamente à ideia de inferioridade e atraso que o ocidente dedica às nacionalidades, nações e tribos, o autor reconhece que estas ampliam seus horizontes criativamente para repensar seus modos de viver e pensar, porém somente a partir do repúdio desta dominação, portanto impregnada dela.

Ojo-Ade (1995) coloca que ao tentar escapar ao ponto de vista dos conquistadores sobre a origem africana seus defensores acabam por produzir uma África idílica, mítica com uma unicidade que se apresenta uma armadilha na medida em que:

“Se o primeiro ponto de vista é escandalosamente falso e racista, o segundo não é menos escandaloso por sua natureza simplista, superficial: porque ambos na realidade terminam por alcançar o mesmo objetivo: provar que a cultura africana é exótica, fora-deste-mundo, carente de dinamismo para se adaptar a qualquer cultura vivente. Pode soar inacreditável, mas, na verdade, os próprios africanos [e afrodescendentes] têm, conscientemente ou não, ajudado e propiciado a situação, passada e presente, de confusão e degradação cultural.” (OJO-ADE, 1995, p 37, apud PINHO, 20004, p 58)

O problema de se trabalhar com conceitos como exotismo, ancestralidade da cultura negra dentro deste contexto de negação da dominação ocidental é que parece sempre reforçar uma falsa dicotomia que colabora para a noção de inferioridade ao invés de combatê-la. Ao colocar a tradição e ancestralidade africana como antítese da cultura branca, essa tradição se coloca também como antítese de modernidade e colocando negros e brancos em polos distintos e irreconciliáveis (OJO-ADE 1995).

Essa obsessão pela autenticidade, segundo Paul Gilroy (2012) está vinculada justamente a um projeto de reação defensiva que busca legitimação cultural baseada na antítese do discurso do opressor, como ferramenta de fuga do chamado processo de contaminação cultural que faz com que as transformações culturais que são, para o autor, inevitáveis se mostrem como ameaças de descaracterização, mas que não há também como negar que a cultura negra sofra uma hierarquização da criatividade onde as manifestações culturais dos negros são relacionadas ao corpo, enquanto as dos brancos são relacionadas à mente. Para o autor o apego às autenticidades culturais acaba por fortalecer esse discurso.

“A ideia de tradição possui um estranho poder hipnótico no discurso político negro. Considerar sua força e seu uso especiais parece uma operação apropriada para iniciar a conclusão de um livro sobre os negros e a modernidade. A tradição frequentemente viceja na crítica cultural, que tem cultivado um diálogo com o discurso político negro. Ela opera como um meio de asseverar o parentesco estreito das formas e práticas culturais geradas a partir da diversidade incontida da experiência negra. Isto sugere que, pelo menos nas mãos de alguns intelectuais e artistas negros, a busca de autonomia social e política tem se afastado da promessa da modernidade e encontrado expressão nova em um termo complexo que muitas vezes é entendido como antítese da modernidade.” (GILROY, 2012, p 351, 352)

No caso da baianidade a ideia é construída a partir de uma “ideologia sofisticada e persuasiva” que se dá a partir de um contexto de autoritarismo político e discriminação racial que se vale do apelo popular para a construção de uma imagem de nacionalidade evocando “representações construídas de povo e da autenticidade cultural” (PINHO, 1998, p. 04) sempre associando povo e passado e o povo como o grande detentor da cultura original e autêntica.

Textos do autor Jorge Amado são analisados por Pinho no intuito de demonstrar como a ideia de Bahia, mais precisamente circunscrita em Salvador e o Pelourinho como *locus* dessa baianidade ganha força e cria uma imagem estereotipada, dando margem a discriminação e desigualdades sociais.

“Convém dizer que por ideia de Bahia entendo: (a) o “sentimento” de diferença que baianos têm em relação ao resto do país e do mundo; (b) que este “sentimento” é constituído a partir de narrativas específicas; (c) que estas narrativas condensam conteúdos particulares; (d) que estes conteúdos são ideológicos, no sentido interpretativista apresentado acima; (e) que esta ideologia é tanto base para a construção de um consenso político com vistas à dominação, como base para a reprodução de uma multiplicidade de bens simbólicos, negociados no mercado internacional de cultura..”<sup>6</sup>

Sob a rubrica de ideia de Bahia está reunido um arsenal simbólico que se mobiliza de diversas formas, pragmaticamente e em função das posições de poder específicas sustentadas pela cena político-cultural que se apresenta como hegemônica.” (PINHO, 1998, p. 04-05)

Ou como coloca Patrícia Pinho (2004) mesmo sendo importante para os discursos políticos representativos da negritude, o mito de origem e suas supostas tradições acabam por congelar imagens do que vem a ser africanidade ou afro descendência e “o discurso que se pretendeu *transformador* revela-se um discurso *mantenedor* de um sistema de ideias que as diferencia e hierarquiza *negros e brancos,...*”(PINHO, 2004, p. 106)<sup>7</sup>

<sup>6</sup> “Neste campo incluo tanto a indústria fonográfica quanto a de turismo, além de outros segmentos.” (Nota do Autor)

<sup>7</sup> Grifo da Autora.

O que parece ficar nítido é que a suposta obsessão pela autenticidade e pela ancestralidade é uma constante tanto para os turistas quanto para os grupos étnicos, se para os primeiros elas suscitam curiosidade para os demais elas conferem legitimidade cultural. Enquanto os turistas parecem atraídos pelo mito constitutivo como forma de contato com modos de vida preservados, ou sua própria ancestralidade perdida, para o local ele parece se apresentar como a legitimidade de sua própria cultura, um meio de produzir autonomia social.

### 1.3.2 A produção da autoestima

Parte do objetivo dos movimentos negros era a própria elevação da autoestima e foram adotadas várias estratégias sociais para a construção de uma identidade étnica que combatesse diversas ideias negativas sobre a imagem do negro. Uma delas toma força nos anos 1970 como forma de diferenciação que buscava privilegiar algumas culturas africanas em detrimento de outras a procura da já comentada ancestralidade autêntica (PINHO, 2004).

Essa estratégia de diferenciação pressupunha uma alteração na imagem do negro militante que devia ostentar na forma de vestir, pentear os cabelos e adoção de adornos que deveriam ser exclusivamente típicos da afirmação da negritude. As batas, toucas rastafáris, as tranças femininas, os cabelos *black power* em primeiro momento e os *dreadlocks* posteriormente, se tornaram emblemáticos e sinais diacríticos que deveriam ser ostentados.

Não que essa tenha sido a única estratégia de elevação da autoestima, mas com certeza a mais emblemática por dois motivos, em primeiro porque postula a necessidade de cunho reativo dos negros militantes em sentir-se e mostrarem-se diferentes e segundo porque essa estratégia se utiliza do corpo como forma de diferenciação.

Se o padrão de beleza vinha da cultura branca era preciso como forma revolucionária elevar os atributos físicos dos negros, os cabelos não deveriam ser alisados e as roupas e adereços deveriam ser ‘essencialmente’ africanos. Ao fugir de estigmas e estereótipos criados obviamente pelas percepções e construções brancas do é ser negro, criaram outros.

É bem verdade que a capacidade de construir a narrativa de si mesmo em repúdio às diversas narrativas pejorativas construídas sobre si pelos outros já é uma batalha vencida, uma das muitas ações de autoafirmação do movimento negro. Contudo a adoção de uma estratégia baseada na estética fatalmente cairá em outras tantas armadilhas do processo de formação de estereótipos.

O processo de elevação da autoestima é fundamental na medida em que restaura o sentido de dignidade do indivíduo historicamente tachado com adjetivos negativos e

pejorativos. Dá a ele e mais ainda ao grupo uma restauração do orgulho de ser o que é contra a vergonha de não ter nascido o que a sociedade impõe como padrão ideal de beleza.

Contudo, este é de fato um processo intimista, ou seja, perpassa pela percepção unicamente dos atores que conhecem a realidade do preconceito e da marginalidade social. Isso quer dizer que ele não é compartilhado com os demais grupos sociais e acaba por tornar-se muitas vezes mais um discurso do que propriamente uma realidade capaz de transformação social. Ou como colocou muito bem a autora:

“A promoção da beleza negra e a elevação da autoestima poderão ser radicalmente libertadoras para o indivíduo se conseguirem transformar a esfera coletiva, tanto através da desobediência aos padrões racistas impostos como ‘universais’, bem como liberando o corpo negro de novas tarefas ou imposições ‘étnicas’. Enquanto se limitar à superação de estigmas de grupos isolados dentro de uma humanidade dividida, a elevação da autoestima continuará sendo uma solução terapêutica.” (Pinho, 2004, p 147)

Se por um lado a estratégia de diferenciação acaba por criar uma normatividade que impõe padrões do que é ser negro em oposição do que é ser branco, a utilização do corpo através da criação de uma estética específica promove outros tantos e diferentes estereótipos já que a “esfera coletiva” ainda está impregnada de preconceitos historicamente enraizados na sociedade do que é ser negro.

Neste contexto se a imagem construída sobre a África é pautada no exotismo e na ancestralidade uma política de utilização desses símbolos produzirá na percepção de negritude a mesma carga de exotismo. E exatamente por se fazer exótico suscita curiosidade e atração, mas são desejos intimamente ligados à noção de algo alienígena, bizarro, fora dos padrões e distante do mundo ‘normal’.

A produção da autoestima ainda pode ser percebida como uma ferramenta discursiva para promover a comoditização de produtos oriundos dessa cultura negra. Patrícia Pinho (2004) alerta para os perigos da banalização do termo autoestima como uma estratégia de promoção de vendas e manipulação da opinião pública, pois este discurso segundo a autora é bastante vendável e extensamente utilizadas por programas e projetos políticos e pelos meios de comunicação.

### **1.3.3 O Turismo como Instrumento de Visibilidade e Mobilidade Social**

O processo de reafrikanização debatido nos tópicos anteriores necessita que estes símbolos que são associados à cultura negra sejam expressos e projetados para que se

fortaleçam e cheguem ao seu objetivo de criar uma consciência negra coletiva reativa e combatente.

O campo da cultura acaba por se tornar um leque de meios de expressividade, tais como; a música, o carnaval e o turismo, entre outros. Segundo Osmundo Pinho (2010) o Carnaval da Bahia foi considerado um palco fundamental para essas novas expressões identitárias do processo de reafrikanização. Esse palco segundo o autor é o espaço dentro da modernidade para reafirmar a tradição, produzir e reproduzir novas identidades e reivindicado como um canal de comunicação de esfera global.

A música também foi alvo desse movimento como forma de contracultura e tem sido até hoje uma forma de expressão estética, filosófica e política para firmar e produzir suas próprias teorias sobre a realidade social dos povos diaspóricos (GILROY, 2012). Aqui no Brasil o carnaval e conseqüentemente a música inserida em sua manifestação, em especial no caso do carnaval de Salvador, foram marcados por essa política de representação social (PINHO O., 2010)

O turismo pode-se dizer, opera pela mesma lógica, e assim como o carnaval e a música, conta com os mecanismos do marketing trabalhados pelas diversas mídias disponíveis dentro da lógica de mercado para a promoção de produtos turísticos conferindo uma forte abrangência de projeção em nível global para manifestações de cunho local.

“São movimentos localizados de emergência de novos sujeitos sociais, novas etnicidades, novas comunidades em posições subalternas que tentam falar de si mesmos contra o mundo anônimo e impessoal das forças globalizadas presentes na diversidade do mundo pós-moderno. A etnicidade aí, seria o lugar ou espaço necessário a partir do qual as pessoas falam.” (GRUNEWALD, 2003, p. 144)

A visibilidade proporcionada pelo turismo é foco de interesse por parte dos movimentos negros que veem no segmento uma arena com possibilidades tanto de exposição de suas distintividades quanto de reforço cultural e promoção da autoestima. Mas é preciso compreender de que forma o turismo pode proporcionar esse espaço e mais ainda como se mostra além de palco de representação um caminho para a mobilidade social e econômica.

Através do turismo as particularidades e especificidades da afrobaianidade poderiam articular música e manifestações culturais em um mesmo cenário de projeção global. Dessa forma as manifestações elencadas como autênticas do movimento (o candomblé, a capoeira, o *axé music*, o *reaggae*) foram espetacularizadas de forma a promover maior visibilidade ao público internacional e doméstico do turismo. Como podemos ver em pesquisa de Castro Júnior (2011):



“Aos poucos, o Mestre reunia as diversas práticas culturais num único show. O ‘mérito’ do Mestre Canjiquinha estava em facilitar o acesso do público turístico para assistir um espetáculo que procurava dramatizar as manifestações populares do povo baiano. A performance no show deveria atender a uma certa fidedignidade aos cultos religiosos africanos, às práticas trabalhistas da puxada de rede do xaréu e ao maculelê. Não é a toa que o Mestre vai convidar pessoas diretamente ligadas a essas manifestações para aperfeiçoar cada vez mais as apresentações.” (CASTRO JÚNIOR, 2011, p. 174)

O autor que buscou entendimento da espetacularização dos jogos de capoeira através de um estudo sobre o Mestre Canjiquinha que foi mestre de capoeira em Salvador e se especializou entre os anos de 1960 e 1970 em apresentações públicas com objetivo também financeiro dos jogos. Embora o foco do autor esteja na originalidade do mestre em questão, o que nos importa no momento é perceber que nesta fase já havia interesse tanto por parte dos turistas como dos mestres de capoeira, bem como dos órgãos públicos em promover tais apresentações, como fica perceptível pela fala do próprio mestre:

“Foi mais fácil eu ficar conhecido porque é o seguinte: um colega ajuda o outro. Eu ajudava minhas colegas e elas me ajudavam. (...) Então esse pessoal trabalhava na recepção do Departamento de Turismo, onde eu me apresentava e era funcionário. Elas viam meu trabalho como eu fazia. Então, quando turista chegava elas diziam: Olha! Em tal lugar assim tem capoeira, tem mestre Bimba, mestre Pastinha... Elas diziam: O melhor é o Mestre Canjiquinha. Não é porque ele é funcionário daqui não. Se você for lá amanhã e não gostar, ele lhe devolve seu dinheiro. Quando chegava lá, ele via eu fazer coisas que Deus duvida. Os jornalistas também ajudaram muito. Eu mesmo fiz meu nome Canjiquinha.<sup>8</sup>

Aqui fica perceptível a ação do turismo como palco de representação social e também como forma de mobilidade econômica. A criação de um salão de exposições por parte do órgão oficial de turismo proporcionou um espaço para outros mestres se apresentarem com seus grupos e no caso do Mestre Canjiquinha além das apresentações sua contratação pelo órgão ainda proporcionou que o mesmo oferecesse aulas de capoeira no local (CASTRO JÚNIOR, 2011)

O que nos remete a uma visão que percebe no turismo uma oportunidade não somente de articular a luta pelo reconhecimento social, a promoção da autoestima dos grupos a serem mobilizados, mas uma ferramenta importante porque ao mesmo tempo em que promove a proliferação desses ideais através da divulgação dos meios de comunicação também pode gerar condições de mobilidade econômica.

Por esta perspectiva o turismo seria então o meio – pelo menos um dos – pelo qual as pessoas expressam suas distintividades, gerando a visibilidade das mesmas e o fazem ressaltando seus conteúdos culturais (históricos, raciais, de origem).

Ou como coloca Ortner (2007) uma forma de agência, tanto no sentido de resistência à

<sup>8</sup> Depoimento de Mestre Canjiquinha, CASTRO JÚNIO, 2011, p 172)

situações de domínio, ao passo que estas comunidades utilizam o espaço do turismo para falar de si, mas também no sentido de projeto, onde eles também perseguem através do turismo aquilo que localmente é desejável, que no caso consideramos a mobilidade socioeconômica desses grupos historicamente empobrecidos.

#### **1.4 A questão da Autenticidade**

Através dessa incursão nos estudos teóricos acerca do que vem a ser turismo étnico e de raízes um conceito que se mostra recorrente tanto do ponto de vista do turista quanto daqueles que se colocam como o atrativo, no caso as comunidades étnicas locais é a autenticidade. O apelo pela genuinidade seja na experiência de quem a busca seja na importância de quem a externa acaba por se tornar uma constante, dessa forma, torna-se apropriado tratar da questão de maneira mais acurada.

O que vem a ser essa autenticidade proclamada e perseguida? Ela pode suscitar diversas análises e conceituações distintas, mas de forma geral sempre gerou polêmica nos estudos antropológicos sobre o turismo, pois é constantemente invocada por todos os atores que compõe a cena turística tornando-se assim em um embate aos estudos sobre o tema.

Um dos pioneiros em tentar dar uma resposta a estas inquietações talvez tenha sido Dean MacCannell (1976) ao cunhar o termo ‘Autenticidade Encenada’. Em sua perspectiva coloca a modernização como o elemento capaz de separar as pessoas das próprias coisas que produzem, seccionar a solidariedade dos grupos nos quais esses elementos culturais se originaram e ao mesmo tempo reunir pessoas já liberadas dos laços tradicionais.

Nesta visão ele vê os turistas reconstruindo suas heranças culturais ou identidades sociais já perdidas pelo processo de modernização, levados pelo que chamará de autenticidade encenada. Ações de preservação e reconstrução artificiais de manifestação cultural (dos mais diversos tipos) com o intuito deliberado de comoditização turística. (MACCANNELL, 1989) É importante salientar que para este autor a ‘indústria’ turística constrói cenários artificiais para atender à demanda dos visitantes, falseando situações que parecem reais, mas na verdade são encenadas.

Esse marco teórico de MacCannell trouxe novas inquietações, pois colocava agora o turista como vítima dos gestores locais em busca de ganho econômico através da atividade à custa do logro, que faria com que qualquer tentativa do turista em direção à autenticidade fosse fracassada (GRABURN, 2001).

Cohen (1988) vai trabalhar os diferentes significados para o termo e salientar que há níveis de interesse e alienação por parte dos turistas, estes tenderão a ser mais ou menos criteriosos com relação à autenticidade de suas próprias experiências turísticas. Embora a maioria deles pareça não perseguir a autenticidade no sentido etnográfico do termo, isso não indica que eles busquem por meros entretenimentos, a busca pela autenticidade variará de acordo com o grau de alienação oriunda do processo de modernização. (COHEN, 1988)

Entender o sentido que se dá à autenticidade também é algo importante para compreender melhor a questão, para ele nem todos os turistas estão estritamente preocupados com autenticidade como sinônimo de motivação de viagem ou entretenimento. Além disso, produtos considerados réplicas de objetos locais podem ter o mesmo efeito para o turista, mesmo que este esteja ciente da fabricação em série, ou mesmo da encenação, para ele não importa, contanto que leve para casa algo que simbolize o que visitou.

Parques temáticos são exemplos disso, tudo neles é construído (falso) mesmo assim ainda são bastante visitados por serem atrações divertidas, diferentes e tantas outras categorias que não precisam passar necessariamente pela autenticidade. Segundo ele, a autenticidade é algo negociável, não um dado primitivo, dessa forma aquilo que em determinado espaço de tempo pode ter sido considerado fabricado, pode muito bem chegar a ser visto pelo turista e até mesmo pela população local como algo genuíno com o passar do tempo, a isso ele chama de autenticidade emergente. (COHEN, 1988)

Mas o que se entende por autenticidade afinal? Wang (1999) propõe que o conceito de autenticidade não pode ser avaliado senão por três vieses; a objetiva que depende de um especialista para validá-la, ou como chama de autenticidade de museu; a construtivista que é socialmente construída e a existencial que se baseia na verdade interior e pessoal do turista enquanto de sua viagem. Neste sentido é possível se aproximar de uma conceituação de autenticidade como Graburn (2009) propõe; uma categoria nativa, que somente deve ser analisada quando e porque os agentes envolvidos a veem como relevante.

Considerando que autenticidade aqui é uma categoria nativa o que se pretende não é adentrar nos conceitos de autenticidade e esmiuçar suas exatidões, mas na busca dela que parece ser uma constante, tanto por parte do nativo que deseja passar a noção de autenticidade de sua ancestralidade peculiar quanto do turista que deseja travar contato com uma cultura exótica autêntica.

Segundo Dantas (1988) a busca pela pureza tão arraigada em discursos ideológicos é também uma busca pela origem que está constantemente reconstruindo a identidade do negro brasileiro como portador de traços culturais, mas enfatiza que este vínculo estreito com a

África é uma forma de proclamar conhecimentos de segredos do culto do candomblé e sua força, pois essa força é um poder místico e simbólico, atuando poderosamente também no imaginário do turista.

A autenticidade proclamada e estreitamente vinculada à ancestralidade africana tem esse poder de conferir importância, pois ela legitima a força dos detentores que possuem capacidades para lidar com o sobrenatural (DANTAS, 1988), suscitando o fascínio por parte daqueles que ou tem interesse em travar contato com culturas diferentes e tradicionais, e mais ainda por aqueles que também estão associados com essa busca da origem das próprias raízes.

Essa autenticidade tão mencionada na fala de ambos parece residir muito mais no âmbito do *self*, da experiência produzida ou obtida das relações travadas entre turistas e população nativa, parece ser constantemente negociada entre os grupos, não como algo homogêneo, cada grupo a vivencia a sua própria maneira, mas que acaba por se tornar um objetivo em comum.

### **1.5 Entre Discursos e Práticas**

Se para o turista destas modalidades a retórica parece residir na experiência autêntica seja pelo contato com culturas diversas (a busca da alteridade) do turismo étnico, seja pela busca de si mesmo em suas ancestralidades no de raízes, para o residente o turismo se mostra como um instrumento de visibilidade através da externalidade de seus rituais/tradições autênticos e mobilidade socioeconômica. Mas ambos envolvidos com os discursos essencialistas de uma África cristalizada a partir de uma reconstrução baiana desta e das possíveis estereotipações que estes discursos são capazes de produzir, como já foi pontuado.

A questão que se coloca como fundante em nossa pesquisa é quando esta relação (turistas/residentes) é mediada por um terceiro agente que no caso são os órgãos governamentais, mais especificamente as políticas públicas de turismo baianas como promotoras dos produtos étnicos do estado, reconhecendo que esses agentes políticos também estão posicionados de maneira própria. Até porque como propõe Barth (1994)<sup>9</sup>, o Estado deve ser considerado um ator e não somente como “um símbolo ou uma ideia.” (BARTH, 1994, p. 30)

---

<sup>9</sup> Apud Govern e Vermulen (2003)

Para além da conceituação de turismo étnico/raízes elaborada pelo Ministério de Turismo que já foi trabalhada neste capítulo, devemos levar em consideração o que essas políticas públicas objetivam com o desenvolvimento deste segmento:

“No sentido de desenvolver o segmento étnico-afro como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e ingressos de divisas, proporcionando a inclusão social...” (BAHIA, SETUR, 2009, p 19)

Ou ainda;

“O Turismo Étnico-afro na Bahia é mais do que um programa setorial da Secretaria de Turismo. Trata-se, também, de um instrumento de reparação social, que expressa os compromissos e os objetivos do Governo da Bahia na construção de um Estado verdadeiramente democrático, no qual a população deve desfrutar de resultados sociais e econômicos.” BAHIA, SETUR, 2009, p. 11)

Dessa forma, as intencionalidades no setor para o governo estadual residem não somente na atividade econômica como ampliação da entrada de divisas, mas também como forma de inclusão e reparação social num escopo de instrumento democrático que deve se estender a toda população via promoção de encontros dessas comunidades com os turistas que almejam por experiências e contato como salientado na definição de Turismo Étnico do Ministério de Turismo.

De acordo com esses objetivos as políticas públicas de turismo do estado da Bahia se propõem a promover condições que abarquem tanto as expectativas dos residentes quanto dos turistas que buscam pela modalidade. A questão reside na maneira como elas conduzem este processo, que por sua vez está intimamente ligada à nossa hipótese focada na possibilidade de invisibilidade e criação de estereótipos do que vem a ser afro-baianidade.

Essas políticas tomam para si a responsabilidade de elaborar diretrizes que devem orientar na formatação dos produtos étnicos via sugestão de rotas e roteiros específicos a serem oferecidos pelos agentes turísticos, além de produzir material de divulgação e promoção do que vem a ser produto turístico étnico local. A questão está bastante resumida neste momento, pois ela será tratada mais detalhadamente no segundo capítulo, sendo que nossas colocações neste momento estão mais preocupadas em posicionar o papel das políticas públicas nesta relação, bem como o fizemos em relação ao turista e ao residente local.

Nossas inquietações residem justamente neste enquadramento realizado por essas políticas na medida em que elas podem reforçar imagens estereotipadas de uma África essencializada e cristalizada ao eleger sinais diacríticos muito específicos moldando o imaginário social sobre afro-etnicidade baiana, invisibilizando outras formas de manifestações étnicas, que poderia provocar o oposto do objetivo constante de seus discursos.

É importante salientar que esta escolha e eleições de sinais diacríticos não ocorrem sem certo grau de agenciamento entre essas políticas e alguns grupos de interesse no desenvolvimento deste segmento turístico, ou seja, fortalecendo nosso argumento do poder da agência, essas políticas não se deram isoladas de intencionalidades de outros grupos sociais participantes do processo:

“Representantes do turismo e de movimentos culturais, religiosos e da causa afrodescendente discutiram nesta terça e quarta-feira (20), no município de Cachoeira, a 116 quilômetros de Salvador, os aspectos socioeconômicos para o desenvolvimento do turismo étnico-afro na Bahia. A ação faz parte de um conjunto de atividades elaboradas pela Secretaria de Turismo do Estado e Bahiatursa para desenvolver a qualificação, capacitação profissional e empresarial, além do empreendedorismo no setor.

Participaram do encontro em Cachoeira micro e pequenos empreendedores, além de pessoas que atuam diretamente na atividade turística como capoeiristas, integrantes de grupos de samba de roda, quilombolas e ceramistas.

A sequência de seminários de mobilização e discussão encerra-se em Salvador, nos dias 17 e 18 de agosto.” (SETUR, 2014).<sup>10</sup>

Para a apreensão deste processo nos basearemos na relação entre discurso, ideologia e formação do imaginário social (Orlandi, 1994). Postulando que nas três esferas de posicionamentos aqui trabalhados existe um discurso que legitima cada ação e que toda ideologia é fundamentalmente discursiva e se constitui em uma narrativa racional de determinado tema, coloca-se que é nesta situação em que se constrói o campo do imaginário social.

“A ideologia, contudo, guarda sempre um viés bastante racional. Não há quase lugar para o não-racional no olhar ideológico. No fundo do ideológico há sempre uma interpretação, uma explicação, uma elucidação, uma tentativa de argumentação capaz de explicitar. Há algo, racional, que derivará da aplicação da noção de ideologia. A ideologia é uma premissa que deve levar, necessariamente, a um desvendamento. A ideologia, portanto, é sempre pensada, passível de racionalização.”

Já o imaginário, mesmo que seja difícil defini-lo, apresenta, claro, um elemento racional, ou razoável, mas também outros parâmetros, como o onírico, o lúdico, a fantasia, o imaginativo, o afetivo, o não racional, o irracional, os sonhos, enfim, as construções mentais potencializadoras das chamadas práticas. De algum modo, o homem age por que sonha agir. O que chamo de “emocional” e de “afetual” são dimensões orgânicas do agir a partir do espírito. Evidentemente que a prática condiciona as construções do espírito, mas estas também influenciam as práticas. (MAFFESOLLI, 2001, p. 76, 77))

Para Maffesoli (2001) o imaginário não é um conceito rígido, e sim maleável que pode estar contido em qualquer tipo de situação. Ele desenvolve o conceito de que ao contrário do pensamento cartesiano (CASTORIADIS, 1982) o imaginário atua tanto na revolução quanto

---

<sup>10</sup> Grifos nossos

contra ela, ou seja, ele não é limitado a algumas poucas ações ele é está em todas as esferas dos processos sociais e é uma relação perene entre conhecimento e sentido:

“Não há domínio que esteja indene da ambiência afetual do momento. A política, evidentemente, que se tornou um vasto espetáculo de variedades que funcionam mais sobre a emoção e a sedução do que sobre a convicção ideológica; mas, igualmente, o trabalho, onde a energia libidinal exerce um papel importante; e não esquecendo todas as efervescências musicais e esportivas que são tudo menos racionais. Tudo isso mostra que existe uma dialética entre o conhecimento e a experiência dos sentidos.” (MAFFESOLI, 1998, p.192).

Sendo assim as narrativas ideológicas devem ser vistas como essencialmente discursivas e racionalizadas sobre um determinado tema e atuam no imaginário articulando os símbolos e mitos e podem tornar-se receptoras das projeções dos medos, interesses e aspirações, modelando comportamentos, condutas e visões de mundo, mas que para ocorrer deve ser partilhado por pessoas criando uma comunidade de sentido e tornando sólida uma determinada visão de realidade.

Se para Maffesoli (2001) o imaginário pode se articular tanto na defesa quanto no ataque de qualquer ideia colocada, isto sugere que ele também está no campo da dominação e de situações de poder e desigualdade.

“O imaginário possui uma função social e aspectos políticos, pois na luta política, ideológica e de legitimação de um regime político existe o trabalho de elaboração de um imaginário por meio do qual se mobiliza afetivamente as pessoas. Nele “as sociedades definem suas identidades e objetivos, definem seus inimigos, organizam seu passado presente e futuro. O imaginário social é constituído e se expressa por ideologias e utopias ...[e]...por símbolos, alegorias, rituais, mitos.” (Carvalho, 1987: 11). Assim o campo do imaginário também é um campo de luta política e pelo poder, onde se cruzam interesses de grupos sociais e ideologias”. (SERBENA, 2003, p 05)

Neste quadro social apresentado as pessoas estão inseridas em contextos que mesclam situações de solidariedade e afeto, mas também estão inseridas em contextos de disputas, poder e rivalidade, onde sua capacidade de agência é limitada e constantemente negociada (ORTNER, 2007).

O imaginário social, dessa forma, está também em disputa pelos diversos discursos e ideologias no sentido de mobilizar, mas segundo Ortner (2007) esses agentes “limitados” também não possuem total controle dos resultados de suas intencionalidades a fim de alcançar exatamente o pretendido, e que “Como seres sociais – fato verdadeiro e inescapável -, só podem atuar dentro de muitas teias de relações que compõem seus mundos sociais” (ORTNER, 2007).

Dito isto, assume-se aqui que a própria construção do imaginário é uma agência que atua tanto no nível da solidariedade, da mobilização, da afetividade, quanto da dominação, da disputa, da rivalidade, mas que como esses agentes são “limitados” e os resultados dessas

negociações mediante posicionamentos distintos têm resultados que nem sempre se coadunam com o fim planejado, suscitando outros desdobramentos.

Neste sentido, o turismo é acusado principalmente pelo modo como necessita comunicar seus produtos em escala nacional e internacional de criar imagens estáticas, paralisadas no tempo e no espaço daquilo que em tese não deveria ser mensurável. É um fato de que o setor se vale de materiais publicitários que combinam imagens e textos que enfatizam determinadas características se utilizando de retóricas exageradas e floreadas pouco ou nada esclarecedoras da realidade local, se restringindo apenas ao universo belo e atrativo do mesmo.

Porém o processo que cria, recria e fortalece estereótipos é mais complexo e não se restringe ou se encerra nas ações de marketing do setor turístico, é preciso compreender melhor sua dinâmica. Primeiramente nos reportemos ao seu significado etimológico:

*“sm(estéreo3+tipo2) 1Tip Duplicata sólida metálica de uma superfície de impressão em relevo, que é produzida comprimindo-se um material de moldagem, como polpa úmida de papel ou gesso de presa, contra essa superfície, para formar uma matriz na qual depois se deita metaltipo fundido, produzindo-se assim uma peça fundida, que, às vezes, é revestida com um metal mais duro, como níquel ou cobre, para aumentar a durabilidade; chapa estereotipada; clichê estereotipado; estéreo. 2 Sociol Imagem mental padronizada, tida coletivamente por um grupo, refletindo uma opinião demasiadamente simplificada, atitude afetiva ou juízo incriterioso a respeito de uma situação, acontecimento, pessoa, raça, classe ou grupo social.” (DICIONÁRIO MICHAELIS)<sup>11</sup>*

Segundo Pereria (2012) pesquisador da psicologia social, o campo de estudos sobre o tema, embora ressentido de conceituações mais precisas, está dividido em duas grandes vertentes a individualista e a holística. Na primeira perspectiva os estereótipos funcionam como “elementos simplificadores e ordenadores da realidade e fazem parte do repertório de mecanismos destinados a permitir uma melhor adaptação da espécie humana ao ambiente físico e social” (p. 202). Na segunda vertente abandona-se a visão individualista e adota-se uma perspectiva mais interacionista onde os estereótipos atuam como fenômenos emergentes dos conflitos existentes entre grupos sociais distintos e funcionam como “mitos legitimadores de ideologias” (p. 202) que atuam na perpetuação dos privilégios de uns sobre outros. (PEREIRA et al, 2012)

Dentro do campo da Antropologia, mais especificamente nos estudos sobre novas formas de organização étnica, as abordagens interacionistas colocam o foco de suas análises da etnicidade operando como um sistema de classificação e categorização como forma de organizar os processos de interação intergrupos (POUTGNART e STREIFF-FENART, 2011).

---

<sup>11</sup> Grifo nosso.



O que significa dizer que a estereotipação pode ser considerada uma conduta social que permite não só classificar e ordenar condutas com os outros, como também validar seu próprio comportamento, pelo menos dentro de uma lógica de organização étnica de afiliação ou não a um determinado grupo.

Pode-se auferir, diante disso, que a exploração dos aspectos étnicos, ou seja, o desenvolvimento de produtos turísticos étnicos recairá fatalmente na produção de estereótipos, pois como já apontado, a própria lógica de comunicação e marketing necessários para a divulgação do produto turístico necessita de síntese através de imagens e frases de efeito para comunicação rápida, porém duradoura no imaginário das pessoas. A questão que se impõe é a visão maniqueísta do estereótipo, ou seja, se ele produz sentimentos negativados ou positivados.

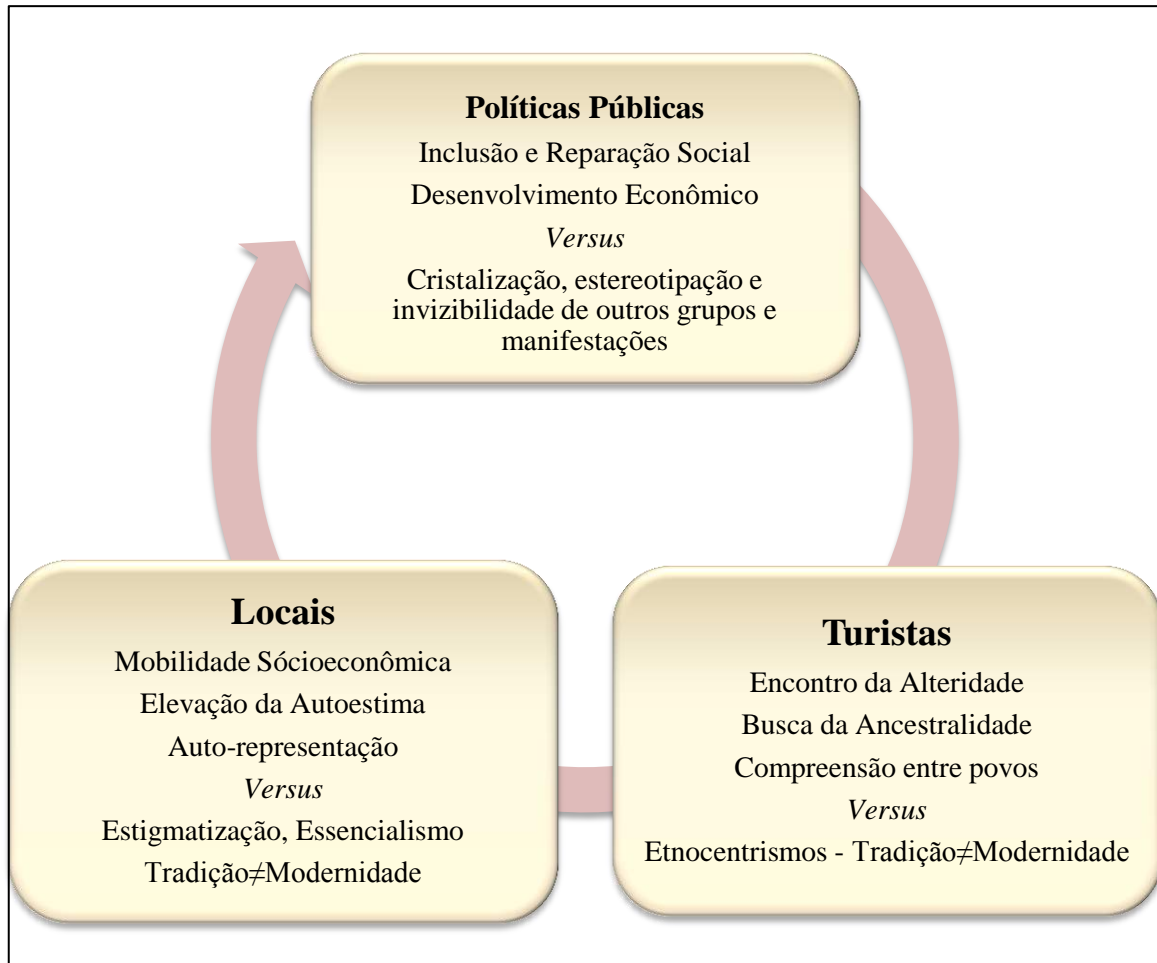
Quanto a isso Goffmann (1975) sugere que os estigmas, contudo têm raízes na civilização grega, onde marcas e cortes eram feitos nos corpos de indivíduos para sinalizar condições de *status*, principalmente da condição de escravo, criminoso ou traidor, sendo para esse autor o estigma social uma forma de rejeição de características físicas ou convicções pessoais que geralmente levam à marginalização dos que o possuem.

O estigma então por esse prisma, assim como a construção de estereótipos acaba por desempenhar um papel fundamental como produtor e reproduzidor das relações de poder em sociedade. Eles produzem tanto o sentimento de inferioridade quanto o de superioridade em alguma medida, capazes de perpetuação das desigualdades sociais (CARVALHO, 2009).

Dessa forma segundo Carvalho (2009), os estereótipos e estigmas só poderiam ser de alguma forma reduzidos quando os grupos sociais puderem interagir em condições de igualdade, onde a posição de superioridade ou autoridade não fosse uma realidade, ou seja, onde haver um quadro social de desigualdade a produção e reprodução de estigmas e estereótipos será sempre uma situação que produzirá mais negatização que positização acerca das classificações dos grupos em posição inferior ou marginalizada.

É neste sentido que propomos a análise de um quadro multifacetado entre discursos, ideologias, que por sua vez produzem estigmas e estereótipos que atuam fundamentalmente no imaginário social vão desenhando práticas que muitas vezes não condizem com os objetivos constantes dos pretensos objetivos de cada uma dessas falas.

Abaixo segue um quadro de referência com relação as disparidades entre os discursos de cada um dos agentes e seus posicionamentos em face de resultados contrários que suas ações podem gerar, ou o que aqui chamamos de encontros e desencontros do Turismo Étnico.



**Figura 2 Encontros e Desencontros do Turismo Étnico** – Quadro Sintético das investigações teóricas de posicionamentos e possíveis desencadeamentos desejados e não planejados – Elaborado pela autora.

A partir deste momento devemos então nos concentrar na análise de produção das políticas públicas promovidas através de diretrizes compostas nos planos de ação tanto do Ministério do Turismo quanto da Secretaria de Turismo da Bahia, que compõem o segundo capítulo na intenção de investigar esses possíveis desencontros, sendo o terceiro e o quarto capítulos direcionados para a análise dos demais posicionamentos.

## 2. Turismo e Políticas

### Públicas



**Foto 3** – Vários Autores, s/data, Setur BA/Bahiatursa. Material de Divulgação Viver Bahia é muito mais.

Cachoeira não pode ser entendida como localidade suspensa no ar, ou ilha isolada do todo global. Neste sentido antes de compreender na totalidade os caminhos e descaminhos das políticas de turismo implementadas nestas localidades torna-se necessária uma viagem um tanto mais universal.

Parte do esforço deve se focar na tentativa de compreensão das articulações no tempo e no espaço das categorias muitas vezes tidas como dicotômicas de global e local. A questão dual existe na medida em que a categoria global fortalece a categoria local, a globalização econômica e tecnológica faz do local um distanciamento espaço-temporal, mas perfeitamente possível e alcançável e muitas vezes desejável, se nos ativermos na ótica do turismo, e assim como Bourdin (2001) assinala, o local passa a fazer sentido a partir da realidade global, e ele passa a ser redesenhado e refletido por essa ótica.

“Enfim, a globalização dá à localidade um duplo estatuto de *efeito*, efeito de escala fundamentado não na proximidade e na distância, mas, sobretudo na oposição entre o aqui e o alhures, efeito de composição entre elementos não localizados, que se articulam e se rearticulam continuamente.” (BORDIN, 2001, p. 54)

Portanto, entende-se que o estudo de determinada localidade deve estar atrelado às diversas contingências políticas, econômicas e sociais que foram se desenhando em contextos globais, mas constantemente se articulando e se resignificando em contextos locais. Para isso dar-se-á a leitura de diversos documentos oficiais foram moldando as facetas dos programas turísticos em voga nos dias atuais.

Para Barth (1994) é importante distinguir os níveis de força que atuam nas conformações das identidades étnicas e sugere que o nível macro seja também levado em consideração, já que atua no âmbito das políticas estatais, voltadas para a articulação de ideologias como no caso do nacionalismo, por exemplo, mas também nos discursos globais através de agências internacionais.

“O controle e a manipulação da informação e do discurso públicos constituem uma parte importante das atividades de qualquer regime, no entanto, discursos globais, bem como as organizações transnacionais (ONG) e internacionais, desempenham um papel variável, embora cada vez mais importantes neste nível, articulando-se com o nível médio.” (BARTH, 1994, p 32)

Considerando que para o autor o nível médio reside nos processos que levam a criação da coletividade e da mobilização de grupos para diversos propósitos através de outras variedades de meios (Barth, 1994), sendo aqui o turismo esse meio, e que este nível tende a se articular em algum grau com o nível macro para a elaboração de seus próprios discursos e ideologias, entendemos que a análise desses documentos e suas articulações com o desenvolvimento das políticas internas (nacionais e estaduais) se faz necessária.

Além desses documentos fica a cargo deste capítulo a tarefa de compreensão de como os mesmos serviram para propósitos diferenciados mediante a articulação entre turismo, desenvolvimento e cultura. E, portanto do entendimento de como o município aqui estudado se relaciona neste contexto já que o mesmo se coloca como potencialidade turística e se vale de seu extenso patrimônio histórico material e imaterial para uso nas práticas turísticas como vetor de desenvolvimento.

Cachoeira foi escolhida justamente pelo seu forte vínculo à cultura afro-brasileira e sua trajetória fundada na exploração do trabalho escravo, mas, sobretudo porque mais recentemente seus gestores e planejadores vêm angariando esforços para seu fortalecimento como centralidade cultural, estratégia de *city marketing* que visa inserir o município no circuito turístico estadual como forma de desenvolvimento local (CASTRO, 2010), valendo-se precisamente de seus atributos culturais e de sua trajetória histórica e o resgate de manifestações populares.

## **2.1 Uma visão Global do Turismo**

### **2.1.1A valorização cultural como vetor econômico. O âmbito das políticas diretrizes internacionais.**

No momento marcado pela independência de diversas colônias europeias havia um problema a ser resolvido que era justamente promover a economia em países cuja industrialização era precária, dessa forma países asiáticos, latinos americanos e africanos foram convencidos de que o Turismo seria uma estratégia saudável para garantir o fortalecimento econômico, já que a princípio não exigia um alto nível de industrialização (GRABURN, 2009).

O Turismo então passou pelo escrutínio de pesquisadores que tentavam situá-lo dentro dos contextos de uma nova ordem social que pressupunha compreender os processos de industrialização e a cultura de massa. Foram realizados estudos ao redor do mundo para demonstrar que a falta de planejamento e interesses fundados no lucro excessivo e emergente causavam impactos que alteravam de forma profunda no modo tradicional de vida dessas localidades, processo que Dennison Nash (1989) chamou de imperialismo do turismo.

Esse modelo de análise estava fundamentado em outros estudos já realizados sobre as transformações sociais e culturais impulsionadas pela relação desigual de poder entre os

países, nos moldes das antigas relações metrópole/colônia agora impulsionadas pelas tensões de uma nova ordem econômica ou como alguns vão chamar de neocolonialismo, ocidentalização. (GRABURN, 2009)

O Turismo foi assim apenas um dos objetos de pesquisa desses estudiosos dentro de um campo mais amplo; o processo de ocidentalização, aculturação, neocolonialismo, imperialismo, etc. Pesquisas como estas que marcaram a área das ciências humanas delataram muito dos prejuízos que o crescimento e fortalecimento do sistema capitalista podiam acarretar.

Dessa forma entendemos que as críticas elaboradas por diversos áreas do conhecimento em relação ao projeto de desenvolvimento colaboraram para a produção de novos paradigmas por parte das agências internacionais, preocupadas ao menos no nível discursivo com os resultados apresentados por tais pesquisas acerca do impacto social e ambiental das localidades receptoras:

“5) Confiam em que a Organização Mundial do Turismo, em cumprimento de seus fins, e a UNESCO, no marco da mencionada Convenção, realizem o maior esforço possível, em colaboração com os organismos signatários, e com todos aqueles que no futuro adirão, para assegurar a aplicação da política que as ditas entidades têm definido como a única capaz de proteger o gênero humano dos efeitos do incremento de um turismo anárquico cujo resultado é a negação de seus próprios objetivos;  
7) Conscientes da extrema necessidade de modificar a atual atitude do público em geral sobre os grandes fenômenos desencadeados pelo desenvolvimento massivo do turismo, desejam que, desde a idade escolar, as crianças e os adolescentes sejam educados em conhecimento e respeito pelos monumentos e sítios e o patrimônio cultural, e que todos os meios de comunicação escrita, falada ou visual exponham ao público os componentes deste problema, com o qual contribuam de uma forma efetiva à formação de uma consciência universal;” (ICOMOS, 1976)

Uma leitura resumida desses documentos internacionais elaborados a partir da década de 1930 demonstra que tais preocupações aconteciam simultaneamente com a expansão capitalista no mundo. Durante o período de 1931 e 1968 esses documentos (Carta de Atenas 1931, Carta de Atenas 1933, Recomendação Nova Délhi 1956, Recomendação Paris 1962, Carta de Veneza 1964 e Recomendação Paris 1964, Normas de Quito, 1967, Recomendação Paris 1968) se ativeram à questão da preservação do patrimônio material; monumentos, edificações, paisagens, sítios e artefatos arqueológicos. Abaixo um trecho do Texto Normas de Quito de 1967:

“Partimos do pressuposto de que os monumentos de interesse arqueológico, histórico e artístico constituem também recursos econômicos da mesma forma que as riquezas naturais do país. Consequentemente, as medidas que levam a sua preservação e adequada utilização não só guardam relação com os planos de desenvolvimento, mas fazem ou devem fazer parte delas.” (OEA, 1967, p.04)

Oi ainda, na Carta de Turismo Cultural,

“Valorizar um bem histórico ou artístico equivale a habilitá-lo com as condições objetivas e ambientais que, sem desvirtuar sua natureza ressaltem suas características e permitam seu ótimo aproveitamento. Deve-se entender que a valorização se realiza em função de um fim transcendente, que, no caso da América Ibérica, seria o de contribuir para o desenvolvimento econômico da região” (OEA, 1976, p. 05)

Estes documentos demonstram que se havia uma preocupação com os processos degradantes que o turismo poderia acarretar, interessante seria transformar os elementos que fossem alvos de descaracterização em produtos turísticos para que fossem preservados e mantidos pela própria população através da conscientização da mesma da importância econômica inserida neles.

Por outro lado podemos ver em outro trecho retirado das Normas de Quito a exposição daquilo que Urry (1996) coloca como o apego às tradições típico das populações europeias em função do envelhecimento das mesmas que gerou políticas de desenvolvimento voltadas para a preservação do patrimônio e, portanto, das produções desses documentos internacionais.

“É presumível que os primeiros esforços dirigidos a revalorizar o patrimônio monumental encontrem uma ampla zona de resistência na órbita dos interesses privados. Anos de incúria oficial e um impulsivo afã de renovação que caracteriza as nações em processo de desenvolvimento contribuem para difundir o menosprezo por todas as manifestações do passado que não se ajustam ao molde ideal de um moderno estilo de vida. Carentes da suficiente formação cívica para julgar o interesse social como uma expressão decantada do próprio interesse individual, incapazes de apreciar o que mais convém à comunidade a partir do remoto ponto de vista do bem público, os habitantes de uma população contagiada pela febre do progresso não podem medir as consequências dos atos de vandalismo urbanístico que realizam alegremente, com a indiferença ou a cumplicidade das autoridades locais.” (OEA, 1967, p.09)<sup>12</sup>

Este trecho coloca o paradoxo, embora criticando profundamente a “febre do progresso” em prol da manutenção do passado não o dissocia da importância econômica que possui para os planos de desenvolvimento percebidos no trecho anterior do mesmo documento.

Enquanto até 1967 quando da produção das Normas de Quito as preocupações pareciam residir mais na preocupação com os monumentos, sítios arqueológicos e históricos e artefatos artísticos, ou seja, com o patrimônio material, em 1968 a Recomendação de Paris de

---

<sup>12</sup> Difícil não notar o julgamento de valor ao praticamente afirmar que os habitantes da América Ibérica não possuíam condições de auto gestão de seu próprio patrimônio, pois não possuíam a formação cívica para tal, e implicitamente dizer que era função dos órgãos internacionais mediar um processo que eles próprios consideravam o mais ‘conveniente’ à comunidade, de acordo com seus próprios valores. (nota da autora)

Obras Públicas ou Privadas mesmo que ainda focada nas questões mais mensuráveis de patrimônio inaugura um novo discurso:

“Considerando que os bens culturais são o produto e o testemunho das diferentes tradições e realizações intelectuais do passado e constituem, portanto, em elemento essencial a personalidade dos povos.

Considerando que é indispensável preservá-los, na medida do possível e, de acordo com sua importância histórica e artística, valorizá-los de modo que os povos se compenetrem de sua significação e de sua mensagem e, assim, fortaleçam a consciência de sua própria dignidade.

Considerando que é dever dos governos assegurar a proteção e a preservação da herança cultural da humanidade tanto quanto promover o desenvolvimento social.” (ONU, 1968, p 01, 02)<sup>13</sup>

Conceitos como personalidade, realizações intelectuais e dignidade vão dando novos contornos para as diretrizes que surgem a posteriori. A questão passa a ser remodelada, as recomendações agora passam a tentar assegurar para além do uso do patrimônio físico como recurso sustentável de desenvolvimento, um instrumento de promoção de dignidade através do reforço e da consciência da personalidade de um povo como sendo sua essência.

Em 1972 a Organização das Nações Unidas realiza uma Conferência em Estocolmo e publica a “Declaração sobre o Meio Humano” ou o que veio a ser chamado de Declaração de Estocolmo, neste documento aparece claramente a preocupação com os recursos não renováveis, mas passa a demonstrar clara preocupação com a humanidade propriamente dita (ONU, 1972).

“O homem tem o direito fundamental à liberdade, à igualdade e ao desfrute de condições de vida adequadas, em um meio ambiente de qualidade tal que lhe permita levar uma vida digna, gozar de bem estar; e é portador da solene obrigação de proteger e melhorar esse meio ambiente, para as gerações presentes e futuras. A esse respeito, as políticas que promovem ou perpetuam o *apartheid*, a segregação racial, a discriminação, a opressão colonial e outras formas de coerção e de dominação estrangeira permanecem condenadas e devem ser eliminadas.” (ONU, 1972, p. 01)

Se a Recomendação de Paris de 1968 inaugura mesmo que timidamente a questão mais humanista, a Declaração de Estocolmo a coloca abertamente e inaugura por sua vez a ideia de desenvolvimento econômico que deveria estar ancorada tanto nas questões ambientais como nas humanas e tratando de questões mais direcionadas desta vez como o racismo e a dominação existentes no mundo.

“Deve-se usar o planejamento nos agrupamentos humanos e na urbanização, objetivando evitar efeitos prejudiciais ao meio ambiente e visando à obtenção do máximo de benefícios sociais, econômicos e ambientais para todos, devendo ser

---

<sup>13</sup> Grifo nosso



abandonados a esse respeito, os projetos destinados à dominação colonialista e racista.” (ONU, 1972, p. 02)

Se os documentos produzidos até 1964 se ativeram primeiramente em definir o que viria a ser patrimônio histórico, suas técnicas de conservação e modos de apropriação e usos urbanos dos mesmos através de diretrizes para elaboração de Planos Diretores Urbanos temos com as Normas de Quito o turismo como instrumento de salvaguarda dos mesmos via desenvolvimento econômico e social. Dessa forma a partir do final da década de 1960 estava instaurada a ligação perene entre turismo e patrimônio, mas já iniciando um discurso em prol da igualdade, dos valores humanos como dignidade e personalidade.

Na sequência dois outros documentos foram formulados; a Carta de Turismo Cultural de 1976 e a Declaração do México em 1985, ambos do Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (ICOMOS). O primeiro diz respeito à primeira conceituação de Turismo Cultural Internacional como a forma de turismo que objetiva o conhecimento de sítios histórico-artísticos que deve exercer um efeito positivo na manutenção e proteção dos mesmos e se justifica de acordo com os benefícios socioculturais e econômicos que proporciona a toda população envolvida (ICOMOS, 1976). Vejamos os preceitos básicos:

- “1) O turismo é um feito social, humano, econômico e cultural irreversível.
- 2) O turismo aparece como um dos fenômenos propícios para exercer uma influência altamente significativa no entorno do homem e em geral e dos monumentos e sítios em particular.
- 3) O turismo cultural é aquela forma de turismo que tem por objetivo, entre outros fins, o conhecimento de monumentos e sítios histórico-artístico. Exerce um efeito realmente positivo sobre estes tanto quanto contribui – para satisfazer seus próprios fins – a sua manutenção e proteção. Esta forma de turismo justifica, de fato, os esforços que tal manutenção e proteção exigem da comunidade humana, devido aos benefícios sócio-culturais e econômicos que comporta para toda a população implicada.” (ICOMOS, 1976, p. 01, 02)

Percebe-se que as orientações até o documento acima citado ainda estavam voltadas para a preservação e contemplação do patrimônio material, mas ele é importante na medida em que inaugura uma nova conceituação oficial de um segmento turístico orientado para um fim específico, a contemplação e valorização dos passados das comunidades visitadas.

O segundo se refere às políticas culturais, e é o primeiro a tratar da questão da identidade cultural de forma enfática. Entende que as tradições de um povo são a forma “mais acabada de estar presente no mundo” e que a identidade cultural é a antítese da dominação, portanto, deve ser preservada (ICOMOS, 1985).

“As peculiaridades culturais não dificultam, mas favorecem a comunhão dos valores universais que unem os povos. Por isso, constitui a essência mesma do pluralismo

cultural o reconhecimento de múltiplas identidades culturais onde coexistem diversas tradições.

A comunidade internacional considera que é um dever velar pela preservação e defesa da identidade cultural de cada povo.

Tudo isso reclama políticas públicas culturais que protejam, o mais absoluto respeito e apreço pelas minorias culturais e pelas outras culturas no mundo. A humanidade empobrece quando se ignora ou se destrói a cultura de um grupo determinado. (ICOMOS, 1985, p 02)

A Declaração do México de 1985 também apregoa que é de suma importância que as produções artísticas das comunidades também devam ser protegidas, mas vai além quando prega que para serem protegidas devem ser estimuladas “É imprescindível estabelecer as condições sociais e culturais que facilitem, estimulem e garantam a criação artística e intelectual, sem discriminação de caráter político, ideológico e social” (ICOMOS, 1985, p. 05) Também coloca a importância de elaboração de políticas públicas que protejam as minorias e diferenças culturais, sem discriminação.

Estes são os documentos que oficializam o casamento entre cultura e desenvolvimento, embora não se utilize do conceito sustentável é o que apregoa. Através desse casamento torna-se perene a vinculação de monumentos históricos às manifestações culturais, sendo esses últimos passíveis de intervenção para preservação e restauro bem como os primeiros e colocando ambos na mesma classificação de recurso em prol do desenvolvimento.

Porém os resultados não foram os esperados gerando por parte da ONU uma demanda pela criação de uma comissão independente encarregada de promover trabalhos focados nos problemas de ordem ambiental e desenvolvimento culminando na publicação em 1987 do relatório intitulado “Nosso Futuro Comum” ou “Relatório Brundtland” (VIZEU [et al], 2012)

Neste documento o termo desenvolvimento sustentável, agora já expresso, foi conceituado como aquele que deve atender às necessidades presentes sem comprometer a habilidade das gerações futuras em atenderem às suas próprias necessidades. Segundo Leonardo Boff (2012) o modelo internacional instituído a partir desta conceituação deve estar amparado na viabilidade econômica, na justiça social e na ética ambiental, este tripé é chamado de Triple Botton Line (a linha das três pilastras), criado em 1990 pelo consultor britânico John Elkington e foi rapidamente absorvido pelos discursos governamentais, ambientais e empresariais (BOFF, 2012).

O autor ainda acusa o uso universalista e utilitarista do próprio termo de desenvolvimento sustentável, que apropriado pela máquina capitalista produz o contrário do que se propõe (BOFF, 2012). Para melhor compreensão do que se quer dizer torna-se

necessário demonstrar de que maneira o sistema capitalista se vale do conceito de sustentabilidade através de uma manipulação dos próprios valores que nele estão inseridos para alavancar novos segmentos de consumo.

Se por um lado os textos internacionais pareciam preocupados com a valorização dos bens culturais e ecológicos como riquezas a serem preservadas e mantidas para um desenvolvimento mais adequado e menos predatório, por outro a velha dicotomia entre global e local colocava a questão de outra forma; global como moderno livre de apegos mais tradicionalistas contra local, a periferia<sup>14</sup> mundial atrasada, mas que por isso mesmo ainda mantinha tradições e costumes culturais a serem preservados.

Independente de toda a vasta e importante discussão sobre essa falsa dicotomia, o que se coloca é a forma como as categorias local e global passam a servir de estratégia para o desenvolvimento de novos produtos, principalmente turísticos. Se a preocupação dos órgãos internacionais colocava o perigo da perda das tradições pelo processo da globalização econômica e da mundialização da cultura, por parte obviamente dos países periféricos, aqueles não contaminados pelo progresso, o capitalismo talvez tenha achado uma solução mais rápido do que os órgãos mundiais.

### **2.1.2 A cultura como produto turístico. O âmbito do mercado.**

É bem verdade que as cadeias hoteleiras, as disposições arquitetônicas dos aeroportos, a presença de redes internacionais de serviço de alimentação (*fast foods*), entre outros incrementos dão a impressão de lugares padronizados, os chamados ‘não lugares’ de Marc Augé (1994), bem como os serviços informatizados como os bancários e de comunicação em tempo real diminuem a sensação de distanciamento, mas se estes fossem os elementos fundantes da prática do turismo, qual seriam os critérios de escolha de um indivíduo entre visitar a China ou o Panamá se ambos se mostrassem semelhantes em suas estruturas turísticas?

Segundo Trigo “o turismo exerce seu fascínio pela possibilidade de as pessoas se deslocarem pelo espaço terrestre.” (TRIGO, 2000, p 199) E esse fascínio se tornou ainda mais dominante das práticas sociais através dos desenvolvimentos tecnológicos que encurtaram distâncias em suas mais diversas percepções. E afirma este fato baseado na “compressão do tempo-espaço” de David Harvey (1994) que apresenta a evolução da velocidade dos meios de

---

<sup>14</sup> Países centrais: denominação dada à tríade econômica: Estados Unidos, Europa Ocidental e Japão (SOUZA, 2002) em oposição à periferia mundial.

transporte onde no ano de 1500 a melhor velocidade alcançada (carruagens e barcos) ficava na média de 16km/h e em 1960 essa média (jatos) passa para 800 a 1100km/h ( p. 220).

Contudo facilidade de acesso e maior mobilidade também não se configuram o cerne do turismo, segundo Rodrigues (2000) os diversos avanços originados fundamentalmente da intensificação do capitalismo industrial situam o turismo como uma prática social típica da modernidade, mas não significa dizer que eles dão conta de explicar o fenômeno em sua totalidade. Em outras palavras, as pessoas viajam por infindáveis motivos e essa prática foi constatada em muitas culturas e outros períodos históricos (FIGUEIREDO, 2010) anteriores às transformações citadas, isso sugere que os avanços tecnológicos transformaram os comportamentos dos viajantes e as formas de viagem, e não que essas práticas se originam a partir deles.

Dito isso, assume-se aqui que há muito mais a ser descoberto acerca das motivações das pessoas a aventurar-se em viagens e parte-se do mesmo pressuposto de Maffesoli (2001) em que a errância é uma constante antropológica presente em muitos povos, culturas e religiões, que há um desejo humano pelo deslocamento que é tão antigo quanto presente. E mais além, que há um desejo pelo alhures e pelo diferente (FIGUEIREDO, 2010). Muito embora o que se concebe não é um desejo inato, mas culturalmente construído.

Assim como havia um significado cultural nas peregrinações religiosas, nas participações às Olimpíadas, nas viagens de saúde às regiões termais, da aristocracia inglesa que enviavam seus filhos para viagens de conhecimento, há um ou muitos significados em exercer o turismo atualmente. As viagens e deslocamentos conferem algum tipo de conhecimento daquilo que não faz parte do cotidiano da vida dos indivíduos, assim sendo, a importância que cada cultura dará a este tipo de prática é o que determinará seus graus de relevância e suas maneiras de praticá-lo nas mais diversas sociedades. Chega-se então no ponto pretendido. Na atual conjuntura de mercados globalizados e culturas mundializadas, como vemos as práticas do turismo pela ótica dos que o pretendem como vetor de desenvolvimento econômico?

Segundo Harvey (1994), a aceleração da produção de bens proporcionada pelas revoluções em níveis tecnológicos pressupunha uma aceleração pelo menos na mesma medida nas formas de consumo que foram alcançadas através do desenvolvimento de dois elementos, para ele, cruciais; a mobilização da moda em mercados de massa que vai muito além de produção de itens de vestuário e se concentra mais na produção de modismos diversos e o desenvolvimento do setor terciário, os serviços considerados de caráter mais efêmero. Esses fatores tiveram para o autor consequências profundas nas transformações de pensar, agir e

sentir das pessoas. Simultaneamente era preciso dar ênfase na instantaneidade e na descartabilidade, ou seja, criar valores para essas categorias que fossem percebidos e assimilados.

Isso significa dizer que a máquina capitalista deveria impulsionar o consumo através da criação de modismos voláteis não só de bens de consumo, mas também de estilos de vida, assim como criar outro tipo de consumo que seria mais efêmero e com ciclos de vida diminuídos, no caso os serviços. Porém estas iniciativas deveriam estar aliadas à ênfase na instantaneidade e na descartabilidade, não só dos bens materiais, mas também dos estilos de vida, valores, que acelerariam ainda mais o consumo de tais bens e serviços. Esforços esses desenvolvidos através de massivas campanhas publicitárias que envolviam signos e produção de imagens e acrescenta: “Se privássemos a propaganda moderna da referência direta ao dinheiro, ao sexo e ao poder, pouco restaria.” (HARVEY, 1994, p. 260) Referindo-se ao papel que a publicidade adotou muito mais como produtora da manipulação dos gostos e desejos do que informativa.

Entretanto, essa tendência massiva pelo consumo como pretende o autor aniquilaria com valores e apegos de qualquer natureza como mola propulsora do próprio processo. Nesse sentido é vital entender como o turismo enquanto campo de produção se articula com esse modelo uma vez que opera com categorias como tradição, manifestações culturais e identidades locais como produtos de consumo. Pois, é de se deduzir que esses elementos que apresentam caráter de maior fixidez perdessem valor diante da descartabilidade e volatilidade do comportamento de consumo que se almeja.

Resgatando então um dos conceitos chave do turismo, a comoditização de bens materiais e imateriais (MACCANNELL, 1989) e oferta infindável de serviços disponibilizada pelo turismo como setor da economia, ele acaba por se mostrar um campo aberto de incontáveis possibilidades de consumo e que este se torna a própria experiência turística. É de suma importância perceber como isso se dá, ou seja, como o turismo opera em uma lógica aparentemente paradoxal.

Edgar Morin (1990) afirma que as novas formas de lazer possibilitadas pelo tempo livre conquistado na modernidade não tratam da participação efetiva nas atividades familiares e/ou coletivas, mas a possibilidade de uma vida de consumo.

“Em relação ao espectador, o turista *está, percorre* (‘eu percorri a Espanha’) e *adquire (souvenirs)*. Há na visitação turística a introdução, simultaneamente, de um suplemento de ser e de um *quantum* de ter. A auto ampliação física é ao mesmo tempo uma apropriação, certamente semimágica, experimentada como uma exaltação, um enriquecimento de si.” (MORIN, 1990, p. 74)

Nota-se que embora Morin utilize a expressão “enriquecimento de si” a ideia formulada pelo autor não está remetendo a questões de experiência humana em si, mas uma experiência de consumo, ou seja, o ser é uma relação com o ter. Não basta viajar é preciso a autenticação da vivência materializada pelo consumo e o consumo se transforma na própria vivência e experiência de estar lá. Ou seja, o fazer turismo implica consumo tanto de bens quanto de serviços e que isso é percebido pelo turista como experiência particular e subjetiva. Mas que experiência é essa? Se os comportamentos ditados pela globalização econômica capitalista pressupõem desapegos através de modismos que estão constantemente em ciclos de transformações e reinvenções, como se explica esse forte interesse por culturas e tradições, pelo outro, como se refere Grünewald (2003)?

A explicação pode estar naquilo que Ortiz (1996) chama de passagem do fordismo para o capitalismo flexível que orientou o mercado antes focado no *high volume* e passa a se focar no *high value* preparando-se para demandas mais exigentes e públicos cada vez mais segmentados. Isso pode ser entendido como uma tendência de diversificação na demanda provocada pelos aspectos anteriormente ressaltados do ponto de vista de Harvey (1994), ou seja, por mais que os comportamentos de consumo estejam padronizados o modismo impulsiona um comportamento altamente segmentado além de volátil.

Segundo Ortiz (1996) o consumo típico do fordismo estava associado à função dos bens materiais, consumia-se algo para algum fim específico, e este bem deveria ser produzido em grande escala com um mínimo de custo possível. No capitalismo flexível o valor de uso deixa de ser o enfoque e passa a ser o valor simbólico pautado na efemeridade e na fugacidade e sua produção está muito mais associada à segmentação do que a serialização. Esta produção segmentada está por sua vez associada ao interesse em atender cada vez mais um público global, estender as áreas de atuação em escala internacional, mas para isso é preciso criar discursos que demonstrem o respeito pelas individualidades e necessidades específicas<sup>15</sup> de cada grupo social que se pretenda trabalhar.

Neste sentido, na contra mão da produção de massa, tão amplamente criticada pelos intelectuais da época, podia ser trabalhado um discurso ideológico da tomada de consciência empresarial das especificidades dos consumidores e suas necessidades que as empresas estariam atendendo. A tendência mundial de respeitar as diferenças através da despadronização de seus produtos, ampliando e enfatizando a importância da liberdade de

---

<sup>15</sup> Entende-se que esses discursos são a apropriação dos próprios valores contidos nas cartas e documentos internacionais elencados no subitem anterior.

escolha do indivíduo, quando na verdade a volatilidade e fugacidade dos modismos estavam fortemente impulsionando o aumento do consumo em esfera global através das campanhas publicitárias justamente por trabalhar essa linha discursiva.

Segue-se a citação de um trecho publicado em periódico de marketing na obra de Ortiz que exemplifica como o capitalismo flexível opera para formar uma unicidade no comportamento de consumo através de um discurso de liberdade de escolha:

“Diferença e similaridade se combinam. Ou como preferem alguns publicitários: 'Existe hoje entre nós o reconhecimento de que todas as terras são habitadas por pessoas que falam diversas línguas, vão às igrejas, têm cérebros, dirigem automóveis, comem, escutam rádio, se apaixonam, têm necessidades, sentimentos e emoções próprias. Sim elas são diferentes. Mas o mais importante ainda, elas são iguais. As similaridades as tornam humanas, as diferenças lhes dão caráter individual'. A 'natureza humana' constituiria a base para a afirmação de unicidade, condição que por sua vez se vincularia às transformações recentes das sociedades.” (ORTIZ, 1996 p. 172)<sup>16</sup>

Coloca-se então as diferenças culturais como valores a serem considerados de suma importância para a percepção dos novos comportamentos de consumo e ao passo que o respeito pelas individualidades e especificidades de cada cultura deve ser levado em altíssima conta, elas também passam a se tornar produtos, assim como a localidade passa a figurar simultaneamente como um espaço de consumo (nicho de mercado) e produto propriamente dito.

Nesta particularidade o Turismo é um excelente meio de transformar localidades e especificidades em produtos, seja pela exploração das diferentes motivações de viagens como turismo de lazer, de aventura, de negócios, cultural, entre tantas outras, seja pela produção do produto local a partir das singularidades, ou como os planejadores turísticos gostam de enfatizar; a 'alma do lugar'. Explorar a ideia de que cada localidade ou cada cultura tem o poder de ser única dentro do sistema capitalista é colocar no mesmo patamar de consumo cidades/culturas e sapatos. Consumir uma cultura é tão associado a um estilo de vida e a um *status* conferido como comprar um sapato de um estilista famoso, ambos devem seguir uma lógica de produção e promoção que estão baseados no valor agregado que é profundamente simbólico.

Ancorado a isso, o tempo do turista é um tempo de ócio e esse tempo deverá ser integralmente agenciado pelos produtores e planejadores turísticos como tempo de consumo. A dinâmica dos pacotes roteirizados e oferecidos pelos mesmos cronometra cada momento da estada do turista, os programas fixados no roteiro mesclam contemplação e consumo o tempo

---

<sup>16</sup>G. Link, “Global advertising: an update”, The Journal of Consumer Marketing, vol. 5, nº 2, Spring 1988, p. 70 apud ORTIZ, 1996, p. 172

todo em diversos níveis, alimentação, passeios de barco, visitação a museus, shows, parques temáticos, *souvenirs* e outros tantos produtos locais de maneira que os passos do turista são inteiramente planejados com um fim específico. (CRUZ, 2000)

Porém, o desenvolvimento e gestão dos produtos turísticos colocam alguns enclaves que necessitam ser controlados, Urry (1996) fala da fixidez do produto turístico de como seus produtores estão espacialmente localizados na mesma medida em que os turistas estão cada vez mais móveis e com maiores possibilidades de consumir no espaço global.

Disso resulta um aumento considerável na competição entre os produtores disputando entre si pelos olhares dos turistas. Sendo a localidade fato primordial para o consumo turístico, essas localidades devem se fazer especiais em suscitar curiosidade e expectativas dos seus potenciais consumidores, e assim o farão lançando mão das ferramentas de marketing e propaganda para comunicar suas especificidades ao redor do mundo (GRABURN, 2001).

É nesse momento que as pressões consequentes da alta competitividade entram em ação, os gestores e planejadores turísticos devem agir como os administradores globais citados por Ortiz (1996) quando fala que esses agentes são intelectuais capazes de produzir um saber empírico e possuem visão histórica que lhes confere preparo para vender seus produtos e prepararem-se melhor para as constantes mudanças que a própria característica paradoxal do capitalismo ocasiona. Contudo, não se trata apenas de um conhecimento técnico, é preciso avançar, pois o turismo cultural envolve elementos simbólicos e estéticos, entra em cena a fetichização dos lugares para a produção do turismo local que deve incluir um discurso próprio do lugar aliado aos mecanismos institucionais de promoção e venda das localidades (SILVEIRA, 2000).

Apropriando-se aqui do termo cunhado por Yázigi (2001) ‘a alma do lugar’ que é inclusive o título de um dos seus livros, mas não exatamente da maneira otimista que o autor trabalha, os gestores locais devem encontrar, manipular ou mesmo forjar esta alma se entender o turismo como uma estratégia de desenvolvimento endógeno para seu município e quanto mais diferente, exótica e tradicional for esta alma maior a probabilidade de sucesso.

Outro conceito que vem se fortalecendo como estratégia de *city marketing* - ou seja, mecanismos de gestão estratégica vinculada ao marketing na intensão de criar uma imagem vendável da mesma no contexto competitivo do mercado turístico desde o final dos anos 1990 (DUARTE e CZAJKOWSKY JR., 2007) é a Economia Criativa, forjada pelo Departamento de Cultura Mídia e Esporte do Reino Unido. Este conceito surge da tendência de se criar valor econômico agregado à produção criativa, ou seja, trata de organizar e sistematizar um grupo



industrial capaz de gerar receita através da produção cultural, tais como; música, moda, literatura, tecnologia, etc. (FIRJAN, 2012). Onde o Turismo vem se configurando como um dos setores capazes de gerar receitas através da economia criativa (vestuário, fantasias, artesanato).

A princípio o conceito se baseou nos estudos de direitos autorais e patentes para determinar e classificar os profissionais e empresas que trabalhavam com processos criativos e serem abordados de forma a contribuir para o desenvolvimento econômico. No Brasil esse conceito foi inaugurado pelo Ministro da Cultura Gilberto Gil em 2004. Embora as ações práticas em nível nacional pareçam ainda estar em teorias e discussões é possível notar certas tendências em se utilizar da metodologia proposta (REIS, 2008).

O interessante desse conceito, ao menos no que se refere ao presente objetivo, é sua ramificação na medida em que coloca a singularidade cultural de um povo como uma possibilidade de valor agregado ao produto turístico pautado na possibilidade de aumento de lucratividade. Para clarificação do que se quer focar torna-se necessário uma exemplificação.

Após o desenvolvimento organizado de um calendário de eventos em escala internacional, tendo a São Paulo *Fashion Week* como principal agente de divulgação dos produtos criativos brasileiros no exterior os efeitos se mostraram claros; enquanto o Brasil exportava 1kg de algodão por US\$1 e 1kg de vestuário a US\$20, a exportação de 1 kg em artigos de moda somava US\$80 (REIS, 2008).

Dessa forma a lógica de valor agregado tendo como a cultura (a unicidade cultural, o aspecto de exclusividade) o expoente multiplicador se ramifica por qualquer setor econômico que tenha potencial para articular matéria e cultura em alguma medida, chegando ao que se objetiva com o turismo cultural que possui as ferramentas para articular a singularidade de uma cidade ou município, ou como aqui se prefere chamar de ‘alma do lugar’ com os demais setores da cadeia produtiva indireta (restaurantes, hotéis, serviços de entretenimento, transportes, artes/artesanato, vestuário, etc.) valorizando ainda mais aquilo que inicialmente se tem como turismo cultural, a unicidade do local pode fazer com que o produto “cidade” ou “singularidade cultural” se torne um fator multiplicador de divisas.

Levando em conta então o alto grau de segmentação que o mercado mundializado apresenta, o fetiche focado na unicidade, no autêntico e no exótico representado pela cultura de determinadas localidades, temos então o panorama de apropriação do patrimônio seja ele material ou imaterial pelo poder público que obedece a algumas regras inseridas na alta competitividade que o turismo suscita.

“Muito tem sido escrito nos últimos anos sobre a “construção” ou “invenção” do patrimônio pelo Estado. O patrimônio – seja ele artístico, histórico ou cultural – é o resultado de uma seleção diante de objetivos e projetos específicos. A escolha de um determinado patrimônio, assim como as opções para seu tratamento, aos objetos do uso que se quer fazer deles. São ações inseridas em contextos históricos, socioeconômicos e culturais específicos, que também devem ser observados para seu entendimento.” (MOTTA, 2000, p. 260)

No caso desses municípios que têm em seus planos turísticos a etnicidade como ‘particularidade’ é ela que se torna produto turístico revestida da retórica que os órgãos de fomento (em nível nacional, estadual ou municipal) pretendem como narrativas dentro dos contextos citados por Motta (2000) acima, ou seja, aquilo que será entendido como étnico também perpassa pelos “objetivos e projetos específicos” das governanças em seus mais diferentes contextos. Essas identidades étnicas, enquanto patrimônios são vistas, apropriadas e formatadas pelo poder público como mercadorias turísticas.

Nessa lógica o turismo opera como um espaço de expressão identitário passível de apropriação que dialoga com as infindáveis possibilidades de exploração econômica com vistas ao desenvolvimento local, haja vista que esses sinais diacríticos se tornam atrações e, portanto, mercadorias turísticas. Ou como coloca Finley “Por fim, na era atual do turismo global, a própria memória se torna uma mercadoria – uma coisa a ser comprada, vendida e comercializada” (FINLEY, 2005, p. 30-40).

Considerando que os processos sociais não se dão de forma homogênea e que embora haja tendências universalistas deve-se considerar que elas se deparam com contextos sócios históricos diferenciados e que em cada uma delas o processo se dará de forma própria sem muita possibilidade de previsões (BENDIX, 1996) é preciso entender como isso se dá na localidade aqui proposta de acordo com o processo de turistificação, já que muitas das propostas são de ordem nacional e estadual que acabam por impactar na ação local.

## **2.2 O Turismo no Brasil**

A consonância dos documentos internacionais com as políticas públicas brasileiras não se inicia com a criação do Ministério do Turismo em 2003, nem com a elaboração do PNT 2003-2007, e nem com o Programa de Regionalização lançado em 2004, ela vem se dando ao longo dos anos.

A criação do IPHAN (Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) se deu em 13 de Janeiro de 1937, o que já demonstra uma congruência com o início das

preocupações de ordem de preservação do patrimônio material internacional iniciadas nesta mesma década.

Também é possível encontrar elementos das diretrizes internacionais em outros planos nacionais, como o PNMT de 1994 do Governo Fernando Henrique Cardoso. No entanto é nessa nova formulação de políticas de turismo inaugurada pelo Ministério do Turismo que gostaríamos de nos focar neste momento, pois justamente esta fase específica marca uma mudança sensível dos rumos pelos quais passam as visões acerca do turismo no Brasil.

A própria criação do Ministério do Turismo já é uma ação pautada nas recomendações internacionais que pretendiam que órgãos competentes fossem criados para lidar com a complexidade que o turismo exigia (ICOMOS, 1976) ou mesmo na necessidade de criação de órgãos capazes de promover a proteção às minorias e diversidades culturais. Mas é na elaboração de um plano de ação pautado especificamente no tripé de desenvolvimento econômico, meio ambiente e inclusão social via turismo que estão as maiores similaridades com as mencionadas diretrizes.

De acordo com o que já foi exposto no que concerne às diretrizes internacionais, são essas bases que alinham o PNT de 2003 que concentra esforços na regionalização que se coloca como um plano de aglutinação de municípios através da semelhança identitária e pela cooperação entre os envolvidos; poder público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade. A metodologia para o alcance desse objetivo está principalmente focada na participação da comunidade local e na sensibilização e mobilização da mesma para uma tomada de consciência para a importância do turismo como agente transformador de realidades sociais. (MTUR, PNT, 2003)

Percebe-se nitidamente a consonância deste e dos outros planos que se seguem com as diretrizes elaboradas pela ONU, UNESCO, OMT e do *Triple Bottom Line* já expostas anteriormente. Os ingredientes são os mesmos; viabilidade econômica, preservação ambiental, ética social, gestão participativa, respeito à diversidade cultural, valorização do patrimônio histórico, eliminação da pobreza, etc. Eis então o paradigma do desenvolvimento sustentável e consciente em nível agora nacional.

Gostaríamos, contudo, de enfatizar um determinado ponto, é através do Plano Nacional de Turismo 2003-2007 que surge um ano depois o Programa de Regionalização do Turismo que se coloca como diretriz para a formatação de produtos turísticos baseados nas particularidades e especificidades de cada povo que deveriam ser mapeados através de territórios de identidades. Inaugurando também os conceitos de turismo étnico/raízes, que deveriam assegurar a inclusão social de grupos minoritários (MTUR, 2007).

Ainda em nível nacional foram identificados 65 (sessenta e cinco) destinos indutores pela potencialidade de atração, sendo que cinco deles são baianos (Lençóis, Mata de São João, Maraú, Salvador e Porto Seguro). A partir daí ficou a cargo das unidades federativas juntamente com aos municípios agrupados por destino a produção e elaboração da roteirização turística através das diretrizes formuladas no Programa de Regionalização (MTUR, 2007).

Compete agora avaliar como essas ações foram trabalhadas pelo estado baiano, não sem antes compreender que a Bahia já vinha realizando suas próprias políticas de turismo antes da criação desses planos e que a aplicação dos mesmos se deu a partir de contextos históricos, sociais e políticos específicos.

### **2.2.1 – A Bahia da tradição, do sincretismo e da alegria**

O Estado baiano foi um dos pioneiros na política de regionalização turística no país em 1975, mas tem trabalhado o turismo como vetor de desenvolvimento econômico desde a década de 1950. Em 1968, somente dois anos depois da criação da Embratur, é inaugurada a Bahiatursa - ambas de autarquia mista que se dedicam à divulgação do produto turístico interna e externamente (DANTAS e FERREIRA, 2013). Porém a Secretaria de Turismo somente se separa da Secretaria da Cultura em 19 de outubro de 2007, ficando a cargo da segunda e as tomadas de decisão acerca dos rumos turísticos do estado até este ano.

Mas o mais relevante é que na Bahia o triângulo amoroso entre cultura, turismo e desenvolvimento parece que sempre esteve presente, que por sua vez está intimamente ligado ao processo de construção do imaginário social. Esse processo de construção foi pautado basicamente em produções artísticas e intelectuais gerando uma espécie de narrativa de baianidade, do que é ser baiano. O acervo é imenso, na música (Dorival Caymmi) na literatura (Jorge Amado), nas artes plásticas (Caribé) na intelectualidade (Bastide, Verger)

Um processo que se inicia nos anos de 1930 junto ao projeto de positivação da miscigenação que pressupunha a democracia racial, a essência de um povo cordial, alegre e hospitaleiro. Narrativas necessárias para a construção de uma nação e de um povo brasileiro, onde a Bahia se torna um *locus* dessa brasilidade planejada e projetada (Pinho, 2004). Esse processo se perpetua ao longo das próximas décadas tendo como foco a ênfase nas políticas culturais e a partir da década de 1970 se entrelaçando aos projetos turísticos que serão

desenvolvidos no estado, através de várias estratégias que vão se valer da noção de baianidade já cunhada para formatar seus produtos turísticos (SANTOS, 2007).

O documento intitulado Compromisso de Salvador, produzido pelo Ministério da Cultura junto ao IPHAN em outubro de 1971 apresenta as deliberações contidas no encontro de governadores e demais representantes públicos interessados na preservação do patrimônio histórico, artístico, arqueológico e natural do Brasil que já eram preocupações dos outros encontros internacionais da mesma época:

“Recomenda-se a convocação dos órgãos responsáveis pelo planejamento do turismo, no sentido de que voltem suas atenções para os problemas, utilização dos bens naturais e de valor cultural especialmente protegidos por lei. (IPHAN, 1971, p 02)

Jocélio T. Santos (2005) traz a tona o processo de desenvolvimento do estado como um processo muito parecido com os projetos nacionais de desenvolvimento acelerado para deixar para trás o aspecto de província e que era fundamental ao menos no contexto baiano trabalhar a positividade da cultura, da miscigenação e das religiosidades de matriz africana.

“É nesse contexto que as leituras sobre o candomblé podem ser percebidas. De um lado, revelam-se paradoxos conceituais sobre tradição/modernidade/primitivo/religião/seita; por outro, um enaltecimento de que ele se constituía como signo, por excelência, de uma baianidade e, portanto, passível de ser elevado à condição de exemplo do patrimônio nacional.”(SANTOS J., 2005, p 56)

Para o autor a estreita relação do trio estava articulada da seguinte maneira; a ideia de preservação do patrimônio histórico era muito mais um projeto político do que cultural na medida em que ele servia de base para o ideal da construção de uma nação e do sentimento de nacionalismo brasileiro e o turismo entra em cena, pois foi visto como o meio mais adequado de manutenção econômica desses sítios históricos.

Essas iniciativas foram promovidas principalmente a partir do resultado do 1º Encontro dos Governadores de Estado, Secretários Estaduais da Área Cultural, Prefeitos de Municípios Interessados, Presidentes e Representantes de Instituições Culturais em Abril de 1970 (Santos J., 2005). Esse encontro ficou conhecido como o Compromisso de Brasília que instituiu entre outras diretrizes:

“Sendo o culto ao passado elemento básico da formação da consciência nacional, deverão ser incluídas nos currículos escolares, de nível primário, médio e superior, matérias que versem o conhecimento e a preservação do acervo histórico e artístico, das jazidas arqueológicas e pré-históricas, das riquezas naturais e da cultura popular...” (IPHAN, 1970)<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Trecho extraído do texto Compromisso de Brasília, Abril, 1970 disponível no site do IPHAN. Grifo nosso.

Neste trecho podemos perceber a consonância com a Recomendação de Paris de 1968 (ver citação acima) que tem na história e nas tradições uma visão de riqueza nacional que deve ser valorizada por se constituir na personalidade dos povos.

Na Bahia segundo Jocélio T. Santos (2005) uma das primeiras preocupações em termos de tombamento foi o conjunto arquitetônico do Pelourinho, isso porque ele representava o *locus* dessa baianidade idealizada, uma vez que era reconhecido pela população como tal e facilitava o discurso em prol do turismo como fator de preservação do mesmo e de sua importância para o desenvolvimento econômico. Dá-se então o que o autor chamará de um “turismo de alma negra” calcado neste discurso de identidade baiana autêntica que ia ao encontro inclusive das demandas externas de preservação e conservação do patrimônio histórico (SANTOS J., 2005).

A partir daí inicia-se uma parceria entre poder público e a mídia para construir uma campanha publicitária não apenas ressaltando as riquezas de ordem material do patrimônio, mas também de um cotidiano baiano peculiar e autêntico que também deveria ser preservado. “A ideia era mostrar uma vivência diária da cultura baiana que o turismo deveria abarcar.” (SANTOS J., 2005, p. 87). Obviamente reforçada pelas peças publicitárias sempre demarcando os sinais diacríticos de uma cultura que pretendia se colocar como distinta, única fortemente vinculada à religiosidade, que embora não exatamente nomeada, mas sempre emblemática pelas imagens do candomblé.

Além da religiosidade havia o peculiar povo baiano com seu estilo também único e autêntico que as produções artísticas e acadêmicas deram conta de imprimir na consciência popular do que vem a ser baianidade. O exotismo, os corpos sensuais, a malemolência, o gosto pela festa, a hospitalidade, a ginga do samba e da capoeira, as baianas do acarajé, todos emblemas sempre muito vinculados à ancestralidade africana.

Na construção de textos turísticos o governo estadual realizou uma narrativa cultural impondo uma ideia de nação a parte, onde a negritude baiana é mais autêntica que outras, que a ancestralidade africana foi preservada, que os vínculos com as raízes não foram quebrados, que na Bahia o Brasil é mais Brasil, que nela pulsa o coração do Brasil, um verdadeiro museu vivo de tradições que não se perderam (PINHO, 2003).

Dessa forma o estado baiano já vinha se apropriando do patrimônio material e imaterial concomitantemente com as orientações internacionais de vê-los como riqueza tanto do ponto de vista da construção identitária quanto de seu uso para fins turísticos como forma de mantê-los e também percebê-los como foco de atração de visitantes, mas sempre

fortalecendo a ideia de democracia racial ao insistir na retórica do sincretismo religioso como matriz dessa suposta aceitação e convivência harmoniosa entre o candomblé e o catolicismo.

“Um calendário de festas assim só podia ser na Bahia. Venha para essa terra que é conhecida por seu encanto e magia. Aqui o sagrado se une ao profano, fazendo com que as comemorações em homenagem aos santos católicos e orixás do candomblé se misturem, transformando-se em belíssimas festas de largo, com enorme participação popular.” (SETUR, 2014)<sup>18</sup>

No que tange ao turismo étnico essas peculiaridades e especificidades já estavam delineadas pelas ações passadas, e a partir das novas diretrizes de regionalização e segmentação turística era o momento de adequar melhor o segmento. Para realizar o projeto de inclusão e de participação democrática em 2007 é nomeado como coordenador do turismo étnico do estado o afro descendente Billy Arquimimo diretor do bloco afro Malê Debalê que representa o povo malês de origem muçulmana que lutou no processo abolicionista do país conhecida como a Revolta dos Malês. Arquimimo possui vasta experiência na militância negra (QUEIROZ, 2008).

Outra ação no rumo da reorganização do turismo com bases étnicas foi produção em 2009 o livro *Turismo Étnico-Afro na Bahia como orientação e promoção do que vem a ser o que a própria Secretaria de Turismo denomina como segmento turístico étnico-afro do estado*. Neste material vale ressaltar está contida a importância da Revolta dos Malês ocorrida em 1835 para a imagem revolucionária do negro brasileiro.

“A revolta teve repercussão nacional. No Rio de Janeiro a notícia provocou alvoroço e, temendo que o exemplo baiano fosse seguido, as autoridades cariocas passaram a exercer vigilância estreita sobre os negros. A rebelião baiana também reavivou os debates sobre a escravidão e o tráfico de escravos no Parlamento Nacional. Em todo o Brasil, os escravos da Bahia tornaram-se famosos pela rebeldia bem antes do início desses movimentos de protesto. Embora frequentes em tempos anteriores, as rebeliões se multiplicaram a partir do início do século XIX. O aumento de africanos recém-chegados, a intensificação do trabalho e o clima de divisão entre os setores livres da população são alguns dos principais fatores que explicam essas rebeliões.” (SETUR, 2009)

Nesta obra é colocado que o Turismo Étnico-Afro na Bahia é mais do que um programa setorial, ele é uma forma de reparação social que está contida no compromisso e nos objetivos do governo, existe para “saldar compromissos políticos e econômicos com as comunidades afrodescendentes, historicamente excluídas dos benefícios econômicos gerados pelo turismo, que elas tanto ajudaram a desenvolver.” (BRASIL, SETUR BA, 2009 p. 11)<sup>19</sup>

Segundo dados levantados neste trabalho este segmento apresenta algumas localidades de existência: Salvador, Recôncavo (Santo Amaro, Cachoeira, São Félix, Maragogipe e São

<sup>18</sup> Material de divulgação “Festas Populares da Bahia – Tradição, sincretismo e alegria – Calendário 2014”.

<sup>19</sup> Declaração de Jacques Wagner da apresentação do Livro *Turismo Étnico-Afro na Bahia*, 2009.

Francisco do Conde) Chapada Diamantina e litoral baiano. Neste ponto percebe-se que a etnicidade está territorializada, confinada a alguns territórios de acordo com o mapeamento realizado.

O trabalho também define os grupos étnicos que perpassam pela ancestralidade de três grupos: as civilizações sudanesas (Iorubás e Daometanos), as civilizações bantu (Angola, Congo, Benguela, Cobinda e Moçambique) e as civilizações islamizadas (Haussás, Fula, Mandinga e Tapa), étnicos então devem se reconhecer nestas ancestralidades, do contrário são negros sem etnicidade, tomando emprestado um termo cunhado por Sansone (2003)

As religiões também são alvo de classificação, sendo abarcadas como tal as filiações às irmandades negras, ao candomblé ou religião anímica e ecológica<sup>20</sup>. Classifica-se também os rituais e cerimônias, todos eles ligados ao candomblé, mas que por serem numerosos e não se constituírem como objeto da pesquisa não serão detalhados.<sup>21</sup>

As festas mais populares segundo a obra que são realizadas pelos grupos étnicos são: A Festa da Boa Morte, a Congada, o Lindro Amor, Nego Fugido, Zambiapunga e Bembé do Mercado.

Além desses elementos já citados há ainda uma série de símbolos culturais considerados étnico-afro pela pesquisa, ou ícones da afro-baianidade, citemos alguns deles, pois são muitos: a música (batucada, samba, samba-reggae e axé music) sendo elas vinculadas à instrumentos específico (tambor, berimbau e agogô), a capoeira, a baiana do acarajé e suas roupas, as danças (maculelê e samba de roda), o artesanato, a estética (cabelo e adornos) a gastronomia (do dendê), entre outros.

O que deve ser visto e visitado também é alvo, ao menos em caráter de sugestão, de eleição. Há vários itinerários e circuitos delineados, de onde ir para ver o que, trataremos destes circuitos e roteiros de Cachoeira mais afrente, mas é importante salientar esse caráter de normatização não só do que é ser étnico-afro, mas também de orientação de onde encontrar essa identidade. Esse material, importante salientar, serve de base para as formulações de roteirização, pois são distribuídos junto aos agentes turísticos nacionais e internacionais.

Com toda essa descrição do material de cunho explicativo do que vem a ser a cultura étnico-afro baiana queremos pontuar o caráter estanque que acaba por produzir o que vem a ser o exercício da negritude étnica baiana dentro dos parâmetros e diretrizes estaduais. Ao elaborar um material como este a noção dessa expressividade fica congelada em determinados

<sup>20</sup> Religiões que associam a alma aos aspectos ecológicos e naturais típicas da matriz africana (Setur, 2009)

<sup>21</sup> Caso haja interesse buscar pelo livro supra citado para maiores esclarecimentos, disponível em: <http://www.setur.ba.gov.br/biblioteca-virtual/publicacoes/livro-turismo-etnico-afro-na-bahia/>



padrões muito específicos. É quase uma cartilha ou manual de boas práticas para ser ou reconhecer o étnico-afro da Bahia.

Nesse processo de produção de imagens e representações sociais acerca de uma etnicidade afro pautada no ‘passado africano’ é que ela insiste em um conceito de cultura fixo, cuja rigidez acaba por promover o medo da mudança.

“A cultura como um processo é então aprisionada. Petrificada e estéril, ela é assim empobrecida pela obrigatoriedade nacional de não mudar, mas de apenas reciclar o passado continuamente, de uma forma mítica e essencialmente estática” (GILROY, 2000, p 84, apud PINHO, 2004, p105).

Esse fato por sua vez pode impactar na noção que os residentes locais idealizam e percebem suas próprias manifestações culturais. Aquelas identidades eleitas pelas governanças locais como étnicas acabam por se comprometerem em não permitir mudanças em suas estruturas diante do risco de severas críticas da opinião pública.

Quando o turismo entra em cena juntamente com os órgãos governamentais a cobrança passa a ser ainda mais forte, já que a manutenção e a fixidez desses elementos são a matéria prima do produto turístico da localidade, produzindo muitas vezes situações conflitantes entre desenvolvimento econômico e manutenção e reforço cultural.

“Sob muitos aspectos, essa mercantilização da cultura negra funciona em duas direções opostas. Por um lado, ao fazer com que essa cultura pareça ‘sólida’, ela facilitará sua utilização política – é mais fácil mostrá-la às pessoas de fora como algo reconhecidamente ‘diferente’; por outro lado, uma cultura normatizada não pode abarcar toda e qualquer variedade de culturas negras, o que sempre deixa algumas pessoas insatisfeitas com as representações públicas dessas culturas.” (SANSONE, 2003, p 137)

Por outro lado outras manifestações locais que não se conformem nestas delimitações também são invisibilizadas, pois quando uma localidade se coloca como berço de civilizações africanas “autênticas”, portanto étnicas no parecer das políticas públicas, para a promoção do turismo e da inclusão social qualquer outra manifestação cultural de uma população majoritariamente negra não será considerada étnica e não promovida da mesma forma. Então inclusão de quem ou para quem?

No caso de Cachoeira, não somente o viés do turismo étnico traz o problema a superfície, mas também o fato de ser ela um sítio urbano tombado, impactando ainda mais na questão do medo de mudanças e transformações. Fica então um cenário de fato que remete ao antigo que deve ser preservado e mantido pela localidade, mas um cenário congelado e parado no tempo por parte dos que a visitam. Esses visitantes de Cachoeira também podem passar pelo processo de obstrução de outras manifestações locais justamente por elas não fazerem

parte dos roteiros produzidos e promovidos por estas políticas, cristalizando ainda mais a impressão sobre as identidades locais.

### **2.2.2 Cachoeira, Capital do Recôncavo**

O título deste subitem foi escolhido intencionalmente, pois segundo estratégia contida no Plano Diretor Urbano de Cachoeira as ações estão voltadas para a aplicação do conceito de *city marketing* no sentido de transformar Cachoeira em centralidade cultural aliando o conceito de baianidade e aproveitando-se da proximidade com Salvador (CASTRO, 2010). O que já denota a intencionalidade de utilização do turismo como força motriz para o desenvolvimento local.

A região do Recôncavo e, portanto, Cachoeira têm ao longo do período histórico a cana de açúcar e o fumo como as bases econômicas que os colocavam com polos centralizadores comerciais, mas com o declínio econômico da região, o cenário de efervescência urbana comum até o final do século XIX começa a perder o fôlego.

Alguns fatores tornaram-se decisivos para a nova realidade local. A proibição do tráfico negreiro pela Lei Eusébio de Queirós em 1850, pois o Porto de Cachoeira servia de centro de distribuição; a crise da produção de cana de açúcar deflagrada pela produção de açúcar de beterraba na Europa e a acirrada competição com o açúcar das Antilhas produzido pelos holandeses e a dificuldade de escoamento da produção, uma vez que neste período estão em pelo desenvolvimento as estradas e ferrovias, sendo que os transportes marítimo e fluvial estavam entrando em declínio. (IPAC, 2010)

A região passa então por uma grande crise, sem o comércio de escravos, a cana em declínio e o porto perdendo sua força de irradiação e cambio de mercadorias inicia-se uma evasão da elite local para outras regiões mais prósperas. A indústria tabageira foi a única nesta fase de declínio econômico que ainda oferecia emprego e possibilidades de ganho, mas esta também entra em crise devido a entrada das grandes indústrias de cigarros no país logo após a Segunda Guerra Mundial (SANTOS, 2009)

Enquanto o Recôncavo era explorado segundo a mentalidade colonizadora e civilizadora típica da época, não havia porque se pensar em termos de desenvolvimento. Porém quando este declínio já proeminente ao final da segunda guerra e consagrado nos anos de 1970, quando o fumo passa a não suprir economicamente a região, entra em cena a preocupação com o desenvolvimento.

A nova ordem social e econômica passa a demandar novas formas de se pensar uma estratégia de desenvolvimento de uma região que apresentava; êxodo da população em direção aos centros urbanos mais prósperos em busca de trabalho; dificuldades de acessibilidade entre suas cidades já que possuía uma malha rodoviária precária e poucas vocações econômicas - que não fosse na área da agricultura familiar -, além de sistemas de educação e de saúde precários.

O primeiro passo em direção ao desenvolvimento através do turismo no município, vem com o processo de tombamento em 1971 através do decreto federal nº 68045 que a nomeia Monumento Nacional (IPHAN, 2014). Muito embora já houvesse tombamentos de outras edificações entre 1938 e 1943, datas que coincidem com a criação do IPHAN (Rodrigues, 2010) em 1937, que por sua vez é resultado das diretrizes internacionais contidas na Carta de Atenas de 1931 para a salvaguarda do patrimônio histórico.

Considerando que nesta fase a região do Recôncavo e consequentemente Cachoeira passavam por uma crise econômica profunda, a associação entre patrimônio histórico e desenvolvimento através do fomento das atividades turísticas não somente era a tendência, mas uma necessidade, dentro do projeto estadual já exposto.

“Em meados dos anos de 1970, no contexto da Ditadura Militar que se instaurou no Brasil, o IPHAN em parceria com representantes da UNESCO buscavam medidas conciliadoras entre a prática da preservação e a retomada do desenvolvimento, principalmente para as cidades históricas imersas em decadência de ordem econômica. Os estudos técnicos realizados pela UNESCO em algumas cidades brasileiras tombadas, associados às recomendações das Normas de Quito, indicaram como estratégias eficazes para a preservação das cidades históricas o aproveitamento do valor econômico apresentado pelos patrimônios e a indução ao turismo como atividade apropriada para impulsionar essa valorização.” (RODRIGUES, 2013, p. 4-5)

Nesta mesma década logo após o tombamento por iniciativa da Bahiaturisa as Festas do São João são criadas, ou resgatadas como estratégia para destacar alguns municípios no cenário turístico e transformá-las em polos aglutinadores, Cachoeira é uma delas. A cidade nesta fase desenvolve as festividades juninas agora sob o controle municipal e sofre o processo que Castro (2010) chama de espetacularização, ou seja, tem o intuito de se transformar em megaevento público como forma de projeção.

Essas iniciativas de turistificação, ou uso do turismo como estratégia de desenvolvimento já são resultados da preocupação estadual com as regiões que necessitavam de estímulo de crescimento. O Recôncavo como vimos necessitava deste estímulo ou ao menos uma retomada, então neste sentido foi criado em 1971 o Plano o Plano de Turismo do

Recôncavo Baiano, mas de forma geral as ações se restringem ao desenvolvimento das Festas de São João como já foi salientado (CASTRO, 2010).

Dessa forma dos anos de 1970 até os anos de 1990 a cidade não passou por processos muito além desses expostos, pois as iniciativas de desenvolvimento da área estavam mais concentradas nas adjacências de Salvador (Baía de Todos os Santos), os Megaprojetos hoteleiros e o desenvolvimento do turismo de negócios fundamentalmente em Salvador (DANTAS e FERREIRA, 2013).

O potencial, por assim dizer de Cachoeira em termos turísticos ficou latente por algumas décadas, restrito aos festejos juninos que basicamente atrai turistas do próprio estado, e a festa da Boa Morte que já começa a se projetar ao longo da década de 1970 e de forma mais crescente no final da década de 1980, mas de forma ainda embrionária graças ao interesse de um agente turístico de nome Jimmy Lee.

“ Em 1977, cerca de 450 Afro-Americanos dos EUA são levados por Jimmy Lee à Festa da Boa Morte, em Cachoeira, causando grande impacto na cidade em virtude da quantidade de ônibus especiais e de pessoas. A festa da Boa Morte começa, então, a despertar o interesse da comunidade local e das pessoas de Salvador.

De 1978 em diante, os Afro-Americanos que haviam estado em Cachoeira para a festa, em anos anteriores, tornam-se agentes multiplicadores, contribuindo para a divulgação desse evento nos EUA: “Cada um passou a trazer de 15 a 16 pessoas. Quando se juntavam, formavam cerca de 400 a 500 pessoas presentes à festa” (informação verbal, RIBEIRO, 2007, apud QUEIRÓZ, 2007, p. 65)

Vale ressaltar neste momento que essas primeiras investidas sobre o fluxo de afro americanos em direção ao turismo de alma negra direcionado para os Festejos da Boa Morte não ocorrem por acaso, se nos ativermos no panorama desenhado por Araújo Pereira (2010) que afirma que o movimento negro brasileiro começa a se fortalecer justamente na década de 1970, influenciados sim pela contingência negra americana, mas com ideias diferenciadas pautadas na relação com a África ancestral.

Dessa forma Jimmy Lee teve um papel fundamental no período acima citado para a projeção da Festa da Boa Morte em nível internacional. Nascido nos Estados Unidos e residente do Rio de Janeiro interessou-se pela festa em uma de suas passagens pela Bahia que fazia como agente turístico que encantado pela festa e surpreso pela falta de apoio governamental resolve criar os primeiros fluxos de americanos negros à festa ainda no final da década de 1970 (CASTRO, 2005).

Outra iniciativa ainda mais pioneira no sentido de colocar a Irmandade no cenário global acontece em 1971 com a ida de duas irmãs da Boa Morte até Salvador para serem fotografadas, conforme relata o Babalorixá Marcelino Gomes:

“Foi a partir de 1971 que o mundo tomou conhecimento da existência dessa Irmandade de origem oriental em Cachoeira, a última no mundo ocidental e aí que começou a turista aparecer, etc., etc.

Saímos aqui de Cachoeira com duas irmãs num fusca, que eu nem preciso dizer que o fusca é pequeno, né? E fomos para o Corredor da Vitória e lá fizemos, a Maurren, a inglesa, fotógrafa inglesa, fez as fotos.

Essas fotos foram feitas sob sigilo, sob segredo, ainda assim escapou a notícia que chegou ao ouvido do Cardeal que liga para o Governador para não deixar ser feito o pôster. A campanha foi ferrenda (*sic*), a Igreja nunca suportou essa Irmandade.” (Marcelino Gomes, 2013)<sup>22</sup>

Dessa forma vemos talvez a primeira iniciativa tanto das pessoas envolvidas com a Irmandade, quanto de intelectuais no sentido de promover a imagem dessa instituição aos olhos do mundo externo, na tentativa justamente de criar oportunidades para a visibilidade de grupos minoritários e invisíveis no quadro social já que essa fotógrafa inglesa, mas radicada no Brasil desde 1957 tinha estreitos laços com a elite artística e também intelectual, tendo trabalhos realizados em conjunto com Darcy Ribeiro.

“A inglesa Maureen Bisilliat, nascida em Englefield, Surrey, construiu desde os anos 1950, quando se mudou para o Brasil, um dos mais sólidos trabalhos de investigação fotográfica da alma brasileira, aliando a seu olhar de estrangeira um respeito profundo por seus temas – sobretudo sertanejos e índios – e a busca de apoio conceitual na antropologia e em grandes obras da literatura nacional.”<sup>23</sup>

A Festa da Irmandade da Boa Morte já atraía turista como já foi mencionado, mas de forma bastante tímida e sem apoio governamental. Após a iniciativa de Jimmy Lee de criar um fluxo de turistas internacionais, houve também a doação de um dos prédios coordenada por Bárbara King em 1989, os dois outros prédios foram doados na mesma década um por Celina Salla, advogada e moradora local e o outro pela administração municipal do então Prefeito Salustiano de Araújo.

Em 1995 o conjunto de edificações passa por uma reforma articulada pelo então Senador da República Antônio Carlos Magalhães que atendendo um pedido feito por Jorge Amado que intercedesse junto ao então Governador do Estado da Bahia Paulo Souto. Fica então mais um registro emblemático das ações coordenadas entre política e cultura para uma ação que entremistura diversos interesses reunidos em um único evento. Segue transcrição de uma publicação de Paulo Souto em 2014 descrevendo o episódio:

“Nesses dias quando se comemora a festa da Boa Morte em Cachoeira, lembro-me de um episódio que me marcou muito. Estava no início do governo, no final de janeiro de 1995, quando o Estado de São Paulo e A Tarde publicaram um artigo de Jorge Amado. Transmitia ele o apelo das mulheres negras que compõem a Confraria

<sup>22</sup> Depoimento concedido ao documentário Retratos da Fé. A Irmandade Sob o Olhar da Fotografia, IDERB, 2013, disponível em: [www.iderb.ba.gov.br/tve/catalogo/media/view/6098](http://www.iderb.ba.gov.br/tve/catalogo/media/view/6098).

<sup>23</sup> Informações obtidas na biografia de Maureen Bisilliat contida no site oficial do Instituto Moreira Salles, com sede no Rio de Janeiro, s/ data, disponível em: [www.ims.com.br/ims/explore/artista/maureen-bisilliat](http://www.ims.com.br/ims/explore/artista/maureen-bisilliat).

da Boa Morte para que os ricos e poderosos do Brasil restaurassem os casarões da Confraria na bela e histórica Cachoeira, onde estava abrigado o rico acervo da secular irmandade. O que desejavam é que já em agosto, com os casarões restaurados, de lá partisse a procissão para a festa da Virgem.

Fiquei sensibilizado com o artigo e me comuniquei com Jorge dizendo da minha disposição de atender o seu pedido, pois ele representava a preservação de uma tradição de nossa história e da nossa cultura religiosa. Logo depois ele veio até o Palácio de Ondina, acompanhado das diretoras da Irmandade, para que eu comunicasse a elas e para me agradecer antecipadamente.

Na inauguração dos casarões restaurados no mês de agosto de 1995, Jorge Amado leu um discurso onde conta que ‘naquela mesma manhã, (referindo-se ao dia da publicação do artigo) Paulo Souto, recém empossado no Governo da Bahia, escreveu-me uma carta comunicando a sua decisão de atender o pedido da Irmandade. Em agosto a festa partirá da sede, garantiu-me ele’.

Efetivamente quando li o artigo achei que essa era uma missão do Governo da Bahia e tomei o compromisso que parecia impossível de cumprir, tal a exiguidade do tempo. ACM, que adivinhava os desejos de Jorge Amado, me encorajou muito.

Em 12 de agosto saímos de Ondina para participar da festa de inauguração das casas da Irmandade com grande alegria, apesar do impacto que havia causado no Estado a intervenção pelo Banco Central no Banco Econômico.

Jorge Amado, no discurso a que me referi, disse: ‘no Brasil homens públicos prometem mundos e fundos com a maior facilidade, sem a menor intenção de cumprir o prometido. Paulo Souto prometeu e cumpriu, como esta festa comprova e testemunha. Venceu as delongas burocráticas para estar aqui hoje com as senhoras da Irmandade e com o povo de Cachoeira. Venho agradecer a compreensão e a decisão do ilustre homem público. No descaso dos governantes, nossa memória tem sofrido o inimaginável. Basta citar o exemplo do Pelourinho: sua beleza e sua riqueza estavam sendo consumidas no passar do tempo. No governo anterior ACM assumiu a restauração do Centro Histórico. Ao saudar a nova sede da Irmandade da Boa Morte, quero reafirmar a minha certeza de que o governo de Paulo Souto prosseguirá e concluirá aquela obra maior’.

É claro que as palavras de Jorge foram para mim um bálsamo naqueles dias difíceis para a Bahia com o caso do Banco Econômico. Sobretudo porque elas revelavam ainda no início do meu primeiro governo uma marca que sempre fiz questão de defender: a de um político que não prometia em vão e que cumpria a palavra empenhada. ” (Depoimento de Paulo Souto publicado pela Radio Metrópole de Salvador em seu jornal virtual metro1.com.br em 20 de Agosto de 2013.)

Essa irmandade é secular na história do município, mas curiosamente teve seu processo de Registro como Patrimônio Cultural da Bahia reconhecido em 2010 (IPHAN, 2010), a instituição passou por um processo de reconhecimento por parte dos órgãos públicos, mas que atualmente se consagra como o evento mais emblemático da cultura local e mais amparado pelas políticas de turismo em nível estadual e federal.

Esta festa por compor um quadro peculiar, de mulheres negras do candomblé que cultuam Nossa Senhora da Boa Morte, é provavelmente visto pelas políticas de turismo como um produto altamente propício dentro da segmentação do turismo étnico. Mesmo que de forma lenta esta festa vem angariando atenção de turistas, sobretudo de turistas internacionais criando interesse por parte das políticas públicas em apoiá-la e assim como é possível notar logo abaixo, as articulações entre agentes diversos é uma constante no rumo de fortalecer um turismo de alma negra na localidade, sempre que a oportunidade se faz presente:

A secretária de Estado norte-americana, Condoleezza Rice, manifestou “encantamento” com a cultura brasileira ao passear hoje por monumentos históricos de Salvador, em companhia dos ministros do Turismo, Marta Suplicy, e da Cultura, Gilberto Gil, e do governador da Bahia, Jaques Wagner. Ao tomar conhecimento das propostas para aumentar o intercâmbio entre afro-descendentes brasileiros e norte-americanos, Rice disse que está vendo com muito interesse o projeto de incentivo ao turismo étnico-afro, desenvolvido em parceria entre o MTur e o governo baiano, e prometeu fazer propaganda do Brasil e da Bahia nos Estados Unidos. (MTUR14/03/2008)



**Foto 4:** Fonte: Edgar de Souza/G1, 2008.



**Foto 5:** Fonte: Manu Dias/Agecom/G1, 2008.

“Em agosto de 2007, na cidade de Cachoeira, no Recôncavo, foi assinado um convênio entre o Governo do Estado e o Ministério do Turismo, destinando R\$ 1.245.200,00 para o Programa de Ação do Turismo Étnico Afro da Bahia, durante os festejos da Irmandade de Nossa Senhora da Boa Morte.

O convênio vai possibilitar o investimento em pesquisas, para a elaboração de políticas públicas voltadas para o turismo étnico afro, além de ampliar os contatos com representações de empresários afros, para a construção de pousadas e hotéis voltados para esse segmento do turismo.

Em fevereiro deste ano, dirigentes da Secretaria Estadual de Turismo (Setur) e da Bahiatursa participaram, em Atlanta, Estados Unidos, de um encontro sobre turismo étnico-afro, com o objetivo de promover a Bahia como destino turístico, sendo agendadas algumas ações, como um *fam*<sup>24</sup> trip com as 12 maiores agências desse segmento e um *press trip* com jornalistas e editores afro-americanos. (SEINFRA, 12/08/2008.)

Essa parceria, iniciada no final da década de 1980, mais estreitada ao logo das décadas seguintes pelo Ministério do Turismo e da Bahiatursa e integrantes da Irmandade através do convênio acima citado demonstra o aumento do interesse político interno gerando então neste ano uma ação governamental mais direcionada à promoção do turismo étnico que teve na Boa Morte sua maior representação, que por sua vez este convênio está relacionado aos planos

<sup>24</sup> *Fam trip* são *vouchers* cortesia oferecidos por hotéis e demais instalações turísticas destinados a empresários (agentes turísticos) que possam promover os produtos e até formatar pacotes (hotéis, restaurantes, entretenimentos) nas suas localidades de origem e passem a efetuar vendas, o *Press trip* é o mesmo direcionado à imprensa para que a mesma se encarregue de divulgar a localidade turística e os produtos.

nacionais de turismo que são elaborados justamente nesta época, entre 2003 e 2007, dentro daquilo que está conformatado como novos segmentos do turismo baiano de cunho afro étnico.

Outra intervenção política acontece na década de 2000, o Programa Monumenta agrupou 26 cidades brasileiras em um projeto que visava fundamentalmente recuperar e preservar o patrimônio histórico em consonância com o desenvolvimento social e econômico de cidades já previamente protegidas pelo IPHAN. Ele foi desenvolvido pelo Ministério da Cultura e atua com recursos do BID, (Banco Interamericano de Desenvolvimento) que tem o turismo como uma das ferramentas para o alcance dos seus fins (IPHAN, 2014) (site oficial). Mais um dos programas desenvolvidos pelas políticas internas brasileiras em perfeita consonância com os documentos internacionais já mencionados.

As obras já entregues somam várias igrejas, a fábrica de Charutos Leite Alves para abrigar o campus local da Universidade Federal do Recôncavo Baiano, um conjunto de aproximadamente 80 casas particulares na orla do rio, a revitalização da própria orla da cidade, entre outras que ainda estão em andamento. Porém uma dessas entregas é a que mais se torna emblemática do nosso ponto de vista no sentido de reforçar a intencionalidade de transformar a Festa da Boa Morte em símbolo da cultura local.

As obras a que nos referimos são a revitalização da orla de Cachoeira da Igreja Nossa Senhora do Monte tendo a entrega marcada para o dia 15 de Agosto de 2008, dia de maior representatividade para a Irmandade da Boa Morte como veremos mais detalhadamente nos capítulos posteriores.

Embora a Igreja do Monte tenha sido palco de muitas resistências abolicionistas, pois nela coexistiram a Irmandade masculina e negra de Conceição do Monte que também cultuava São Benedito e que possui uma festa anual até os dias atuais e a Banda Marcial que deu origem à Filarmônica Santa Cecília também existente até hoje, nada desse seu passado foi divulgado na matéria veiculada pelo Iphan em 15/08/2008.

Ao passo que as imagens veiculadas na mídia e no conteúdo escrito da própria matéria do Iphan são as Irmãs da Boa Morte que figuram como personagens principais do evento e os acontecimentos se entremisturam em comunicações confusas, pois neste dia Bárbara King, neta de Martin Luther King estava presente neste dia festivo da Irmandade, que por sua vez ofereceu ao então governador Jacques Wagner um momento solene de agradecimento pelas obras entregues em sua própria irmandade conforme o registro fotográfico do evento e em seguida o trecho do texto publicado no Jornal Virtual Bahia Já em 15/08/2008 que se intitula “Turismo”.





**Foto 6:** Manu Dias, Bahia Já, 2008.

“Num ritual estritamente feminino, as senhoras da Irmandade da Boa Morte se vestem de branco, preto e vermelho e se enfeitam com muitos colares para celebrar a assunção de Nossa Senhora. O dia 15 de agosto é considerado o mais bonito e importante da festa, preservada há mais de 200 anos, e também o mais concorrido. A antropóloga Bárbara King, neta do líder negro Martin Luther King, veio de Atlanta (EUA) participar dos festejos que a igreja protestante da qual congrega ajudou a financiar. “Estou muito feliz de estar aqui, porque somos todos filhos de Deus”, disse a ministra da Igreja Hillside Internacional Truth Center, da Geórgia. Bárbara King acompanhou a sessão solene, realizada antes da missa, que as irmãs prepararam para agradecer pelas obras realizadas pelo Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia (Ipac) no casarão que abriga a Irmandade.” (SEINFRA, 12/08/2008.)

Não somente a presença de dirigentes, mas também a presença de personagens ilustres dentro do contexto de reafirmação da identidade negra compôs este evento transformando-o em ícone, em marco histórico, sempre consagrando a Irmandade da Boa Morte como central da expressividade afro étnica local. Processo que nos parece estar profundamente ligado aos fluxos norte americanos interessados nas ancestralidades africanas que os vários momentos de interação entre a própria irmandade e esses fluxos ajudaram a consagrar as tentativas governamentais em reforça-los.

No ano de 2014, as obras de restauração e implementação de melhorias do recém-inaugurado Centro Cultural Irmandade da Boa Morte foram entregues em evento solene, também, pelo então Governador do Estado da Bahia Jacques Wagner e segundo o Ipac em nota no site oficial postado em 13 de Agosto de 2014 as obras que levaram cerca de um ano para serem finalizadas somaram R\$ 849,9 mil em investimentos do Tesouro Estadual, com a seguinte observação do Secretário de Cultura, Albino Rubin: “A intenção foi criar um centro cultural para a pesquisa, a documentação, a apresentação e divulgação da cultura negra, e em especial da Irmandade da Boa Morte.”

Abaixo as imagens da entrega das obras realizada no dia 15 de Agosto de 2014 marcada para às 8h00min, uma vez que a missa estava agendada para às 10h00min. Na primeira foto é possível ver o governador de braços dados com duas das irmãs se dirigindo para o espaço onde ficam o Memorial e a Capela. Na rua perpendicular a esta ladeira fica a rua onde estão concentrados os visitantes e moradores locais a espera da missa e da procissão, ou seja, eles estão indo ao encontro da multidão para adentrar no Memorial.



**Foto 7** – Fonte: Taís M P Batista, 2014



**Foto 8** – Fonte: Taís M P Batista, 2014

Além das iniciativas de turistificação da Festa da Boa Morte, em termos de turismo étnico como assim entendem as diretrizes do Ministério do Turismo e da Secretaria de Turismo da Bahia/Bahiatursa é possível citar as comunidades quilombolas de Santiago do Iguape que vêm se organizando através de um roteiro designado Rota da Liberdade que tem por objetivo desenvolver o turismo étnico de base comunitária de seis comunidades quilombolas e assim como eles próprios se esclarecem:

“Somos um grupo de Turismo Étnico de Base Comunitária, denominado ROTA DA LIBERDADE, formado por representantes das comunidades remanescentes de quilombo. Residimos no entorno da Baía de Iguape, região histórica de Santiago do Iguape, recôncavo baiano, à 1h30min de Salvador. O empreendimento é um negócio coletivo baseado nos princípios da economia solidária e que conta com a participação e gestão de jovens das próprias comunidades quilombolas.

Este grupo surgiu da vontade de lideranças quilombola locais que enxergaram a oportunidade em promover a autonomia socioeconômica de suas comunidades. A iniciativa se deu no ano de 2005 com a seleção de 20 jovens do ponto de cultura terreiro cultural, junto ao programa cultura viva do ministério da cultura do Governo Federal Brasileiro, estes jovens recebia(m) uma bolsa de R\$ 150,00 Reais para desenvolver algumas atividades de pesquisa nas comunidades quilombolas na qual os mesmos habitavam, onde no final do programa descobriram que o turismo de base comunitária seria uma saída para o desemprego, daí então tomaram a iniciativa e formaram o Núcleo de Turismo Étnico Rota da Liberdade.”<sup>25</sup>

<sup>25</sup> Texto retirado de material de divulgação denominado “Rota da Liberdade, Turismo Étnico de Base Comunitária”, sem data, distribuído pela CECVI (Centro de Educação e Cultura do Vale do Iguape), que tem como coordenador Geral o Sr. Ananias Nery Viana, recolhido durante o campo de pesquisa junto ao stand montado na festa da Boa Morte de 2014.

Essa iniciativa tem como apoio não o Ministério do Turismo e sim o da Cultura como o próprio texto acima afirma, mas além desse patrocinador, a Rota da Liberdade conta ainda com a Petrobrás, o Sebrae e o Instituto Votorantim.

Essa comunidade não deseja o turismo de massa como foi notado na Festa da Ostra de Setembro de 2014 no momento da roda da conversa entre a líder religiosa, o coordenador Geral do CECVI, estudantes de turismo da Universidade Estadual de São Paulo e demais visitantes e moradores locais que lá estavam, a ideia é manter um fluxo pequeno de visitantes justamente para não impactar a comunidade com o contingente devastador desta modalidade (observação de campo, 27/09/2014).

Contudo foi notado que os discursos se assemelham, assim como veremos mais adiante, o uso do turismo para essa comunidade parece ser de fato um espaço de representação social e também de mobilidade socioeconômica. E foi verificado também que a própria Festa da Boa Morte acaba por se tornar um momento de divulgação do projeto como é possível verificar na matéria publicada pela Secretaria de Turismo da Bahia em 2012 e também nas fotos abaixo que mostram os *banners* de divulgação expostos no *stand* montado pela CECVI nos dias da Festa da Boa Morte de 2014.

“Comunidades quilombolas de Cachoeira se preparam para receber turistas durante a Festa da Boa Morte, uma das manifestações religiosas mais significativas do mundo, que será realizada de 12 a 15 de agosto. Neste sábado (28), a comunidade do Kaonge apresentou o projeto Rota da Liberdade a representantes de agências e guias de turismo, de Organizações Não Governamentais(Ongs) e estudantes estrangeiros para ajudar na divulgação e comercialização do roteiro. A iniciativa conta com o apoio da Secretaria de Turismo do Estado (Setur), do Instituto Votorantim e do Sebrae...  
...A assessora técnica da Produção Associada ao Turismo e da Economia Criativa da Setur, Marla Sampaio, ressaltou a importância deste contato para a comunidade. ‘Precisamos trabalhar aqui dois eixos importantes: o da inovação e da produção associada ao turismo. Dessa forma o roteiro pode ser aprimorado e também comercializado, sem esquecer do foco nos festejos da Boa Morte’, disse Marla.” (SETUR BAHIA, 2012)<sup>26</sup> <http://www.setur.ba.gov.br/2012/07/30/quilombos-de-cachoeira-divulgam-a-rota-da-liberdade-na-festa-da-boa-morte-em-agosto/>

---

<sup>26</sup> Grifo nosso



Foto 9: Fonte: Taís M. P. Batista, 2014.



Foto 10 - Fonte: Taís M. P. Batista, 2014.

Nesse *stand* estavam em exposição e disponibilizados para venda diversos produtos oriundos da produção da comunidade e vídeos produzidos pela CECVI com imagens e filmagens das festas promovidas e das atividades cotidianas exercidas, bem como agentes da localidade dando informações sobre os passeios.

Há aqui já um rearranjo que demonstra que o turismo étnico na localidade vai se moldando a partir da centralidade da Boa Morte como símbolo maior de projeção até mesmo de outras manifestações assim percebidas pelas políticas públicas. Ou seja, a intenção parece residir na projeção da festa e de suas especificidades para em ações futuras fortalecer outras ofertas promovendo assim o Turismo Étnico local, mas sempre de acordo com peculiaridades e sinais diacríticos muito específicos.

É importante ressaltar que as ações expostas aqui apresentam mais a força motora do estado baiano e seus mecanismos de planejamento e divulgação. No que tange a esfera local, as ações são bastante restritas. Durante o ano de 2014 foi elaborado o Anteprojeto de Lei para o Plano Municipal de Cultura de Cachoeira 2014/2024<sup>27</sup> (Conselho de Cultura de Cachoeira, 2014).

Em síntese as diretrizes estão baseadas em ações de implantação, o que demonstra que o município ainda não possui um plano em andamento. No trecho a seguir segue o conceito que delinea as ações com relação à conceituação de cultura que se aproxima das diretrizes já mencionadas que iniciaram com os documentos internacionais, e que também fizeram parte das elaborações em níveis nacionais e estaduais.

“A cultura deve ser considerada em 3 (três) dimensões:

<sup>27</sup> Ver anexo (Programa Estratégico 2) que contém as diretrizes para o Turismo no Município, o documento não está na íntegra, pois se compõe de 83 páginas, dessa forma optamos por colocar apenas o trecho que trata da Economia da Cultura que tem o turismo como vetor econômico e social.

1. Enquanto produção simbólica, tendo como foco a valorização da diversidade das expressões e dos valores culturais;
2. Enquanto direito de cidadania, com foco na universalização do acesso à cultura e nas ações de inclusão social através da cultura; e
3. Enquanto economia, com foco na geração de emprego e de renda, no fortalecimento de cadeias produtivas e na regulação da produção cultural e dos direitos autorais, considerando as especificidades e valores simbólicos dos bens culturais.” (Secretaria de Cultura e Turismo de Cachoeira, 2014)<sup>28</sup>

São oito ações elencadas pela Secretaria dentro deste anteprojeto que demonstram essa fase ainda embrionária, sugere a implementação de um plano de turismo, articulação com instituições bancárias para abertura de linha de crédito aos pequenos e médios investidores, organizar e divulgar o calendário cultural, implementar o Portal de Turismo, criar e editar o mapa turístico, desenvolver política de valorização dos monumentos e espaços públicos, desenvolver uma política de valorização das expressões culturais e por fim assegurar que a estrutura pública participe das discussões acerca da programação cultural do município.

Essas diretrizes básicas que ainda estão em discussão, pois não foram sancionadas, sugerem que o turismo local vem se processando sem um planejamento local, muitas das ações de ordem estadual é que acabam por guiar os fluxos turísticos da localidade.

Segundo informação verbal de Daniel Santana<sup>29</sup> há pouca vontade política no que concerne ao turismo local, pois outros planos já haviam sido elaborados em outras gestões, mas que a cada mudança na ocupação da pasta de Cultura e Turismo, não se aproveita os trabalhos anteriores, tornando a criação e implementação de um plano adequado de ação sempre muito morosas e muitas vezes sem efeito.

Ainda segundo Daniel Santana os esforços e investimentos mais altos são direcionados para os Festejos do São João, enquanto os demais eventos acabam por buscar parcerias e apoios em outras instâncias. Segundo ele não há investimentos locais para a profissionalização e mobilização do trade turístico, cita, por exemplo, a falta de uma sede para a ACTUP (Associação de Guias e Condutores de Turismo do Vale do Paraguaçu) como uma das deficiências que poderiam ser sanadas através da vontade política local. Havendo uma melhor condição de trabalho através de uma sede física, onde inclusive os turistas poderiam ser atendidos, o receptivo local certamente seria fortalecido.

Em conversa com a artesã Jordânia Souza Freitas<sup>30</sup> a conduta do poder local é falha também na organização e apoio aos artesãos de Cachoeira, salienta que somente no período

---

<sup>28</sup> Grifo nosso

<sup>29</sup> Chefe de Recepção do Apart hotel Aclamação e membro do Conselho de Cultura, 2015

<sup>30</sup> Artesã, 39 anos, moradora de Cachoeira e também trabalha auxiliando o monitoramento do Centro Cultural da Irmandade da Boa Morte (2014)

dos festejos juninos a prefeitura organiza os espaços e cede estruturas físicas para a exposição dos trabalhos artesanais, mas que nos demais eventos não há uma ação que conjugue esses artistas, ficando por conta da iniciativa individual ou da articulação entre eles para vender seus produtos.

Outro fator importante avaliado no anteprojeto é a ausência de mecanismos que diminuam os efeitos da sazonalidade que o turismo apresenta na localidade, pois no documento é enfatizada a necessidade de organizar e divulgar o calendário de eventos culturais, mas não apresenta um plano para que o fluxo turístico não fique somente concentrado nestes momentos, muito ao contrário, se fixa na potencialidade dos eventos ao invés de promover ações de diluição de demanda (RAMOS, 2010). O que para a artesã Jordânia S. Freitas é um grande problema, pois afirma que a movimentação de turistas não é muito representativa ao longo do ano fora dos períodos de festas.

É a opinião de José Antônio Ferreira<sup>31</sup> que também acusa a falta de um plano turístico como causa principal dos problemas que o turismo apresenta em Cachoeira, para ele também falta profundamente uma consciência tanto da população quanto do poder público com relação à importância do turismo para o desenvolvimento local.

Pela leitura dos documentos e também das percepções dos agentes locais o município não foca diretamente nas questões do turismo étnico, concentrando mais esforços nas festividades cívicas e juninas e mesmo focando suas intencionalidades no potencial cultural como força econômica, poucas são as ações evidenciadas nas práticas:

“Hoje, num mundo globalizado, com o avanço tecnológico que encurta cada vez mais as distâncias entre as cidades e, especialmente, dos meios de comunicação que possibilitam a circulação instantânea das informações a todos os pontos do planeta, a cultura passou a ser um dos ativos mais fortes da nova economia mundial, seja como conteúdo das informações veiculadas nos meios de comunicação, seja por meio das indústrias culturais no mercado global, seja pelo crescente expansão do turismo cultural.” (CACHOEIRA, SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO, 2014)

Mesmo que constante do anteprojeto a concepção da força da cultura como ativo econômico que pode ser explorado pelo turismo o fluxo de visitantes que se consagra na prática parece estar fundamentalmente nas ações de divulgação por parte do governo estadual e também na agência dos atores envolvidos diretamente, como no caso da Flica, da Boa Morte, da Ajuda e das comunidades quilombolas.

---

<sup>31</sup> Guia Turístico local e funcionário da Pousada d’Ajuda, 27 anos, 2015.

A Boa Morte como viemos tentando demonstrar tem sua prospecção em primeiro lugar com os contatos e convênio firmados internacionalmente com os grupos de afro americanos que por sua vez desperta o interesse dos órgãos competentes do estado baiano.

No caso da Flica que é um evento independente e que conta com patrocínio da Empresa Oi, Coelba, Secretaria de Cultura, Secretaria da Fazenda, e a Petrobrás, acaba por depender muito pouco de ações locais para sua realização.

A Festa D'Ajuda que se organiza através de sua Irmandade e teve pelos últimos dois anos seguidos o patrocínio do empresariado local através da Empresa Cedraz e também conta como fonte de arrecadação as vendas de camisetas e fantasias dos ternos.<sup>32</sup>

Além é claro das comunidades quilombolas que contam especificamente com o patrocínio da Secretaria de Cultura da Bahia, a Petrobrás, o Instituto Votorantim e o Sebrae, mas que tem a CECVI como o centro realizador e organizador de seus próprios roteiros.

Dessa forma o que parece ocorrer é que o receptivo turístico de Cachoeira é desarticulado e passivo de demandas já formatadas por agentes externos, principalmente oriundos de Salvador, mas que no caso da Boa Morte também apresenta um tipo específico de agente internacional, chamado localmente de TC, que são pessoas nem sempre vinculadas ao guiamento turístico, que organizam viagens através da internet de pequenos grupos e buscam por guias de Salvador para orientá-las no Brasil.<sup>33</sup>

Encontramos aqui o primeiro desencontro que faz parte de nosso alvo investigativo. As matérias publicadas pelos órgãos de turismo, cultura e fazenda do estado baiano focam o turismo como mola propulsora de Cachoeira, principalmente o turismo étnico, mas temos um quadro local que não demonstra tal realidade em termos de planejamento, nem no mesmo foco de desenvolvimento. Isso quer dizer que as diretrizes elaboradas em níveis nacionais e estaduais nem sempre estão em harmonia com a localidade

“O discurso dos programas políticos do Ministério do Turismo ignoram completamente as estruturas de poder local e, embora se centre na regionalização, enfatizando as características específicas de cada região, desconsidera a diversidade e o próprio processo sócio histórico, elementos fundamentais na relação da comunidade com o local, no processo de participação e em qualquer projeto de gestão participativa. (RAMOS, 2010, p 30)

Ou ainda como coloca Colin Hall (2004) as localidades tem sua própria agência não são a personificação da inocência, são orientadas por interesses próprios que nem sempre estão em consonância com discursos globais. Cada localidade segundo o autor é orientada

<sup>32</sup> Informações verbais obtidas de Daniel Santana, 2015

<sup>33</sup> Informações verbais obtidas de Edson Pereira Filho (Diretor da Pousada do Carmo, 26 anos), José Antônio Ferreira e Daniel Santana, (2014,2015)

por conflitos, ressentimentos, preconceitos, injustiças na mesma medida em que é também orientada por reciprocidade, afinidades e interdependências.

Ao atribuir poder e autonomia, descentrando o poder decisório e entregando nas mãos das comunidades credita automaticamente que as decisões compostas nestas diretrizes serão desejadas e cumpridas pelos atores sociais locais sem nenhum tipo de conflito de interesses, pois como salienta Santos (1996) enquanto para os atores hegemônicos o espaço é apropriado como recurso, para os atores hegemonzados ele é um abrigo que por sua vez impõe estratégias de sobrevivência e adaptação.

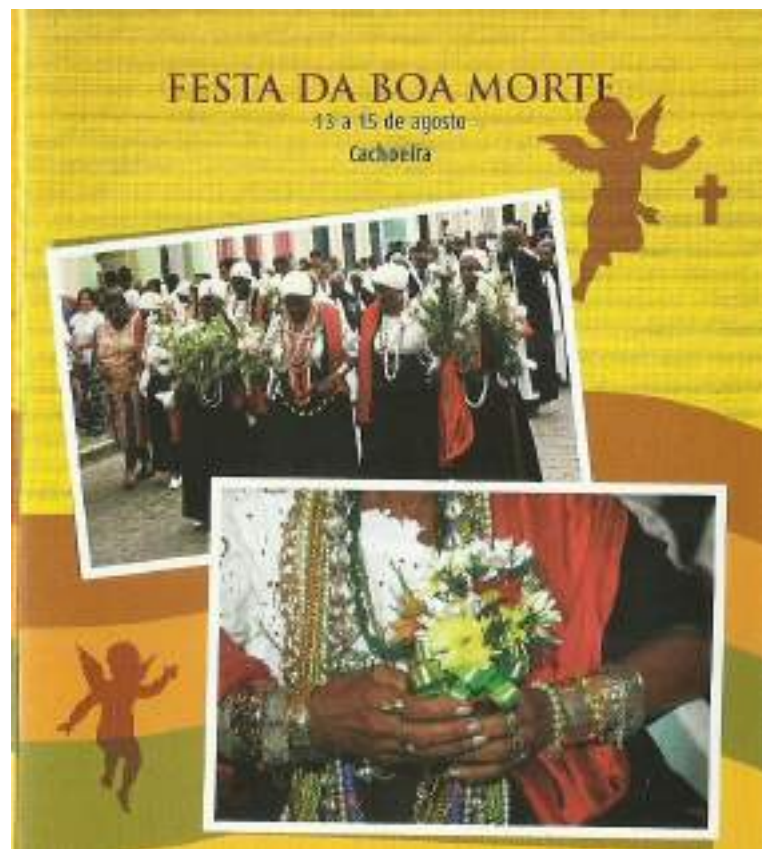
Os encontros e desencontros entre tantos interesses é o que pode produzir estereótipos e invisibilizações, pois se para as intencionalidades estaduais o turismo étnico é a maior potencialidade que o município possui, focada nas festividades da Boa Morte, não é neste mesmo sentido que o poder local se orienta pelo que podemos perceber.

Dessa forma fica a dúvida que tentaremos ao logo dos dois capítulos seguintes investigar, como essa intervenção estadual é percebida na prática, pois falamos também que existe um poder de agência dos atores sociais envolvidos, os locais e os turistas neste processo como os envolvidos diretamente com a atividade turística.



### 3. Encontros e Desencontros

## Parte I



**Foto 11** – Fonte: Barreto, Rey e Freitas, Setur Ba/Bahiatursa 2014. Material de Divulgação Festas Populares da Bahia, Tradição, sincretismo e alegria. Calendário 2014.

De acordo com o que foi visto até aqui, as diretrizes internacionais apontam para uma maior preocupação com os recursos naturais, mas também com os recursos de ordem mais humana, representados pelo patrimônio histórico material e imaterial de cada localidade. Discursos esses apropriados pelos planos nacionais e estaduais na medida em que propõem o desenvolvimento socioeconômico sustentável através do aproveitamento e utilização dos aspectos culturais regionais ou locais, culminando mais tardiamente com os propósitos de inserção social de grupos minoritários nos planos de desenvolvimento.

Desenvolve-se então dentro de um escopo mais geral do Turismo Cultural um segmento designado Turismo Étnico que acaba por se tornar um produto turístico baseado em particularidades específicas de determinados grupos.

Propomos também que embora essas diretrizes acabem por delimitar o campo étnico ao elaborar um plano que inclui a elaboração de cartilhas no caso da afro etnicidade, elas não foram feitas sem um agenciamento entre interesses junto às comunidades representativas desse grupo em particular que vinculadas aos próprios interesses colaboraram inclusive para a elaboração desses manuais de afro etnicidade.

Esses interesses por sua vez parecem residir no fortalecimento da cultura afro brasileira, mais precisamente na cultura afro baiana que tem suas raízes históricas na busca pela legitimidade e valorização vinculadas à ancestralidade africana 'autêntica'. Em síntese se para o estado baiano o desenvolvimento de planos de ação para o turismo étnico afro é visto discursivamente como uma forma de reparação e inserção social, para os grupos considerados étnicos o turismo vem como um instrumento que pode gerar a valorização cultural, legitimidade, mobilidade social e elevação da autoestima.

O que sugere que a percepção de etnicidade proposta nestas ações de ambos se aproxima de uma abordagem interacionista cognitivista onde as etiquetas étnicas são utilizadas como descrição e mapeamento de comportamentos.

“Os símbolos e as marcas étnicas são referentes cognitivos manipulados em finalidades pragmáticas de compreensão de sentido comum e mobilizados pelos atores para validar seu comportamento. A aplicação de uma marca étnica a um indivíduo permite simultaneamente dar conta do comportamento deste indivíduo em termos compreensíveis para todos os que dividem o mesmo conjunto de categorias de pertença étnica. Com efeito, os nomes étnicos não são puramente referenciais, mas igualmente descritivos do tipo de ator social com o qual trabalhamos e da relação apropriada a seu respeito num dado contexto. (POUTIGNART, STREIFF-FERNART, 2011, p 115)

Esta perspectiva acaba abrindo espaço para a formação e reforço de estereótipos, onde ser afro étnico na Bahia sugere algumas condutas muito específicas, tendo o candomblé como

religião, a identificação com a ancestralidade africana reconstruída, a ostentação de vestimentas e adereços (ligados ao candomblé), e todos aqueles marcadores elencados e listados pelo Livro de Turismo Étnico supracitado.

O fato é que a classificação e o mapeamento de comportamentos por sua vez facilitam a comunicação e promoção daquilo que se quer divulgar e promover, a produção de imagens cristalizadas é fundamental neste processo (MacCannell, 1984), fazendo com que os indivíduos que objetivando inserir-se neste quadro devam adequar-se nesta padronização comportamental (GRÜNEWALD 2003). Por outro lado aqueles que assim não se identificam correm o risco de ficarem à margem dessa promessa de inclusão social, ou seja, é possível uma negritude sem etnicidade (SANSONE, 2004) beneficiar-se da inclusão proposta pelo turismo nestes moldes?

Há algo a ser considerado nesta equação, Cachoeira possui de fato uma população majoritária de pretos e pardos<sup>34</sup> 40,6% e 46,4% respectivamente (IBGE, 2010), porém esses dados colocam uma indagação sobre o nível de alcance das intencionalidades de ambos agentes. Podemos auferir que é impossível creditar à totalidade dessas pessoas uma identidade étnica, há um contexto de multiplicidade de religiões, classes sociais, faixa etária, entre tantas outras que figuram em todas as sociedades a ponto de não podermos considerar tal homogeneidade como fato.

É possível então que essas políticas estejam promovendo o inverso de suas propostas discursivas e excluindo todo aquele indivíduo que marginalizado pelo estigma racial que não pretende ou não se identifica com o modelo de negritude imposta continue à margem deste processo de turistificação, ou que passe a resgatar e recriar elementos culturais compatíveis para o seu ingresso.

Nesta perspectiva esse modelo de desenvolvimento do turismo étnico pode suscitar tanto a exclusão de uns como a estigmatização de outros. Por isso pretendemos neste capítulo investigar estas questões, primeiramente tentando compreender de que maneira o turismo étnico na localidade atinge as expectativas daqueles que se colocam como atrativo, os encontros e desencontros no processo de turistificação da Irmandade da Boa Morte e em segundo momento analisar outra manifestação local, a Festa d'Ajuda, bastante popular que não atende por assim dizer aos quesitos de padronização étnica, propostas pelas diretrizes estaduais, mas que é uma manifestação importante no quadro social local como veremos mais

---

<sup>34</sup> Terminologias oficiais de classificação racial dos órgãos estatísticos (Sansone, 2003)

adiante, na tentativa de investigar as possíveis invisibilidades que este processo de padronização e cristalização da cultura local sofre com o modelo proposto de turismo étnico.

### 3.1 A Irmandade da Boa Morte

O culto a Nossa Senhora da Boa Morte a partir de Portugal espalhou-se pelo Brasil, Cachoeira não é a única a realizar festejos em sua homenagem, uma rápida busca revelou festas em São João Del Rey (MG) que acontece entre os dias 5 e 13 de Agosto, em São Gonçalo dos Campos (BA) de 14 a 17 de Agosto, em Limeira (SP) de 14 a 17 de Agosto, em Tacimã/Caiçara (PB) todo dia 15 de agosto e algumas que a existência até os dias de hoje não puderam ser comprovadas como a de São Paulo realizada pela Irmandade Nossa Senhora do Rosário dos Pretos e a já extinta de São Cristóvão em Sergipe.

Isso sugere que muitas outras podem ser encontradas em um vasto território cultural como tem o Brasil. Contudo os festejos ocorridos em Cachoeira parecem receber maior atenção da mídia, do poder público e do interesse do turismo internacional. Parte desta pesquisa está fundamentada em compreender este fascínio que fez com que uma Irmandade que manteve suas tradições de forma independente, hoje conta com o apoio institucional e o aparato do turismo como forças motoras, ao menos da estrutura física.

Historiar as irmandades é uma tarefa difícil, senão muitas vezes impossível. No caso das irmandades de cor as dificuldades residem em dois aspectos principais; a falta de preservação de documentos internos e a suas existências ilegítimas. Dessa forma conta-se profundamente com a memória das irmãs e de alguns moradores, como elas também herdaram memórias de suas mães e avós, podemos dizer que o registro histórico da Irmandade da Boa Morte se transcreve em um discurso oral que está profundamente baseado em devoção, resistência e ancestralidade.

Assim como fala a irmã Dagma quando se refere a importância da memória para a preservação e valorização da ancestralidade africana que tem principalmente de seu avô:

“Eu sei porque minha mãe falava, contava. Que meu irmão tá vivo ainda, tem 91 anos. Até hoje a gente conversa sobre tudo, pra ficar sempre lembrando entendeu? Passando para meus filhos, para netos, dele também pra saber a história da nossa família. (DAGMA BONFIM, 2013)<sup>35</sup>

<sup>35</sup> Documentário Viver Boa Morte Eduardo Gomes, 2013

É recorrente no material publicitário pesquisado as irmãs contarem a história de uma irmandade existente na Igreja da Barroquinha em Salvador que cultuava Nossa Senhora da Boa Morte na paróquia, mas que mantinha no quintal dos fundos um terreiro e que por isso de lá essa Irmandade foi expulsa, de um grupo numeroso que se espalhou pelo mundo alguns acabaram se dirigindo para Cachoeira. Segue uma narrativa de Walmir Pereira, afilhado da Irmandade e atualmente gerente administrativo da mesma que resume em entrevista o registro oral da história de sua fundação:

“Na verdade é uma irmandade de cunho católico né, que ela é idealizada em Salvador por mulheres negras ex escravas e essas mulheres justamente por já serem consideradas boa parte delas membras das famílias dos senhores elas tinham liberdade mais cedo, então elas ao ter sua liberdade ia para a sociedade fazer movimentos para libertar os que ficavam lá justamente nos engenhos. E o que acontecia? As mulheres da Boa Morte, não as irmãs né que ainda não irmã, mas do grupo organizado abolicionista, elas ganharam esse nome né, esse título também de mulheres ganhadeiras porque elas acabaram se tornando comerciantes na sociedade de Salvador e o resultado dessa comercialização era justamente para comprar a carta de alforria.

Essas mulheres também tinha religião né, muitas delas foram convertidas pelo processo mariano, foi uma evangelização muito forte da Igreja Católica né, apresentando Maria como a quarta pessoa sagrada no mundo e começa justamente a nascer as irmandades, que a gente pode chamar de irmandades leigas, que são as irmandades que começam a nascer com ou sem a aprovação do clero da época né? Os grupos, principalmente os grupos organizados abolicionistas de outros movimentos diziam ‘não, nós vamos edificar uma igreja e vamos adotar o santo de nossa veneração e vamos ser católica.

Quando elas edificaram a Igreja na Barroquinha adotaram Nossa Senhora da Boa Morte e Glória para sua veneração e passaram a ser justamente católicas. Edificando uma igreja e no fundo um terreiro de candomblé, a sociedade da época não recebeu isso, não aceitou isso com muito grato, né? Então começou uma perseguição religiosa, uma perseguição política. Elas já eram mulheres políticas porque já faziam um movimento abolicionista que era justamente o contraposto, justamente o, a gente pode sinalizar, uma oposição à política da época. E depois acaba se tornando mulheres negras, ex escravas, sendo católicas com sua própria igreja, isso a sociedade não recebeu muito bem, então muitas que foram perseguidas por conta disso acabaram indo embora. Umas voltaram para África, outras foram para os Estados Unidos, outras para alguns estados do Brasil, mas a maior parte que acaba imigrando para Cachoeira. (VALMIR PEREIRA, 2010)<sup>36</sup>

Outro relato recorrente na historiografia é que este culto negro e feminino se origina a partir de uma promessa feita há mais de dois séculos a Nossa Senhora. Essa promessa é descrita pelo administrador da Irmandade Walmir Pereira:

“Foi uma troca. Elas disseram ‘Olhe Maria, olhe Nossa Senhora, olhe Mãe de Jesus, olhe Virgem, dê liberdade ao nosso povo, dê a glória ao nosso povo Mãe. Olhe para eles com seu olhar de piedade, de misericórdia e divulgaremos Seu nome enquanto vivermos. ’ E isso elas fazem há aproximadamente 240 anos.” (VALMIR PEREIRA, 2012)<sup>37</sup>

<sup>36</sup> Entrevista concedida por Walmir Pereira a Eduardo Gomes em seu Documentário Viver (boa) Morte em 2010, transcrição realizada pela autora.

<sup>37</sup> Entrevista concedida por Walmir Pereira ao Documentário Tradições Brasil do Ministério do Turismo, 2012.

Um traço que está fortemente incrustado nessas narrativas é o papel que estas mulheres desempenharam no processo abolicionista na luta pela libertação daqueles que não tinham meios para conseguir a alforria, ou seja, atualmente para essas mulheres e seus agregados como no caso do administrador essa é a essência formadora da irmandade e o que a mantém solidificada e permanente, pois sua perpetuação como grupo se dá pela promessa feita a Nossa Senhora e consequentemente pela perpetuação do pagamento da mesma.

O ingresso e filiação nesta Irmandade exige que sejam impreterivelmente mulheres negras descendentes de escravos e ter minimamente mais de quarenta anos. Elas podem adentrar por hereditariedade ou por indicação interna, mas devem passar por uma experiência de três anos como irmã de bolsa ou noviça antes de serem aprovadas pelas irmãs.

A idade mínima está baseada no fato de que é preciso ter maturidade e por estarem nesta fase já libertas dos prazeres carnavais. O período de experiência é um período de iniciação onde irmã de bolsa significa dizer que a principal função destas noviças é a arrecadação de fundos para a festa, principalmente no dia da Esmola Geral. Com relação à descendência escrava o que parece mais correto afirmar é que esta clivagem atualmente está mais associada à questão fenotípica de cor como vemos abaixo a entrevista concedida a Jorge Portugal pela irmã Nilza Prado:

“JP: Eu gostaria de saber como se dá hoje o processo de admissão de novas irmãs, como é que as moças são escolhidas para serem Irmãs da Boa Morte?”

“NP: Ter mais de quarenta anos, ser indicada por uma das irmãs pra, ou então de mãe pra filha né? E passar aqui três anos de experiência como irmã de bolsa pra dar seu testemunho, seu comportamento. Aí se as irmãs aprovarem ela continua na Irmandade.”

“JP: Hoje são quantas no total?”

“NP: Vinte e três.”

“JP: Tem um número fixo, ou esse numero varia?”

“NP: Varia, pode ser mais.”

“JP: Pode ter vinte e cinco? Pode ter mais né?”

“NP: E que as mulheres hoje não querem mais ser negras, né? E como a tradição é botar mulheres descendentes, então a dificuldade de arrumar mais mulheres, elas agora é *mega hair*, é lente de contato, né? Quer dizer não quer assumir sua negritude pra tá aqui. Porque se botar pessoas muito mais clara, foge do eixo.

“JP: Da tradição, claro, com certeza!”<sup>38</sup>

A cor acaba sendo dessa maneira o sinal diacrítico necessário para garantir a ligação com a ancestralidade africana, pois se mostra como requisito básico, para depois serem julgados os demais, tanto que é comum ouvir depoimentos diferentes com relação à idade mínima de ingresso. Acaba por se tornar uma barreira étnica como propõe Barth (2000) entre

<sup>38</sup> Entrevista concedida ao programa televisivo *Aprovados* da TV Bahia, filial da Rede Globo na Bahia exibido em 11/09/2010.

elas e os outros - juntamente com a questão do gênero que não deve ser posta de lado - que não pode ser transposta já que se arrisca a desconfigurar a essencialidade e autenticidade da tradição. Ou como coloca Pinho (2004) as identidades negras essencialistas estão sempre muito focadas em dois eixos; o ideal de “raça negra” que tem no fenótipo (em especial a cor e a textura do cabelo) como elemento fundamental de identificação e o mito da Mama África como elo identificador de uma origem única.

A primeira sede fixa da Irmandade foi doada pelo pároco da Capela d’Ajuda, Padre Fernando na década de 1970, uma pequena casa contígua à capela existente até os dias de hoje. Antes disso eram usadas duas casas para guardar os pertences e realizar a festa a Casa Estrela e o domicílio de D. Zuleika Machado, ambas na antiga Rua da Matriz, atual Rua Ana Néri.

A Casa Estrela é até hoje cultuada pelas irmãs como ponto de referência de culto e devoção e também pela importância que a mesma representou no início da acomodação dessas mulheres na localidade, pois a mesma servia de ligação comercial com a África vendendo produtos africanos trazidos por parente da proprietária da casa Júlia Gomes<sup>39</sup>.

Foi um ponto estratégico para as relações religiosas e políticas dessas mulheres, pois foi através de seus próprios ganhos pela comercialização dos produtos africanos e outros produtos alimentícios feitos ali mesmo por elas, ou pelo trabalho urbano que algumas já exerciam fora dali, ao que tudo indica, que o projeto de alforria e compra de outros bens para a Irmandade se tornasse possível (IPAC, 2010). Fato que fortaleceu os laços entre os membros numa solidariedade forjada na luta pela liberdade e também por melhores condições de sobrevivência numa sociedade escravagista.

Embora usassem essas casas como ponto de apoio elas não tinham nada fixo o que dificultava os ofícios da Irmandade que acabava por depender constantemente de empréstimos de espaço e mesmo pagamento de aluguel para a realização das festas, elevando os custos ainda mais.

No final da década de 1980 houve por parte da Igreja Católica a intenção de controle das irmandades de forma geral como forma de reaver o poder perdido ao longo do tempo. Com isso as mulheres da irmandade sentiram-se ameaçadas diante da interferência que tentava instituir novo estatuto que as subordinava e tolhia a independência já alcançada (IPAC, 2010).

---

<sup>39</sup> Provavelmente a primeira Juíza Perpétua da Irmandade da Boa Morte, considerada a fundadora da mesma. (IPHAN, 2010)

Na tentativa de fugir a essa imposição recorreram às suas relações e com isso receberam na década de 1990 três edifícios todos situados entre a Rua 13 de maio e o Largo d’Ajuda (um deles foi doado por um grupo norte americano, outro pela advogada Celina Salla e o terceiro pelo Prefeito Salustiano de Araújo) constituindo assim o atual complexo da Sede da Irmandade da Boa Morte como o conhecemos. De um cenário em que elas precisavam muitas vezes alugar casas ou espaços para a festa já que não possuíam local fixo, atualmente podemos perceber a transformação, ao menos em nível de estrutura física.



**Foto 12:** Taís M P Batista, 2014 **Foto 13:** Tradições Brasil, 2011 **Foto 14:** s/autor, UFRB, 2012

A foto da esquerda mostra a Casa Estrela, primeira sede da irmandade localizada na atual Rua Ana Nery, ocupada por Júlia Gomes, provavelmente a primeira Juíza Perpétua da Irmandade (IPAC 2010). A foto no centro mostra o complexo da Capela d’Ajuda, à esquerda o anexo com porta e janela verde foi o aposento cedido pelo Padre Fernando, até hoje utilizado pelas irmãs. E finalmente à direita os três prédios doados à irmandade; o amarelo contíguo ao edifício rosa de esquina ambos localizados à Rua 13 de Maio e o vermelho acima, localizado no Largo d’Ajuda.

Walmir Pereira conta a história da doação do prédio que é o de cor rosa com portas azuis da foto acima à direita como resultado de uma aproximação com grupos afrodescendentes estadunidenses:

“Depois de uma visita delas em 1988 a Atlanta nos Estados Unidos levado por Sr. Antônio Moraes, funcionário da Bahiatursa e um amigo nosso norte americano Jimmy Lee para ir ao memorial de Martin Luther King né. Lá elas apresentaram samba, culinária, seu processo religioso de resistência e aí então, os afro americanos, norte americanos puderam sentir as suas raízes, a sua história.

E aí acompanharam elas até Cachoeira, uma parte e comprou um prédio embaixo que é nosso primeiro prédio que é onde está funcionando provisório o memorial.” (A TARDE, 2012)<sup>40</sup>

A disputa com a Igreja católica culminando em processo judiciário ganho pelas irmãs e o apoio recebido através das outras doações sugerem os primeiros indícios da elevação da auto estima, do reconhecimento de suas tradições, mas é através desse contato com os afro

<sup>40</sup> Entrevista concedida à A Tarde TV Vídeos por Walmir Pereira em 2012,



americanos e do movimento turístico alinhavado neste período que elas passam a se ver importantes no quadro social.

E mais ainda, não somente o contato inicial e a continuidade do mesmo, mas os desdobramentos que proporcionou em nível mais geral, como o interesse das políticas públicas em desenvolver mais adequadamente este convênio transformando a festividade em ícone cultural dá espaço para o uso do turismo como lugar de representação, que acaba por se mostrar uma forma de alcançar prestígio e elevação da auto estima.

“Eu mesmo me sinto orgulhosa de ser Irmã da Boa Morte. Eu sendo Irmã da Boa Morte já fui para o Rio de Janeiro no Hotel Othon Palace fazer uma palestra com o povo da Fundação Palmares, fui pra São Paulo fazer também uma palestra no São Paulo, daí eu fui para os Estados Unidos, fui pra França, pra Geórgia recebida pela família de Martin Luther King, daí eu fui pra Geórgia, pra Nova York, fui à Miami e tô aqui falando com vocês. (IRMÃ ANÁLIA LEITE)<sup>41</sup>

Na fala da irmã percebe-se que essas viagens e prospecções em outros eventos voltados para a projeção e fortalecimento da cultura negra estão vinculados com a visibilidade que vem angariando o movimento negro. Para Sansone (2003) viajar ao exterior salientando seus atributos étnicos é uma forma de adquirir *status*.

Mais recentemente é possível verificar outros meios pelos quais o turismo serve de arena dessas representações também em nível político. Mais precisamente o turismo de negócios/acadêmico que proporcionou o desenvolvimento da área de eventos vem ampliando fortemente o espaço para exposição e debates de temas diversos. Em Cachoeira dois deles ocorreram durante o ano de 2014 que evidenciam o fato.

Desconsiderando os eventos especificamente montados para a reunião de representantes públicos e civis, tais como fóruns, seminários e encontros, já que são pontuais e sem calendário turístico, falemos de dois momentos específicos: O Simpósio Identidades Culturais e Religiosidade que teve sua oitava versão no ano em questão e ocorreu entre o período de festividades da Irmandade da Boa Morte na cidade de Cachoeira e a Flica (Festa Literária de Cachoeira) em sua quarta versão no mesmo ano.

Em se tratando do primeiro evento que tem como organizadores a Fundação Hansen Bahia e o Centro de Artes, Humanidades e Letras da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, sua ocorrência se deu nas proximidades da Festa da Boa Morte e segundo seus organizadores em material distribuído aos inscritos:

“Não foi por acaso, a escolha do período da grande Festa da Boa Morte para a implantação deste evento na cidade de Cachoeira. A condição em seu contexto

<sup>41</sup> Entrevista concedida a Eduardo Gomes em seu documentário Viver (boa ) Morte, 2013

absolutamente original da irmandade de mulheres negras e sua complexa relação entre religiosidade e pertencimento, instauram uma atmosfera mais que perfeita para práticas reflexivas que tangencie abordagens críticas e reveladoras de novos sentidos sobre temas culturais.” (HANSEN BAHIA, 2014)

Essa versão do evento teve como recorte a cultura africana e suas religiosidades e com três dias de eventos um se torna mais emblemático, o último dia (08/08/14) foi realizado um diálogo entre uma representante do IPHAN (Dra. Maria Paula Adnolfi) com representantes das comunidades afrodescendentes locais e regionais como Ebomi Nice da Casa Branca de Salvador<sup>42</sup> e o Ogan Buda de Babosa do terreiro Roça do Ventura de Cachoeira.

A fala de Obomi Nice estava fundada na questão da intolerância religiosa no racismo e na ausência de respeito, imperante na sociedade brasileira. Deu um depoimento que falava sobre o projeto de lei do Vereador Marcell Moraes (PV) de Salvador que prevê a proibição de sacrifícios animais em rituais religiosos.

Embora a polêmica seja muito interessante o foco aqui é demonstrar como através do segmento turístico os representantes de grupos minoritários aproveitam a possibilidade de exposição para debater e expor seus interesses, além de inflamar certo sentido coletivo a um público diferenciado e ampliado pelo advento do turismo. Vejamos uma parte de seu discurso:

“Então a minha briga é essa, respeitar o candomblé, respeitar o povo de candomblé. Nós não mexemos com ninguém, nós não vamos na porta de ninguém, aplaudir ninguém, puxar ninguém, não vamos não de jeito nenhum. Então a coisa que eu acho é por aí, nós temos que lutar sim contra o racismo, que no Brasil impera o racismo, impera sim. E isso não pode acontecer, não pode voltar aos passados de jeito nenhum. Se nós não tivermos força para lutar, quem vai lutar por nós? Então ao povo do candomblé: há de se unir, se dar as mãos e ir à luta. Essa é a luta que nós pedimos, não queremos mais nada. (EBOMI NICE – Casa Branca de Salvador, 08/08/2014)<sup>43</sup>



Foto 15 – Fonte: Taís M P Batista, 2014



Foto 16 – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

<sup>42</sup> Também Irmã da Boa Morte

<sup>43</sup> Material colhido em campo, filmagem de trechos do VIII Simpósio : Identidades Culturais e Religiosidade.

O segundo momento foi a palestra de Mãe Stella de Oxóssi na Flica 2014 ocorrida no dia 1º Novembro de 2014. Mãe Stella foi homenageada da Flica este ano, Ialorixá do Ilê Axé Opô Afonjá de Salvador desde 1976 (Campos, 2003) a líder religiosa é também escritora e membro da Academia Baiana de Letras. Sua biografia está fundada para além de seu papel como líder religiosa no esforço em transformar a maneira como os ensinamentos sobre o candomblé são transmitidos. Autora de quase uma dezena de livros ela se dedicou a imprimir neles ensinamentos sobre a religião em questão que sempre teve na oralidade sua fonte de memória.

O registro para ela é fundamental para a valorização da religião e afirma “Se a gente não fala ninguém sabe quem nós somos. O que a gente não registra, o vento leva.” (Mãe Stella de Oxóssi, 2014)<sup>44</sup>. Neste mesmo evento obras da autora e de biógrafos dela estavam disponíveis para venda na livraria montada exclusivamente para a Flica.



Foto 17 – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



Foto 18 - Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Na foto à esquerda Jaime Sodré mediador e a Palestrante Mãe Stella de Oxóssi. Queremos pontuar que na foto à direita tentamos demonstrar o quanto a palestra estava lotada neste dia, ela como homenageada gerou grande demanda de participantes o que demonstra por sua vez um aumento do interesse nas discussões acerca da cultura afro brasileira.

Esse dois momentos demonstram a utilização do espaço turístico e de seu arsenal de marketing para a promoção e produção de eventos que permitam uma projeção de ideias e ideais. Torna-se então um canal de comunicação político e social de grupos que mantidos na marginalidade social por muito tempo encontram nos diversos segmentos que o turismo abarca formas distintas também de expressão e projeção.

<sup>44</sup> Entrevista da líder religiosa concedida ao Jornal Virtual Nordeste Agora em 23/10/2014.

O que se tem de concreto é que o movimento negro lançou mão de várias estratégias, muitas vezes combinadas entre si no sentido de fortalecer o processo de valorização da cultura afro-brasileira e o turismo entra no cenário como mais uma delas, mas com um diferencial ele é capaz de fomentar e colocar em movimento várias dessas estratégias concomitantemente, projetar as ações de forma mais extensiva e global e proporcionar uma possibilidade de ganho, já que movimenta uma miríade de agentes em todos os setores da economia, sendo que a exposição e o interesse popular acabam também contribuindo para a elevação da auto estima.

Ou como diria Dantas (1988) não é tanto sobre a pureza que devemos nos apoiar quando procuramos dar sentido aos novos contornos da etnicidade, mas na perspectiva de que a cultura não é uma bagagem a ser transportada como um todo é algo dinâmico onde os traços culturais considerados evidências de ancestralidades podem e são revestidos de novos significados e passíveis de utilização para diversos fins e propósitos.

A entrega realizada pelo governo estadual do Centro Cultural Irmandade da Boa Morte em 2014 também pode ser percebida como uma vitória neste sentido, pois em função das dificuldades já mencionadas pela ausência de sede as doações dos atuais edifícios também se tornaram um problema para essas mulheres já que o custeio com a conservação e até mesmo a locomoção interna era um problema.

“Nós temos pessoas especiais que continuam aqui que não tem condições de subir escada! Precisa ser carregado na cadeira! E hoje estamos levando para o dormitório, pra o refeitório de elevador!! Estou muito feliz, eu não, a Irmandade está feliz por isso! (IRMÃ EDITE MARQUES)<sup>45</sup>

A inauguração desse complexo também trouxe melhorias outras. O memorial conta agora com a exposição das indumentárias das irmãs, um *display* para a venda de alguns objetos, tais como camisetas e livros da Irmandade, como podemos ver nas fotos a seguir. Dessa forma a Irmandade passa a possuir um espaço físico de exposição de seus principais símbolos, sem depender apenas dos momentos festivos, com taxa de entrada que pode significar uma melhora nas condições de preservação do espaço e também da comoditização de outros produtos.

Durante a Festa d’Ajuda em novembro de 2014, voltamos ao espaço para conversar com a monitora do Memorial que estava em processo de implantação de um novo espaço de consumo. Ela como artesã de joias e adereços afro estava confeccionando peças para ajudar na arrecadação de verba para a Irmandade e assim também incrementar sua própria renda. Se

---

<sup>45</sup> Entrevista concedida ao Jornal SECOM Bahia em 15/08/2014

dizia muito feliz com a iniciativa, pois a mesma proporcionava uma exposição de suas obras ao mesmo tempo em que possibilitava uma colaboração pessoal à Irmandade, já que parte das vendas seriam destinadas à mesma. Na sequência as fotos que mostram a monitora e também o cartaz da taxa de entrada para o Centro Cultural da Irmandade.



**Foto 19** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 20** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 21** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 22** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 23** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 24** - Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 25** - Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 26** - Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Todo esse processo que se inicia com as primeiras doações, as obras de restauro já mencionadas promovidas pelos órgãos públicos, o interesse turístico, a projeção dessas mulheres como portadoras de conhecimento mediante a participação em eventos externos vão dando contornos de importância, valorização, poder e *status* como podemos ver na fala de uma das irmãs quando relembra o episódio da disputa delas com a igreja católica: “A Irmandade foi para Salvador e ganhou a causa e hoje ela tem sua hierarquia, sua estabilidade, seu carinho e seu poder. (Anália Leite)<sup>46</sup>

Por outro lado o processo de museificação também é visto de forma positiva pelo grupo, tanto pelos motivos já elencados, mas também porque esse processo na Irmandade da Boa Morte é único e peculiar, possui características que nenhuma outra manifestação possui:

“A Irmandade da Boa Morte é uma coisa diferenciada dos grandes museus do mundo, porque você mostra uma múmia, você mostra um achado arqueológico, você mostra uma joia, você mostra uma grande coisa que aconteceu. A Boa Morte não, você mostra o patrimônio vivo contando uma história, dizendo olha aí ó. Essa fala, esse meu patrimônio fala, esse meu patrimônio vive, na veia desse meu patrimônio corre sangue. (Valmir Pereira)<sup>47</sup>

Aqui percebe-se uma associação profunda entre o desejo de enaltecer os valores culturais da ancestralidade africana contida nesta expressividade da festividade da Boa Morte com o uso do turismo como ferramenta, já que os museus normalmente são visitados por viajantes, ou seja, percebe na museificação uma homenagem, uma valorização, mas também considera a festividade um museu vivo que possui as implicações já mencionadas do receio da mudança (URRY, 1996) que também está fortalecido no discurso da ancestralidade em prol da integridade da cultura negra como garantia de valor social (GILROY, 2001).

“Depois da missa de Nossa Senhora da Glória, que é pela manhã, aí as irmãs dançam a valsa, uma filarmônica toca ou as duas que são convidadas e as irmãs dançam, irmã com irmã. Tem a valsa, a saudação para os orixás, tudo a filarmônica toca, né? Tem a saudação para os caboclos, aí se dança também, tudo igual as irmãs faziam há quase três séculos. E depois daí tem o almoço a feijoada, que é servido ao povo, as irmãs também comem e se der pra todo mundo, até a comida acabar. Depois daí tem o samba, aí já troca aquela roupa preta, põe uma roupa estampada e vai sambar. No outro dia é o dia do cozido, dia do cozido. O cozido a mesma coisa, como as outras faziam, as nossas ancestrais.” (IRMÃ DAGMA BONFIM, 2011)<sup>48</sup>

<sup>46</sup> Entrevista concedida a Eduardo Gomes em seu documentário Viver (boa) Morte, 2013)

<sup>47</sup> Entrevista contida em vídeo de divulgação da Festa da Boa Morte Tradições Brasil, Ministério de Turismo, 2011

<sup>48</sup> Entrevista contida em vídeo de divulgação da Festa da Boa Morte Tradições Brasil, Ministério de Turismo, 2011, grifo nosso.

Dessa forma o processo de cristalização de determinada manifestação se dá não somente pelas pressões advindas da turistificação promovida pelas políticas públicas, mas se dá na consonância entre elas e o discurso da autenticidade negra, africana que precisa dessa cristalização na mesma medida. Mesmo contendo transformações dentro do conjunto ritualístico, que não nos cabe aqui analisar, os discursos são sempre muito voltados para a questão da encenação daquilo tal e qual existia, é importante na fala dessas irmãs o compromisso com a autenticidade dos rituais desde os seus primórdios.

### **3.1.1 Os Limites da Auto Estima**

Vimos até aqui como o turismo pode ser visto como instrumento de visibilidade e auto estima, e buscam-se esses elementos ressaltando determinados sinais diacríticos que necessitam também estar profundamente ligados à autenticidade dos cultos e costumes de matriz africana. Contudo é preciso ater-se ao fato de que este grupo social não está dissociado do contexto urbano em que vive.

Neste sentido é necessário compreender mais detidamente como está configurado este espaço dentro da premissa que nenhuma localidade apresenta contornos homogêneos, possui processos históricos de disputa, negociação e muitas vezes certo grau de contradição em suas interações.

Dessa forma lançamos mão do levantamento do IBGE (2010) para primeiramente ter uma noção prévia do quadro de autodeclaração religiosa para compreendermos melhor esta situação. Sendo mulheres negras que têm no candomblé suas expressividades religiosas fez-se necessário entender como esse espaço é disputado e partilhado em situação de pluralidade de crenças e o que este quadro sugere.

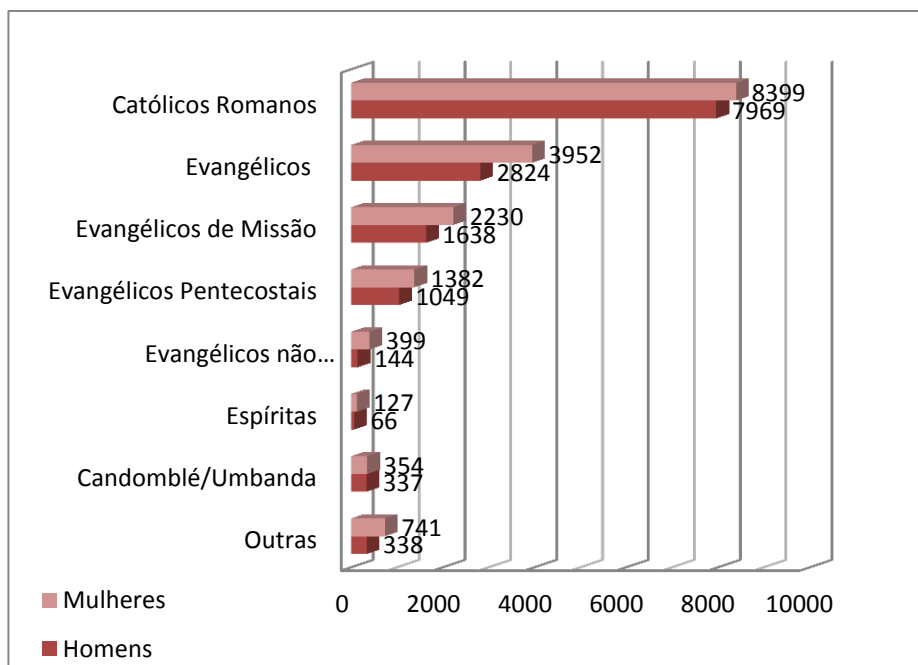
Buscamos pistas também em outras interações locais no sentido de perceber e investigar os pontos de encontros e desencontros nesta busca pela autoestima e representação que supostamente o turismo seja capaz de proporcionar, considerando primordialmente a característica heterogênea que toda sociedade possui.

Em percentuais<sup>49</sup> temos de forma aproximada conforme o gráfico abaixo 51,1% de Católicos, 42,5% de Evangélicos, 0,6% de Espíritas, 2,2% de adeptos do Candomblé e da Umbanda e 3,4% de outras crenças. Esses números sugerem algumas interpretações já que segundo o IBGE o questionamento está baseado na autodeclaração. É mesmo possível que um

---

<sup>49</sup> Considerando os dados populacionais colhidos no mesmo ano de 30.026 habitantes.

município que de acordo com os pronunciamentos e posicionamentos políticos ‘respira a ancestralidade africana’ possa ter tão poucos adeptos das religiosidades de matriz africana frente ao grande número de católicos e evangélicos autodeclarados?



**Gráfico 1** População de Cachoeira por auto declaração Religiosa (Fonte: IBGE, 2010, elaborado pela autora).

Reginaldo Prandi (2004) sugere que de fato o número de adeptos ao candomblé contabilizados pelos censos brasileiros seja minimamente o dobro, para além da acusação de uma metodologia menos precisa do IBGE, ele acredita que essa subestimação do número se dá em função do processo sócio histórico brasileiro que teve na Igreja Católica a crença dominante pelo processo de colonização e que era preciso ser católico para obter legitimidade social.

“Desde o início as religiões afro-brasileiras se fizeram sincréticas, estabelecendo paralelismos entre divindades africanas e santos católicos, adotando o calendário de festas do catolicismo, valorizando a freqüência aos ritos e sacramentos da Igreja católica. Assim aconteceu com o candomblé da Bahia, o xangô de Pernambuco, o tambor-de-mina do Maranhão, o batuque do Rio Grande do Sul e outras denominações, todas elas arroladas pelo censo do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) sob o nome único e mais conhecido: candomblé. Até recentemente, essas religiões eram proibidas e, por isso, duramente perseguidas por órgãos oficiais. Continuam a sofrer agressões, hoje menos da polícia e mais de seus rivais pentecostais, e seguem sob forte preconceito, o mesmo preconceito que se volta contra os negros, independentemente de religião. Por tudo isso, é muito comum, mesmo atualmente, quando a liberdade de escolha religiosa já faz parte da vida brasileira, muitos seguidores das religiões afro-brasileiras ainda se declaram católicos, embora sempre haja uma boa parte que declara seguir a religião afro-brasileira que de fato professa.” (PRANDI, 2004, p. 225)



Outra interpretação a se propor é o número de migrações de adeptos do candomblé em direção às religiões evangélicas que tiveram um crescimento significativo no Brasil a partir da década de 1990 de acordo com os censos elaborados a partir de 2000 (Proença, 2011). Essa migração é uma realidade em Cachoeira uma vez que a mesma conta atualmente com 42,5% de adeptos dessas crenças e causa em alguns moradores situações de ambiguidade.

Segundo Oro (2005/2006) grande parte do sucesso das igrejas neopentecostais (embora esteja se referindo à Igreja Universal do Reino de Deus) é que elas não negam as entidades religiosas afro brasileiras, na verdade a reconhecem, mas as ressignificam de acordo com seu próprio código, afirmando que o pastor tem poder sobre tais entidades que agora passam a figurar como entidades maléficas.

“Tratado durante muito tempo com discrição e segredo, o culto dos exus e pombagiras, identificados erroneamente como figuras diabólicas, veio recentemente a ocupar na umbanda lugar aberto e de realce (Prandi, 1996, cap. 4 e 2001). Era tudo de que precisava um certo pentecostalismo: agora o diabo estava ali bem à mão, nos terreiros adversários, visível e palpável, pronto para ser humilhado e vencido. O neopentecostalismo leva ao pé da letra a idéia de que o diabo está entre nós, incitando seus seguidores a divisá-lo nos transe rituais dos terreiros de candomblé e umbanda. Pastores da Igreja Universal do Reino de Deus, em cerimônias fartamente veiculadas pela televisão, submetem desertores da umbanda e do candomblé, em estado de transe, a rituais de exorcismo, que têm por fim humilhar e escorraçar as entidades espirituais afro-brasileiras incorporadas, que eles consideram manifestações do demônio.” (MARIANO, 1999 apud PRANDI, 2004 p. 229)

Um dos momentos da Festa da Boa Morte consiste no dia da Esmola Geral, é uma tradição constante do estatuto da Irmandade e deve ocorrer todos os anos duas semanas antes do início da festa. Este momento foi observado e acompanhado para melhor noção de como a população participa deste momento ritualístico, já que não há movimento turístico neste momento específico.

Esse ritual funciona como exercício de humildade que tem por objetivo solicitar junto à população local ajuda financeira para os festejos. Durante o período de observação optou-se pelo acompanhamento de um dos grupos composto por duas das irmãs para melhor compreensão da experiência das mesmas e suas interações com a sociedade cachoeirana.

O que se pode observar é que de forma geral a população participa pouco e contribui de maneira escassa, os transeuntes abordados ao logo da experiência em essência se comportavam da seguinte maneira: doavam moedas, diziam que em outro momento contribuiriam que já haviam contribuído com outras irmãs ou simplesmente se negavam. Os estabelecimentos comerciais contribuía com valores mais expressivos, embora muitas vezes não tenha sido possível verificar valores.

Porém o mais interessante foi a observação de uma atitude nem sempre muito sutil de hostilidade. Segundo relato das irmãs isso se deve ao aumento de pessoas de cultos cristãos protestantes. Em muitos estabelecimentos elas evitaram entrar dizendo que “lá é de crente, nem adianta ir.”<sup>50</sup> Querendo dizer que nestes estabelecimentos elas não conseguem contribuições.

Dessa forma podemos entender o comportamento daqueles que procuravam se esquivar e mesmo dos locais que as irmãs procuravam evitar com a ideia de que essas mulheres mães de santo são a personificação do mal no imaginário construído pela ação de novas percepções religiosas no espaço urbano de Cachoeira.



**Foto 27** – Fonte: Taís M. P. Batista, 2014



**Foto 28** - Fonte: Eduardo Gomes, 2010

A hostilidade por parte daqueles pertencentes aos cultos protestantes, mas também a pouca participação popular nas contribuições sugere que essa irmandade ainda passa por dificuldades, ou seja, apesar dos discursos globais e também da própria posição das políticas públicas baianas em enaltecer o processo de miscigenação e sincretismo típico da população brasileira não resulta necessariamente na aceitação e valorização da cultura de matriz africana. Embora o confronto possa não ser percebido como algo físico e ostensivo, o conflito é tácito: “Eles vivem lá e nós aqui, eles não são ousados como lá em Salvador que invadem terreiros, eles sabem que se fizerem isso aqui o povo vai se rebelar” (Informação verbal José Antônio Ferreira, 2014)<sup>51</sup>

Podemos suspeitar então que o número diminuto de autodeclarados pertencentes ao candomblé esteja justamente nas questões que o sincretismo tão almejado e divulgado dá conta de invisibilizar, de que o candomblé não é assim tão aceito e bem visto socialmente quanto o discurso da tolerância religiosa e da aceitação da diversidade cultural insiste em

<sup>50</sup> Por questões éticas, opta-se aqui por não divulgar os nomes das irmãs que foram acompanhadas (nota da autora)

<sup>51</sup> Importante frisar que José Antônio Ferreira fez santo com a Irmã da Boa Morte já falecida Anália Leite.

afirmar e reforçar de que ele é naturalizado principalmente na Bahia, assim como na fala do repórter no documentário encomendado pelo Ministério do Turismo: “A Festa da Boa Morte também enterra preconceitos, desigualdades e intolerância.” (TRADIÇÕES BRASIL, 2011).

Em outro momento em entrevista com Jordânia Souza Freitas esta associação com o candomblé demonstra que mesmo sendo Cachoeira divulgada como o berço desta religião ela relata experienciar situações de preconceito com relação ao seu cabelo, suas vestimentas e a prática de beber em público mesmo que socialmente, este preconceito por ser ela mulher de santo acaba sendo mais acentuado do que se ela não participasse do candomblé. Conta que fez santo ainda muito nova e que é a sucessora natural de sua mãe no terreiro, o que para ela a deixa ainda mais em evidência para comentários e atitudes de preconceito, principalmente por aqueles que não conhecem ou entendem a cultura negra.

Ela fez questão de marcar um dia específico para tirar uma foto, pois gostaria de estar vestida adequadamente. Ela tem orgulho de sua negritude e gosta de ostentá-la, mas admite que o corpo negro feminino ainda sofre muitos preconceitos aos olhos da população local e dos visitantes, e que alguns hábitos da cultura negra como a dança, penteados e vestimentas estão incutidos na mente principalmente dos homens em geral como facilitadores de condutas sexuais.

Vemos aí uma relação ambígua entre o orgulho de ser quem é, mas que não é valorizado como ela acredita que deveria ser, neste sentido é que essa autoestima através da estética possa ser como Pinho (2004) propõe paliativa, limitada e paradoxal, pois colabora no sentido de criar uma forma positiva de se olhar, mas que por outro lado cria ou reforça estereótipos, pois apesar das muitas lutas travadas e ganhas na afirmação da negritude através da política do corpo os valores eurocêntricos ainda são rigidamente arraigados no Brasil.

Através da promoção do que chamam de produtos étnicos em diversas mídias é possível encontrar facilmente anúncios que demonstram o que o senso comum passa a entender como conceito de étnico; cabelereiros étnicos dedicados a cabelos crespos e ondulados, portanto lisos não são étnicos, sapatos e roupas étnicos (possuem estampas de animais das savanas africanas, desenhos indígenas), artesanato indígena, roupas, ponchos, etc.

A questão, muito bem colocada por Fenton (2003) é que comunidade étnica e grupo étnico acabam se tornando sinônimos de minorias ou de marginalizados que se espera que sejam assimilados, desapareçam ou que sobrevivam como exóticos ou problemáticos diante do restante da sociedade. Ou seja, eles não são na totalidade vistos como um grupo social pertencente à normalidade e no caso do turismo tenderá para a questão do exotismo, já que são comunidades portadoras de culturas ancestrais que devem ser cristalizadas para servirem

de museu, assegurando assim um patrimônio imaterial para toda a humanidade e obviamente produtos comercializados.

Sem intenção de afirmar que as ações das irmãs em perpetuar a tradição não possa ser considerada um ato de resistência e luta pelo reconhecimento, é difícil imaginar como uma festa pontual possa dar conta de problemas sociais tão arraigados quanto o preconceito, a desigualdade e a intolerância e por vezes questões de disputas econômicas como veremos a seguir.

Em 2013 ocorreu o quarto incêndio nas cercanias do Terreiro Zo Ogado Male Bogun Seja Hunde, mais conhecido como Roça do Ventura em Cachoeira, segundo relatos locais e também postagens na internet esses incêndios são vistos como criminosos pelo povo de santo. O Ogã Anderson Marques (Buda) esteve no VIII Simpósio Identidades Culturais e Religiosidade ocorrido na semana da Festa da Boa Morte de 2014 para debater junto a outros líderes religiosos de matriz africana a urgência da aprovação do processo de tombamento pelo IPHAN para salvaguardar o templo sagrado do que eles consideram investidas criminosas:

“Localizada dentro de uma propriedade particular, a Roça do Ventura está em processo de tombamento pelo Iphan desde 2008. Em 2011, o dono da fazenda, um empresário local, foi processado por ofensa à liberdade religiosa e destruição de patrimônio histórico ao ordenar o desmatamento da área para a construção de condomínio-clubes com 110 casas. Ele teria se negado a paralisar a obra, mesmo após o embargo da justiça.

Para os Ministérios Públicos Federal e Estadual que movem uma ação civil conjunta houve violação da dignidade da pessoa humana e ao patrimônio religioso, material e imaterial. O local é considerado sagrado por ser o primeiro templo do candomblé da nação “Jêje Mahin”, fundado em 1858.”<sup>52</sup>

Esse processo de tombamento foi homologado em 04 de Dezembro de 2014, sendo o Roça do Ventura hoje um Patrimônio Cultural do Brasil reconhecido pelo IPHAN<sup>53</sup>, bem como dez terreiros de candomblé de Cachoeira e São Félix serão também registrados como Patrimônio Cultural Imaterial do Estado da Bahia, aguardando homologação, mas já aprovado pelo Governo do Estado. Então temos sempre uma situação contraditória em que as políticas públicas culturais e turísticas constantemente veiculadas perpassam a noção de profunda valorização da cultura negra local, mas que não dão conta dos conflitos internos já social e historicamente estabelecidos (RAMOS, 2010).

### 3.1.2 O sincretismo

<sup>52</sup> Conteúdo postado em página do Facebook [Fundere Ni Oya Jokolosy](#) em 10 de Janeiro de 2013.

<sup>53</sup> <http://iphanba.blogspot.com.br/2014/12/aprovado-tombamento-de-terreiro-roca-do.html>

No material de divulgação do Calendário de Festas Populares da Bahia. Tradição, Sincretismo e Alegria de 2014, produzido pela Setur Bahia, podemos perceber que a força da cultura baiana está profundamente associada ao sincretismo:

“Um calendário assim só podia ser na Bahia, Venha para essa terra que é conhecida por seu encanto e magia. Aqui, o sagrado se une ao profano, fazendo com que as comemorações em homenagem aos santos católicos e orixás do candomblé se misturem, transformando-se em belíssimas festas de largo, com enorme participação popular.” (SETUR, BA, 2014)

Embora no mundo acadêmico este conceito esteja perdendo sua força analítica, ele ainda compõe o imaginário social, por isso faz-se necessário compreender em que medida ele ainda parece ser fundamental para os discursos dos órgãos de turismo, mas também da percepção dos moradores locais.

“**sincretismo** sin.cre.tis.mo *sm* (*gr* *sygkretismós*) **1 Filos** Sistema que combinava os princípios de diversos sistemas. **2 Amálgama** de concepções heterogêneas; ecletismo. **3Gram** Fenômeno de uma forma linguística ou de uma desinência acumular várias funções. **4 Sociol** Fusão de dois ou mais elementos culturais antagônicos num só elemento, continuando, porém, perceptíveis alguns sinais de suas origens diversas”. (MICHAELIS, 2014)<sup>54</sup>

Partindo desta conceituação básica é importante salientar que o termo sincretismo vem ao logo de muitos anos sendo debatido sob prismas e pontos de vistas divergentes. Há no campo de estudos sociais defensores e opositores do conceito, mas de forma geral ele é considerado um termo ultrapassado por sua constante relação com o processo de dominação colonial (FERRETI, 2014)

Até a década de 1950 ele foi profundamente associado às teorias de aculturação, essas teorias na década seguinte foram vistas como míopes em relação aos discursos de dominação e colonialismo. Entre as décadas de 1970 e 1980 o sincretismo passa a ser visto de forma negativa principalmente por líderes religiosos afros baianos, que estavam neste momento construindo e se relacionando com a valorização da pureza africana, dessa forma rejeitando o conceito de sincretismo (FERRETI, 2014).

O que se tem de concreto é que o conceito vem sendo debatido em larga escala, sem uma definição acabada ou totalmente aceita, porém ele ainda é largamente utilizado principalmente na esfera em que nos debruçamos neste momento. Dentro das formatações dos materiais publicitários e mercadológicos dos órgãos turísticos baianos ele está presente praticamente o tempo todo, e em especial quando o alvo de divulgação reside na Festa da Boa Morte.

---

<sup>54</sup> Grifo nosso

Sendo assim, concordamos com Mary (1999)<sup>55</sup> que sincretismo não deve ser visto como uma categoria analítica e refletir sobre sua lógica não é tanto o que importa ou como coloca Fry (1984)<sup>56</sup>, que o debate sobre o sincretismo no que tange ao Brasil está mais relacionado à tentativa de compreensão a respeito do negro e sua cultura frente à cultura brasileira como um todo dentro de um quadro de tensão que por um lado enfatiza a homogeneidade nacional e outro que enfatiza as especificidades de uma cultura plural, o que por sua vez suscita percepções contraditórias.

No quadro nacional brasileiro e mais especificamente baiano o sincretismo assumiu uma carga ideológica, um significado simbólico que está intimamente ligado ao processo de miscigenação e da tentativa de legitimar o discurso da democracia racial que defende uma mistura mágica e harmônica entre as três raças (branca, negra e indígena), mas também da aceitação plena da liberdade religiosa. Esse mito acaba por se tornar aceito e reproduzido nas relações sociais cotidianas através de discursos populares que visam valorizar uma sociedade mais igualitária e menos discriminatória (SANSONE, 2003).

Dessa forma a bandeira do sincretismo acaba por moldar a forma como as pessoas imaginam a vivência religiosa dos grupos sociais. Se um dia ele pode ter sido considerado uma estratégia de sobrevivência e mobilidade social, hoje ele serve de discurso conciliador que acaba por invisibilizar conflitos sociais no interior das sociedades, gerando uma comunidade imaginada dentro de um contexto social de aceitação e harmonia entre diversas crenças. No caso de Cachoeira o discurso do sincretismo parte para a ação em relação ao turismo como podemos ver na imagem abaixo:



**Foto 30** – Fonte: Tafs M P Batista, 2014.

---

<sup>55</sup> apud Ferreti 2014

<sup>56</sup> Idem

Esta foi uma apresentação do Grupo Musical Gege Nagô com performance de dança de matriz africana na Abertura da Flica de 2014. O que torna este fato mais inusitado é que o palco de apresentação foi montado no altar da Igreja de Nossa Senhora do Carmo, que através do Complexo do Carmo (antigo convento, atualmente igreja e hotel) sedia o evento desde sua primeira edição.

Essa imagem representa o ápice em termos de aceitação e harmonia entre o catolicismo e o candomblé de Cachoeira, pelo menos ao olhar do turista que fica encantado com tamanha aliança, uma apresentação de matriz africana no espaço mais sagrado de uma igreja católica. Mas e a população local apresenta de fato esta comunhão, ou são estratégias vinculadas como já anteriormente ressaltadas de promoção do turismo junto à agência de parcelas da população em busca de mobilidade e reconhecimento social?

De forma geral a população é bastante dividida com relação à questão do sincretismo, mas a visibilidade do conceito tão em voga faz com que esses preconceitos fiquem escondidos. Frases ditas durante a festa como “A junção da crença africana com a do cristão me emociona.” Ou “Eu acho que o mais bonito da festa é a conciliação do religioso.”<sup>57</sup> São rebatidas com a própria posição das Irmãs da Boa Morte afirmando que esta é uma festa essencialmente católica:

“O povo interpreta muito, mistura muito achando realmente que aqui na Irmandade tem parte religiosa e tem parte do culto afro, não tem, não temos aqui. Aqui é só a coisinha católica.” (IRMÃ ZELITA)

“Ah! Porque aqui Nossa Senhora da Boa Morte é Nanã, humm. Nossa Senhora da Glória é Oxum. Então eu dou outro gemido, humm, eheh. Não pode misturar, não precisa, não precisa mais.” (IRMÃ DAGMA)

“Quando eu saio daqui, né? Eu já sou outra coisa, ahah. Mas aqui eu sou filha de Maria! (IRMÃ ZELITA)<sup>58</sup>

Percebe-se que na fala dessas mulheres não há motivo para as pessoas pensarem que haja esse sincretismo da maneira como ele é visto pelas pessoas, elas são as duas coisas, mas de forma separada. Ou seja, elas têm um culto específico por Maria, mas são do candomblé. Na primeira fala da irmã Zelita note-se que ela faz uma separação entre religião e culto afro, aparentemente a diferenciação é internalizada, justamente porque esse sincretismo não é a aliança perfeita que denota.

Como vimos o conceito de sincretismo é visto também por aqueles que se apoiam no projeto de reconstrução identitária pautado na pureza africana (DANTAS 1988) como uma aliança atualmente desnecessária e acabam também por tentar se dissociar da ideia de mistura,

<sup>57</sup> Frases retiradas da pesquisa de campo e observação dos eventos

<sup>58</sup> Entrevistas concedidas pelas Irmãs acima para o documentário sobre a Boa Morte Tradições Brasil idealizado pelo Ministério do Turismo, 2011)

pois essa também é vista como uma forma de imposição e hibridismo cultural que pode transparecer incoerência com o projeto de pureza e da autenticidade da cultura africana (Ferreti, 2014).

“Certamente, o sincretismo católico, que por quase um século serviu de guarida aos afro-brasileiros, não deve mais lhes ser tão confortável. Quando o próprio catolicismo está em declínio, a âncora sincrética católica pode estar pesando desfavoravelmente para os afro-brasileiros, fazendo-os naufragar.” (PRANDI, 2004)

Dessa forma o próprio sentido de sincretismo é experienciado de forma distinta entre o grupo de irmãs da Boa Morte, os turistas, populares e políticas públicas, cada qual tendo sua experiência particular dentro de um contexto único, mas que mostra a faceta complexa dessas experiências.

Para o guia turístico local José Antônio Ferreira os eventos que mais representam a Cachoeira em termos culturais são o São João e a Boa Morte, segundo ele “A Boa Morte tem um encanto que só mesmo deixando e existir para acabar” (informação verbal, 2015) atribuiu esse encanto justamente por sua peculiaridade sincrética que tanto atrai turista, mas que denota um sincretismo muito particular, muito específico e único. O mesmo disse Jordânia S. Freitas que atribui ao caráter sincrético da festa o motivo por ela atrair e promover o fascínio entre turistas. Também é o caso de Edson Filho, diretor da Pousada do Carmo que acredita que a Boa Morte é a mais simbólica das festas locais por esse mesmo motivo.

O que sugere que aqueles que estão diretamente ligados aos fluxos turísticos acabam também por construir uma percepção diferenciada e romântica acerca do sincretismo contido nas manifestações da Boa Morte, pois percebem este fator como o responsável pelo fluxo e o veem de forma positiva.



**Foto 31** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 32** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



Estas duas imagens acima vão demonstrar como a localidade passa a se relacionar com essa nova ideia de uso do espaço católico para fins outros que não os rituais litúrgicos católicos. Essas duas imagens representam uma feira de roupas dentro da mesma igreja (Igreja Nossa Senhora do Carmo) que sediou a Flica entre outubro e novembro, conforme foto anterior mostrando a apresentação de dança de matriz africana, mas que também abrigou a livraria do mesmo evento entre os dias 29 de Outubro e 02 de Novembro de 2014.

A feira de roupas ocorreu no dia 9 de novembro de 2014 abrigando vendedores ambulantes de vestuário oriundos de vários países. Segundo Mohamed Belay<sup>59</sup>, paquistanês, 27 anos (foto à direita) os principais expositores eram libaneses, chineses, peruanos e paquistaneses, e eram vendedores que costumavam comercializar suas mercadorias em vários países, o próximo destino deste grupo era a cidade de São Paulo e pagaram uma taxa para expor suas mercadorias na Igreja.

Segundo Daniel Santana<sup>60</sup> estas duas iniciativas de uso do espaço da Igreja acabou por gerar uma reação negativa por parte da Ordem dos Carmelitas, que por ora suspenderam qualquer atividade no local que não para o uso dos rituais litúrgicos católicos.

Isso nos comprova que a Igreja Católica ainda não vê com bons olhos esse multiuso do espaço o que Daniel Santana, mesmo concordando que uma feira de roupas realmente não condiz com o espaço, é contra a proibição do uso no sentido de abrigar a Flica, pois se trata de um evento cultural importante para a localidade e não vê nenhum ônus para a Igreja neste sentido, mas que de maneira geral dividiu a opinião pública local com relação aos acontecimentos.

Com isso queremos dizer que a ideia difundida de sincretismo religioso é uma insistência por parte dos mecanismos de marketing produzidos pelas propagandas turísticas produzidas pelo estado baiano, que ao mesmo tempo em que gera novas formas de apropriação do conceito, também esconde conflitos e negociações internas.

### **3.2 A Festa d’Ajuda**

Mesmo possuindo uma trajetória em vários sentidos semelhante à da irmandade feminina e possuindo aproximadamente o mesmo tempo de existência desta, a Festa d’Ajuda não conta com os mesmos elementos descritos da outra festa, mas para isso é preciso

---

<sup>59</sup> Informação verbal, dados de campo, 2014

<sup>60</sup> Informação verbal, dados de campo 2015

conhecer um pouco da história desta manifestação popular que também se declara autêntica, negra e combativa da escravidão baiana em sua narrativa.

É importante frisar que os dados coletados foram retirados do livro de Luiz Cláudio Nascimento de 1995 “A Capela D’Ajuda já deu o Sinal. Relações de Poder e Religiosidade em Cachoeira.”, pois foi o único livro publicado encontrado pela revisão bibliográfica sobre o assunto. No mais outros artigos postados na internet foram de suma importância para colaborar neste aspecto e algumas outras obras que não necessariamente tratando do tema acabaram por colaborar neste sentido.

### **3.2.1 História e Resistência**

A Capela d’Ajuda foi a primeira erigida pelos Adorno e Rodrigues entre 1650 e 1670 com invocação à Nossa Senhora do Rosário, construída em local de difícil acesso já como estratégia de defesa em cima de uma colina, no século seguinte é substituída pela Matriz Nossa Senhora do Rosário construída para abrigar maior número de fiéis e proporcionar maior acessibilidade em 1755 e a pequena capela acaba por ficar abandonada (NASCIMENTO, 1995).

Quarenta e cinco anos depois em 1801 através da ajuda de senhores de engenho do Iguape e outros comerciantes e provavelmente da população ela é restaurada e passa a abrigar a devoção a Nossa Senhora d’Ajuda. O intuito inicial era abrigar uma comunidade musical não somente para as solenidades da capela, mas também de outras igrejas. Então através do Padre Manoel Nascimento de Jesus institui-se a Corporação Musical de Nossa Senhora d’Ajuda, a princípio sem necessariamente se constituir em confraria religiosa.

Contudo, está se falando de um período histórico em que o crescimento populacional de Cachoeira estava em franco desenvolvimento e, aliado à sua formação social fundamentalmente constituída por irmandades religiosas, o que ocorria era uma profusão das mesmas. Dessa forma a capela passa a abrigar A Irmandade São Benedito com sua Banda Marcial de São Benedito composta por maioria de músicos negros considerados “amadores” e a Corporação Musical Nossa Senhora d’Ajuda composta por músicos “eruditos” brancos que tinha primazia no uso do espaço e a irmandade de negros usava o anexo lateral que por coincidência ou não também abrigou temporariamente – como já citado – a Irmandade da Boa Morte.

Neste período é importante frisar que o espaço social ocupado pela capela d’Ajuda era um marco de referência como reduto da elite local, com forte influência política, que por sua

vez rivalizava com o grupo social constituído pela Irmandade de N. S. da Conceição, segundo Nascimento (1995) elas compunham dois grupos políticos rivais que estavam em constantes disputas de poder.

Essas duas entidades externavam suas posições contrárias e competitivas principalmente na disputa pela grandiosidade das festas que realizavam, na mesma época do ano. Grande parte da animosidade e da mudança no contexto de convívio “harmonioso” entre a parte branca e a negra da Ajuda se dá justamente em função da aproximação que ocorre entre a Irmandade negra d’Ajuda e a Irmandade de N.S. da Conceição. Segundo Nascimento (1995) esta aproximação ocorre por conta do culto à Santa Cecília, considerada padroeira dos músicos negros, mas os contornos políticos rascunhados pelo autor denota que outros interesses poderia estar figurando nesta aliança. Para deixar mais gráfica a situação vejamos o quadro abaixo:



**Figura 3 – Quadro Rivalidade entre a Capela d’Ajuda e a Igreja N. S. Conceição do Monte.** Fonte: Nascimento, 1995) Elaborado pela autora, 2014.

Era comum nessa mesma época que mais irmandades ocupassem a mesma igreja, mas obviamente isso trazia consequências, já que normalmente eram segmentadas pela cor. As animosidades entre as duas se iniciam por volta de 1860, mas não são tão simples de explicar, como pudemos verificar no quadro acima. Já havia certa animosidade de cunho musical, haja vista que os músicos eram vistos de forma segregada, criando acirrada competição para desenvolver os melhores músicos.

Obviamente as animosidades não eram apenas de cunho artístico, está se falando do período abolicionista, sendo que questões ideológicas e políticas estavam fervilhando e que de uma maneira geral as irmandades todas de cunho político acabavam colocando no cenário social todas as desavenças e pontos de vista contrários nas manifestações populares e religiosas, além de já haver uma competição aparentemente comum pelo poder que ficava evidente nas realizações de suas festas, as mais vistosas e que gastavam mais nos preparativos mostravam aí sua força num processo de intimidação e competição.

Como já salientado os negros integrantes da Banda Marcial estavam estreitando laços com a Igreja Nossa Senhora da Conceição do Monte, pois abrigava a imagem de Santa Cecília que era a padroeira dos músicos (RAMOS, 2011), mas constituída também de irmandade negra. A rivalidade consistia na bipolaridade entre abolicionistas e escravistas gerando por parte da Corporação Musical (branca) atos de repressão.

A aproximação identitária e ideológica entre a Banda Marcial e a igreja “rival” causou profundo mal estar na convivência desta com a Corporação d’Ajuda que no ano de 1870 constitui a Irmandade de Nossa Senhora d’Ajuda, tornando-se uma entidade reconhecida com poderes legais. Até este momento nota-se que não houve necessidade de constituir uma irmandade, mas na medida em que a Banda Marcial passa a se fortalecer com o apoio da outra igreja, torna-se necessário uma resposta no sentido de manter o controle por parte da corporação musical branca.

Resumindo, este ato garantia a supremacia da Corporação Musical sobre todo e qualquer ato religioso ou fúnebre da Capela d’Ajuda e proibia a Euterpe Ceciliana (a banda da igreja rival) de acompanhar a Festa de São Benedito, que era motivo de disputa entre elas já que São Benedito era o santo de devoção negra, ao passar de corporação musical para irmandade com estatuto reconhecido ela ganha maior legitimidade e, portanto, autoridade diante do espaço social religioso da Capela e da festa que ali já era celebrada.

A criação da Irmandade d’Ajuda foi vista pelo grupo social da outra igreja como uma forma de controle e privatização do espaço religioso e uma forma de destituir a camada mais baixa da sociedade de seus ofícios, muito embora não proibisse que a Irmandade de São Benedito fizesse sua festa em qualquer outro templo retinha seus bens; a imagem do santo, as alfaias e os sinos, bem como não disponibilizaria a música da Nossa Senhora d’Ajuda, praticamente expulsando a Banda Marcial (o grupo negro) da Capela d’Ajuda. Neste mesmo ano em função do que seria visto como a expulsão dos músicos que buscaram abrigo na Igreja de Nossa Senhora da Conceição é fundada a Euterpe Ceciliana como resposta combativa.

Embora a Irmandade de São Benedito tenha se omitido a então Euterpe recém-criada parte para o confronto através de uma representação junto a Provedoria Municipal de Cachoeira acusando a Irmandade d’Ajuda de exclusivismo e de impedimento de direitos, sem autonomia para decidir o município envia para a Provedoria da Bahia em 1871. O processo é arquivado em 1875 e a Irmandade de São Benedito ficaria por mais de duas décadas tentando ser transferida para a Igreja Nossa Senhora da Conceição do Monte, sede da Euterpe Ceciliana, realizando apenas missa simples ao seu padroeiro no último domingo de cada novembro.

Em 1915 Dom Jerônimo Thomé da Silva autoriza a transferência da Irmandade à paróquia desejada com transladação da imagem de São Benedito, os sinos só foram restituídos no ano seguinte com o acompanhamento de moradores e da então Lyra Ceciliana (Antiga Euterpe). Se para a Irmandade de São Benedito isso foi uma vitória, para a Ajuda foi uma derrota humilhante que poria em risco os festejos daquele ano.

“Isso não ficaria de graça. Há quem ainda lembre, ou tenha ouvido detalhes em Cachoeira, daquela tarde, quando a rua de baixo (13 de Maio) virou um campo de batalha no momento em que a Lyra desceu a ladeira do alambique tocando chulas, fazendo pirraça à irmandade d’Ajuda acompanhada daquela gente com ar de vitória. Uma guerra entre duas santas e duas filarmônicas fazia parte de um conflito entre duas facções políticas opositoras, a festa seria a balizadora de uma competição que duraria décadas e dividiria opiniões. A festa terá cunho ideológico imposto por este “despertar” de progresso, civilização e mudanças de costumes.” (NASCIMENTO, 1995, p. 32)

O autor está se referindo quando fala sobre o despertar de progresso, ao conteúdo de defesa da Irmandade d’Ajuda que seu ato estava pautado como forma de salvaguardar de profanações o templo que este estaria sujeito, segundo seu entendimento, através de movimentos oriundos da civilização moderna a desejos de vantagens profanas. O que para o autor movimentos da civilização moderna lê-se abolição da escravatura.

É em meio a este contexto confuso de santos e santas, de escravocratas e abolicionistas, de músicos “amadores” e eruditos e de brancos e negros que se insere a história da Festa d’Ajuda de Cachoeira. Segundo Nascimento (2011) a festa d’Ajuda data de 1820, mas com características católicas apostólicas romanas já que a santa era padroeira dos senhores de engenho, mas é com o a deflagração dos conflitos abolicionistas já relatados que em 1870 o lado profano se estabelece muito no intuito de escrachar e satirizar a elite branca e escravocrata cachoeirana, e que fica ainda mais ostensivo após a liberação judicial em 1915 da imagem e alfaias de São Benedito, acirrando mais ainda a antiga rivalidade.

Desde o início das festividades profanas a festa passou por momentos cíclicos de perseguição. Segundo Edmar F. Santos (2009) em levantamento dos periódicos entre 1901 e

1934 havia um discurso civilizador da mídia que tinha como alvo a crítica a qualquer manifestação que sinalizasse atraso, então questões como saneamento básico, iluminação pública, arborização e urbanização eram palavras de ordem.

Parte do esforço consistia na supressão dos divertimentos populares, na europeização dos hábitos de linguagem, gestos e vestimentas, na reurbanização e no extermínio das práticas culturais de matriz africana, pois estas eram vistas pela elite letrada como o que havia de mais atrasado no que tange aos hábitos cachoeiranos. E que segundo Santos (2009) era um pensamento que refletia teorias racistas, em voga na época, que colocavam o continente africano como o último na escala da evolução.

Esse discurso civilizador dissimulava tanto o racismo quanto o temor atribuído a certas práticas africanas, como os ‘caretas á pé’ indivíduos literalmente mascarados que desfiliavam pelas ruas nos carnavais, no entrudo e na festa d’Ajuda, causando desordem e proferindo insultos. O autor ainda enfatiza:

“Na cidade de Cachoeira, muitos ‘perigosos’ caretas a pé no carnaval e na festa d’Ajuda tinham raízes, literalmente, nos terreiros de candomblé. Na festa d’Ajuda de 1934, chama a atenção a participação de um ‘terno’ com o nome de ‘Candomblé’ que, segundo a reportagem, estava ‘bastante animado’. Esse ‘terno’ bem pode ter sido aquele organizado por Mãe Paulina no Alto do Cucuí, conhecido como o Candomblé de Careta. As brincadeiras do entrudo na cidade também permaneceram e caminharam juntas com as festas de carnaval e a lavagem d’Ajuda. (SANTOS, 2009, p. 51-52)

Nascimento coloca que as festas enquanto perseguidas perderam sua graça, mas que com a posição da nova constituição da ideia de nação e povo brasileiro vindo das concepções do Estado Novo, a situação se inverte:

“De fato, em 1904 foi decretado que a partir daquele ano estaria terminantemente proibida qualquer manifestação de cunho africano no Brasil. O Rio de Janeiro naquele momento consolidava um projeto de desafricanização das ruas com vistas a sua profilaxia e modernização, e esse projeto deveria ser aplicado em outros Estados. Nesse projeto higienizador, a polícia teria papel fundamental na repressão a terreiros de candomblé, capoeiristas, grupos carnavalescos, manifestações festivas públicas e no afastamento de vendedores e ganhadores, principalmente mulheres negras, nas ruas e praças. Vivíamos a *Belle Époque brasiliensis*. Por causa disso, a festa da Ajuda perdeu a graça. Mas naquele ano de 1930, Getúlio Vargas, sugerido pelo chefe da Casa Civil do seu Estado Novo, intelectuais, comunistas, mães de santo protegidas pelo povo de Nina Rodrigues e Artur Ramos, liberou as manifestações “africanas” por fim.” (NASCIMENTO, 2010, p 1-2)

Os jornais e a opinião pública vindos da elite mesmo depois da liberação acima citada não economizavam esforços nem páginas para ostentar seus desagrvos e temores com

relação à festa, eles reclamavam do barulho feito nas levagens de lenha e na lavagem<sup>61</sup> dos caretas de pé que batiam latas, panelas e instrumentos chamando para o ritual na alvorada, mas reclamavam também dos sambas, do perigo que havia no uso das máscaras, do abuso do álcool e do deboche comum às autoridades.

Nota-se que o uso de máscaras tinha duplo sentido negativo para a sociedade; além do terror naturalizado pelo simbolismo dela, já que era de “domínio terrífico, ligado aos cultos apavorantes, tornados vivos, uníssono de potenciais irresistíveis” (NASCIMENTO, 1995, p 48) tomava de pavor a sociedade católica que já tinha como feitiçaria e culto demoníaco as crenças africanas, apresentava também a dificuldade de punir os supostos autores dos insultos e das práticas consideradas abusivas.

Para Nascimento (1995), embora perseguida e domesticada em diversos momentos a festa foi uma forma que os negros encontraram para consolidar sua resistência em face aos ideais dominantes, que a estratégia de formação das irmandades negras ocupando os mesmos espaços que os brancos pode ser vista como um desejo social de imposição e controle dos espaços públicos e que mesmo os projetos higienizador e disciplinador nunca se consolidaram, justamente pelo caráter da resistência cultural negra, que buscou sua construção identitária e participação política ao construir caminhos paralelos ao que era determinado como prática dominante.

### **3.2.2 Uma festa contraditória**

Infelizmente há muito poucos registros realizados com relação aos usos da festa ao longo dos anos, mas com a separação da Irmandade de São Benedito da Irmandade d’Ajuda, o cenário parece ter levado à realização de duas festas em períodos concomitantes gerando uma forte competição para entregar à população a melhor festa. A perduração da rivalidade parece ter existido até os anos de 1950 e 1960.

Há informações divergentes neste aspecto, enquanto Nascimento (2009) afirma ter se extinguido na década de 1960, embora não dê motivos para isso, explicando apenas que os organizadores da festa à Santa Cecília eram os profissionais liberais que compunham a Irmandade de Nossa Senhora da Conceição, que ele chamou de Odo-Iyá, a mesma que criou a Sociedade Abolicionista 25 de Junho.

---

<sup>61</sup>Levagem: Ritual de recolher gravetos e madeiras nas portas das casas que eram destinadas à fogueira que seria acesa em frente à Capela. Lavagem: Ritual de buscar água para a lavagem da Capela e escadaria (semelhante à Lavagem do Bonfim) (Nascimento, 1995)

Segundo outros dados<sup>62</sup> essa rivalidade se extingue com a expulsão dos alemães que moravam em Cachoeira durante e após a 2ª Guerra Mundial, pois creditam a estes a função da organização da festa de Santa Cecília, fato que segundo esta fonte culminou na extinção da festa. Porém durante nossa observação constatou-se que essa festividade não está extinta. Durante a procissão de N. S. d'Ajuda acompanhada pela Minerva Cachoeirana, a imagem de Santa Cecília também saiu conjuntamente em procissão tendo a Euterpe Ceciliana como acompanhamento musical oficial. Os cortejos se separaram apenas em frente à Igreja do Monte sendo a segunda santa encaminhada para sua sede, enquanto a primeira seguiu para a sua própria.<sup>63</sup>

O que se sabe é que esta rivalidade de uma forma ou de outra parece não mais existir da maneira ostensiva de décadas passadas. Porém seu caráter contraditório dentro da sociedade cachoeirana parece continuar a existir.

Mesmo depois da liberação dos cultos e manifestações de matriz africana com a reformulação do Estado Novo (NASCIMENTO, 1995) a festa continuou a ser perseguida e mal vista por determinados segmentos sociais locais, até mesmo em períodos mais recentes. Embora não dê nomes afirma que em 1995 houve quem quisesse “acabar” com os festejos d'Ajuda, tentando fazer com que a mesma ficasse fixa e não itinerante<sup>64</sup> para melhor controlá-la e afirma que esta posição foi fundamentalmente política, já que os contornos da festa sempre estiveram mais propícios a atitudes de deboche, a desobediência, de manifestações dionisíacas e de libido que tanto incomodaram e ainda incomodam algumas pessoas.

A opinião sobre a festa junto aos agentes turísticos também são de certa forma contraditórias. José Antônio Ferreira afirma que a manifestação que “menos combina com a cidade é a Festa d'Ajuda”, isto porque para ele a festa se mostra perigosa para o turista. Há na construção histórica da festa uma associação com a violência, relatos constantes de brigas durante os ternos e embalos, excesso alcoólico e libidinagem em vários canais de comunicação, principalmente virtuais dão o tom de uma festa que apresenta riscos.

De fato ocorreu no final do Terno da Alvorada de 2014 uma briga que apesar de rapidamente controlada pelo corpo policial, colaborou para a suspensão da música da Filarmônica Minerva Cachoeirana. Abaixo na foto à esquerda é possível ver os policiais (os capacetes brancos) no meio da população, detalhe para um homem fazendo sinal de negativo

---

<sup>62</sup> Matos, Lailana e Santana, Roberval, s/data,

<sup>63</sup> Neste ano de 2014, N. S. d'Ajuda seguiu para a Capela da Irmandade da Boa Morte em função de obras de restauro inacabadas da Capela d'Ajuda. (dados coletados em observação de campo 2014)

<sup>64</sup> Os ternos e embalos andam por diversas ruas de Cachoeira, nunca ficando fixos por muito tempo (dados coletados em observação de campo, 2014)



à esquerda da foto. Neste momento os policiais estão apaziguando uma briga repentina, percebe-se que as pessoas em volta não fogem, na verdade ficam assistindo. A foto à direita mostra alguns músicos poucos minutos depois deixando o Terno em direção da sede da filarmônica.



**Foto 35** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 36** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Para Daniel Santana ao contrário de José Antônio, a Festa d’Ajuda é a que mais simboliza a Cachoeira em termos culturais. Para ele é a festa mais democrática, que a população mais espera e acompanha, mas também acha que o processo de turistificação não se justifica, ela é do povo e para o povo, não deve ser compartilhada pelo turista.

Embora essas posições pareçam divergentes, o que é compreensível já que nosso primeiro informante é filho de santo de uma das irmãs já falecidas da Irmandade e o segundo não tem a mesma afinidade sentimental, portanto vivendo percepções distintas em seus posicionamentos, convergem no sentido de que a festividade d’Ajuda não é adequada para o uso turístico.

Ainda assim os ícones mais famosos da festa são originários dos cultos de matriz africana, as caretas e os mandus. As caretas representam o eledá, ou seja, aquele que tem capacidade de incorporar o orixá, por isso normalmente tinham a fisionomia próxima deste. Os mandus surgem segundo Nascimento (1995) quando pessoas de santo começaram a contratar pessoas para se fantasiar dessa forma para realizar alguma obrigação de terreiro. Foto à esquerda representa a careta e a da direita os mandus.



**Foto 37** - Fonte: Alzira Costa, 2008



**Foto 38** – Fonte: Centro de Estudos Raízes do Recôncavo, s/a, 2010

Contudo, outro personagem bastante icônico para a festa são as cabeçorras. Esse personagem que também surge sem muita precisão de data parece simbolizar a sátira primeiramente aos portugueses, senhores de engenho, e depois passa a satirizar a elite branca. Assim como as cabeçorras, os mascarados e o diabo, outras presenças marcantes em versões mais antigas da festa parecem estar diminuindo gradativamente do cenário atual da festa.

As cabeçorras à esquerda e os diabos à direita. A presença marcante de antes e de hoje fica mesmo por conta dos grupos masculinos que se transvestem de mulher, antes eram cordões ou ternos que até mesmo se rivalizavam – o conflito presente em todos os aspectos da vida social – atualmente também são vistos de forma isolada, foliões avulsos.



**Foto39**- Fonte: Jomar Lima, 2008.



**Foto 40** - Fonte: Adenor Gondim, 2001

Infelizmente não foi possível encontrar fotos antigas, a festa como um todo não é tão bem documentada como a da Boa Morte, seus organizadores vem tentando reunir documentação desde 2009 quando do pedido de registro como patrimônio imaterial do estado junto ao IPAC e até agora o processo não está finalizado (SECOM, 2012).

Um dado inicial se coloca com relação à batalha que alguns envolvidos com a festa vêm travando para que ela não perca suas formas tradicionais. Rita Santana, diretora da ONG Raízes do Recôncavo criou em 2010 uma campanha que previa a adoção por parte de qualquer pessoa interessada de uma cabeçorra ou um mandu. Através de uma oficina de arte não só produziu como procurava ensinar a produzir as cabeçorras e mandus. Infelizmente seu objetivo não foi alcançado, sendo que até o momento de sua entrevista em 11 de Novembro de 2010 ao Jornal O Guarany, nem cinquenta por cento das cabeçorras haviam sido adotadas. (O GUARANY, 2010)

Analisando os periódicos sobre a festa é recorrente na fala daqueles que a comentam da sua descaracterização, principalmente do contínuo desaparecimento dos ícones da festividade antes já mencionados (vide fotos acima). Para a diretora falta conhecimento sobre o papel desses personagens para a identidade local, ou seja, a história oral e escrita da festa não é eficiente no sentido de mantê-la original.

Desta forma o que se percebe é que dentre aqueles que mais tradicionalistas e envolvidos com a manutenção e organização da festa há ressentimento com relação à suposta descaracterização, atribuindo a isso falta de conhecimento sobre os simbolismos, mas de forma geral, como veremos a seguir é uma festividade que tem grande participação popular, mesmo diante de posições muitas vezes contrárias e contraditórias com relação às manifestações nela contidas.

### **3.3 A Participação Popular**

Como foi explanado até aqui, essas duas irmandades tiveram papéis importantes na modelagem cultural e política de Cachoeira. Se por um lado a Boa Morte atuou fundamentalmente na luta pela alforria, mas também combatente no processo abolicionista, a Irmandade d'Ajuda justamente pela clivagem de cor que determinou em seu início proporcionou posições de combate ao mesmo processo, ou seja, ambas foram palco para lutas e negociações daquilo que parecer ser o cerne do mito constitutivo, os conflitos advindos do processo escravista e das suas consequências sociais.

Através da exposição dessas narrativas com relação às duas irmandades têm-se uma noção de que a religiosidade e também outros aspectos culturais africanos sempre estiveram no centro da formação constitutiva de Cachoeira e que essa atual posição da Festa da Boa Morte como ícone cultural da localidade produzida pelas políticas de turismo transparece uma realidade de absorção e adesão popular intensa em seu cotidiano.

Neste sentido faz-se agora uma análise comparativa entre as duas festas no intuito de compreender de que maneira a população vivencia esses dois momentos, lembrando que ambas possuem em sua formatação a parte profana e sagrada, mas que se diferenciam nas suas manifestações em alguns pontos.

Enquanto a Boa Morte se mostra mais focada em seus rituais católicos e que sua oferta de manifestação profana é por assim dizer mais “domesticada” ou comportada, a Festa d’Ajuda tem menor foco na etapa sagrada e extensa programação profana. É importante lembrar que a Festa d’Ajuda foi bastante perseguida ao longo de sua existência justamente por seu caráter carnavalesco, satírico em relação ao poder local e suscetível a práticas moralmente condenáveis como o álcool, as vestimentas e o deboche.

### 3.3.1 Os Momentos Ritualísticos

	Boa Morte		Ajuda
<b>13/08/14</b>	Missa (Anúncio da Morte) com Procissão	19/11/14	Missa (1º Tríduo) <sup>65</sup>
<b>14/08/14</b>	Missa (Enterro de Maria) com Procissão	20/11/14	Missa (2º Tríduo)
<b>15/08/14</b>	Missa (Ascensão de Maria) com Procissão	21/11/14	Missa (3º Tríduo)
		22/11/14	Procissão e Missa Festiva

**Tabela 1 – Tabela dos eventos sagrados da Boa Morte e da Ajuda.** Fonte: Observação de Campo, elaborado pela autora, 2014

De forma geral as missas e procissões da Festa da Boa Morte foram mais visitadas e acompanhadas do que a modalidade sagrada da Festa d’Ajuda como podemos verificar nas fotos abaixo:

<sup>65</sup> Tríduo s.m. 1 Período de três dias sucessivos. 2 Exercícios religiosos que se repetem durante três dias. 3 Festa eclesiástica que dura três dias. (Dicionário Aurélio disponível em: <http://www.dicionariodoaurelio.com/triduo> )





**Foto 41** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 42**– Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Como podemos observar a igreja está cheia e a procissão parece mostrar uma quantidade grande de acompanhantes, além de inúmeros fotógrafos registrando o momento. E o mesmo se dá nos outros dias



**Foto 43**– Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 44**– Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 45**– Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 46**– Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Estas fotos sugerem uma participação intensa, mas que poderia ser mesclada com o grande afluxo turístico que o evento proporciona, porém como foi constatado o grande

contingente turístico está concentrado no dia 15 de Agosto, sendo representado apenas pelas duas últimas fotos da sessão, denotando assim participação considerável da população nos demais dias sagrados da festa.



Foto 47– Fonte: Taís M P Batista, 2014.



Foto 48– Fonte: Taís M P Batista, 2014.

É possível através da comparação entre os momentos sagrados da Boa Morte com os mesmos momentos ritualísticos da Festa d’Ajuda que a participação popular é bem diferenciada. Enquanto a primeira mostra um contingente regular nos dois primeiros dias e um afluxo intensificado no último dia sagrado, a segunda mostra menor participação em todos os seus dias ritualísticos. Mesmo que se perceba um aumento de pessoas no dia da procissão (último dia) nem mesmo neste momento ela supera o menos visitado da Boa Morte.

### 3.2.2 Os momentos profanos

Já comparando os momentos profanos o cenário se inverte, mostrando grande contingente nas ruas nos momentos de Ternos e Embalos d’Ajuda e menor nas apresentações do Samba de Roda da Festa da Boa Morte como é possível perceber nas sessões de fotos a seguir.



**Foto 49**– Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 50** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Essas duas fotos acima mostram as pessoas a espera da apresentação do Grupo de Samba de Roda Suerdick e do cantor Gerônimo, ambos marcados para a noite do dia 15 de Agosto de 2014. Com a chuva o samba de roda foi adiado para o domingo próximo, mas o show do artista ocorreu, mesmo com bastante atraso. A chuva afetou a apreciação adequada da participação neste dia, pois é possível que se não estivesse chovendo tanto a quantidade de pessoas no local fosse maior.



**Foto 51** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 52** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Os dias 16 e 17 de Agosto representados respectivamente pelas fotos acima apresentam um aumento de participação entre o sábado e o domingo, sendo que o último foi mais visitado que o anterior. Salientando que no domingo ocorreu a apresentação do Grupo de Samba de Roda Suerdick, bastante tradicional e que neste dia também é servido o famoso Caruru da Irmandade da Boa Morte.

Mas de maneira geral é possível notar a partir das próximas fotos que esse contingente acaba sendo menor do que as pessoas nas ruas nos dias de Ternos e Embalos d’Ajuda. Foram escolhidos somente alguns momentos porque são muitos os embalos e ternos.





**Foto 53** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 54** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 55** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Essa sessão de fotos representa respectivamente; a lavagem das escadarias da Capela d’Ajuda do dia 16; o Terno da Alvorada do dia 23 e o Terno da Saudade do dia 25 do mesmo mês. Infelizmente as imagens reproduzidas não dão conta plenamente da diferenciação entre uma festa e outra que a observação *in loco* proporciona, mas definitivamente o contingente



nas ruas nestas duas festas é marcadamente distinto entre os momentos ritualísticos e profanos.

O público também se mostra diferenciado, enquanto na Boa Morte se percebe maioria de adultos mais velhos, na Festa d’Ajuda a presença de jovens e adolescentes é mais numerosa. De qualquer maneira o contingente é maior e isso impacta na percepção do morador local que compreende esta maior participação como maior adesão popular à Festa d’Ajuda do que à da Boa Morte.

Enquanto as festividades mais ritualísticas, e, portanto, plásticas da Boa Morte parecem exercer maior fascínio a um público mais diversificado entre moradores e turistas, a Ajuda parece ter tomado o espaço dos carnavais de rua que já existiram em outras épocas em Cachoeira, ou como quer Castro (2012), os embalos passam a ser percebidos como uma reinvenção ou um ressurgimento do carnaval urbano, apelando mais para um grupo social jovem, que parecem não se importar em absorver o aspecto híbrido que a festa vem apresentando.

Esta questão geracional é para Sansone (2003) algo importante de ser mais bem avaliado, se enquanto os pais se comparavam a seus próprios pais e se viam em melhores condições, seus filhos<sup>66</sup> por ter maior nível de escolaridade e maior acesso aos canais de comunicação não se comparam a seus pais, mas sim com a classe média branca e seu comportamento está mais relacionado ao acesso ao consumo de bens compatíveis e mais secularizada do que a anterior ao não se relacionar nem “acreditar” nas cerimônias religiosas da mesma maneira. Ou seja, o apego às tradições e à força do candomblé estão menos arraigadas nos jovens do que está em seus pais e avós.

Dessa forma podemos entender como para as irmãs da Boa Morte, todas acima de 50 anos, o vínculo ancestral com a África e o ritualístico com o candomblé são formas de legitimação da cultura afro baiana, já para seus netos, a legitimação reside muito mais na possibilidade de ostentação de consumo para fugir do estigma da pobreza e menor enfoque na religião (SANSONE, 2003).

Para o autor, essa relação com a religião e a identidade negra por parte das gerações mais jovens e com maior nível de escolaridade está mais cristalizadas em momentos episódicos ou ritualísticos ligados às instâncias do lazer, da cultura e da moda (carnaval, música e corpo) voltadas a uma preocupação constante com o consumo ostensivo. Para essa população mais jovem o importante, segundo o autor, ao contrário de gerações anteriores não

---

<sup>66</sup> Sua pesquisa aponta para uma geração que pontuava entre 15 e 25 anos em meados da década de 1990 (Sansone, 2003)

está no universo simbólico da religião, mas mais estreita com as práticas do lazer, da cultura juvenil, da música e do consumo.

O que importa entender nessa percepção é que para muitos as mudanças ocorridas nas festividades d'Ajuda não afetam a participação popular que parece ocorrer regularmente ano a ano. As fantasias estão lá, somente são de outras esferas sociais e temporais, que visivelmente demonstram os contatos culturais múltiplos.

Eram muitos foliões com fantasias que demonstram esse hibridismo, tais como; a Galinha Pintadinha (personagem infantil) e o terrorista na linha mais atualizada; os tradicionais mais universais como piratas, ciganas, pierrôs e os abundantes homens vestidos de mulher, mas havia também os mascarados, os mandus e cabeçorras na versão mais tradicionalista local, ou seja, a festa vem tomando este caráter mais híbrido e multifacetado, ou como diria Sansone (2003) mais globalizado e mais afinado com as novas construções da identidade negra jovem que parece não coadunar com o conceito de etnicidade que as políticas públicas do turismo buscam neste segmento, mas que também são vistas pela própria população e agentes locais como uma manifestação que deve mesmo ficar no âmbito popular.

Dessa forma, o argumento que se coloca é que dentro das formatações turísticas previstas pelas ações governamentais, étnico precisa ter certa possibilidade de classificação e categorização, mas que também impacta na percepção da gestão local do turismo, não há possibilidade de movimentação ou hibridismo cultural, o que nos remete às antigas conceituações de etnicidade onde esta deve ser um sinônimo de modo de vida que também é sinônimo de um grupo real de pessoas, de homogeneidade totalizante (POUTIGNAT e STREIF-FENART, 2011), onde o que é étnico então se torna o que se deseja mostrar, expor e comercializar, turistificar.

Dentro de uma perspectiva em que o vínculo entre negritude e baianidade forjado por interesses políticos e comerciais a serviço de uma ideologia totalitária e homogeneizante dos grupos dominantes, o que se dá é exatamente a eleição de um determinado segmento da cultura como sendo ele a representação de uma cultura como um todo, um patrimônio cultural nacional resultado contemporâneo do mito da miscigenação que na verdade acaba servindo como forma de produzir imagens de uma falsa harmonia e aceitação plena (Pinho, 2004), escondendo e invisibilizando as parcelas populacionais que não se espelham neste projeto homogeneizante.

“Por definição, nem todas as pessoas que podem ser definidas como negras num contexto específico participam da cultura negra o tempo todo. Por essa razão, qualquer definição que dermos da cultura negra e que tente apontar para uma essência supostamente universal das coisas negras será um cobertor curto, que não

conseguirá cobrir todos os grupos dentro da população negra.” (SANSONE, 2003, p 23)

Dessa forma as ações governamentais que tanto almejam a inserção e reparação social dos grupos historicamente marginalizados é também um cobertor curto, pois engloba apenas aqueles que assim se identificam. Para todos aqueles cuja ancestralidade de matriz africana não reflete suas próprias construções identitárias elas são mais uma vez excludentes.

Então o que faz com que a Festa da Boa Morte seja vista como uma manifestação “autênticas” da afro descendência e a d’Ajuda não? Se fizermos uma breve recapitulação, ambas possuem elementos em suas narrativas para serem consideradas uma mescla entre o catolicismo e a resistência negra ao regime escravista e ao processo civilizatório pautado no catolicismo, que por sua vez buscava assimilação e doutrinação da parcela negra das sociedades, ou seja, ambas são fruto desse processo histórico de resistência, mas ao passo que uma se fixa na ancestralidade africana, a outra absorve como diria Sansone (2003) cada vez mais as tendências globalizantes e por isso mesmo se afastando do projeto essencializante do turismo étnico e de raízes.

Mesmo assim se devidamente apropriado pelos discursos doutrinadores das políticas de turismo, a Festa d’Ajuda pode ser tão étnica quanto a Boa Morte, talvez o que esteja faltando seja a dose certa, do que aqui parece ser o elemento chave, maior ostentação dos sinais diacríticos relacionados com a reconstrução de África, ou seja, a associação com o passado e a tradição e a proximidade com os poderes mágicos e o corpo que devem ficar em evidência (SANSONE, 2003), um processo de reafricanização da festa. Caberá no futuro a coadunação ou não dos interesses locais com esse projeto, mas isso só o futuro dirá.

Antes os gestores que possam se interessar pelo processo de turistificação desta manifestação deverá promover a positivação aos olhos da própria percepção local da festa, mas o cenário não parece muito favorável. Durante os eventos de 2014, um fato ocorreu para demonstrar que as posições locais sobre a festa são divididas e contraditórias. O Terno do Silêncio que normalmente sai às 00hs00min do sábado (este ano caiu no dia 15) foi adiantado para o dia 14 de Novembro de 2014.

Um evento denominado Pagodão 40° foi marcado para dia 15 concomitante com o Terno do Silêncio, onde o artista Igor Kanário era o principal atrativo, segundo dados colhidos em diversos jornais locais esse artista possui um histórico de brigas, apreensão de automóvel, consumo de drogas e um de seus shows foi palco de uma tragédia que vitimou

uma mulher por bala perdida e deixou nove feridos em São Francisco do Conde, localizada na Baía de Todos os Santos em 25 de Junho de 2014<sup>67</sup>.

Segundo a co-fundadora do Instituto Mídia Étnica este artista vem sofrendo com campanhas discriminatórias e sendo impedido pelos gestores do carnaval de Salvador de se apresentar no evento, pois alegam sua apologia à violência e drogas, mas em sua opinião o verdadeiro risco que o artista apresenta é sua campanha em favor de uma negritude invisibilizada “porque amplia a voz de militantes negros, ele chama a juventude negra periférica baiana à reflexão”.<sup>68</sup>

Queremos dizer com isso que para além do preconceito que a própria Festa d’Ajuda tem de determinados segmentos da sociedade cachoeirana, muito pelo próprio registro de memória oral de uma festa de rivalidades, deboches, críticas ao poder local, consumo ostensivo de álcool, entre outros, se uniu ao show de um artista polêmico gerando reações da população que questionou a segurança principalmente da área urbana por abrigar no mesmo dia dois eventos considerados ‘perigosos’.

Embora o alvará do show tenha sido suspenso, o mesmo foi liberado e o Terno do Silêncio foi adiantado para o dia 14 para não chocar tais manifestações polêmicas no mesmo dia em face às preocupações com segurança. Isso demonstra que de fato a festa d’Ajuda mesmo que contando com a participação massiva da população local ainda conta com o estigma e preconceito, demonstrando assim uma postura altamente contraditória que pode ser uma das pistas no sentido de compreensão dos motivos pelos quais a festividade tenha dificuldades em se firmar como produto turístico, mesmo em tempos futuros.

Neste projeto de emblemização turística mulheres negras com suas vestimentas ancestrais exóticas e sincréticas, pois mesclam a África mulçumana, o candomblé e o catolicismo numa explosão imagética, colocam em pauta as questões do preconceito racial, do caminho da tolerância religiosa e também da igualdade de gênero (temas tão disputados na atualidade) são mais facilmente percebidas dessa forma e mais facilmente comercializáveis e mobilizáveis que atuam muito mais no imaginário social do que uma massa de pessoas fantasiadas com símbolos mundialmente reconhecíveis pulando ao som de uma Filarmônica que mistura diversos ritmos carnavalescos, mesmo que esta manifestação esteja tão arraigada na cultura popular quanto a da Boa Morte. Afinal, carnaval de rua o Brasil tem bastante.

---

<sup>67</sup> Jornal Virtual Primogênito Notícias, 06 de Novembro de 2014,

<sup>68</sup> Lucilene Reis, co-fundadora do Instituto de Mídia Étnica em matéria ao jornal virtual Portal Vermelho, 29/01/2015.

## 4. Encontros e Desencontros

### Parte II

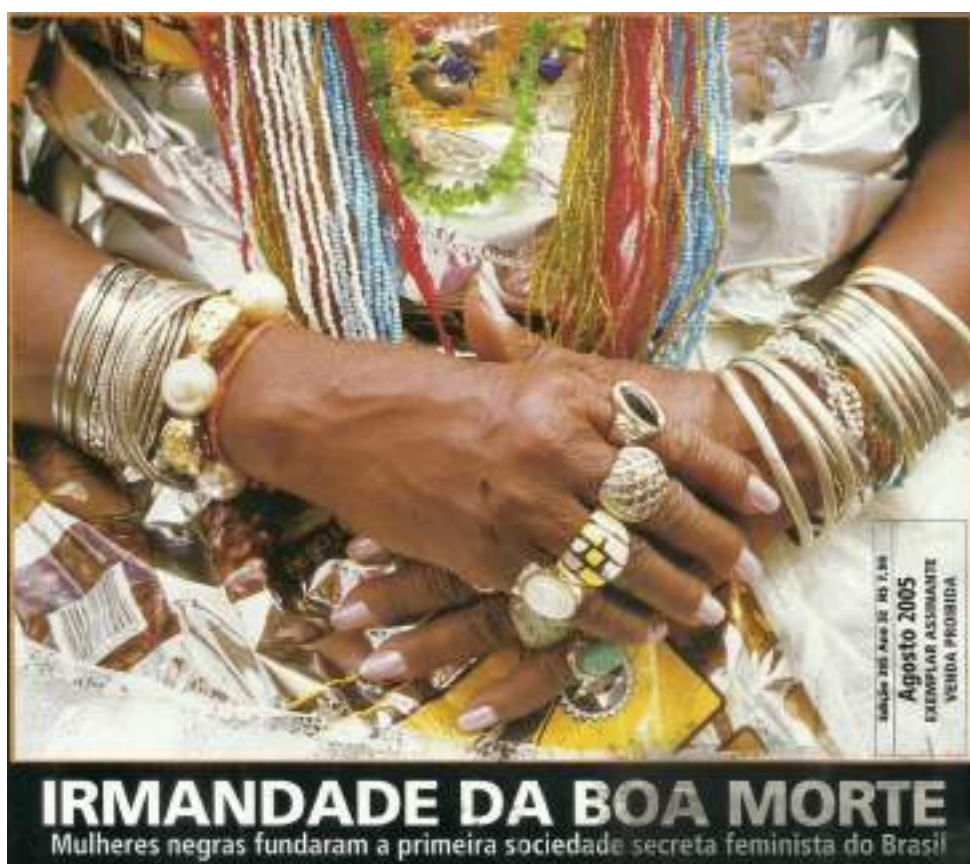
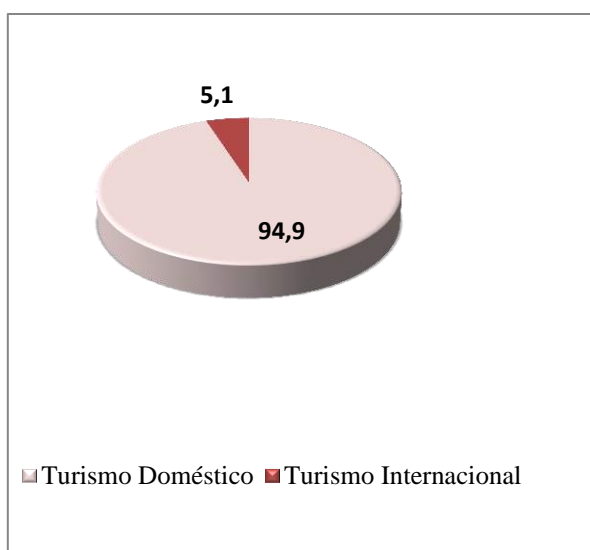


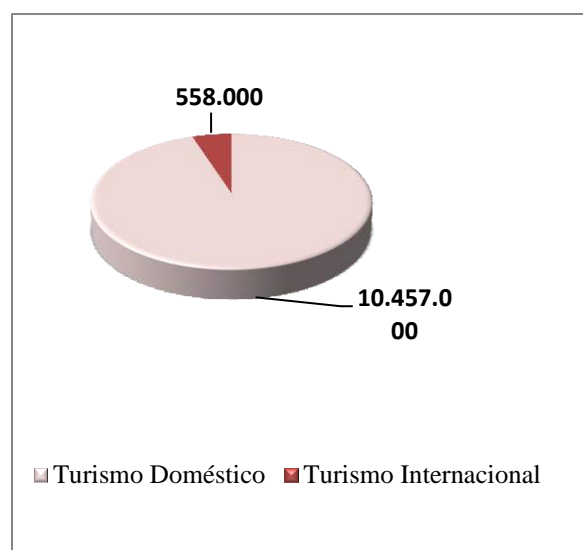
Foto 56 – Fonte: Lamberto Scipioni, 2005.

#### 4.1. Diagnóstico Oficial do Turismo na Bahia

Seguem alguns dados referentes ao turismo no estado baiano como forma de obter maior subsídio para analisarmos a realidade turística de Cachoeira mediante uma visão oficial de dados processados pela Fipe (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas) de 2012 em conjunto com o Governo do Estado da Bahia.



**Gráfico 2** – Turismo Doméstico e Internacional em percentuais. Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora



**Gráfico 3** – Turismo Doméstico e Internacional em números exatos. Fonte: FIPE, 2012 editado pela autora.

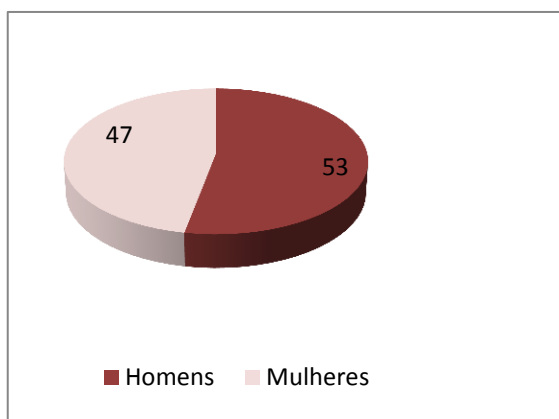
Países Emissores	Estados Emissores
<b>Argentina</b> 18,9	Bahia 50,7
<b>Espanha</b> 12,9	São Paulo 16,6
<b>Itália</b> 9,8	Minas Gerais 7,4
<b>França</b> 8,7	Rio de Janeiro 4,9
<b>Alemanha</b> 7,7	Espírito Santo 3,6
<b>Estados Unidos</b> 7,1	Sergipe 3,4
<b>Inglaterra</b> 6,0	Pernambuco 2,7
<b>Uruguai</b> 4,6	D. Federal 2,6
<b>Portugal</b> 4,5	Paraná 1,6
<b>Suíça</b> 3,7	R. G. do Sul 1,3
<b>África do Sul</b> 3,2	Goiás 1,0

**Tabela 2** – Principais Países e Estados brasileiros emissores de turistas à Bahia. Fonte: FIPE, editado pela autora, 2014

Cidade	Principais localidades visitadas	
	Doméstico	Internacional
<b>Salvador</b>	<b>32,5</b>	<b>67,0</b>
<b>Porto Seguro</b>	<b>9,0</b>	<b>10,7</b>
<b>Ilhéus</b>	<b>4,3</b>	<b>5,7</b>
<b>Prado</b>	<b>3,8</b>	<b>--</b>
<b>Praia do Forte</b>	<b>3,5</b>	<b>3,6</b>
<b>Morro de São Paulo</b>	<b>3,0</b>	<b>10,7</b>

**Tabela 3** – Principais localidades baianas visitadas pelos turistas. Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora, 2014.

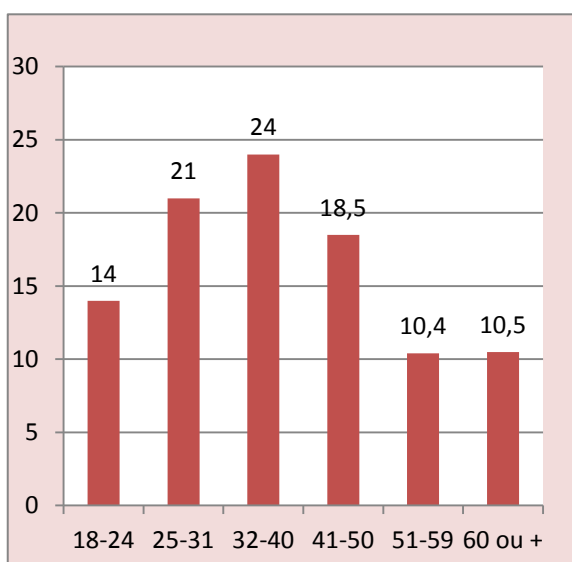
Com relação ao perfil do turista que visita o estados podemos mostrar o seguinte quadro:



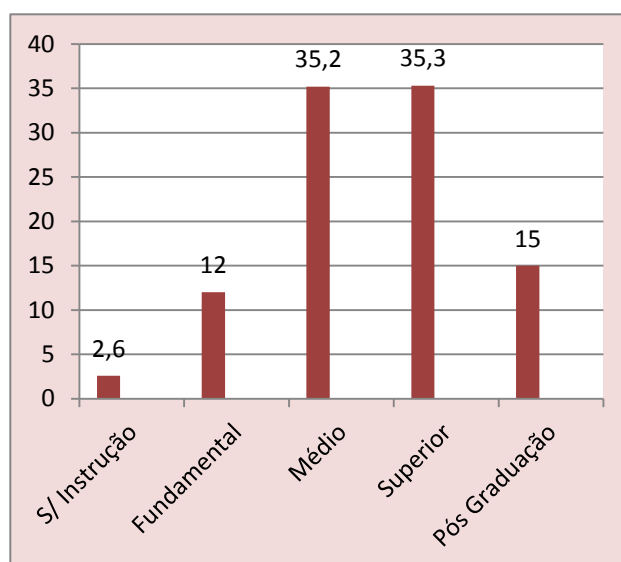
**Gráfico 4:** Perfil do turista que visita a Bahia por gênero. Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora, 2014.

Renda Média	Doméstico	Internacional
<b>Familiar</b>	6.431,91	10.108,93
<b>Familiar per capita</b>	2.300,63	4.762,53
<b>Individual</b>	4.262,99	7.808,25

**Tabela 4** Perfil do turista que visita a Bahia por renda. Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora, 2014.



**Gráfico 5 – Perfil do Turista que visita a Bahia por faixa etária.** Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora, 2014



**Gráfico 6 – Perfil do Turista que visita a Bahia por grau de instrução.** Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora, 2014

Motivo excluindo o Lazer	Doméstico	Internacional
<b>Visitar amigos e parentes</b>	41,6	61,7
<b>Negócios ou trabalho</b>	35,9	15,6
<b>Saúde</b>	9,8	0,4
<b>Congressos, feiras ou convenções</b>	4,4	12,6
<b>Intercâmbio ou estudos</b>	3,8	7,4
<b>Religião ou peregrinação</b>	2,0	0,7
<b>Outros</b>	2,5	1,5

**Tabela 5 – Motivação de Viagem excluindo o Lazer.** Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora, 2014

<b>Principal motivações a lazer</b>	<b>Doméstico</b>	<b>Internacional</b>
<b>Sol e Praia</b>	<b>58,8</b>	<b>52,7</b>
<b>Natureza ou ecoturismo</b>	<b>16,8</b>	<b>22,1</b>
<b>Cultural</b>	<b>6,3</b>	<b>20,2</b>
<b>Diversão noturna</b>	<b>6,2</b>	<b>1,0</b>
<b>Compras pessoais</b>	<b>2,8</b>	<b>0,2</b>
<b>Esporte e Aventura</b>	<b>2,2</b>	<b>2,0</b>
<b>Enoturismo</b>	<b>1,3</b>	<b>00</b>
<b>Rural</b>	<b>0,9</b>	<b>0,1</b>
<b>Pesca</b>	<b>0,7</b>	<b>00</b>
<b>Golfe</b>	<b>0,6</b>	<b>00</b>
<b>Náutico</b>	<b>0,5</b>	<b>00</b>
<b>GLBT</b>	<b>0,2</b>	<b>00</b>
<b>Turismo Indígena</b>	<b>0,1</b>	<b>1,1</b>
<b>Arqueológico</b>	<b>0,1</b>	<b>00</b>
<b>Turismo Afro-étnico</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>
<b>Outros</b>	<b>2,6</b>	<b>0,5</b>

**Tabela 6 – Motivação de viagem tendo o lazer como principal.** Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora, 2014.

Esses dados demonstram que o estado possui majoritariamente turistas do próprio estado, com faixa etária média de 39 anos, renda média de mais de 5 salários mínimos com grau de escolaridade alta e que viajam em sua grande maioria para visitar parentes e amigos. No quesito internacional a grande diferença fica por conta da motivação onde o lazer predomina. Sendo Salvador, Porto Seguro, Ilhéus, Praia do Forte, Prado e Morro de São Paulo as principais destinações.

O foco está, contudo, na fatia internacional do bolo que mais interessa aos gestores públicos do turismo nacional, isto porque a entrada de divisas internacionais é obviamente mais positiva na balança do que a circulação entre estados e municípios. Dessa forma entendemos que as ações do Ministério do Turismo e seus órgãos estaduais estejam mais focados no incremento desta demanda em específico.

De acordo com os dados expostos o turismo étnico possui uma parcela muito pequena mediante a motivação Sol e Praia, ou mesmo a Cultural, isto indica que apesar de haver fluxos para ofertas deste tipo o que se dá é um aproveitamento de forma geral do tempo do turista principalmente da parcela interessada nos costumes locais para direcioná-lo para este segmento, mas também do incentivo e fomento de manifestações que produzam a curiosidade de turistas neste sentido.

Infelizmente os dados coletados dizem muito pouco a respeito do movimento turístico específico de Cachoeira, os levantamentos quantitativos encontrados estão direcionados para a compreensão do fluxo apenas para duas manifestações locais; o São João e a Festa da Boa



Morte. Sendo a segunda a principal delas no sentido de promover o turismo internacional em Cachoeira.

### Percentual de Participação em Eventos Juninos e Religiosos

Turistas Domésticos		Turistas Internacionais	
<b>Não Participaram dos Eventos</b>	49,5%	Não Participaram dos Eventos	46,9%
<b>Participaram nos Eventos</b>	50,5%	Participaram do Evento	53,1%
<b>Participantes tendo o Evento como principal motivo da viagem<sup>69</sup></b>	65,4%	Participantes tendo o Evento como principal motivo da viagem	18,9%

Tabela 7: Participação em eventos Juninos e Religiosos. Fonte: FIPE, 2012, editado pela autora, 2014

Por este quadro entende-se que os eventos tanto juninos quanto religiosos estão mais associados à demanda doméstica do que a internacional, considerando que em Cachoeira esta pesquisa realizou nestes períodos festivos um total de 483 (quatrocentos e oitenta e três questionários) sendo 466 (quatrocentos e sessenta e seis) brasileiros e 17 (dezessete) estrangeiros (FIPE, 2012). Demonstra claramente que o turismo internacional realizado em Cachoeira é bem menor do que o esperado, ou divulgado pela imprensa.

Com relação à motivação que levam aqueles que têm os eventos religiosos como principal razão da viagem tem-se o seguinte quadro:

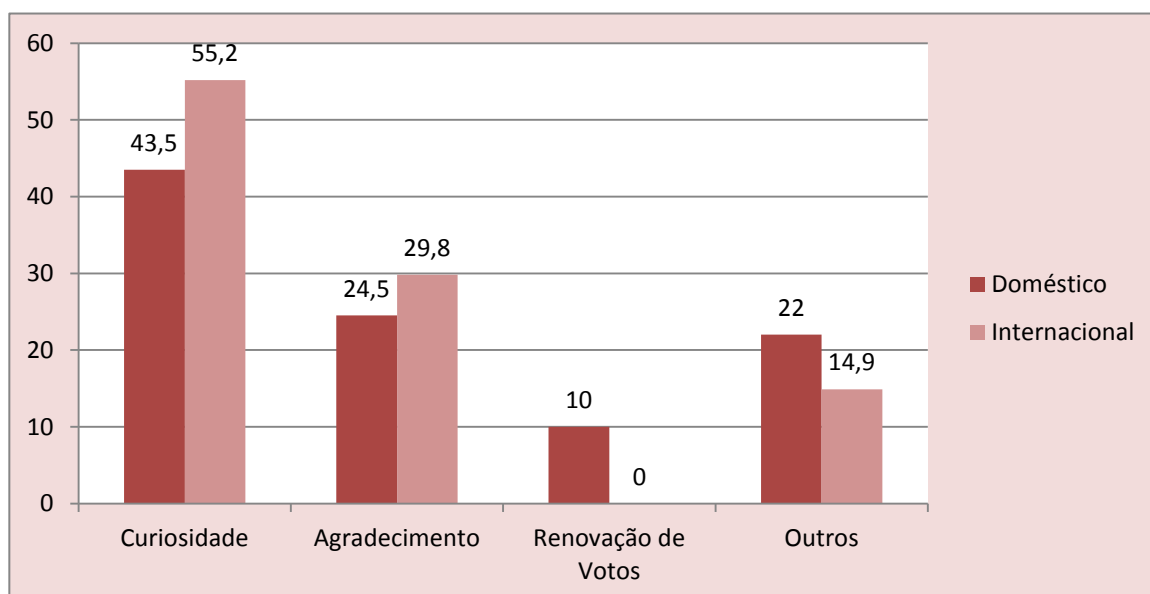


Gráfico 7: Razão principal de visita aos eventos religiosos. Fonte FIPE, 2012, editado pela autora, 2014

<sup>69</sup> O percentual desta linha refere-se ao universo apenas dos participantes, ou seja, 50,5% no caso doméstico e 53,1% no caso internacional.

Se uma observação realizada em 2003 pela reportagem do Jornal Correio da Bahia apontou para 46 ônibus turísticos em Cachoeira (CASTRO, 2008), este ano a atual observação constatou pouco mais de vinte no mesmo dia de festividades (15 de Agosto) sendo que poucos permaneceram hospedados na cidade, durante a noite esses ônibus já haviam se retirado. Na etnografia da festa em seguida esses dados serão mais detalhados. Isso mostra uma tendência de queda com relação ao desejo de permanecer. Dados colhidos pelo diagnóstico do PDITS 2000/2001<sup>70</sup> apontavam para uma permanência média de 5,8 pernoites em Cachoeira, a pesquisa realizada pela FIPE em 2012 apresenta média de 3,5 pernoites.

Segundo as pousadas pesquisadas a demanda pela Festa da Boa Morte vem caindo substancialmente nos últimos três anos, quando a ocupação hoteleira passa a ter dificuldade em chegar a níveis totais. É possível atribuir essa oscilação da demanda turística a vários aspectos, é bem provável que a crise econômica global tenha afetado em termos quantitativos a emissão de turistas ao Brasil de forma geral, mas é importante ressaltar um aspecto importante no que concerne à Cachoeira.

O parque hoteleiro do município é pequeno com pouca capacidade de absorção em termos de unidades habitacionais, mesmo considerando a oferta de São Félix. Este fator pode impactar na decisão de ficar mais tempo hospedado ou simplesmente realizar um dia de excursão. Foi levantado quatorze unidades hoteleiras entre Cachoeira e São Félix com capacidade de 185 (cento e oitenta e cinco) unidades habitacionais<sup>71</sup> (Levantamento Pesquisa de Campo, 2014 ver lista em anexo). Essa quantidade é pequena em vista do número esperado, sempre em torno de 5 a 10 mil pessoas no evento como um todo (Portal A Tarde, 13/08/2014), o que de certa forma também parece ser um número um tanto exagerado conforme a observação de campo que se segue mais adiante.

Além da restrição com relação à acomodação, Cachoeira tem problemas com ofertas de alimentação e entretenimento. Durante a Festa da Boa Morte ocorreu um fato interessante, logo após a missa festiva que acabou bem perto das 22h00min um grupo de turistas italianos seguiu para um dos restaurantes mais frequentados da cidade e surpreendeu-se por não haver mais serviço na cozinha e por esta razão não poderiam servir nenhuma refeição. Somente com

---

<sup>70</sup> Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável, desenvolvido pelo Prodetur NE como forma de viabilizar verba de investimento a polos turísticos via Banco do Nordeste.

<sup>71</sup> Ao longo de 2014 foram cadastrados diversos domicílios com o objetivo de promover hospedagem em momentos de eventos, o chamado *bed and breakfast*, os órgãos de turismo atribuem a esses domicílios também a capacidade de leitos existentes em Cachoeira (Secretaria de Cultura e Turismo de Cachoeira, 24 de Agosto de 2014).

muita insistência a equipe do restaurante concordou em preparar sanduíches simples, pois chovia muito e não havia muitos mais restaurantes abertos naquela hora.

Além do conjunto arquitetônico a cidade apresenta poucas opções de lazer ao turista. Os memoriais, museus, igrejas e demais instalações apresentam muitas vezes problemas com o horário de funcionamento. Segundo reclamação de turistas<sup>72</sup> a maioria das igrejas se encontra fechada e os passeios não são muito organizados pelo receptivo local, os barqueiros não possuem regularidade nos serviços, etc. Além de alguns guias turísticos que na maioria são indicados pelos comerciantes ou mesmo moradores locais. Ou seja, há um hiato entre as ações promocionais do estado em face dos investimentos locais com relação ao turismo.

Durante a Flica 2014 foi distribuído um folder do que parece ser o primeiro receptivo da local com propaganda oficializada através de material de divulgação. No caso trata-se do Varal Tour, mas que ainda não possuía até início de novembro nenhum pacote institucionalizado era apenas um informativo que em breve este serviço seria oferecido.<sup>73</sup> Mas que isso por si só não resolve o problema, segundo Daniel Santana, pois o que falta para o turismo local é uma atitude mais profissional de todo o *trade*, não adianta ter guias e agências locais se os outros atores não se mobilizarem na mesma medida, os problemas estruturais dos atrativos da cidade não podem ser resolvidos apenas com a presença de uma agência receptiva.

Em síntese o panorama demonstra muito discurso nos canais de mídia, e um resultado menor do que o divulgado, embora haja muita divulgação da Festa da Boa Morte, os arranjos turísticos ainda são incipientes para a recepção que se almeja. Se o parque hoteleiro é restrito, a rede de alimentação e entretenimento é problemática as ofertas agregadas são escassas e mal administradas é difícil imaginar um panorama onde o turismo local seja adequado tanto para turistas quanto para moradores.

O foco então a seguir é tentar demonstrar a relevância das festas, mais especificamente a Boa Morte e a D'Ajuda como parâmetros de comparação entre adesão popular e participação turística para auferir se essas políticas públicas tão bem intencionadas que primam pelas particularidades e especificidades de um povo para delimitar ações no âmbito do turismo estão realmente produzindo reforço cultural das particularidades existentes ou perpetuando e até mesmo reforçando uma imagem estereotipada do que vem a ser essa particularidade local de Cachoeira, em prol de outros interesses.

---

<sup>72</sup> Esses problemas foram apontados por nossos entrevistados José Antônio Ferreira, Daniel Santana e Edson Filho como as principais reclamações dos turistas de Cachoeira (2014/2015).

<sup>73</sup> Ver em anexo

Além disso, tentar demonstrar que o uso dos canais de mídia para a promoção das festividades elencadas pelas políticas públicas mostra uma tendência de maximizar o potencial turístico local como forma de angariar maior público, mas também de fazer propaganda de suas realizações no decorrer de mandatos políticos, que acarretaria numa visão também estereotipada do poder de desenvolvimento local que o turismo apresenta diante da percepção dos residentes locais.

#### 4.2- Os Turistas da Festa da Boa Morte

Segundo a Setur Bahia (2009) os dados produzidos tanto de ordem governamental quanto empresarial não são precisos com relação ao universo turístico que visita o estado baiano com interesse no turismo étnico. Entretanto o órgão realiza uma projeção desse perfil da seguinte maneira:

##### Perfil do Turista Afro Étnico da Bahia

<b>Público Alvo</b>	Afro Americanos
<b>Principais Proveniências</b>	Nova York, Chicago, Detroit, Filadélfia, Houston, Baltimore e Los Angeles
<b>Porta de Entrada</b>	São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador (este último teve intervenção do governo baiano para a criação de rota direta entre Salvador e Miami)
<b>Permanência</b>	Entre quatro e sete dias na Bahia.
<b>Maior Fluxo</b>	No mês de Agosto, quando Cachoeira recebe cerca de 300 turistas com permanência de um dia
<b>Custo dos Pacotes</b>	U\$ 1.100 (dólares turísticos)
<b>Atrativos mais buscados</b>	Hospitalidade do povo baiano, eventos locais, artes plásticas, couros, pedras preciosas
<b>Particularidade</b>	Preocupação com a participação da comunidade afro-baiana na gestão e nos lucros provenientes do turismo

**Tabela 8 – Perfil do Turista Afro Étnico da Bahia.** Fonte: BAHIA, SETUR, 2009, editado pela autora, 2014.

Os itinerários propostos pelo órgão turístico sugerem uma rápida passada por Cachoeira, sem previsão de permanência.

#### Intinerário 6 – Recôncavo

<p><b><u>Opção 1</u></b></p> <p><b>7h – Saída de Salvador (via ferry-boat) em direção a Jaguaripe, Nazaré Maragojipe, São Félix e Cachoeira, com visitas às comunidades quilombolas da região, a sede da Irmandade da Boa Morte, engenhos de cana-de-açúcar e passeios pelas cidades para apreciar a arquitetura colonial e outras atrações. Retorno às 17h pela BR-324.</b></p>
<p><b><u>Opção 2</u></b></p> <p><b>Saída de Salvador, passando por Santo Amaro para conhecer a Feira Livre, depois Cachoeira, visita à Irmandade da Boa Morte, almoço em Cachoeira. Visita ao terreiro de candomblé de Mãe Filhinha (integrante da secular Irmandade de Nossa Senhora da Boa Morte), visita a Maragojipe e retorno a Salvador via São Roque, Ilha de Itaparica, de ferry-boat.</b></p>

**Tabela 9 – Itinerários étnicos delimitados para o Recôncavo da Bahia.** Fonte: BAHIA, SETUR, 2009, editado pela autora, 2014.

Esses dados preliminares contidos no Livro de Turismo Étnico-Afro na Bahia de 2009 demonstram que há mais intencionalidade do que práticas. Vimos que o próprio órgão prevê que a permanência esteja concentrada em apenas um dia nas Festividades da Boa Morte, mesmo que ela apresente cinco dias de duração entre momentos sagrados e profanos. Fora deste período sugere duas opções de passeio que incluem Cachoeira apenas como ponto de passagem e sempre pontuando a Boa Morte como foco de visitas, contudo o turista que se dirige à Bahia tem uma permanência de 4 a 7 dias.

Esse quadro demonstra aquilo já exposto anteriormente que o tempo do turista deve ser planejado sistematicamente através da roteirização (CRUZ, 2000) de modo que ele abarque o maior número possível de localidades visitadas podendo assim distribuir as divisas mediante rápidas passadas pelos principais atrativos, já que não são possíveis mergulhos mais densos em função do tempo, onde a Irmandade da Boa Morte se torna o emblema local, resultando em imagens congeladas acerca das expressões culturais locais. Além do fato de que esses turistas ficam hospedados em Salvador, capital com mais recursos e infraestrutura básica e turística.

Se os principais agenciadores turísticos estão concentrados em São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador e considerando que as ações do receptivo local são embrionárias e pouco agressivas no sentido de formatar para si roteiros que privilegiem a localidade como foco maior de visitação, como vimos no segundo capítulo, é de se esperar que a maior parte dessas

divisas tão cobiçadas pelo turismo não fiquem concentradas nestas localidades de passagem. Produzindo um turismo bem menos proveitoso no sentido do desenvolvimento social e econômico que discursivamente é o grande alvo das políticas públicas de turismo.

Vejamos então como se deram os resultados obtidos da observação de campo em relação aos dois momentos de festa aqui elencados no ano de 2014. A metodologia se fundamentou na observação não participante e na realização de entrevistas sem roteiro sistematizado. Este último foi escolhido como forma de não retirar dos entrevistados a espontaneidade buscando realizar com eles mais uma conversa informal do que propriamente uma entrevista formal, buscando diminuir a tensão causada por pranchetas ou gravadores que normalmente espantam turistas, e por isso mesmo optou-se aqui por não revelar os nomes dos guias e visitantes abordados, apenas suas origens e suas percepções.

Além das entrevistas obtidas em campo utilizou-se também depoimentos colhidos de matérias de mídia impressa, audiovisual e virtual como forma de abarcar maior número de depoimentos, mas também para acompanhar na medida do possível as motivações de outros momentos da festa já que somente foi possível realizar o campo em um ano apenas dado o tempo de execução do trabalho ora proposto.

Foram escolhidos ao longo do evento da Festa da Irmandade da Boa Morte dez grupos de forma aleatória, buscou-se a princípio grupos aparentemente organizados pelos agenciamentos turísticos já que eles se conformam na proposta de sistematização do turismo para o local, mas na medida em que eles iam sendo abordados nem sempre se mostraram organizados dessa forma, o que demonstra que a demanda para a festa vem se diversificando para além do público alvo delimitado pelo governo estadual.

O primeiro grupo abordado era proveniente de Nova York, seu guia faz este mesmo pacote turístico a grupos de afrodescendentes há muitos anos, este grupo era formado por oito pessoas afro descendentes acima de 30 anos<sup>74</sup>. O segundo também proveniente de Nova York de 15 pessoas e se constituía de um grupo de parentesco, também afro descendentes de faixas etárias distintas (entre trinta e sessenta anos), tendo como guia Roberto Mercês. O terceiro era composto por professoras e educadores de Nova York levadas a Cachoeira por uma professora proveniente de Salvador que mantém relações profissionais com as visitantes<sup>75</sup>. O quarto grupo era majoritariamente brasileiro de Salvador e havia um membro proveniente de Washington levados por guia de Salvador, Sayuri Koshima. Finalizando os grupos

---

<sup>74</sup> Esse grupo não quis dar entrevista, mas foi observado ao longo do evento, (nota da autora).

<sup>75</sup> Estavam com pressa e preferiram não dar entrevista formal, somente algumas informações já relatadas (nota da autora).

estrangeiros o quinto grupo era formado por três italianos, sendo um deles Fabrício Bori já morador e empresário em Morro de São Paulo que convidou o casal de amigos para conhecer a Bahia.

A figura à esquerda mostra o grupo de nova-iorquinos ouvindo a explicação sobre a disposição interna da sede da irmandade e da procissão que está prestes a acontecer logo após a missa, neste momento as pessoas estão esperando o término da missa espalhadas ao longo da Rua 13 de Maio para acompanhar o cortejo de Assunção de Maria. A foto à direita mostra o grupo de educadoras também nova-iorquinas no estande de vendas de um livreiro bastante conhecido na cidade. Este estande estava montado no prédio da Pós Graduação da UFRB (Prédio Hansen) que fica localizada na mesma Rua 13 de Maio.



**Foto 57** - Fonte: Taís M P Batista, 2014



**Foto 58** - Fonte: Taís M P Batista, 2014

Dos grupos estritamente formados por brasileiros foram abordados: grupo de cerca de 80 alunos do Bacharelado Interdisciplinar em Cultura da UFRB de Santo Amaro, um grupo de aproximadamente 100 pessoas de Salvador agenciadas pelo SESC, o terceiro um grupo de cerca de 40 alunos de graduação da Faculdade Maurício de Nassau de Salvador, o quarto grupo totalizando 80 integrantes também provenientes de Salvador organizados pelo Sindicato dos Órgãos Públicos de Salvador e o quinto um grupo proveniente de Salvador, professores e também alunos de pós-graduação de universidades distintas que tinham por hábito visitar Cachoeira e a Festa em função da afinidade religiosa do candomblé.



**Foto 59** - Fonte: Taís M P Batista, 2014



**Foto 60** - Fonte: Taís M P Batista, 2014

A foto à esquerda mostra uma pequena parcela do grupo do Sesc que ficou espalhado ao longo da rua, o mesmo aconteceu com os estudantes da Faculdade Maurício de Nassau da foto à direita.

Dos depoimentos colhidos o que se tem de concreto é que para os grupos de afro americanos o principal motivo da viagem era o conhecimento de tradições preservadas, causava espanto nesses grupos e muita curiosidade a forma como uma festa ou manifestação cultural poderia se manter por tantos anos sem ser enfraquecida. Outra questão interessante é que o segundo grupo abordado mostrou uma característica interessante, ele se consistia em relações de parentesco, eram primos, tios, sobrinhos que ali estavam através de indicação de uma extensa família que todo ano busca pela viagem já há gerações. Segundo o guia, ele já havia trazido duas outras gerações dessa mesma família para a festa, com a qual trabalha desde 1990.

Outra característica em comum desses grupos diz respeito à permanência, eles ficaram na cidade até o horário do almoço, alguns partiram para a refeição em outras localidades e outros ficaram. A responsável pelo grupo de Salvador Sayuri Koshima se ressentiu da maneira como as visitas à Festa e à Cachoeira de forma geral são organizadas, pois privilegia muito pouco a localidade. Restringem-se a apenas um dia da Festa e acabam levando seus grupos para fazer suas refeições em outras localidades, prática que ela sempre buscava evitar, tentando promover mais a permanência e atividades dentro da cidade. Além dos italianos e dos brasileiros, foi o único grupo observado que almoçou em Cachoeira, mesmo indo embora cedo.

O guia do grupo pertencente à mesma família levou os turistas para almoçar em uma fazenda no município vizinho Muritiba, esta fazenda é conhecida pela população local como o



‘restaurante dos estrangeiros’, pois é de conhecimento popular que neste local são feitas reservas antecipadas pelos guias de Salvador para a realização das refeições dos grupos, a fazenda se especializou nisso e segundo dois dos guias abordados é possível reservar apenas a partir de um mínimo de 10 pessoas durante o ano todo, não se restringindo exclusivamente à Festa da Boa Morte.

Segundo depoimento de um dos guias, Roberto Mercês, mas que foi verificado com diversos outros participantes da festa que já haviam estado em outras versões, este ano teve uma frequência menor, isso para ele se deve principalmente e, com relação ao fluxo de norte americanos, a recessão econômica pela qual o país está passando e sendo os afro descendentes em sua grande maioria de classe média, a mais afetada pela crise, era compreensível a diminuição do fluxo, mas que há muito interesse por parte deste grupo nas tradições afro brasileiras.

O grupo norte americano composto de parentes entre si saiu para almoçar na fazenda de Muritiba dizendo que voltariam para o samba de roda que deveria acontecer naquele mesmo dia com a apresentação do Grupo de Samba de Roda Suerdick previsto para às 16h00min no Largo d’Ajuda. Esse grupo não mais voltou à Cachoeira, mas algo deve ser esclarecido para os possíveis motivos, pois o guia havia me garantido que a experiência jamais seria completa sem o Samba de Roda.

Como a observação do evento ocorreu o dia todo é necessário relatar os fatos ocorridos. Embora o samba tenha sido marcado no Largo d’Ajuda, o sistema de som do palco montado a beira do rio, conforme imagem abaixo anunciou que a apresentação seria naquele local (primeiro desencontro), e seguida da apresentação do cantor Gerônimo por volta das 22h00min, este anúncio só aconteceu por volta das 20h00h (segundo desencontro). É bem verdade que a chuva que começa a cair na região central da cidade no final da tarde acaba espantando muita gente, mas ainda havia umas poucas pessoas a espera do Samba de Roda cujo adiamento em função da chuva somente foi divulgado às 21h57min (terceiro desencontro), ou seja, seis horas depois do previsto para o show começar.

Isso demonstra que o arranjo produtivo local peca com relação aos compromissos firmados em termos de cumprimento de horários e falta de estrutura para situações climáticas desfavoráveis, já que nesta época do ano é esperado um volume de chuvas mais acentuado, ou seja, despreparo no sentido da organização da agenda e da estrutura dos eventos.



**Foto 61** - Fonte: Taís M. P Batista, 2014.



**Foto 62** - Fonte: Taís M. P Batista, 2014.

A primeira foto à esquerda mostra alguns integrantes do Samba de Roda Suerdick indo embora momentos antes do anúncio de adiamento a outra representa a pouca quantidade de pessoas na localidade do palco que ainda ficaram esperando pelo show do artista Gerônimo com a chuva as pessoas se abrigaram nos poucos toldos disponíveis, de onde foi possível tirar as fotos.

Percebe-se que no período noturno do dia que é o mais visitado a cidade está esvaziada, mas durante o dia esse esvaziamento já pode ser notado. A área de estacionamento de ônibus que esteve cheia a manhã toda já começou a mostrar menores números por volta das 14h00, com o fim da procissão e os grupos partindo para o almoço, com queda total por volta das 18h00min.

O único grupo que permaneceu (dos entrevistados) do dia 13 ao dia 16 de Agosto foram os italianos. Ficaram hospedados na Pousado do Convento do Carmo e presenciaram tanto a festa quanto a cidade e seu entorno por mais tempo. Suas motivações devem ser vistas de forma separada, enquanto o já residente na Bahia, Fabrizio Bori, há mais de 30 anos tinha um interesse específico em registro fotográfico, o casal estava na Festa por indicação do amigo residente vieram para visita-lo e aproveitaram para conhecer tal evento peculiar, assim descrito pelo companheiro de viagem que já conhece a Festa e o município desde a década de 1990 quando veio para o Brasil e se instalou em Salvador trabalhando como guia turístico para estrangeiros por municípios bairros, inclusive Cachoeira, atualmente é dono de uma pousada em Morro de São Paulo.

Quatro dos grupos estritamente brasileiros e oriundos de Salvador ficaram no máximo até às 16h00min, horário de retorno marcado pelos ônibus de viagens que os trouxeram, é importante fazer uma distinção entre os grupos do SESC e do Sindicato com os outros dois restritos de alunos. O Sesc tem como objetivo o Turismo Social, ou seja, uma oferta de

pacotes turísticos a preços mais baixos a seus associados como forma de incentivo principalmente ao Turismo Cultural, abarcando todo tipo de público, mas com ênfase no público da terceira idade.

Conforme alguns depoimentos os motivos da viagem variavam entre curiosidade sobre a festa muito em função do sincretismo, participação na procissão e conhecer Cachoeira. Abaixo o *folder* de promoção do pacote turístico do Sesc produzido para divulgação do mesmo. Percebe-se que o horário previsto para chegada de retorno em Salvador é de 19h00min, isso quer dizer que confere com o período em que a cidade começa a se esvaziar de visitantes.

Conheça Cachoeira e participe da  
**FESTA DA BOA MORTE**  
10 de agosto de 2014

CATEGORIA	TOTAL	R\$*
Operacional/Operários	1100,00	820,18
Carrocinha	800,00	651,08
Udeto	800,00	652,88

O PACOTE INCLUI:

- Transporte de ida e volta de Salvador para Cachoeira;
- Almoço e jantar em restaurante local;
- Entrada para o evento cultural e procissão;
- Seguro de viagem;
- Material de divulgação e lembranças.

Em 2014 Sesc  
Sociedade de Economia Solidária

Sesc

**Figura 4:** Fonte: SESC BAHIA, 2014

Com relação ao grupo do Sindicato segundo o organizador essas viagens são, assim como no Sesc, uma política de inserção ao turismo para associados com preços mais baixos e que é uma prática recorrente as visitas a vários polos turísticos do Estado da Bahia, mas que era a primeira vez em Cachoeira daquele grupo. Como motivação principal foi declarado o interesse cultural pela localidade e em especial pela Festa da Boa Morte.

Já os grupos de estudantes foram unânimes em relacionar a viagem a necessidades acadêmicas de pesquisa na área de Cultura ligada com seus cursos, ou seja, visitas técnicas para estudo de campo. Havia uma série de alunos aproveitando inclusive para praticar o fundamento das entrevistas de opinião, alguns alunos eram da própria região e já conheciam a festa, alguns mesmo sabendo sobre ela nunca haviam participado.

O grupo de professores e pós-graduandos de Salvador já esteve em Cachoeira algumas vezes, alguns deles muitas vezes, conheciam a festa, tanto que estiveram na localidade durante o sábado e o domingo se hospedando no Hotel Aclamação, não vieram na sexta feira devido a compromissos inconciliáveis e estavam em Cachoeira a turismo e para rever amigos,

ao menos desta vez. São adeptos do candomblé, mas este ano não vieram por motivos religiosos e sim a passeio.

Esses grupos mostraram que embora heterogêneos em vários aspectos como gênero, faixa etária e origem, tinham algo em comum a busca por uma cultura peculiar, mesmo que o “uso” dessa cultura fosse diferenciado. Se os grupos de estudantes que eram muitos, inclusive oriundos de escolas estaduais como foi possível constatar pela observação, tinha a cultura como foco para análises posteriores de cunho educacional, os outros grupos brasileiros (Sesc e Sindicato) tinham por costume as viagens culturais como motivação.

Já os grupos estrangeiros de afro-descendentes foram ainda mais explícitos com relação à busca por culturas congeladas no tempo, da maneira como ficavam impressionados pela forma como a cultura afro brasileira não somente é expressa, mas também como preservou elementos autênticos das raízes africanas.

Mesmo o grupo de italianos tinha o elemento cultural como foco, pois fazia o que pareceu uma tendência cada vez maior na Festa da Boa Morte, o registro fotográfico mesmo amador, mas de posse de câmeras bem mais aparatadas do que o simples *smartphone*. Esse grupo de fotógrafos foi visto em larga escala pela festa e alguns quando interpelados diziam que intencionavam postar em suas páginas de redes sociais da internet a experiência da festa e sua plasticidade. Talvez um novo segmento do turismo de experiência.

Infelizmente, como já mencionado anteriormente os estudos qualitativos com relação à demanda turística de Cachoeira são bastante incipientes, as matérias de jornais e revistas, tanto impressas quanto virtuais que foram possíveis analisar pouco se atêm aos questionamentos do público visitante, mostrando muito mais interesse em explicar a festa, a irmandade e seus rituais do que conhecer os motivos turísticos, mas foi possível através de uma extensa e laboriosa pesquisa nestes arquivos coletar alguns depoimentos deste gênero.

Uma reportagem do Jornal A Tarde intitulada “Afro-americanos procuram suas origens na Festa da Boa Morte” citada por Armando Castro (2008) traz a opinião de dois visitantes do evento na versão de 1994.

“A nossa tradição religiosa foi totalmente suprimida nos Estados Unidos e, depois que os afro-americanos conheceram a Festa da Boa Morte, passaram a ver de maneira diferente a própria cultura americana.” (Cathy Royal, pesquisadora da Universidade de Maryland (EUA, especialista em cultura africana nas Américas)  
 “Depois de ter visitado a Bahia, não preciso conhecer mais nada. Esse lugar (Cachoeira) é muito espiritual, existe uma mágica aqui, as pessoas são muito calorosas. Em todos os lugares, a vida deveria ser assim: trabalhar e festejar o mistério da vida.” (Natalie Aloha Swift, professora de Nova York)

Depoimento colhido da matéria realizada pela TV Olhos D’Água com reportagem de Elsimar Pondi gravada em 2010.

“É um aspecto, uma base muito importante para mim por causa que é um privilégio da cultura aqui que tem agora acho que 25, 22 mulheres fazendo uma maneira de ser, que é um reflexo de negritude, de baianidade, da cultura, herança africana com uma linha que não estava quebrada. Elas são coisas, suas maneiras de trabalhar, de cantar a preparar comida a manter a cultura que quase não existe. (Scoth Barton, professor e pesquisador de Nova York, 2010)

As citações que se seguem são entrevistas concedidas à Rede Bahia de Televisão no ano de 2011 que foram publicadas em matéria virtual pelo site de notícias G1 em 14/08/2011.

“Sempre que posso, eu venho. É uma das festas mais lindas da Bahia, que mostra a força, perseverança e fé dessas mulheres. É um presente para a Bahia” (Jota Veloso, cantor e compositor baiano, 2011)

“Fiquei sabendo [da festa]<sup>76</sup> porque meu marido já veio várias vezes, ele é de Salvador. Estou achando a procissão linda, é maravilhosa e emocionante. Vemos que elas [as mulheres da irmandade] são poucas, são velhinhas, não sei como isso continua. Elas tiveram uma importância enorme. Essa tradição tem que ser mantida” (Silvia Dzitzer médica carioca, 2011)

“Acho muito linda, muito interessante. A primeira vez que estive aqui foi há três anos, é uma cultura viva” (Eanonn Dunehy, médico irlandês 2011)

A seguir depoimentos colhidos pelo documentário realizado em 2011 por Tradições Brasil, segmento pertencente à Cinegroup, produtora de vídeo que promove peças divulgadas por diversos sites parceiros. Esta peça foi produzida pelo Ministério do Turismo. Infelizmente não há atribuição de nomes nem localidades dos autores das falas.

“Segunda vez. Eu fiquei aqui em 2003. Eu gostei muito da Festa da Boa Morte e eu pensei em trazer meus amigos para conhecer esta festa única, porque é uma festa maravilhosa, não há uma festa igual em todo mundo.”

“É o encontro de uma religiosidade do candomblé com a religiosidade do cristão e essa união me comove.”

“You know, there’s always this desire to experience an exotic cultural ritual like this, the combination between Catholicism and afro brazilian traditions.

“Eu vejo em Cachoeira também uns pontos mais altos, uns tambores. Sinto algo como um cheiro, né, da cultura africana.

Sincretismo, negritude, africanidade, ancestralidade, unicidade, cultura preservada, lugar mágico, são alguns dos termos mais usados pelos turistas de Cachoeira em diversos anos de visitação às várias edições da mesma festa. Porém quanto deste discurso pode ser percebido como uma construção dos próprios materiais produzidos pela mídia turística e governamental? Já que são todos muito parecidos na retórica que privilegia esses mesmos termos, que na verdade mais se colocam como discursos formadores de ideias estereotipadas de uma dada realidade.

---

<sup>76</sup> Grifo da autora da matéria

Os fatos indicam que embora os turistas estejam imbuídos do desejo de conhecer tão mágica e ancestral cultura, este desejo é pontual e mesclado com a necessidade típica do turismo de aproveitamento máximo do tempo do viajante. A observação demonstrou que a experiência ficou restrita (nove dos dez grupos acompanhados) à procissão, sendo que dos grupos de afro americanos nenhum deles participou da oferenda da feijoada, da valsa e do samba de roda que ocorreram após a procissão, nem permaneceram para almoçar e esperar pela apresentação do Grupo de Samba do Roda Suerdick, muito embora ele não tenha ocorrido, ele estava agendado para às 20h00min daquela noite, mas os grupos já tinham horário de partida programada para o fim da tarde deste mesmo dia.

Essa posição de destaque da Boa Morte, mesmo que permitindo certo grau de valorização e autoestima para este grupo, é extremamente pontual o que salienta Pinho (2004) insuficiente para pensa-la como positiva e inclusiva.

“Apesar de os analistas pregarem uma suposta ‘inversão’ que seria típica do momento do carnaval, o que permitiria o ‘brilho’ do negro nesse momento, acredito que esta ‘inversão’ apenas confirme ‘situação’. Se o posto de ‘exótico’ ainda é um dos poucos ‘lugares’ reservados para o negro em nossa sociedade, a meu ver, isto confirma a continuidade da relação entre brancos e negros como sendo uma relação entre opressores e oprimidos, iniciada há muitos séculos no Brasil.” (PINHO, 2004, p. 237)

Pinho (2004) considera os movimentos do turismo de raízes como um canal de comunicação e troca que desafia, mesmo que de forma limitada, a supremacia da diáspora afro estadunidense, mas ressalta que esta modalidade muitas vezes é percebida a partir de uma fetichização da escravidão que transforma a mercantilização de escravos em “turismo da escravidão”.

Dessa forma o culto ao passado extremamente vinculado com as narrativas impregnadas da ancestralidade e do sofrimento resultante do processo escravista perpassa sempre por esse viés de exótico que distancia o étnico do mundo real de modernidade que resulta na percepção do outro como aquele que deve permanecer em um mundo a parte, mágico, místico, misterioso, bizarro, profundamente cristalizado para servir também ao propósito da museificação, aberto a visitação em momentos estanques não pertencente à normalidade (FENTON, 2003)

Nos momentos de festa essas irmãs são alvo de disputa pelos numerosos fotógrafos que muitas vezes ultrapassam os limites da privacidade, assemelhando-se a *paparazzis* que assediam celebridades, Jomar Lima<sup>77</sup>, fotógrafo oficial da Irmandade e também presidente da

---

<sup>77</sup> Depoimento concedido ao documentário Retratos da Fé. A Irmandade Sob o Olhar da Fotografia, IDERB, 2013.

Fundação Hansen Bahia, discute “a forma agressiva que alguns profissionais vêm fazer esse trabalho, o respeito que não têm no momento delas.” Adenor Gondim, também fotógrafo explica:

“É o desejo de tirar a melhor foto, é exótico, é uma roupa que só tem em Cachoeira, é um jeito extremamente localizado e o tempo é pouco. Então tá todo mundo ali, é capaz de derrubar tudo até a santa. Eu já vi fotógrafo chegar naquela área ali da capela delas, o cara ficar ali como se fosse bailarino. Pera aí, cara! O espetáculo é no palco aqui você vai derramar vela, vai derrubar a santa ou coisa assim. Há uma certa indelicadeza por parte dos fotógrafos na fúria de fazer uma foto, entendeu? (ADENOR GONDIM 2013)<sup>78</sup>

Entretanto esta fúria e desejo profundo de se fazer a melhor foto também está associado com uma determinada temporalidade, pois como vimos durante a Esmola Geral esses personagens estavam ausentes em sua esmagadora maioria, justamente pelo que Adenor Gondim sinaliza com relação à indumentária exótica, peculiar e única das irmãs nos dias de gala, que também como veremos logo adiante é o foco inclusive das produções artesanais comercializadas durante a festa.

Este aspecto pontual da atenção dos fotógrafos, mas que também nos faz refletir sobre a atitude dos turistas é percebido inclusive pelas próprias irmãs que demonstra que talvez esse caráter circunstancial da atenção pode suscitar situações contraditórias, pois ao passo em que produz visibilidade, também demonstra indiferença nos momentos em que elas não estão em evidência.

“Eles vêm de fora, leva a imagem, tá levando a Irmandade, levando a imagem, que é uma coisa muito boa, é a divulgação. Agora, eles poderiam também nos trazer fotografias, quando nada, para a gente ter, e a gente como Irmandade temos muito poucas fotos, apesar de ter muitos fotógrafos, muita gente, televisão, fotógrafo particular, freelance, tudo, cinema. E depois que cada qual colhe a imagem faz de conta que acabou, aquelas pessoas não existem mais. Só para o ano, e não é bem assim que se vive.” (EDITE MARQUES, irmã da Boa Morte, 2013)<sup>79</sup>

#### 4.2.1 Os Arranjos Turísticos

Conforme a festa passa a sofrer o processo de turistificação outros elementos antes inexistentes passam a compor o cenário desta festa, a presença de turistas já ficou evidente nas imagens, principalmente do dia 15 (a Ascensão), mas outros personagens também se inserem nesta lógica de turistificação e aproveitamento para fins comerciais. Mudando inclusive o cenário urbano, mas não somente por turistas e pela população. As ruas ficaram

---

<sup>78</sup> Idem

<sup>79</sup> Ibidem

bem movimentadas de atores diferenciados, atraídos pela Festa e pelo poder de ganho neste dia de aglomeração muitos comerciantes de insumos variados tomam as ruas de Cachoeira.

Essa sequência de fotos abaixo demonstra a maneira como diversos artistas oriundos principalmente de Salvador aproveitam a festa para encenar o discurso da cultura negra das manifestações ancestrais como a capoeira, o batuque do candomblé, mas também mostra outras formas de aproveitamento da festa para efeito de comercialização de produtos que ostentem esta marca africana.



**Foto 63** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 64** - Fonte Taís M P Batista, 2014.



**Foto 65** - Fonte Taís M P Batista, 2014.



**Foto 66** - A Tarde, 2012.

A primeira foto à esquerda mostra a gente de santo que o historiador Cacau Nascimento (2010) chamou em seu blog de “pegadores de gado” esses personagens são segundo o historiador rapazes fantasiados de sacerdotes mulçumanos africanos que ficam pelas ruas com barraquinhas montadas cheias de ervas (que cheiravam a arruda) e pipoca. Quando alguém passava ficavam chamando para uma bênção ( a pesquisadora se dispôs a fazer em prol do conhecimento) que consistia em poucos segundos de chacoalhos de arruda



úmida e uma saraivada de pipocas e pronto você estava benzido, claro que uma contribuição era solicitada ao final da bênção.

A segunda foto, à direita superior - é uma pena não poder usar do recurso do áudio visual - representa um grupo de artistas itinerantes de Salvador que se apresenta em diversos pontos da Bahia e também de outros estados tocando e dançando aos sons do atabaque mostrando um pouco da cultura e da música do candomblé.

A terceira foto à esquerda inferior é uma demonstração de alguns grupos de capoeira registrados pela reportagem. Neste ano não foi registrado nenhuma apresentação de roda de capoeira, o que demonstra que estes grupos de apresentação de forma geral são itinerantes e sem vínculo formal com a festa e que podem ou não estar presentes em outras versões de outros anos.

A quarta foto à direita inferior representa os muitos estabelecimentos e barracas montadas pela cidade que exploravam em seus estoques produtos ligados à cultura negra. A foto mostra uma vendedora ambulante expondo sua arte africana, mas era possível ver muitas outras ofertas, tais como; bolsas e litogravuras da irmandade (piratas, obviamente), artesanatos variados e barracas promovendo o Turismo Étnico da Comunidade do Iguape, restaurantes com cardápios de comida típica que em dias normais não são tão simples de serem encontradas na cidade (as duas fotos da sequência abaixo).

É fundamental salientar que esses personagens não fazem parte do cenário cotidiano de Cachoeira, e que o mais comum é vê-los na Festa da Boa Morte e essencialmente no dia 15, a observação de campo pode comprovar que nos dias seguintes esses personagens estavam em esmagadora maioria já ausentes da cidade, pois nem em outras manifestações populares elas estão presentes, mas que são vistos aparentemente como algo normal e bem vindo de acordo com o depoimento de Walmir Pereira:

“Na maioria das vezes quando acaba a procissão você pode encontrar samba de roda, mas também você pode encontrar um Olodum aí, você pode encontrar um Filho de Gandhi, você pode encontrar outras manifestações negras que se agregam.”  
(TRADIÇÕES BRASIL, 2011)



Foto 67 – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



Foto 68 – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

As fotos acima mostram outras situações formuladas a partir da lógica turística já que a festa se consagrou como atrativo ela acaba por trazer também ofertas agregadas como o cardápio montado pela Pousada d’Ajuda com comidas típicas e o passeio à comunidade quilombola do Iguape em Cachoeira. Ambos buscam o espaço da festa para difundir seus produtos agregados à motivação do exotismo étnico. (buscar sansone)



Foto 69 – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



Foto 70- Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Mas também movimenta a economia interna local como podemos ver duas lojas locais acima expondo bonecas simbolizando as irmãs da Boa Morte como produto artesanal para turistas nota-se que figura principalmente a indumentária de gala das irmãs. Como no caso da Pousada e Loja Artesanal Identidade Brasil (foto à esquerda) que seleciona para exposição produtos de artesãos locais dando vazão ao fomento da economia criativa local.

As fotografias (como foi possível notar no campo um grande número de fotógrafos profissionais, mas muitos amadores também) e os objetos consumidos em viagens podem possuir diversos significados para os turistas (GRABURN, 2009), contudo percebemos uma grande tendência em ofertas voltadas para objetos direcionados à simbologia da indumentária mais solene das irmãs, como podemos ver nas fotos acima, mas que foi verificado em outros objetos e em variadas barracas e lojas pela cidade.

Neste sentido segundo Graburn (2009) esses objetos e imagens possuem uma importância na medida em que acabam por viajar mais que seus próprios produtores, levando consigo as histórias dos mesmos disseminando globalmente as imagens e ideias sobre as destinações turísticas visitadas que os produziram, ou seja, esses objetos acabam por contribuir na formação do imaginário não somente do turista que aqui esteve, mas daquele que lá está travando contato com esta cultura através desses objetos e imagens.

MacCannell, (1989) poderia explicar o fascínio por essa imagem em específico através da necessidade que o turista possui em legitimar suas experiências em busca de autenticidade, esta busca que está diretamente relacionada com o sagrado necessita também de um olhar direcionado para objetos que devem se tornar os símbolos da própria experiência, e como são essas imagens que mais figuram na retratação da Irmandade que circula pelo mundo, a aquisição desses artefatos significa também a legitimação da experiência ritualística.

É importante salientar também que neste ponto a agência dos fotógrafos tem grande papel em disseminar imagens com certa manipulação, escolhas de ângulos e iluminação que acabam por criar imagens mais dramáticas e mais apelativas do imaginário do público que terá acesso a elas.

Dessa forma a imagem fortalecida do que vem a ser cultura de Cachoeira estará fortemente cristalizada nas peças produzidas durante este evento, já que ele se configura como a festividade que de fato mais atrai turistas internacionais para a cidade.<sup>80</sup> Para esses turistas e seus amigos que partilharão de informações acerca de suas visitas Cachoeira é de fato o *locus* da africanidade baiana com seus artesanatos, comidas, manifestações artísticas (danças e músicas) na oferta de bênçãos de pessoas de santo pelas ruas como se esse cenário fizesse parte realmente do cotidiano de todo um município.

Outra questão a se considerar neste panorama de mercantilização de símbolos culturais negros, segundo Sansone (2003) é que ela passa a ser um hábito, mesmo que circunstancial, das classes média e alta, como resultado do processo de positivação desses elementos

---

<sup>80</sup> Informação obtida verbalmente por José Antônio Ferreira, Edson Filho, Daniel Santana e Jordânia Freitas.

advindos das mensagens de igualdade e direitos individuais, dos quais tratamos no segundo capítulo, proferidos pelos órgãos internacionais.

Dessa forma é de conhecimento destes agentes (artistas, artesãos, performistas, restaurantes, etc.) do fascínio que estes artigos exercem sobre o imaginário do público turístico nestas festividades, figurando na aquisição desses símbolos uma prática moderna e livre de preconceitos.

“Os programas dessas fundações, das ONG’s internacionais, das ONGs nacionais e das organizações de ativistas negros se entrelaçam. Todos se interessam pela promoção da política da identidade, o que cria um novo espaço para a circulação e a mercantilização de objetos negros.” (SANSONE, 2003, p. 125)

Uma última consideração a ser feita sobre mercantilização de produtos turísticos é que os ganhos econômicos produzidos por esse afluxo turístico não são necessariamente alocados para a Irmandade, apenas a partir deste ano elas passaram cobrar pela entrada no Centro Cultural e comercializar outros itens já mencionados, mas não há nenhum outro ganho direto, os valores dos pacotes turísticos, as rendas com hospedagem, alimentação e artesanato de forma geral não as beneficiam diretamente.

Demonstrando aquilo que Greenwood (1977) salienta que a comoditização da cultura não depende do consentimento daqueles que participam podem ser apropriadas por qualquer um e neste jogo muitas vezes nem sempre os grupos que geram algum tipo de interesse turístico são aqueles diretamente beneficiados, como vimos ao longo da observação da festa existe um número expressivo de artesãos e lojas que comercializam as imagens e reprodução artísticas das mesmas sem que essas irmãs ganhem algo com isso.

O panorama poderia mudar caso elas patenteassem uma marca própria, mas enquanto isso não ocorre, vê-se uma quantidade grande de pessoas, para além dos comerciantes locais que são os mais beneficiados pelo fluxo, comercializando a imagem da Irmandade como produto da cultura pública (GRABURN, 2009), sem beneficiar diretamente as produtoras dessa cultura.

### **4.3 A Invisibilidade da Festa D’Ajuda**

A dinâmica da Festa D’Ajuda é um tanto quanto mais complexa do que a Boa Morte, diferente desta que aglutina cinco dias de festa a Ajuda é mais espaçada. O Bando Anunciador que é o anúncio da festa, portanto o primeiro dia acontece uma semana antes das festividades

propriamente ditas. O Terno do Silêncio marca o início dos embalos que vão acontecer nos próximos dez dias consecutivos, sendo que há festividades entre embalos, ternos, missas e procissão em quase toda a duração do evento.

Essa característica para Daniel Santana acaba por dificultar a atração de turistas para a localidade neste período, juntamente com a pouca oferta de atrações que poderiam aumentar tanto o fluxo quanto a permanência dessas pessoas. Segundo ele os turistas recebidos durante a Festa d'Ajuda são poucos e estão normalmente relacionados com a festa porque possuem grau de parentesco ou amizade e já conhecem a festividade há algum tempo, mas que de forma geral a ocupação de seu hotel quando muito lota no final de semana do Terno da Alvorada (último final de semana da festa)

Além desta característica os embalos em média duram duas horas, com exceção dos Ternos do Silencio, da Alvorada e da Saudade, que geralmente tem maior duração, e essa duração mais prolongada está associada aos fatores históricos que esses dias representam já citados no capítulo anterior. O que se quer dizer com isso é que este evento está menos propício à formatação do produto turístico, já que ele é espaçado e dispõe de vários dias com curtos períodos de festa.

Normalmente os produtos turísticos devem seguir uma lógica que privilegie a permanência e o consumo do turista em quase todo o tempo em que ele se encontre na localidade (URRY, 1996). Diferente de carnavais de rua, por exemplo, que acontecem em vários dias consecutivos e com duração de quase vinte e quatro horas, a Festa d'Ajuda não possui, ao menos no presente momento, essa característica, o que limita a oferta de entretenimento, já que também foi citado as limitações com relação a outras ofertas de lazer.

Isso não quer dizer que este seja o motivo pelo qual o interesse em investimentos ou mesmo a atenção dos órgãos públicos não ocorram na mesma proporção que a Boa Morte. Na verdade parece mais demonstrar que a falta de intervenção pública permite que este evento em particular continue ocorrendo de acordo com o planejamento interno da Irmandade d'Ajuda sem a tentativa de doutrinação do calendário em função do movimento turístico. Para compreender melhor vejamos o quadro abaixo<sup>81</sup>:

---

<sup>81</sup> Para ver o cronograma completo da Festa d'Ajuda ver Anexo

### Cronograma de Duração de eventos da Festa d’Ajuda

<b>Data</b>	<b>Evento</b>	<b>Início<sup>82</sup></b>	<b>Término</b>
<b>09/11</b>	Bando Anunciador	11h00min	13h30min
<b>15/11</b>	Terno do Silêncio	00h00min	02h
<b>16/11</b>	Lavagem da Capela	10h00min	12h30min
<b>18/11</b>	Embaló	17h00min	19h10min
<b>19/11</b>	Terno do Acarajé	17h00min	19:10min
<b>20/11</b>	Terno das Cozinheiras	17h00min	19h00min
<b>21/11</b>	Embaló	17h00min	19h20min
<b>22/11</b>	Missa e Procissão	21h00min	22h40min
<b>23/11</b>	Terno da Alvorada	05h00min	11h30min
<b>25/11</b>	Terno da Saudade	17h00min	20h10min

**Tabela 10** Fonte: Cronograma da Festa D’Ajuda 2014, dados recolhidos em campo, elaborado pela autora, 2014)

Para maior compreensão do quadro é importante salientar que todos os momentos da festa são acompanhados pela Filarmônica Minerva Cachoeirana e que a mesma é contratada pela comissão da Irmandade d’Ajuda para as apresentações. Dito isto fica subentendido que há um custo diário da comissão no tocante ao principal atrativo da festa, já que são as músicas tocadas por ela que mantêm os foliões nas ruas e que esse valor também prevê uma delimitação de tempo que gera entre duas horas durante os ternos e embalos semanais e podendo ser um pouco mais estendido nos ternos principais.

Dessa forma os músicos são contratados para tocar por duas horas diárias, sendo maior o tempo de apresentação no dia em que a comissão e o público em geral consideram o principal dia da festa, o Terno da Alvorada. A extensão do tempo de apresentação parece ocorrer apenas neste dia específico da festa justamente por ser o dia mais importante, do ponto de vista da população local, e também um pouco mais no Terno da Saudade, o que é compreensível já que é a despedida da festa, mas que teve um aumento de apenas uma hora.

O evento então apresenta uma dinâmica diferenciada da maioria dos produtos turísticos, em função de seus espaçamento de mais de quinze dias entre o início e o término, a

<sup>82</sup> Os horários da tabela sugerem os previamente marcados pela programação da festa, já que os atrasos que ocorreram não foram significativos. E os terminos sugerem os horários aproximados da observação no momento em que a Filarmônica Minerva Cachoeirana encerrou cada uma de suas apresentações (nota da autora).

curta duração dos embalos e ternos e alguns horários como o Terno da Alvorada que acontece às 05:00 da manhã, o do Silêncio às 00h00min, o Terno da Saudade que é sempre numa terça-feira. Esses fatores não impedem realmente uma futura formatação turística, mas a existência deles indica uma conformação da festa mais direcionada para a população local.

Outro fator avaliado neste ponto é a comunicação do evento, durante o mesmo foi observado se havia ausência ou presença de cartazes pela cidade com relação à programação, com exceção de alguns estabelecimentos comerciais eles inexistiam. A programação com dias e horários estava disponível *online* em alguns sites como A Ponte, Tribuna da Bahia e mesmo havendo uma página oficial da festa no *Facebook* ela apresentava um *link* para o endereço eletrônico do A Ponte para maiores informações sobre a programação completa.



**Foto 71** – Fonte: Tais M P Batista, 2014.



**Foto 72** – Fonte: PORTAL A PONTE, 2014, editado pela autora, 2014.

A foto da esquerda mostra o cartaz visto em alguns poucos estabelecimentos pela área urbana e este em específico se encontrava colado à porta de um dos veículos que compunham o cortejo do Bando Anunciador no dia 09/011/2014. Percebe-se que apesar da presença do cartaz ele não contém os dados da programação. E de acordo com a foto à direita nota-se que a programação depende de outros canais para a sua divulgação<sup>83</sup>. E ainda assim são canais mais conhecidos localmente, ao que nos leva à divulgação da festa de forma mais externa.

Em comparação ao conjunto de ações de divulgação da Festa da Boa Morte, a Festa d'Ajuda fica muito aquém em termos de quantidade de menções. Para reforçar este argumento

<sup>83</sup> Foi realizado um *print screen* (foto de página da internet) da página oficial da Festa d'Ajuda disponível em <https://pt-br.facebook.com/festadajuda> publicado em 15/11/2014, editado pela autora.

foram analisados alguns materiais de divulgação produzidos pela parceria entre Ministério do Turismo e Bahiatursa como demonstra o quadro abaixo:

<b>Título do Material</b>	<b>Menção à Festa da Boa Morte</b>	<b>Menção à Festa d’Ajuda</b>	<b>Observação</b>
<b>A Bahia é muito Mais. s/d</b>	Sim	Não	
<b>Cachoeira – Cidade Heroica s/data</b>	Sim	Não	Embora divulgue a foto da Capela, não menciona sua festa anual.
<b>Festas Populares da Bahia – Tradição, sincretismo e alegria – Calendário 2014</b>	Sim	Sim	Restrito a uma pequena menção, sem fotos nem texto explicativo.
<b>Maquete da Bahia – Viaje por um mundo chamado Bahia. s/data</b>	Sim	Não	
<b>Novos Segmentos e Novos Produtos. Um mundo de opções chamado Bahia. s/d</b>	Sim	Não	
<b>Viver Bahia é Muito Mais. s/data</b>	Sim	Não	
<b>26 Roteiros Turísticos da Bahia de todos nós. s/data</b>	Sim	Não	
<b>Turismo Étnico Afro na Bahia 2009</b>	Sim	Não	

**Tabela 11 – Análise Material de Divulgação, comparativo entre a Boa Morte e a Ajuda.** Fonte: SETUR BA, elaborado pela autora, 2014.<sup>84</sup>

Entre *folders* e cadernos esses oito documentos foram escolhidos por se tratarem de material de divulgação promovidos pela Secretaria de Turismo da Bahia via Bahiatursa que são distribuídos em salões de turismo no Brasil e no exterior às agências de turismo

<sup>84</sup> Nem todos os materiais de divulgação contam com data de publicação, por isso optou-se por sinalizar os anos de cada um dos materiais no corpo da tabela. Esses materiais foram recolhidos entre 2013 e 2014 durante a pesquisa de campo.



(nacionais e internacionais), aos balcões de informação turística das localidades que por sua vez acabam chegando ao consumidor final que é o turista em trânsito, além de formarem um conjunto de materiais que servem de base para a formação de pacotes através do trabalho das agências turísticas, se conformando assim na base da promoção dos destinos.

Dois destes materiais merecem uma explanação mais específica. O intitulado “26 Roteiros Turísticos da Bahia de todos nós” apresenta quatro roteiros cuja cidade de Cachoeira é uma das cidades visitadas, com exceção do percurso que se destina às comunidades quilombolas do Iguape, os outros três roteiros incluem na programação a visita à Irmandade da Boa Morte, mas não mencionam em nenhum deles a Irmandade d’Ajuda, na verdade atribuem a Igreja de Nossa Senhora d’Ajuda como sede da Irmandade da Boa Morte, mesmo sendo um material disponibilizado em 2013, ano em que essa irmandade já possuía sua própria sede.

O segundo material a ser mais detalhado é o intitulado “Cachoeira Cidade Heroica” produzido em formato de guia de bolso tem como objetivo mostrar o panorama dos atrativos turísticos da cidade com suas devidas narrativas históricas. A Irmandade da Boa Morte está lá representada em fotos e texto que cita sua festa anual, mas a Irmandade d’Ajuda e sua festa não são mencionadas. Ao lado da foto da Igreja d’Ajuda está o texto:

“Edifício de relevante interesse arquitetônico. Entre suas imagens destacam-se a da padroeira, Nossa Senhora da Ajuda, crucificada, em tamanho natural, e São Francisco de Assis. Ainda tem imagens de São Benedito, Santa Luzia, São Caetano e São Pedro.” (BAHIATURSA, s/d)

Embora o objetivo neste momento seja ressaltar os fatos recolhidos sobre a Festa d’Ajuda, é impossível fazê-lo sem demonstrar como ela fica invisibilizada diante da outra em face das posições tomadas com relação à promoção da imagem turística que se pretende formatar como produto, moldando a percepção do que é e o que não é turístico.

Essa ausência de menções à festa gera impacto no que toca a visitação propriamente dita de visitantes que não possuem informações sobre o calendário de eventos local. Alguns dados foram coletados e cruzados para demonstrar que este evento em particular é pouco procurado por turistas, talvez pela sua pouca divulgação.

A observação de campo se iniciou juntamente com a festa dia 09/11/2014 e procurou analisar as ações dos participantes na tentativa de determinar se eles eram oriundos de outras cidades ou se na maioria se constituíam em moradores locais. Um dos meios foi a observação da presença ou ausência de veículos de transporte coletivos. Vejamos as imagens:



**Foto 73** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 74** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

As fotos acima estão dispostas nos dois dias mais importantes das duas festas como meio de comparação do fluxo turístico de ambas. A foto da esquerda mostra a manhã do dia 15 de Agosto (Boa Morte) e a foto da direita mostra a manhã do Terno da Alvorada no dia 23 de Novembro, ambas do ano de 2014. Percebe-se que não há veículos turísticos no mesmo ponto de parada como podemos verificar na outra imagem.

Outro fator analisado diz respeito à ocupação hoteleira, para obter esse dado foram realizadas ligações telefônicas e visitas em alguns hotéis e pousadas e foi verificado disponibilidade de apartamentos mesmo às vésperas do Terno da Alvorada (23/11/2014), mesmo que em alguns desses aparelhos a ocupação estivesse alta, segundo informação de funcionários a grande maioria dos hóspedes não estavam na cidade em função do evento.

Também foram realizadas entrevistas junto a três aparelhos de hospedagem da cidade, os três enfatizaram a Flica como principal evento na intencionalidade e prática de reservas dos hotéis, em segundo lugar o São João, em terceiro a Boa Morte e por último a Festa d’Ajuda, considerando esta última como uma festividade que praticamente não atrai turistas, normalmente aqueles que buscam hospedagem por conta da festa são em geral relacionados por parentesco ou amizade, e não turistas agenciados.<sup>85</sup>

Ao longo do decorrer da manifestação dois momentos foram fundamentais para reforçar essa questão. Uma dupla de amigas residentes de São Paulo estava hospedada na cidade de Santo Amaro e resolveram passear na cidade de Cachoeira por um dia de suas estadas, já que partiriam em breve de retorno às suas casas.

<sup>85</sup> Informações obtidas verbalmente junto à Pousada do Carmo, Hotel Aclamação e Pousada d’Ajuda.

Professoras da rede federal de ensino estavam na região para um encontro acadêmico que estava ocorrendo em Santo Amaro na Unilab<sup>86</sup> e chegando em Cachoeira se depararam com o Bando Anunciador ficaram espantadas e bastante animadas com a festa, mas confessaram que embora tenham feito uma breve pesquisa antes de deixar o hotel em Santo Amaro não haviam encontrado nenhuma informação sobre a Festa.

Voltando à questão da pouca divulgação sobre o evento, quando buscamos por Cachoeira na internet o que normalmente aparece é uma série de páginas mais genéricas, isso quer dizer que somente quem conhece ou sabe de antemão sobre um determinado evento que está ocorrendo ou prestes a ocorrer é que chegamos a uma informação mais específica sobre o mesmo. Até porque até o presente momento a Secretaria de Cultura e Turismo não dispõe de um site oficial, apenas uma página no Facebook.

Elas acharam o evento muito peculiar, mas ao buscar informação sobre sua história tiveram dificuldade de compreender na totalidade as informações gentilmente prestadas por moradores locais, pois segundo as professoras as pessoas da localidade pareciam conversar com elas com os mesmos códigos que conversavam com seus conterrâneos, utilizando expressões e linguagens incompreensíveis para elas.

Isso pode estar associado a uma inexperiência local no receptivo turístico por parte dos moradores e a inexistência ou insuficiência de agentes turísticos e guias locais na espera de possíveis turistas. Segundo dados da SECOM BA<sup>87</sup> já é possível verificar demanda turística na Festa d'Ajuda que afirmou “a rede hoteleira da cidade, que conta, em média, com 750 leitos, atinge, 90% de ocupação nesse período” (SECOM, 2014).

A frase acima pronunciada pelo Secretário de Turismo da Bahia Pedro Galvão não acusa em que ano ou anos da festa essa taxa de ocupação ocorreu e certamente ele não estava se referindo ao ano de 2014, já que a matéria foi publicada em 07 de Novembro de 2014 e não havia tempo hábil para um estudo naquele mesmo ano.

Considerando os dados coletados neste estudo é possível suspeitar que assim como na Boa Morte os discursos políticos tendem a exagerar números na tentativa de ampliar o interesse ou demanda por eventos locais. O que por sua vez sugere que a Festa d'Ajuda pode em momentos futuros passar pelo mesmo processo de turistificação pela qual a Boa Morte passa atualmente.

---

<sup>86</sup> Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira. Professoras Rita Chaves e Arlanza Rebello, novembro, 2014)

<sup>87</sup> Secretaria de Comunicação Social do Estado da Bahia

O segundo momento chave foi o encontro de uma excursão de apenas um dia por Cachoeira de um grupo norte americano proveniente de Nova York, hospedados em Salvador que chegaram à cidade por volta das 14h do dia 21 de Novembro para conhecer o centro histórico. Enquanto o grupo ainda se encontrava passeando foi possível conversar com o motorista do ônibus e também com a guia Rita Fonseca que acompanhava o grupo.

Ao abordá-los ficou claro que nem o motorista nem a guia estavam cientes da festividade que ocorre anualmente na cidade, mesmo ambos sendo naturais da Bahia, moradores de Salvador e profissionais do turismo. A própria guia admitiu desconhecer a festividade e quis saber mais sobre a sua dinâmica e se mostrou bastante desapontada, mas garantiu que procuraria ter mais informação para uma possível inclusão da festa em seus planejamentos futuros.

Quando o grupo começou a se reunir para entrar no ônibus de volta a Salvador a guia pediu que eles se acomodassem o mais rápido possível porque já passava das 17h e eles deviam chegar a Salvador o quanto antes. Não foram sem antes esperar pela passagem do Terno absortos pela festa.

Infelizmente não foi possível entrevista-los, pois como foi dito a guia estava com bastante pressa em retornar a Salvador em função de outros agendamentos para o grupo. Este fato é bastante peculiar, pois demonstra como são feitos os passeios, de forma bastante superficial e apressadamente. Se o grupo chegou à cidade por volta das 14h e a guia pouco mais de 17h já queria voltar por conta de outros compromissos do grupo, isso enfatiza o quanto esses roteiros formatados para a região acabam por delimitar bem rasamente o que deve ser visto pelo turista, fortalecendo constantemente visões estereotipadas das localidades.

O grupo se retirou com três horas de permanência, visitou os monumentos chaves, caminhou pela orla e voltou para seus lares sem nenhuma informação sobre uma manifestação bastante popular de Cachoeira, talvez tenham pesquisado posteriormente, mas se não, foram embora sem conhecimento, pois a própria guia não poderia muni-los já que ela própria não possuía informações, o que demonstra que mesmo em outros momentos anuais a visita em Cachoeira é também rápida e segue um padrão de visita de poucos pontos da oferta turística local.

Abaixo na primeira foto as professoras de São Paulo a bordo de um dos veículos do Bando Anunciador, na segunda foto o ônibus da excursão de nova-iorquinos.



**Foto 75** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 76** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

#### **4.3.1 A Festa e sua Estrutura**

Outra questão foi percebida durante a observação da festa no que se refere aos arranjos periféricos da festividade, no caso da Boa Morte esses arranjos foram denominados de turísticos, no caso da D’Ajuda eles são de ordem distinta. Toda festa necessita de um aparato, uma espécie de estrutura para o público que pretende atender, mas esse aparato é disposto de acordo com o que cada público demanda.

Na Boa Morte vimos uma diversidade de ofertas agregadas, tais como restaurantes com comidas “típicas”, oferta de passeios às comunidades quilombolas, vendedores ambulantes de roupas, adereços e bênçãos (típicos da cultura de matriz africana) performances artísticas na música na pintura e no artesanato de maneira geral, enfim um contingente de comerciantes suprindo “necessidades” referentes à experiência do turismo étnico e de raízes. No caso D’Ajuda esse contingente era menor e também diferente, usemos o recurso visual para esclarecer:



**Foto 77** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 78** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Os comerciantes de roupas, arte e artesanato dão lugar à venda de todo tipo de artigos carnavalescos. Os restaurantes mantiveram a manijoba, mas trocaram a Anduzada e o Kfuá pelo ensopado de frango, o fígado bovino, o peixe frito, a feijoada e o frango assado.

Podemos notar algumas roupas em exposição para venda em barraca montada em frente à Igreja do Carmo que é um dos pontos de passagem dos Ternos e Embalos, é possível perceber que as roupas não têm necessariamente uma padronização em termos de estilo a oferta é diversificada em vários sentidos. As vendedoras ambulantes não necessariamente estão a caráter como “baianas do acarajé”.



**Foto 79** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 80** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.





**Foto 81** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 82** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Acima mais exemplos da oferta disponibilizada pelos ambulantes, à esquerda artigos infantis, mas também foi possível verificar mais produtos considerados carnavalescos e ainda na mesma foto à direita um carrinho de pipoca. Na foto à direita um automóvel equipado para a venda de bebidas (água mineral e suco, de acordo com o cartaz afixado na janela traseira). Além desses vendedores ao longo da festa foi verificada uma quantidade razoável de ambulantes que vendiam gelo, refrigerante e cerveja.

Outro fator foi crucial para o entendimento da demanda pela festa dado a quantidade de pessoas que participaram, seria impossível determinar através de questionário quantitativo a origem dessas pessoas, sem um grande contingente de pesquisadores, assim sendo adotou-se um método específico para determinar esta questão. A cada término dos embalos e ternos observou-se a maneira pela qual os foliões se deslocavam seja para determinar a permanência ou a saída.

Durante todo o evento ficou evidente que a permanência dos foliões na região central da cidade, onde se encontram as ofertas de entretenimento como bares e restaurantes, era praticamente nula. Em todos os términos essas pessoas de forma geral se dirigiram a pé para os bairros da cidade ou foram em direção à Ponte D. Pedro II<sup>88</sup>. Foi verificado também o movimento da rodoviária e do ponto de transporte de *vans* que não apresentaram movimentos mais excessivos do que o que normalmente se apresenta em dias sem festividades. Na verdade em dias normais o movimento é ainda mais aquecido em função do deslocamento intermunicipal de trabalhadores, estudantes, etc.

<sup>88</sup> O que pode sugerir que sejam moradores de São Félix e Maragogipe



**Foto 83** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 84** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Por fim tratemos da festa em si que se divide em sagrada e profana e oferece além dos embalos, um calendário de missas e também uma procissão e como efeito de comparação é importante analisar a participação neste momento específico.

Como foram mostradas anteriormente as procissões da Festa da Boa Morte são acompanhadas tanto por turistas e populares, como também por um séquito de jornalistas com a intenção de registrar e documentar o evento. É importante analisar se o mesmo ocorre no calendário sagrado da Festa d’Ajuda, pois o dado pode trazer mais subsídio para a verificação do tipo de projeção que a mesma tem nos canais de mídia.

Antes de passarmos para a análise das imagens torna-se necessário explicar que os momentos sagrados da festa que por tradição ocorrem na Capela d’Ajuda, este ano em específico ocorreram na atual e recém-reformada Capela da Irmandade da Boa Morte. Isso porque as obras de restauro da Capela d’Ajuda não ficaram prontas a tempo da festividade anual.

Este dado é sintomático de acordo com prisma que aqui observamos. Nota-se que a festividade das irmãs da Boa Morte deste mesmo ano ocorreu com a pompa e circunstância de uma entrega oficial por parte do Governo do Estado com a presença dos personagens políticos aqui já citados, enquanto que a festa d’Ajuda não pode ter a mesma realidade.

Entendendo que muitos são os motivos que corroboram para atrasos e demoras na entrega de obras públicas fica aqui mais um dado que tenta argumentar com a pouca projeção da festa como momento chave para aparições políticas, ao contrário das festividades de Agosto.





**Foto 85** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Foram escolhidas imagens do dia 22 de Novembro, por se tratar da data sagrada do evento de maior relevância. Este dia além de se configurar como um dia litúrgico já que não possui embalos nem ternos também representa o final do tríduo com o encerramento em forma de procissão da santa pela cidade.

Esta imagem panorâmica (acima) da missa acima mostra que a participação ocorre em um número mais reduzido do que o dia mais consagrado da Boa Morte, mas o foco aqui é demonstrar que o interesse por parte da mídia é praticamente nula, enquanto as irmãs ficavam invisíveis em suas procissões a d’Ajuda ocorreu de forma tranquila e bem esvaziada desses personagens. Como mostram as fotos abaixo da procissão do mesmo dia:



**Foto 86** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 87** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Como vimos até aqui as dinâmicas das duas festas embora sigam discursos semelhantes, possuam cultos à Nossa Senhora e apresentem ambas calendários sagrado e profano, se mostram divergentes no que se refere à visitação turística e a atenção da mídia. Enquanto a Boa Morte possui um dia específico consagrado pela visitação, a Festa d’Ajuda é mais espaçada e apresenta uma participação mais local e pontual em seus momentos.

Esse é o atual panorama da festa, com isso não se deseja afirmar que esta assim como qualquer outra, já que Cachoeira tem um extenso calendário de festas anuais, passem por processos de turistificação por parte inclusive das iniciativas das demandas políticas administrativas estaduais e locais, mas que no atual momento isso não foi verificado.

Porque mesmo que de forma ainda tímida já aparecem pequenas matérias divulgadas pelos órgãos públicos como já citado anteriormente, a própria manifestação já está na fila para ser reconhecida como patrimônio imaterial da cidade, além de apresentar um arranjo para o dia mais sagrado que também antecede o terno mais esperado pela população.

Esse arranjo prevê a contratação de músicos diversos que se apresentam na noite em questão como forma de manter foliões e possíveis turistas entretidos até o momento de saída do terno que acontece às 05h00min do dia seguinte. Esse fato denota certa agência no intuito de ampliar as formas e ofertas de lazer de um evento que se mostra menos formatado turisticamente. E que por isso mesmo já demonstra que pode vir a passar pelo processo em algum momento futuro.

As três últimas fotos abaixo mostram como apesar da oferta de entretenimento a participação de visitantes é pequena, bem diferente da quantidade que sai nas ruas no terno que irá sair algumas horas depois, no fim da madrugada. Nota-se que nas duas fotos que retratam o principal local de estacionamento de carros advindos de outras municípios e mesmo de moradores encontra-se vazio no momento da apresentação montada no palco do Largo d' Ajuda (foto panorâmica).



**Foto 88** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 89** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 90** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

#### **4.4 Encenando culturas**

Quando se fala sobre encenação de culturas no âmbito do turismo existe uma tendência em imaginar um cenário de pessoas produzindo comportamentos falseados, em pessoas ‘ludibriando’ outras, não que isso não seja uma possibilidade. Goffman (1975) já apontava para a existência do ator convencido, aquele que acredita na realidade de sua encenação e do cínico que não totalmente convicto da realidade de sua atuação o faz em prol de algum interesse que não necessariamente seja um interesse egoísta, mas é importante que se assinale que dentro da vida cotidiana das pessoas a encenação é uma constante, não necessariamente em momentos turísticos.

De acordo com o autor em momentos de sociabilização que travamos com os outros estamos sempre desempenhando algum papel, seja ele qual for, existe um conjunto de comportamentos exigidos para cada um deles e devemos assim proceder que em outros momentos poderíamos reagir de forma diferente. Como pais temos um comportamento diante dos filhos que pode ser diferente mediante nossos próprios pais; como profissionais a conduta do ambiente de trabalho impõe suas próprias regras, mas não significa dizer que nos comportamos do mesmo modo em uma roda descontraída de conversa com nossos amigos na praia.

Não se trata de fingir pura e simplesmente, mas de reagir de acordo com cada contexto social. Uma pessoa habituada a fazer suas refeições em frente à televisão que quando convidada para um jantar social se senta à mesa não está fingindo um comportamento, mas se adequando à situação, ao menos quando ela possui um mínimo de filtro social espera-se que ela não se dirija para a televisão mais próxima, um purista talvez considerasse essa pessoa

como autêntica, mas a grande maioria tenderia a considerar grosseria ou excentricidade por parte dela.

Um comportamento como esse subsidiaria horas de especulação ao grupo à mesa sobre os motivos dessa pessoa para reagir de tal maneira. E como nem todos são extremamente seguros de si mesmos o que se quer é exatamente evitar tal situação agindo como ‘se deve’ nos momentos em que é necessário externar-se. Ou como coloca Goffman (1985) o ator tem em mente independentemente de seu objetivo mais específico o interesse em controlar a conduta dos outros perante ele, ou a forma como ele quer ser tratado ou visto.

Por outro lado é importante tratar do imenso papel que a encenação de determinados atributos vem exercendo na sociedade atual. Embora os *reality shows* estejam aí para comprovar essa questão, em quase todos os canais televisivos e tratando de questões das mais amplas da vida humana, tratemos de uma exemplo mais corriqueiro, a encenação da pessoa ‘comum’.

Há poucos anos atrás convidar amigos para jantar significava trabalhar nos bastidores por horas a fio para deixar a casa limpa, a mesa posta e as bebidas geladas e a comida preparada. Perceba que já há um grau de encenação, tanto na questão da preparação da casa com toalhas e louças especiais, quanto na preparação da comida, tem que ser uma receita especial também. Sem falar na preparação dos próprios anfitriões com sua aparência cuidadosamente preparada.

Atualmente essa encenação se transformou, não basta mais mostrar ou ostentar uma casa bonita bem decorada e arrumada, é preciso ir além. Habilidades como cozinhar ou preparar bebidas ganham um espaço e um status de espetáculo aos olhos dos convivas, as cozinhas ganham nova roupagem como os chamados espaços *gourmet* com seus utensílios estilizados e o cozinheiro passa a ser o chef, o centro das atenções deixa de ser exatamente a comida e o que se tem é um *show* culinário. A noção inicia-se pelos estabelecimentos comerciais em função do nível de profissionalização, mas alcança os lares através justamente da lógica da segmentação de mercado.

“A valorização dos *chefs* ganhou nova roupagem. Presentes em diversos pontos do país, as cozinhas abertas passaram a ser um novo artifício dos proprietários dos restaurantes para agregar valor ao estabelecimento e, ao mesmo tempo, conquistar os clientes mais detalhistas e ávidos por novidade.” (MARICATO, 2009, p. 16)

As novas tecnologias, tendência de segmentação econômica e a utilização da criatividade pessoal como produto econômico têm contribuído para este cenário de

habilidades e atributos muito particulares de cada indivíduo como elementos a serem não somente comercializados, mas também espetacularizados e insistentemente encenados.

Urry (1996) ressalta que há um fascínio contemporâneo sobre as atividades exercidas no trabalho do “outro” que explica em certa medida estas questões, uma tendência em se dirigir os olhares para os bastidores das vidas reais dos outros, como se desvendassem seus segredos. Contudo o “outro” também tem seu papel neste jogo, se o olhar do turista está cada vez mais voltado para essas tarefas cotidianas isso resulta em invasões que dificilmente seriam aceitas, ou oportunidades a serem aproveitadas, ou como o autor coloca:

“Assim, as pessoas observadas e os promotores do turismo passam gradualmente a construir bastidores, de maneira forçada e artificial. ‘Os espaços turísticos’ organizam-se, portanto, em torno daquilo que MacCannell denomina uma ‘autenticidade encenada’ (1973). O desenvolvimento de uma atração turística construída resulta do modo como reagem aqueles que estão sujeitos ao olhar do turista, não só para se protegerem de invasões em sua vida nos bastidores, como para tirarem vantagem das oportunidades que isto apresenta para um investimento lucrativo.” (URRY, 1996, p. 25)

MacCannell (1989) sugeriu que a encenação no âmbito do turismo era promovida pela pressão dos agentes turísticos locais que forçavam imagens culturais no intuito de angariar maior fluxo turístico, retirando determinados elementos culturais de seus reais contextos os transformando em produtos comercializáveis. Boorstin por sua vez, segundo MacCannell acusou os turistas de pressionarem nativos para tal prática mediante o poder desigual do primeiro diante do segundo, praticamente forçando-os a tornar-se atrativos.

Mesmo não discordando completamente de seus pontos de vista há que considerar a questão da agência de mais atores nesta situação. Para Yázigi (2009) o turista está mais para espectador do que para antropólogo, rebatendo a crítica que se faz do turista altamente alienado que não busca a realidade do local visitado e que exige alto grau de novidade nos atrativos em busca de lazer não realiza contato real, ele defende que quem deseja contato real é o antropólogo e questiona qual é definitivamente o papel do turista. Contudo estes também produzem encenações nos locais visitados como veremos mais adiante, ele não é simplesmente um espectador passivo.

Os moradores locais por sua vez também têm seu papel na equação, e assim como Grünewald (2003) enfatiza, os grupos sociais que tem o turismo como perspectiva devem se colocar como atrativos e neste contexto a encenação é praticamente compulsória, pois é impossível deixar fluxos de pessoas adentrarem em seus cotidianos sem um mínimo de agendamento e organização prévios.

Neste ponto estamos mais uma vez enfatizando a preponderância das agendas, muitas vezes diferentes, mas convergentes dos atores envolvidos, onde cada qual também experencia a encenação e a produzem em graus e intencionalidades distintas, mas vividas conjuntamente promovendo situações de compartilhamento e não compartilhamento de todas as esferas sociais aqui envolvidas e também atuando no imaginário de todos os participantes.

Por fim concordar com Crick (1996) que todas as culturas, ou fragmentos delas são encenações, os elementos culturais são inventados, refeitos e reorganizados dinamicamente, e por esse ponto de vista não há porque pensar que a encenação turística deva ser percebida como comportamentos falseados, contrários ao que ocorre no cotidiano das pessoas. Mas comportamentos percebidos e aceitos, contudo sem desprezar o fato de que essas encenações são passíveis de produção de estigmas e estereótipos, senão da perpetuação e reforço dos mesmos.

#### 4.4.1 Os Locais

Vimos ao longo do trabalho que certos elementos que simbolizam a ancestralidade africana estão presentes em determinados momentos e em outros não. Essa já é uma evidência da encenação que está profundamente marcada em eventos como a Flica e a Festa da Boa Morte, mas não tão demarcados na Festa d’Ajuda, isso também como foi mostrado é resultado da própria percepção local dos eventos que atraem mais turistas, principalmente os estrangeiros e de outros estados em detrimento daqueles que são mais voltados para a população local.



**Foto 91** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 92** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Na primeira foto, a baiana do acarajé está instalada em local privilegiado, no alto da escadaria da Câmara Municipal tendo o Convento do Carmo todo iluminado no fundo criando um clima muito atraente, elegante e místico. Este cenário se deu na Flica 2014, a festa literária estava ocorrendo no Convento que serve de cenário para a baiana do Acarajé.

Na segunda foto a baiana do acarajé está no seu ponto cotidiano, em um bar numa das ruas por onde passam os embalos da Festa d’Ajuda, a mesa é simples vê-se no fundo os engradados de cerveja do bar, sem iluminação especial, enfim, uma imagem do dia a dia de Cachoeira. O grau mais alto de encenação então fica por conta dos momentos de espetáculo, onde os convidados são os turistas e devem ser recebidos de acordo, criando climas místicos para condizer com a expectativa que o convidado tem mediante os momentos em que ele trava contato com a localidade, já na festa d’Ajuda, existe uma consciência que a presença de visitantes é inexpressiva, ou seja, a festa é de casa, não necessita de altos aparatos.

O cenário místico produzido pela iluminação, localização desenham uma atmosfera que é ponto fundamental nos depoimentos e sentidos percebidos pelo turista de que Cachoeira é mágica, única e que respira negritude e ancestralidade. Assim como esta foto foi tirada para efeito de construção de conhecimento e comprovação empírica de dada situação real, turistas fatalmente a tiraram como comprovação da experiência peculiar de vivência “autêntica” de uma cultura ímpar e intocada pelo tempo e pela modernidade, impactando quem quer a vislumbre ao ponto de fortalecer e construir estereótipos locais.

Alguns exemplos em que a encenação passa a ser uma moeda de troca e figurar no contexto local viram-se na própria Festa d’Ajuda, esta festa apesar de até o atual momento não gerar visitação turística tanto quanto as demais, vem paulatinamente sendo mais visibilizada, seja por meio das campanhas criadas para o resgate dos ícones da festa, seja por matérias jornalísticas e postagens em redes sociais.

A Campanha “Adote uma Cabeçorra”, já citada, proposta agente Cultural Rita Santana que tinha como objetivo confeccionar cabeçorras e mandus que seriam adotados pelos foliões e também ensinar a fazer as fantasias como forma de aumentar a participação desse personagem na festa, mesmo não sendo tão efetiva quanto a idealizadora gostaria é uma das ações bem como o processo de reconhecimento da manifestação como patrimônio imaterial de Cachoeira que vem mostrando que o resgate de elementos tradicionais são importante para a festa enquanto espetáculo.



Neste sentido a própria população vai se tornando ciente do desejo da manutenção dos elementos tidos como tradicionais e atuando no intuito de angariar alguma vantagem financeira. No caso das cabeçorras e mandus, já citamos anteriormente que algumas pessoas se dispõem a usar a fantasia, mas vem cobrando para isso em função do peso que ela exerce no corpo, sendo altamente cansativo e caloroso percorrer as ruas da cidade com ela. Se em momentos anteriores os mandus tinham uma função social de pagamento de obrigação de terreiro (Nascimento, 1995) hoje eles podem funcionar como ícones da tradição africana e ancestral da festa.

Além disso, outras tentativas de profissionalização vão tomando forma nesta perspectiva de que o turismo gera receita para Cachoeira então deve patrocinar mais as iniciativas culturais da população e do interesse em reavivar tradições ameaçadas. Uma conversa com um morador local Jorge de Capoeiruçu enquanto esperávamos pela saída do Bando Anunciador evidencia este fato.

Em sua explanação ele conta que se mudou para Cachoeira há aproximadamente vinte anos e que um dia se deparou com algumas fantasias jogadas no lixo, curioso a respeito procurou informações e descobriu que se tratava de uma fantasia de mascarado e que era uma das fantasias simbólicas da Festa d'Ajuda.

Ao longo de alguns anos ele conseguiu organizar um grupo para a realização de performances artísticas baseadas neste personagem que acabou se ampliando e agrupando garotas que faziam apresentações de *street dance*. Segundo ele o grupo consegue vez ou outra, algumas apresentações e em função disso ele buscou a comissão da festa em busca de patrocínio para a elaboração das fantasias.

Perguntamos a ele se por acaso a comissão havia negado permissão na participação do grupo ao que ele respondeu que a comissão queria que eles se apresentassem, porém de graça. Não dando muita ênfase em suas percepções acerca da distribuição da renda arrecadada pela comissão via órgãos turísticos e culturais, o que é importante perceber nesta fala é que ele crê que os órgãos públicos devem de fato patrocinar as manifestações culturais, ou seja, prover algum ganho para aqueles que se dispõem a encenar as tradições locais.

Para os moradores parece caber o papel do agente que interessado em mobilidade econômica, ao menos neste caso, vê nos discursos políticos inflamados da importância da manutenção e fortalecimento de símbolos culturais uma possibilidade de inserção no mercado de trabalho. Atuando assim neste movimento de entrada, saída e reentrada desses elementos simbólicos de acordo com o que o mercado e a sociedade ditam como importante naturalizando o processo de comoditização da cultura na percepção do residente local.



#### 4.4.2 O Poder Público

Dentro deste cenário de intencionalidades de turistificação que busca o fortalecimento de determinados eventos como símbolos culturais gostaríamos de tratar da questão do ingresso de novas mulheres para a Irmandade da Boa Morte, que sugere certo grau de encenação ou talvez uma intenção mobilizacionista de manutenção da tradição em prol de um objetivo mais amplo. Trata-se da fala do Governador Jacques Wagner em seu pronunciamento do dia 15 quando da entrega solene do Centro Cultural:

Então eu queria cumprimentar a Irmã Joselita e em seu nome todas. O time não está completo, né? Só tem dezenove? Tem que ter vinte e três, né?(...)  
 (...) Então, hoje nós somos quantas dezenove? Tá faltando quatro? Não é vinte e três? Quatro tem que...? (as irmãs estão respondendo e o interrompe) Ah, pode ter mais? (*Pode ter cem, duzentas* ' respondem as irmãs) É? Ah, então vamos trabalhar também para estimular outras pessoas a fazerem parte aqui. (Pesquisa de Campo, 2014)<sup>89</sup>

Nessa fala o que precisa ser explicado se refere ao atual número de irmãs da Boa Morte que são segundo as próprias irmãs um total atual de 23 (vinte e três) sendo que apenas dezenove estavam presentes na festa (os motivos das ausências não foram explicados, mas problemas de locomoção e idade avançada de algumas irmãs podem ser alguns desses motivos). Ficou claro que o Governador desconhecia a existência ou não de limite para a associação de membros, mas surpreendeu-se com o fato de que pode haver muitas mais. E mesmo que seja apenas em intenção ficou a possibilidade de criar mecanismos para que este número cresça.

Essa é uma preocupação por parte das irmãs, a quantidade pequena de novas entrantes na Irmandade, pois é a única forma de dar continuidade à tradição. Segundo a memória oral delas essa congregação já possuiu cerca de 200 (duzentas) mulheres, mas segundo Nascimento (2009) esse número se tratava mais de mulheres ligadas à irmandade por afinidade e parentesco do que efetivamente associadas e outras mulheres que se ligavam a elas para a realização dos festejos anuais.

Porém, independente do número que havia no passado, é possível então sugerir que o processo de reconhecimento da Festa, da tradição dessas mulheres por parte do poder público ampliando ou proporcionando uma forma de existência promova uma alteração na busca pela associação de mais mulheres para o corpo da Irmandade da Boa Morte. Atualmente a

<sup>89</sup> Ver anexo com o pronunciamento na íntegra

clivagem é clara, a questão fenotípica é fundamental, ou seja, não é exatamente a afro descendência e/ou escrava, mas o aspecto fenotípico que confere essa descendência, e é interessante observar futuramente quais intervenções serão feitas neste sentido - se é que serão - e quais as consequências oriundas disto.

Aqui se mostra claramente uma motivação em ampliar o quadro de mulheres no intuito de manutenção e fortalecimento da manifestação, mas ações deste tipo estão passíveis de manipulação de identidades para fomento econômico, político e/ou social. Mostra-se claramente ao menos no âmbito da intencionalidade em planejar ações para aumentar o interesse de mulheres na adesão do corpo da irmandade, suscitando aí talvez uma possível moeda de troca, mais claro então fica a ideia de agência no caminho dos usos do turismo para interesses instrumentais.

Aqui vemos a situação posta por MacCannell (1989) que a comoditização das culturas leva também a uma etnicidade encenada quando os agentes turísticos, no caso públicos, veem no turismo étnico um mecanismo de desenvolvimento econômico e social, os arranjos que podem ser produzidos por esses agentes geram demandas nem sempre vinculadas por afetividade à manifestação e sim como instrumento de mobilidade.

#### **4.4.3 O turista**

A observação durante os eventos de 2014 demonstrou que grupos os oriundos dos Estados Unidos estavam essencialmente trajados com roupas brancas (a cor que mais representa a religiosidade africana), mas que o mesmo não se verificou com os demais grupos, nem dos brasileiros, nem dos italianos. Conversando com um turista de Salvador Wandemberg Souza, o mesmo disse: “Você viu? Parece que tem um grupo de pessoas que veio da África para a festa. Eles estão todas com aquelas roupas brancas e aqueles chapéus, devem mesmo ser de lá.” (Wandemberg Souza, informação verbal)<sup>90</sup>

Na verdade ele estava se referindo ao grupo de Nova York, o primeiro que foi abordado no dia da Festa e de fato o grupo todo estava vestido dessa forma, inclusive o guia que os acompanhava. A situação suscita dois pontos; o turista brasileiro que sai com a impressão de haver conhecido africanos de fato, mas que não eram e o uso e abuso dessas pessoas de roupas que eles consideram um elo de identificação com a festa o que demonstra que faz parte da experiência não só a visitação, mas a indumentária.

---

<sup>90</sup> Informação verbal, pesquisa de Campo 15/08/2014.

Participar através da exteriorização dos sinais reconhecidos pelo grupo visitado personifica a busca pela autenticidade, cria um elo com o sagrado, mas que não é uma prática necessariamente padrão em todos os momentos de visitação   Cachoeira pelos afro estadunidenses como vemos nas fotos abaixo.



**Foto 93** – Fonte: Taís M P Batista, 2014.



**Foto 94** - Fonte: Taís M P Batista, 2014.

Dos quatro grupos afro americanos observados na Boa Morte todos estavam trajando branco, até mesmo seus guias (foto da esquerda com as educadoras de nova York), mas o grupo observado na Festa d'Ajuda, que estava na cidade com finalidade cultural (*city tour* histórico pela cidade) não portavam as mesmas indumentárias (foto da direita).

Segundo MacCannel (1989) isso pode ser explicado pela característica do turista que para além do peregrino, que normalmente homenageia um centro sagrado, faz homenagem a vários centros de atra o e que para cada um desses centros   necessário determinar os objetos símbolos, um marco que legitime a experiência, dessa forma esses objetos acabam por se tornar ritualísticos, é neste sentido que pensamos que o uso da indumentária   encenada, pois em outros momentos ela não se faz necessária, ela deve estar associada a eventos que suscitem esse elo ritualístico e não em todos os momentos.

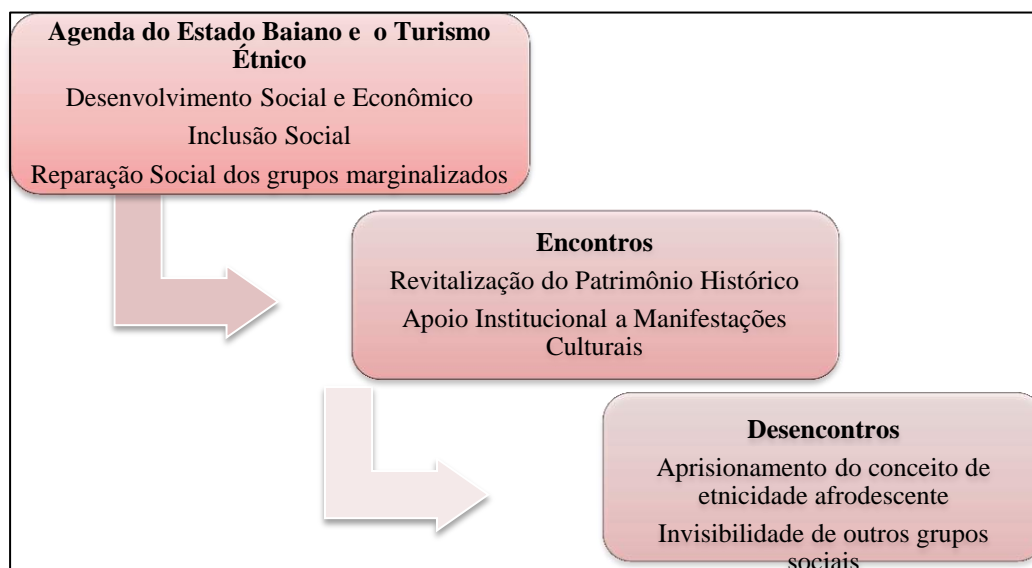
Essa dinâmica também pode ser percebida na forma como os objetos mais comercializados, discutidos em momentos anteriores privilegiam a imagem das irmãs em suas roupas de gala, justamente porque são elas que mais coadunam os símbolos da ancestralidade africana, marcada pelas cores, joias, o pano da costa, o bioco, que tanto são representadas pelas imagens circuladas pelo mundo sobre a Irmandade, essa imagem também acaba sendo um elo com a experiência real do contato sagrado e ritualístico.

Por outro lado essa encena o não deixa de ser percebida por outros de forma distinta, ligando essas pessoas   África e pressupondo que elas sejam de l . A África então é percebida

como o continente em que a cultura se repete, um congelador cultural muito em função das próprias produções imagéticas de álbuns e materiais distribuído aos turistas onde é o material cultural e não o lugar que determina o olhar e a percepção do que é africanidade (Sansone, 2003), mas também pela própria ação daqueles que a encenam.

Considerações

Finais



**Figura 5 - Desencadeamento do processo de turistificação do segmento étnico – Políticas Públicas Turismo**

Como vimos no segundo capítulo, do ponto de vista global, as organizações internacionais passam a produzir textos que objetivam principalmente mediar a implementação do turismo de maneira que o mesmo se apresente como ferramenta viável para o desenvolvimento sustentável, principalmente nos países periféricos para salvaguardar seus patrimônios históricos e culturais na medida em que estes também se configurem como riquezas nacionais que possam promover a economia interna dos mesmos.

Podemos perceber que termos como sustentabilidade, respeito a diversidade, não se moldando pelo processo de comoditização cultural como uma espécie de segmentação e posicionamento de mercado que acaba por colocar o que chamaríamos de aspectos culturais como se fossem *commodities* turísticas. Onde sustentabilidade (dos recursos culturais) e desenvolvimento econômico endógeno deveriam se complementar, mas na verdade se chocam.

Ou seja, na atual conjuntura onde o sistema de produção capitalista organiza na totalidade a vida em sociedade os dois conceitos são contraditórios, onde o acúmulo de capital sempre vai se sobrepôr às preocupações de ordem sustentável. A preocupação com a sustentabilidade será sempre localizada ou inexistente dependendo da força política que o conceito possui em determinados contextos sociais, políticos e históricos (BOFF, 2012).

Os documentos internacionais produzidos principalmente a partir de flagelos sociais como o genocídio da 2ª Guerra Mundial, o *apartheid*, os conflitos étnicos e religiosos e outras tantas formas de relações desiguais de poder entre nações, reconhecendo também seu caráter discursivo, atuam na formação de um conjunto de diretrizes e recomendações como resposta a esse contexto global, mas que inaugura uma nova forma de pensar os arranjos produtivos tendo o turismo como seu principal catalisador.

Também vimos que as diretrizes contidas nos planos turísticos nacionais, principalmente a partir da criação do Ministério do Turismo, se valem do mesmo discurso de sustentabilidade, propondo as particularidades e diversidades culturais como riquezas passíveis de desenvolvimento econômico tendo o turismo como seu principal meio para alcançá-lo. Ao promover o Programa de Regionalização do Turismo em 2004, o PNT (2003/2007) propõem uma filosofia de aproveitamento dessa diversidade cultural nacional como produtos praticamente prontos para a segmentação do mercado turístico.

O que essas diretrizes internacionais e também as políticas públicas nacionais/estaduais de turismo no Brasil transparecem é que não haja nenhum tipo de entrave na aplicação das mesmas nessas localidades. Elas parecem ignorar completamente os contextos sócio históricos arraigados de relações de poder. Além de perceber e também manipular a percepção de que o turismo pode ser de fato a chave para os problemas de regiões com pouca vocação econômica.

Percebe-se aqui que a mentalidade se mantém, as regiões que necessitam de desenvolvimento em termos principalmente de infraestrutura básica como saúde, educação e transporte e emprego, acabam sendo tratadas como os países periféricos problemáticos de antes, onde desenvolvimento social passa a ser visto apenas como geração de emprego, sendo que qualquer que seja o segmento econômico proposto ele possui limitação, não possui capacidade de empregar toda um município e também não é o responsável pela melhoria da qualidade de vida que envolve muito mais do que empregabilidade.

Outra questão a ser levada em conta é que o aparelho produtivo do turismo fatalmente cairá especialmente nas mãos daqueles com capacidade econômica superior, hotéis, restaurantes, agências de turismo, empresas de transporte, lojas. Ou seja, os meios de produção estarão sempre concentrados por uma pequena parcela da população é quem de fato lucra com isso. Os demais residentes serão incluídos pelo turismo como empregados ou como atração turística.

No caso do estado baiano o projeto da positivação da miscigenação que defendia a democracia racial já posto em prática pelos dirigentes baianos, bem como artistas e

intelectuais iniciado nos anos de 1930 acaba por se coadunar com esses ideais turísticos, ainda mais com o discurso da valorização dos grupos minoritários e em situação de marginalização inaugurados mais tardiamente, se adequando perfeitamente com a construção do imaginário social acerca da baianidade fundamentada na afro-descendência. Contudo não devemos desprezar os próprios agenciamentos de lideranças étnicas neste processo de cristalização cultural.

A base então já estava formada e ratificada, era necessário apenas formatar o produto de forma mais adequada a novas demandas subjacentes, no caso os afro americanos já em fluxo para o estado baiano desde 1977, fortalecer ao menos do ponto de vista da divulgação e ações facilitadoras para essa demanda, como o caso dos convênios e rotas aéreas promovidas pelos órgãos turísticos, mas também de materiais de divulgação que circulassem internacionalmente no sentido de ‘informar’ os aspectos culturais relevantes das comunidades afro étnicas do estado, que pudemos analisar ao longo do trabalho.

Cachoeira como pode perceber, possui um arranjo turístico deficiente e ainda extremamente embrionário, fazendo com que cheguemos a conclusão que o principal agente formador desse turismo de ‘alma negra’ tendo a Irmandade como símbolo seja de fato o governo do estado, que também se utilizou em diversos momentos da comemoração da Boa Morte para a entrega de obras de restauro e beneficiamento (1995, 2008 e 2014).

O que suscita também imaginar que do ponto de vista político a Irmandade é uma instituição capaz também de articular interesses, ela não só é negra, como feminina e do candomblé que se articula com a religião católica em alguma medida. Dessa forma ela possui os elementos mais emblemáticos dos grupos marginalizados socialmente e ainda proporciona o uso do termo sincretismo como uma nova bandeira, reformulada a partir da ideia de democracia racial.

O sincretismo como vimos é um elemento poderoso, mesmo que alguns se distanciem dele por denotar uma mistura indesejada nos projetos de reconstrução da ancestralidade, do ponto de vista turístico ele se torna um diferencial capaz não somente de produzir nos locais como nos turistas um forte componente de atratividade.

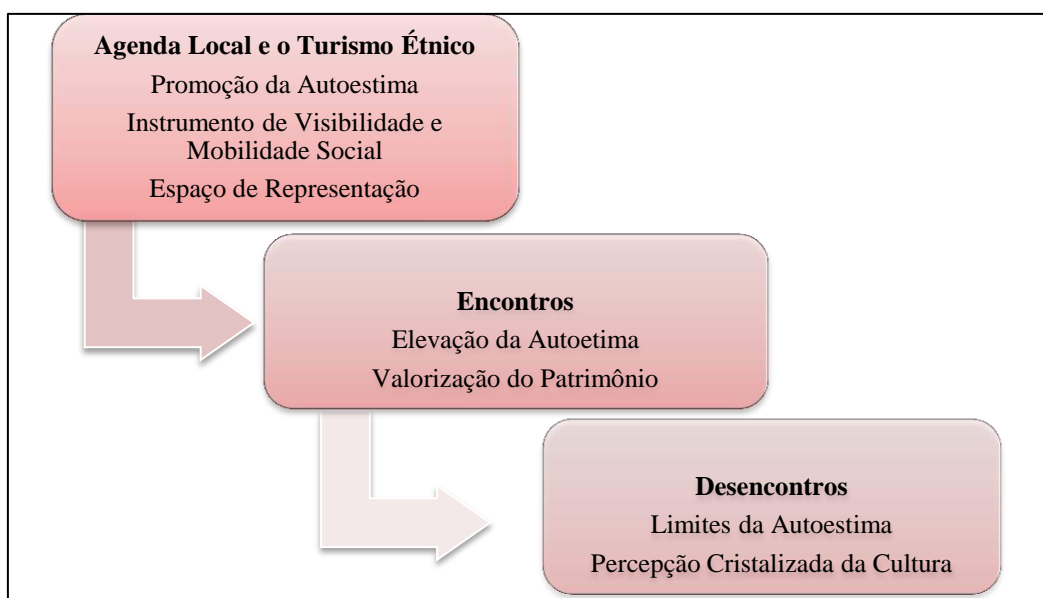
Esse processo, por sua vez, acaba por produzir essa ideia de harmonia religiosa local, que a localidade possui uma identidade única e bem resolvida internamente, que ela é homogênea e que no espaço urbano não haja contextos conflituosos. Quando na verdade o local passa por conflitos de vários tipos como a tensão entre os grupos do candomblé e a comunidade evangélica, mas também disputas territoriais de cunho econômico.



Foi colocado que a Festa d’Ajuda, embora profundamente popular, não é foco da atenção do governo estadual. Mesmo tendo seu mito constitutivo também fundado na questão abolicionista, parte para uma organização mais coerente com aspectos considerados modernos, que acaba por distancia-la do projeto da reconstrução da ancestralidade africana, mas não devemos esquecer que é uma festividade com grande adesão popular dentro de um município com 88% de pessoas entre pretos e pardos.

Eleger uma ou outra especificidade, um evento em detrimento de outro, é automaticamente desvalorizar algum e fatalmente um mecanismo de manipulação de identidades que acaba indo de encontro com seu principal objetivo a democratização e inserção social através do turismo. Essas políticas turísticas neste molde padronizado do conceito de cultura acabam sendo excludente de todo aquele que não define sua identidade a partir desses pressupostos.

Podemos auferir então que no que concerne aos propósitos do uso do turismo como ferramenta para o desenvolvimento sustentável, muito embora produza a revitalização de monumentos e a criação de políticas de incentivo para manifestações culturais, neste caso ele acaba por definir deliberadamente o que vem a ser negritude, incluído parcialmente alguns e excluído totalmente outros.



**Figura 6 - Desencadeamento do Processo de Turistificação do segmento étnico - Locais**

Já os grupos inseridos por esse processo também o fazem com seus próprios interesses. O próprio processo de reafricanização, a reconstrução de uma África ancestral, foi profundamente debatido como essencializante, fato este que o turismo só vem a fortalecer

quando manipula o imaginário tanto daqueles que se colocam como atrativo exótico, como daqueles que consomem esses atrativos. Contudo pode proporcionar uma visibilidade fundamental para esses grupos assim organizados e proporcionar certa mobilidade social.

O processo de turistificação de elementos culturais proporciona a comoditização de uma infindável quantidade de bens de consumo considerados negros, o que em tese, poderia proporcionar essa mobilidade, mas como enfatizamos anteriormente, o grande volume monetário advindo do turismo está concentrado naqueles que detêm os meios de produção.

No caso da Boa Morte, sua principal renda atual diretamente ligada ao turismo está na cobrança de entrada para o Centro Cultural, fato que só ocorreu no ano de 2014. Os turistas podem ver gratuitamente todos os cortejos e festividades, além do caráter estritamente sazonal da festa demarca que a possibilidade de ganho dessas mulheres é bem restrita. Como vimos também os produtos colocados à venda no Centro Cultural dependem do movimento turístico que é extremamente desacelerado fora dos períodos de festas em geral.

Há um aproveitamento da festividade para exposição de trabalhos artesanais e artísticos que movimentam a economia criativa, mas também se verificou uma quantidade grande desses atores advindos principalmente de Salvador, ou seja, grupos de fora da localidade disputam por uma demanda turística já bem fragilizada, principalmente na Boa Morte.

Há que se considerar que este processo de turistificação da Boa Morte, resultado das ações conjuntas entre poder público e comunidade afro étnica, trouxe benefícios de ordem estrutural às irmãs que fatalmente impacta na produção da autoestima das mesmas e da comunidade com elas envolvida. Porém esse caráter estanque da atenção e até mesmo assédio contra situações internas de conflito e a ausência dessa mesma atenção no resto do decorrer do ano, mostra que a estratégia é no mínimo paliativa, pois não as inserem socialmente no total de suas vidas, apenas quando elas se mostram exóticas para as festividades.

A Festa d'Ajuda por outro lado demonstra que nem a população nem o aparelho estatal a enxergam como manifestação negra autêntica, justamente por seu caráter híbrido, que apresenta determinados grupos tentando resgatar os ícones da ancestralidade africana, contra a massa popular que parece desinteressada por tais símbolos, dando maior ênfase para o profano da festa, entregando-se em atividades de descontração, música, dança e álcool. Mas o fato da população ser fortemente envolvida não a faz perceber a festa como uma manifestação que deva ser turistificada. É festa de casa, não é para 'inglês ver', justamente porque o imaginário local está profundamente direcionado para as questões plásticas e domesticadas como atrativos turísticos.

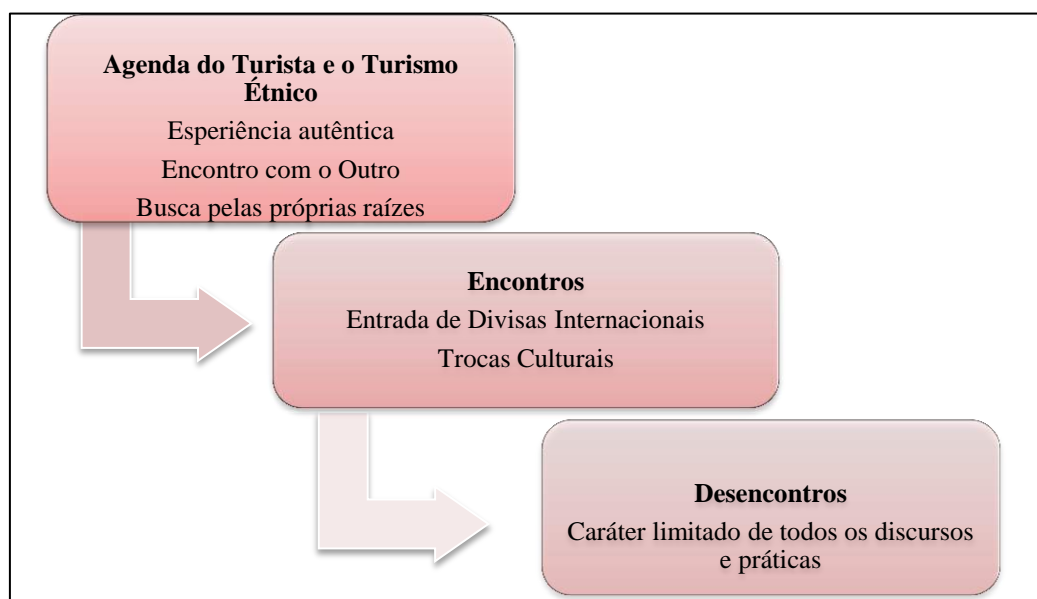
Isso resulta que o processo de comoditização das culturas locais não só banaliza e exotiza a questão das identidades sociais como pode invisibilizar outras. Se por um lado os grupos identitários que fazem parte dos planejamentos turísticos devem se fazer exóticos para manter o interesse do turista (GRÜNEWALD, 1999) as demais manifestações populares que fogem ao objetivo de encenar a ancestralidade africana não são percebidas na totalidade como produtos desejáveis pelos turistas.

A presença de turistas internacionais também é um fator que causa essa modelagem. Segundo Sansone (2003) o prestígio vindo de fora, ou seja, o interesse dispensado pelos turistas afro americanos, mas também de outras nacionalidades impactam na percepção local daquilo que é e o que não é valorizado turisticamente. Porque como a Festa d'Ajuda se tornou híbrida não possui mais os elementos tradicionais valorizados que a Boa Morte vem tentando fortemente manter através de seu estatuto, no cumprimento dos rituais (sagrados e profanos), a entrada das novas irmãs, entre outros.

Vimos também que tanto alguns dos agentes locais quanto por parte do interesse do estado baiano esses sinais diacríticos devam ser encenados em momentos de recepção turística, mais uma vez aqui o sincretismo com a apresentação do grupo de música africana dentro de uma igreja católica, bem como a intencionalidade política de refletir sobre novas formas de apoiar a continuidade de ingresso de mulheres na Irmandade vão reforçando um interesse particular pelo reforço de tradições e aspectos específicos em direção ao turismo, mas que também atuam no imaginário local através de um discurso que valoriza alguns comportamentos e outros não.

Dessa forma, diríamos então que o turismo étnico/raízes realizado em Cachoeira tem cara, pode proporcionar um espaço de auto representação, certo grau de autoestima e mobilidade social para alguns mesmo que de forma limitada, mas também a modelagem do que vem a ser étnico como algo estanque, ligado e arraigado à questões de tradição, ancestralidades que produz uma ideia de exotismo daqueles que os externa em momentos pontuais, retirando assim sua “normalidade” de pessoa comum.

Se para aqueles que envolvidos no projeto da etnicidade como produto e oferta turística, o turismo tem braços curtos, para os que se distanciam ele é excludente, que coloca numa espécie de limbo social aqueles que se percebem negros, mas que não veem com tanta necessidade a ostentação de sinais diacríticos muito específicos.



**Figura 7 - Desencadeamento do Processo de Turistificação do segmento étnico - Turistas**

Revisemos alguns fatos, a demanda turística pela Festa da Boa Morte é menor do que a mídia faz parecer, principalmente com relação à demanda estrangeira, a permanência dessas pessoas tem diminuído consideravelmente, fato comprovado pelos índices coletados, das informações prestadas pelos equipamentos de hospedagem e também através da presente observação de campo. O interesse turístico pelo estado ainda apresenta grande número de visitantes nacionais e estrangeiros mais envolvidos com o turismo de lazer do que essencialmente com o cultural e quando a motivação é étnica essa participação fica ainda menor.

Mesmo em 2009, quando o fluxo parecia ser maior, de acordo com o próprio levantamento oficial o número de afro americanos girava em torno de 300 (trezentos) para a festividade da Boa Morte, durante nossa observação ficou evidente a ausência desses grupos (dos entrevistados) nos equipamentos de hospedagem e alimentação. Sugerindo que a vantagem econômica que o segmento promete é bem menor do que a divulgada e discursada.

Isso pode sinalizar que embora os turistas venham à Cachoeira e a considerem especial em algum nível, grande parte deles não a percebe como local de permanência mais prolongada preferindo outros espaços para desfrutarem seus momentos de lazer. Visitar museus é uma experiência edificante e construtiva, mas isso não quer dizer que as pessoas se hospedem neles.

Embora não há como negar que a cidade durante a Boa Morte de fato recebe um fluxo de turístico bem maior do que a Ajuda, onde esse fluxo foi praticamente inexistente neste ano de 2014, essa entrada de divisas internacionais também é pontual já que poucos ficaram para

almoçar na cidade, hospedar-se e conforme a observação, grande contingente desses atores ficaram a maior parte do tempo a espera da saída do cortejo parados em frete à Capela da Irmandade, pouco transitaram pela cidade.

Esses grupos não participaram de nenhum outro ritual manifestado pelas irmãs, como a feijoada, a valsa, o samba de roda que ocorreram logo após a procissão, denotando que essa experiência buscada pelos mesmos também é de caráter superficial, embora a totalidade desses atores estivesse trajada de branco como se partilhasse um código em comum com a comunidade visitada, interagiu de forma sucinta, uma visitação monitorada e agendada a um museu, com hora para começar e hora para acabar. Viu-se maior interação por parte dos turistas brasileiros e os italianos observados do que os afros americanos.

A demanda local parece atualmente ter se modificado, grupos organizados de universidades, escolas, sindicatos e associações são numerosos, além de um contingente considerável de soteropolitanos com ligações de afinidade e parentesco local e mesmo esses também não foram capazes de absorver a capacidade de ocupação hoteleira, também se restringindo ao principal dia da festividade e se retirando ao final da tarde.

O caráter espacial e temporal que o turismo possui, ou seja, ele precisa acontecer em algum lugar e durante um período, proporciona por si só uma percepção parcial e espetacularizada das manifestações culturais de uma determinada localidade. No caso de Cachoeira podemos afirmar que esta questão é fundamental, os fluxos turísticos são todos concentrados pelos próprios arranjos turísticos ao entorno próximo da parte histórica da cidade, onde também se encontram os hotéis, lojas, restaurantes e bares.

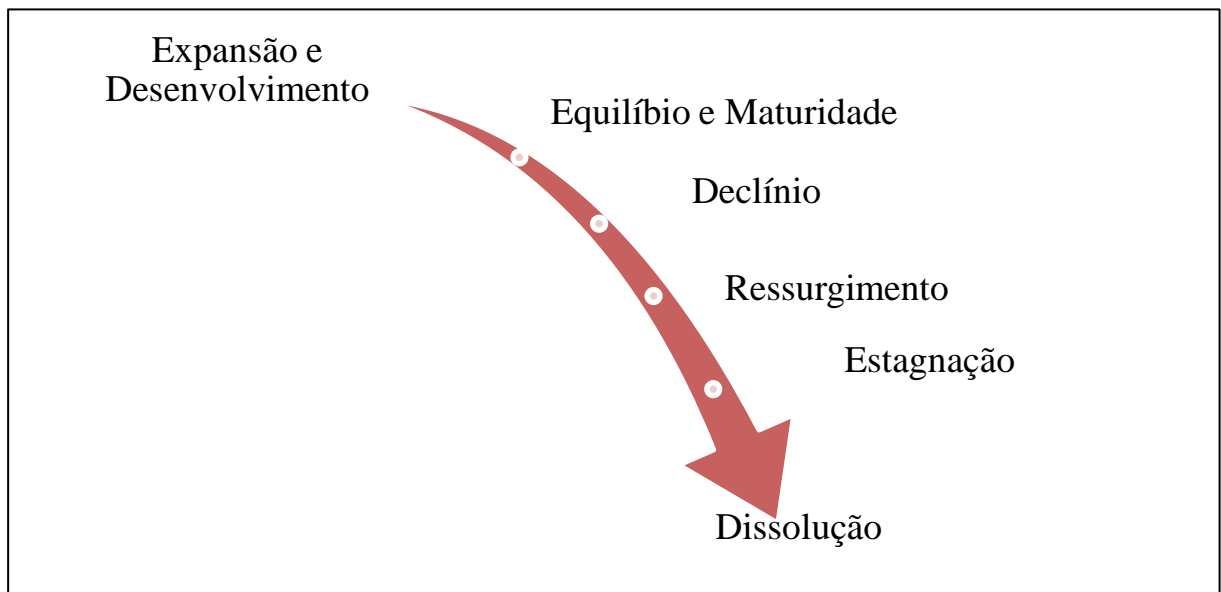
Concomitante a isso os agentes turísticos responsáveis pela chegada desses turistas à Cachoeira, possuem um circuito delimitado e circunscrito das ofertas locais a ponto da estada dos mesmos se restringirem a poucas horas e concentrarem-se em pequenas áreas. Isso se dá também (além do arranjo produtivo local ser problemático) porque esses fluxos devem circular um determinado tempo em municípios de entorno e retornar à Salvador para passarem o maior tempo de suas estadas, que é a grande atração baiana.

Dessa forma os olhares dos turistas estrangeiros serão sempre muito restritos e compactados pela roteirização proposta, não permitindo uma visualização da cidade como um todo, pois enfoca apenas o que é da cultura negra ou o que é patrimônio histórico, podemos perceber esse fato, pois de todos os eventos observados o que mais atrai esse público é mesmo a Boa Morte. E mesmo em momentos fora da festa a roteirização não prevê outras festividades locais.

Queremos com isso pontuar que todas as intencionalidades do turismo étnico/raízes contidos nos discursos desses turistas de experiência, trocas culturais, distribuição de renda e mergulho ancestral nos pareceu bastante pontual, superficial ou limitado. Que teve um crescimento ao longo dos anos, mas parece estar em declínio no momento. Esse declínio tem sido visto, tanto pelos agentes turísticos como os órgãos públicos como decorrência da crise econômica pela qual passam os Estados Unidos há pelo menos seis anos.

Gostaríamos, no entanto, de propor uma reflexão, ao menos como proposta para novas pesquisas futuras, sobre outra possível explicação para o fato do declínio desse fluxo, que nos parece plausível, mas que também pode servir de alerta no sentido de comoditizar estilos de vida, sentimentos étnicos e pertencas culturais.

Todo segmento econômico possui um processo de produção e deve atender a certas regras de mercado onde estão inclusas questões de promoção de produto mediante a competitividade. O marketing como ferramenta técnica para adequar produtos a demanda, bem como enfrentar um cenário altamente competitivo prevê que todo produto possui um determinado ciclo de vida que sinteticamente se traduz da seguinte forma:



**Figura 08 - Ciclo de Vida do Produto Turístico.** Fonte: BENI, 2002, editado pela autora.

Segundo Beni (2002) todo produto, bem como o turístico segue uma lógica mercadológica que deve ter como preocupação o atendimento de demandas cada vez mais exigentes e sofisticadas dentro de um contexto em que as ofertas também vão ficando cada vez mais fragmentadas, segmentadas, entrando em um ciclo de vida, como vimos acima.

Na primeira fase o produto é novidade e suscita a curiosidade da demanda, no segundo período possui alta procura e boa aceitação no mercado, porém de acordo com o que expomos

sobre a volatilidade e modismos entendemos que chega-se ao terceiro momento o de declínio em que a localidade perde seu lugar de primazia, pois já não se coloca como algo novo, ‘cai de moda’. Vemos pelo quadro que é possível um novo ciclo de ressurgimento através de campanhas maciças de marketing, mas que dependendo do grau de saturação e degradação local este destino pode passar pelo processo de dissolução.

Independente das minúcias teóricas sobre o ciclo de vida do produto turístico queremos apenas dizer que se essa é uma possibilidade, talvez a Boa Morte possa entrar em declínio (ou já se encontrar nele) enquanto em um momento futuro a Festa d’Ajuda pode se erguer como produto turístico, já que são os caminhos desenhados pela demanda e suas voláteis exigências que determinam as rotas do turismo no Brasil, muito embora o discurso seja outro.

O que gostaríamos de salientar, no entanto, é que colocar identidades e sentimentos de pertencimento em patamar de produto turístico, para além de exotizar e retirar a normalidade dos grupos “atrativos” e inviabilizar outras formas de identificação social, os coloca como um produto vendável passível de adentrar o ostracismo, de ser dissolvido pela falta de interesse turístico, ou como diria Beni (2002) adequar o produto para classes sociais mais baixas, pois o preço em processo de declínio cai vertiginosamente.

Fato observado em campo, pois durante a Boa Morte a cada ano vem ficando mais difícil a plena ocupação hoteleira, situação que segundo informações tem dificultado uma política de preço de pacote agregado<sup>91</sup>, como é possível fazer no São João, pois esta festividade vem se mantendo em alta demanda, juntamente com a Flica, mas o mesmo vem se mostrando diferente na Boa Morte

De ideologias iniciais de sustentabilidade e respeito à diversidade, chegamos na cultura como recurso econômico que pode fazer com que identidades pessoais, ligadas a afinidades, afetividades e sentimentos de pertença social se resumam a processos comercializáveis e passíveis de extinção do ponto de vista econômico.

---

<sup>91</sup> Valor Agregado sugere que o preço sobe, pois possui alto valor percebido pela demanda, está associado normalmente aos status conferido ou ao valor cultural percebido

Referências

Bibliográficas



## Referências Bibliográficas

### Livros e Artigos

ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith. **Usos e Abusos dos Estudos de Casos**. In: Cadernos de Pesquisa, v. 36, n. 129, p. 637-651, set/dez 2006).

ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. São Paulo: Cia. Das Letras, 2008.

ARAUJO, Tânia Bacelar. **O Desenvolvimento Regional no Brasil**. In: FURTADO, Celso ... [et al]. **O Pensamento de Celso Furtado e o Nordeste Hoje**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009, p. 33-43.

AUGÉ, Marc. **Não Lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Campinas, SP: Papirus, 7ª ed., 1994.

BANDUCCI, Álvaro Jr., BARRETO, Margarita. **Turismo e Identidade Local: Uma visão Antropológica**.

BASU, Paul. My Own Island Home: The Orkney Homecoming. **Journal of Material Culture**, v. 9, n. 1, p. 27–42, 2004. SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi) Disponível em: <http://www.sagepublications.com>. Acesso em : 24/03/2014.

BARTH, **O Guru, o iniciador e outras variações antropológicas**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2000.

BAUER, Martin W. GASKELL, George (editores) **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

BENDIX, Reinhard. **Construção Nacional e Cidadania**. São Paulo: Edusp, 1996.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. – São Paulo: Editora SENAC, 7ª Ed., 2002.

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade. O que é e o que não é**. Petrópolis: Vozes, 2012.

BOURDIEU, Pierre, CHAMBOREDON, Jean-Claude., PASSERON, Jean-Claude. **Ofício de Sociólogo. Metodologia da pesquisa na sociologia**. Petrópolis: Rio de Janeiro, Vozes, 2004.

BOURDIN, Alain. **A Questão Local**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2001, Coleção Espaços do Desenvolvimento.

BRANDÃO, Otto di. **Turismo. A Indústria do Século XXI**. Osasco, SP: Editora Novo Século, 2001.

CAMPOS, Vera F. A. **Mãe Stella de Oxóssi. Perfil de uma liderança religiosa**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CARVALHO, Ana Paula C. **Preconceitos e discriminação, estereótipos e estigmas**. In ULBRA (org) **Desigualdades de Gênero, Raça e Etnia**. Curitiba: Ibpe, 2009.

CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição Imaginária da Sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

CASTRO, Armando Alexandre Costa de. **Irmãs de Fé: Tradição e Turismo no Recôncavo**.

In: *Cultur – Revista de Cultura e Turismo*, ano 02 – n. 01 – jan 2008, disponível em: [WWW.uesc.br/revistas/culturaeturismo](http://WWW.uesc.br/revistas/culturaeturismo)

CASTRO, Jânio Roque Barros de. **A proposição do conceito de centralidade cultural e a promoção de eventos festivos como estratégia de turistificação de pequenas cidades: Reflexões a partir de alguns estudos de caso.** (p. 109-123) In: HENRIQUE, Wendel e LOPES, Diva Maira Ferlin (org.). **Cidades Médias e Pequenas: Teorias, Conceitos e Estudos de Caso.** Salvador: SEI, 2010.

\_\_\_\_\_. **A Reinvenção do Carnaval na Extensão Profana da Festa de Nossa Senhora da Ajuda na Cidade de Cachoeira, no Recôncavo Baiano.** *Textos Escolhidos de Cultura e Arte Populares*, v. 9, n. 1, mai, 2012. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/tecap/article/view/10315> Acesso em: 02/02/2015.

CASTRO JÚNIOR, Luiz Victor de. **Na Alegria da Capoeira: Turismo, Cultura e a Experiência do Mestre Canjiquinha no Belvedere da Sé, Cidade de Salvador.** In **Populações Negras na Bahia. Ensaios de História Social.** Curitiba: Apris, 2011

COHEN, Erik. **Authenticity and Commoditization in Tourism.** In: *Annals of Tourism Research*, Vol. 15, pp. 371-386, 1988.

COLLINS, Randall. **Quatro tradições sociológicas.** Petrópolis, EJ: Vozes, 2009. (Coleção Sociologia)

COUTO, Edilece Souza. **Devoções Leigas na Bahia Republicana.** In: *Revista Brasileira de História das Religiões.* ANPUH, Maringá (PR) v. V, n.15, jan./2013. Disponível em: <http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/pdf15/6.pdf>. Acesso em: 02/07/2014.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa. Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto.** – Porto Alegre: Artmed, 3ª ed. 2010.

CRICK, Malcon. **Representation of Internatinal Tourism in the Social Science: Sun, Sex, Sights, Savings and Servility.** In: APOSTOLOPOULOS [et all] (editors) **The Sociology of Tourism. Theoretical and Empirical Investigations.** New York: Routelege, 1996.

CRUZ, Rita de Cássia. **Política de Turismo e Território.** São Paulo: Ed. Contexto, 2000. - (Coleção Turismo)

DANTAS, Beatriz G. **Vovó Nagô e Papai Branco. Usos e Abusos da África no Brasil.** Rio de Janeiro: Graal, 1988.

DANTAS, [www.portalseer.ufba.br/index.php/geotextos/article/download](http://www.portalseer.ufba.br/index.php/geotextos/article/download)

DORIA [et al], Francisco Antônio. **Os Herdeiros do Poder.** Rio de Janeiro: Revan, 1995, 2ª ed. Rev. e ampl., 1ª reimpressão, maio de 2009.

DREHER Marialva Tomio. SALINI, Talita Shells. **Regionalização e Políticas Públicas no Turismo. Propostas Bem (In)tencionadas Distante da Práxis.** In: V Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul – SeminTur, Caxias do Sul, jun. 2008. Disponível em: [www.spell.org.br/documentos/download/3274](http://www.spell.org.br/documentos/download/3274)

Duarte, Fábio; Czajkowski Júnior, Sérgio **Cidade à venda: reflexões éticas sobre o marketing urbano.** *Revista de Administração Pública - RAP*, vol. 41, núm. 2, marzo-abril, 2007, pp. 273-282 Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=241016436006> Acesso em: 02/08/2014.

FENTON, Steve. **Etnicidade.** Lisboa: Instituto Piaget, 2003.

FERRETI, Sérgio F. **Sincetismo e Hibridismo na Cultura Popular.** R. Pós Ci. Soc, v. 11, n.

21, jan./jun., 2014. Disponível em:

<http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rpcsoc/article/view/2867>. Acesso em: 02/02/2015.

FIGUEIREDO, Silvio Lima. **Viagens e Viajantes**. – São Paulo: Annablume, 2010

FINLEY, Cherryl. **Autenticando masmorras, branqueando castelos**. Salvador: Catálogo da Mostra Pan Africana de Arte Contemporânea, 2005. p. 38-47. Disponível em: [http://www.videobrasil.org.br/pan\\_africana/ENSAIO\\_CHERYL.pdf](http://www.videobrasil.org.br/pan_africana/ENSAIO_CHERYL.pdf) Acesso em 02/02/2015.

FURTADO, Celso. **O Nordeste: reflexões sobre uma política alternativa de desenvolvimento**. In: FURTADO, Celso ... [et al]. **O Pensamento de Celso Furtado e o Nordeste Hoje**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009, p. 15-29.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 1978.

GILROY, **O Atlântico Negro: Modernidade e Dupla Consciência**. Rio de Janeiro: Universidade Cândido Mendes, 2ª Ed., 2012.

GLAZER, Nathan. **The Universalisation of Ethnicity. Peoples in the boiling pot**. In: Encounter, Fev. 1975, p. 8-17.

GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 11ª ed. 1985.

GOFFMAN, Erving. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1975.

GOVERN, C. e VERMEULEN H. (orgs.) **Antropologia da Etnicidade. Para além de Ethnic Groups and Boundaries**. Lisboa: Fim de Século, 2003.

GRABURN, Nelson. **Antropologia ou Antropologias do Turismo**. In: GRABURN, Nelson [et al]. **Turismo e Antropologia. Novas Abordagens**. Campinas, SP: Papius, 2009, p. 13-52.

GREENWOOD, Davydd J. **Culture by the Pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization**. In: SMITH, Valene L. **Hosts and Guests: the anthropology of tourism**. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, 1989, p. 171-188.

GRÜNEWALD, Rodrigo de Azevedo. **Os Índios do Descobrimento. Tradição e Turismo**. Tese de Doutorado – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1999.

GRÜNEWALD, Rodrigo de Azevedo. **Turismo e Etnicidade**. In: Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p.141-159, outubro 2003.

HALL, Colin M. **Planejamento Turístico, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2004.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 11ª ed. 2006.

HARVEY, David. **Condição Pós Moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1994.

HEIDEMANN F. G. e Salm, J. F. (orgs). **Políticas Públicas e Desenvolvimento. Bases epistemológicas e modelos de análise**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2009.

IANNI, Otávio. **Teorias da Globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 4ª ed., 1997.

LEITÃO, Débora Krischke. **Nós, os outros: construção do exótico e consumo de moda brasileira na França**. In Horiz. antropol. vol.13 no.28 Porto Alegre July/Dec. 2007. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832007000200009&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832007000200009&script=sci_arttext) Acesso em: 30/01/2014.

LEITE, Ilka B.(org.). **Negros no Sul do Brasil. Invisibilidade e Territorialidade**. Santa Catarina: Letras Contemporâneas, 1996.

MACCANNELL, Dean. **The Tourist. A new theory of leisure class**. New York: Schoken Books Inc., 1989 (new introduction by the author).

MACHADO, Álvaro Luiz; TOMAZZONI, Edegar Luís. **A Regionalização Turística do Rio Grande do Sul e sua Contribuição como Referência para a Gestão Regionalizada do Turismo no Brasil**. In: Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, vol. 5, n. 2, p. 226-246, ago. 2011. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/download/4722>. Acesso em 08/08/2012.

MAFFESOLI, Michel. **Sobre o Nomadismo**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

\_\_\_\_\_. **O Imaginário é uma realidade**. In Revista FAMECOS • Porto Alegre • nº 15 • agosto 2001 • quadrimestral

MARICATO, Percival. **A cozinha como um palco**. In: Rev. Bares e Restaurantes. Ano 12, nº 69, p. 16 -18, Junho/Julho/2009.

MASLOW, Abraham H. **Motivação e Personalidade**. Nova York, Evanston e Londres, Harper e Row Editoriais, 2ª Ed. Tradução elaborada pela Biblioteca Beatriz Wahrlick do Conselho Regional do Rio de Janeiro CRA/RJ. Disponível em:

[http://www.crarj.org.br/site/leitura/textos\\_class/traduzidos/MOTIVATIVACAO\\_PERSONALIDADE/index.html#/3/zoomed](http://www.crarj.org.br/site/leitura/textos_class/traduzidos/MOTIVATIVACAO_PERSONALIDADE/index.html#/3/zoomed). Acesso em 23/10/2011.

MAUSS, Marcel. **Ensaio Sobre a Dádiva**. Lisboa: Edições 70, 2008.

MAY, Tim. **Pesquisa Social, Questões, Métodos e Processos**. Porto Alegre: Artmed, 3ª ed. (2004)

MORIN, Edgar. **Cultura de Massa no século XX: o espírito do tempo**. 8ª edição, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

MOTTA, Lia. **A Apropriação do Patrimônio Urbano: Do Estético-Estilístico Nacional ao Consumo Visual Global**. In: Arantes A. A.(org.) O Espaço da Diferença. Capinas SP, Papyrus, 2000.

NARDI, Jean Baptiste. **Recôncavo Baiano. Entre Teorias e Práticas do Desenvolvimento Territorial**. In: Olhares Sociais, vol. 01, nº 01, maio/2013. Disponível em: <http://www.ufrb.edu.br/olharessociais/wp-content/uploads/Rec%C3%B4ncavo-baiano-entre-teorias-e-pr%C3%A1ticas-do-desenvolvimento-territorial.pdf>. Acesso em 04/05/2014.

NASCIMENTO, Cacau do. **A Capela d'Ajuda já deu o sinal: relações de poder e religiosidade em Cachoeira**. Bahia: CEAO, 1995.

\_\_\_\_\_. **A Festa de Nossa Senhora d'Ajuda Vai Acabar**. 14/10/2009. Disponível em: <http://www.cacaunascimento.blogspot.com.br>. Acesso em: 03/05/2014.

NASH, Dennison. **Tourism as a Form of Imperialism**. In: SMITH, Valene L. **Hosts and Guests: the antropology of tourism**. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, 1989 (p. 37-50).

NEVES, Juliana Brainer Barroso. **Colonização e Resistência no Paraguaçu – Bahia, 1530-1678**. Salvador, UFBA. Dissertação de Mestrado em História, 2008.

NOGUEIRA, Oracy. **Pesquisa Social. Introdução às suas técnicas**. – São Paulo: Editora Nacional, 1973.

NUÑEZ, Theron. **Tourism, Tradition, and Acculturation: Weekendismo in a Mexican Village.** *in* Ethnology, Vol. 2, No. 3 (Jul., 1963), pp. 347-352. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/126242552/Nunez-1963-Tourism-Tradition-and-Acculturation#scribd>. Acesso em 20/01/2014.

OJO-ADE, Femi. **Cultura Africana: do velho e do novo; os anos 90.** Salvador: Edufba, 1995. Disponível em: [http://www.afroasia.ufba.br/pdf/afroasia\\_n16\\_p36.pdf](http://www.afroasia.ufba.br/pdf/afroasia_n16_p36.pdf) Acesso em: 14/09/2014.

OLIVEIRA, Fernando Meloni. **As Políticas de Turismo no Brasil nos Anos 90.** Turismo em Análise, v.19, n.2, agosto 2008, p. 177-200. Disponível em: <http://www.turismoemanalise.org.br/turismoemanalise/article/view/15>. Acesso em 05/07/2014.

OLIVEIRA, Nelson. **Neocorporativismo e Política Pública. Um Estudo das Novas Configurações Assumidas pelo Estado.** Salvador: Edições Loyola, 2004.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. **Caminhos da Identidade. Ensaio sobre etnicidade e multiculturalismo.** São Paulo: Editora Unesp; Brasília: Paralelo 15, 2006.

ORLANDI, Eni P. **Discurso, Imaginário Social e Conhecimento.** Aberto, Brasília, ano 14, n. 61, jan./mar. 1994. Disponível em: <http://www.emaberto.inep.gov.br/index.php/emaberto/article/viewFile/911/817>. Acesso em: 17/05/2014.

ORO, Ari. **O Neopentecostalismo Macumbeiro.** *In* REVISTA USP, São Paulo, n.68, p. 319-332, dezembro/fevereiro 2005-2006.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura.** São Paulo: Editora Brasiliense, 2ª Ed., 1996.

ORTNER, Sherry B. **Conferências de Sherry B. Ortner.** *in* GROSSI M. P., ECKERT, C. e FRY P. (orgs.). **Conferências e Diálogos: Saberes e Práticas Antropológicas.** Blumenau: Nova Letra, 2007.

PEREIRA, Almicar A.O Mundo Negro. A constituição do movimento negro contemporâneo no Brasil (1970-1995). Niterói, Universidade Federal Fluminense, Tese de Doutorado, 2010. Disponível em: <http://www.historia.uff.br/stricto/td/1254.pdf> Acesso em 12/11/2014.

PEREIRA, Marcos E. **Em direção a uma nova definição de estereótipos: teste empírico do modelo num primeiro cenário experimental.** *In*: Psicologia e Saber Social, 1(2), 201-220, 2012. Disponível em:

<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/psi-sabersocial/article/view/4899>. Acesso em: 02/02/2014.

PINHO, Osmundo Araújo S. **A Bahia no Fundamental. Notas para uma interpretação do discurso ideológico da baianidade.** Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 13 n. 36, São Paulo, fev. 1998

PINHO, Patrícia de Santana. **Descentrando os Estados Unidos nos Estudos Sobre Negritude no Brasil.** *In*: Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 20, nº 59. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbesoc/v20n59/a03v2059.pdf>. Acesso em 23/11/2012.

\_\_\_\_\_. **Reinvenções da África na Bahia.** São Paulo: Annablume, 2004.

PRANDI, Reginaldo. **O Brasil com Axé. Candomblé e Umbanda no Mercado Religioso.** ESTUDOS AVANÇADOS 18 (52), 2004. Disponível em:

[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142004000300015](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142004000300015) Acesso em 04/12/2014.

PROENÇA, Wander de Lara. Conversão do Olhar: contribuições da história cultural para a análise de campo religioso brasileiro. Maringá ano 1, n. 2, p 1-45, 2011. Disponível em: <http://www.Dhi.uem.br/gtreligiao/pdf/01%20Wnader%20de%20Lara%20Proença.pdf>. Acesso em 30/09/2014.

POUTIGNAT, Philippe; STREIFF-FENART, Jocelyne. **Teorias da etnicidade. Seguindo de Grupos étnicos e suas fronteiras de Fredrik Barth**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 2011.

QUEIROZ, Mércia M. A. **Turismo de Raízes na Bahia. Um estudo sobre a dinâmica do Turismo Étnico (Afro) na Bahia: os casos do Pelourinho / Salvador e da Festa da Boa Morte/Cachoeira**. Salvador, UFBA, Dissertação de Mestrado, 2008. Disponível em: [http://afrolatinos.palmares.gov.br/temp/sites/000/6/pdf/Dissertacao\\_Turismo\\_de\\_Raizes\\_na\\_Bahia\\_Mercia\\_Queiroz.pdf](http://afrolatinos.palmares.gov.br/temp/sites/000/6/pdf/Dissertacao_Turismo_de_Raizes_na_Bahia_Mercia_Queiroz.pdf) Acesso em: 29/06/2014.

RAMOS, Jorge. **O Semeador de Orquestras. História de um Maestro Abolicionista**. Salvador: Solisluna Editora, 2011.

RAMOS, Silvana P. **Turismo e Desenvolvimento Local: Uma “Viagem de Inclusão”?** In: RAMOS, Silvana P. e CERDAN, Lluíz Mundet i (orgs.). **Turismo, Políticas Públicas e Desenvolvimento Humano**. Porto Alegre: Asterisco, 2010 (p. 15-38).

REIS, Ana Carla F. **Economia criativa : como estratégia de desenvolvimento : uma visão dos países em desenvolvimento**, São Paulo : Itaú Cultural, 2008.

REIS, João Jose. **Bahia de Todas as Áfricas**. In: Revista de História, 19/09/2007, disponível em: <http://www.revistadehistoria.com.br/secao/capa/bahia-de-todas-as-africanas>. Acesso em 01/07/2014.

RICHARDSON, Roberto Jerry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1985.

RODRIGUES, Adyr B. **Turismo Modernidade e Globalização**. São Paulo, Hucitec, 2000.

RODRIGUES, Carlos Moisés Silva. **O Tempo das Irmandades: Cultura, Celebração e Religiosidade na Encruzilhada da História**. In Rev. Proj. História, São Paulo, (28), p. 339-360, 2004. Disponível em:

<http://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/viewFile/10445/7781>. Acesso em 04/07/2014.

RODRIGUES, Maria da Paz Jesus. **Caminhos da Preservação: políticas, patrimônio material e reflexos nas dinâmicas social e urbana de Cachoeira-BA**. Dissertação de Mestrado, Salvador: UFBA, 2010.

\_\_\_\_\_. **Interfaces entre o Patrimônio Cultural e as Políticas de Turismo em Cachoeira-Bahia Brasil**. 14 Encuentro de Geografos de America Latina, Peru, 2013. Disponível em: <http://www.Egal2013.com.pe>. Acesso em 20/06/2014.

RUSCHMANN, Doris. **Marketing Turístico. Um enfoque promocional**. Campinas SP, Ed. Papyrus, 2ª ed., 1995.

SANCHIS, Pierre. **O Campo Religioso Contemporâneo no Brasil**. In ORO Ari Pedro e STEIL, Carlos Alberto (orgs.). **Globalização e Religião**. Petrópolis: Vozes, 1997.

SANSONE, Lívio. **Negritude sem Etnicidade. O Local e o global nas relações e na produção cultural negra do Brasil**, Salvador/Rio de Janeiro: Pallas, 2003.



- SANTOS, Adalberto Silva. **Tradições Populares e Resistências Culturais. Políticas Públicas em Perspectiva Comparada.** Brasília: UNB, Tese Doutorado Sociologia, 2007.
- SANTOS, Boaventura de Souza. **Introdução à uma Ciência Pós Moderna.** Rio de Janeiro: Graal, 1989.
- SANTOS, Edmar Ferreira. **O Poder dos Candomblés. Perseguição e Resistência no Recôncavo da Bahia.** Salvador: EDUFBA, 2009.
- SANTOS, Jocélio Teles dos. **O Poder da Cultura e a Cultura no Poder. A disputa simbólica da herança cultural no Brasil.** Salvador: EDUFBA, 2005.
- SANTOS, Rubenilda Sodré dos. **Cultura política e participação no Recôncavo Baiano hoje – uma análise sobre Cachoeira e São Félix.** Salvador: UFBA, Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais, 2009.
- SERBENA, Carlos Augusto. **Imaginário, Ideologia e Representação Social.** In Cad. de Pesq. Interdisciplinar em Ciências Humanas, Nº 52 – Dezembro de 2003. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/cadernosdepesquisa/article/view/1944> Acesso em: 25/04/2014.
- SILVA, Marcelo K. [et al]. **Processos de Pesquisa nas Ciências Sociais: uma introdução.** In: GUAZZELLI, C. A. B e PINTO, C.R. J., **Ciências Humanas: Pesquisa e Método.** Porto Alegre: Editora da Universidade, 2008.
- SILVEIRA, Renato da. **Do Calundu ao Candomblé.** In: Revista de História, 19/09/2007. Disponível em: <http://www.revistadehistoria.com.br/secao/capa/do-calundu-ao-candomble>. Acesso em 01/07/2014.
- SMITH, Valene. **Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism.** Philadelphia, Pennsylvania: University Pennsylvania Press, 1989.
- SOARES, Mariza de Carvalho. **Devotos da Cor: identidade, religiosidade e escravidão no Rio de Janeiro, século XVIII.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.
- TRIGO, Luiz G. Godoy. **O Turismo no Espaço Globalizado.** In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (org). **Turismo Modernidade e Globalização.** São Paulo: Hucitec, 2ª ed., 1999 p. 17-35.
- TROUT, Jack. **Diferenciar ou Morrer.** In: HSM Management, 22, 4 Set/Out 2000. Disponível em [www.hsmmanagement.com.br](http://www.hsmmanagement.com.br), acesso em 03/2007.
- TURNER L, ASH **La Horda Dorada. El turismo internacional y la periferia del placer.** Editorial Endymión, Madrid, 1991.
- URRY, John. **O Olhar do Turista. Lazer e Viagens nas Sociedades Contemporâneas.** São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1996.
- VAN DEN BERGHE, Pierre L; KEYES, Charles F. **Introduction: tourism and re-created ethnicity.** Annals of Tourism Research, vol. 11, p. 343-352, 1984.
- VATIN, Xavier. **O Desenvolvimento do ‘Turismo Étnico’ na Bahia: o Caso da Cidade de Cachoeira.** In 26ª. Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 01 e 04 de junho de 2008, Porto Seguro, Bahia, Brasil. Disponível em: [http://www.abant.org.br/conteudo/ANAIS/CD\\_Virtual\\_26\\_RBA/foruns\\_de\\_pesquisa/trabalhos/FP%2005/Xavier%20Vatin.pdf](http://www.abant.org.br/conteudo/ANAIS/CD_Virtual_26_RBA/foruns_de_pesquisa/trabalhos/FP%2005/Xavier%20Vatin.pdf) Acesso em 02/11/2013.
- VIZEU, Fábio [et al]. **Por uma Crítica ao Conceito de Desenvolvimento Sustentável.** Cad. EBAPE.BR, v. 10, nº 3, artigo 6, Rio de Janeiro, Set. 2012 p.569–583. Disponível em:

<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/view/5480>. Acesso em 10/06/2014.

WANG, Ning. “Rethinking authenticity in tourism experience.” *Annals of Tourism Research*, 20, (2), p. 349-370, 1999. Disponível em: [https://www.depts.ttu.edu/museumttu/CFASWebsite/H7000%20folder/Readings%20Heritage%20Tourism%202010/Heritage%20Authenticity\\_Wang%201999.pdf](https://www.depts.ttu.edu/museumttu/CFASWebsite/H7000%20folder/Readings%20Heritage%20Tourism%202010/Heritage%20Authenticity_Wang%201999.pdf) . Acesso em 20/11/2013.

YÁZIGI, Eduardo. **A alma do Lugar**. São Paulo, Editora Contexto, 2001.

\_\_\_\_\_. **To be or not to be: sobre o autêntico e o falsificado nas construções do Turismo**. In: *Cultur Revista de Cultura e Turismo*, Ano 03, nº 03 – Junho 2009. Disponível em: [www.uesc.br/revistas/culturaeturismo](http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo).

\_\_\_\_\_. **Turismo: uma esperança condicional**. São Paulo; Editora Global, 3ª ed., 2003.

### **Sites e Órgãos Oficiais**

BRASIL Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)

\_\_\_\_\_. Ministério da Saúde, FIOCRUZ, Fundação Oswaldo Cruz. **Relatório de Atividades 2001**. Disponível em: [http://www.fiocruz.br/media/con\\_rel\\_ati/rel\\_ati\\_2001.pdf](http://www.fiocruz.br/media/con_rel_ati/rel_ati_2001.pdf)

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional. 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional**, 2011.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2003/2007**.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, Caderno de Segmentação do Turismo**, 2004 disponível em [http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Marcos\\_Conceituais.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf) . Acesso em: 02/11/2013.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: Orientações Básicas**, 2010.

BAHIA, Empresa de Turismo d Bahia (Bahiatursa). [www.bahiatursa.ba.gov.br](http://www.bahiatursa.ba.gov.br)

\_\_\_\_\_, Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia. **Retratos da Fé, A Irmandade Sob o Olhar da Fotografia**, 2013, disponível em: [www.iderb.ba.gov.br/tve/catalogo/media/view/6098](http://www.iderb.ba.gov.br/tve/catalogo/media/view/6098). Acesso em 08/11/2014.

\_\_\_\_\_, IPAC – **Festa da Boa Morte**, Salvador: Fundação Pedro Calmon,; IPAC, 2010.

\_\_\_\_\_,SECOM - Secretaria de Comunicação Social do Governo da Bahia, [www.secom.ba.gov.br](http://www.secom.ba.gov.br) 15/08/2014.

\_\_\_\_\_, SECOM – Secretaria de Comunicação Social do Governo da Bahia, **FESTA DE NOSSA Senhora D'Ajuda de Cachoeira tem samba e tradição**, 20/11/2012. Disponível em:

<http://www.bahiaja.com.br/turismo/noticia/2012/11/20/festa-de-nossa-senhora-dajuda-de-cachoeira-tem-samba-e-tradicao,54157,0.html#.VTFIXPnF9AA> Acesso em: 14/9/2014.

\_\_\_\_\_, SECULT - Secretaria de Cultura, IPAC. **Festa da Boa Morte**. Salvador: Fundação Pedro Calmon, IPAC, 2010.

[http://www.seinfra.ba.gov.br/exibe\\_noticia\\_banco.asp?id\\_noticia=4267](http://www.seinfra.ba.gov.br/exibe_noticia_banco.asp?id_noticia=4267) , 12/08/2008.



\_\_\_\_\_, SEI - Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia, [www.sei.ba.gov.br](http://www.sei.ba.gov.br)

\_\_\_\_\_, SEINFRA Secretaria de Infraestrutura do Estado da Bahia, **Condoleezza Rice desembarca em Salvador nesta quinta-feira** (13), 12 de Março de 2008. Disponível em: [http://www.seinfra.ba.gov.br/exibe\\_noticia\\_banco.asp?id\\_noticia=4267](http://www.seinfra.ba.gov.br/exibe_noticia_banco.asp?id_noticia=4267).

\_\_\_\_\_, SETUR - Secretaria de Turismo do Estado da Bahia. **Turismo Étnico Afro na Bahia**, 2009. Disponível em: <http://www.setur.ba.gov.br/biblioteca-virtual/publicacoes/livro-turismo-etnico-afro-na-bahia/>

\_\_\_\_\_, SETUR – Secretaria de Turismo do Estado da Bahia. Disponível em: [www.setur.ba.gov.br/2012/07/30/quilombos-de-cachoeira-divulgam-a-rota-da-liberdade-na-festa-da-boa-morte-em-agosto/](http://www.setur.ba.gov.br/2012/07/30/quilombos-de-cachoeira-divulgam-a-rota-da-liberdade-na-festa-da-boa-morte-em-agosto/)

\_\_\_\_\_, PRODEB – Companhia de Processamento de Dados da Bahia, [www.prodeb.gov.br](http://www.prodeb.gov.br)

\_\_\_\_\_, TVE Online [www.irdeb.ba.gov.br/tveonline](http://www.irdeb.ba.gov.br/tveonline)

CACHOEIRA, Secretaria de Cultura e Turismo. **Plano Municipal de Cultura e Turismo**, 2014.

FIRJAN Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Indústria Criativa. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**, 2012.

IPHAN **Carta de Atenas**, Congresso Internacional de Arquitetura Moderna, nov. 1931.

\_\_\_\_\_, **Carta de Veneza**, Congresso Internacional de Arquitetos e Técnicos dos Monumentos Históricos, maio, 1964.

\_\_\_\_\_, **Carta de Turismo Cultural**, ICOMOS, 1976

\_\_\_\_\_, **Compromisso de Brasília**, 1º Encontro dos Governadores de Estado, Secretários Estaduais da Área Cultural, Prefeitos de Municípios Interessados, Presidentes e Representantes de Instituições Culturais, abr., 1970.

\_\_\_\_\_, **Compromisso de Salvador**, II Encontro de Governadores para Preservação do Patrimônio Histórico, Artístico, Arqueológico e Natural do Brasil, out., 1971.

\_\_\_\_\_, **Declaração de Estocolmo**, Declaração sobre o ambiente humano, jun., 1972.

\_\_\_\_\_, **Declaração do México**, Conferência Mundial sobre as Políticas Culturais, 1985.

\_\_\_\_\_, <http://iphanba.blogspot.com.br/2014/12/aprovado-tombamento-de-terreiro-roca-do.html>. Acesso em: 03/01/2015.

\_\_\_\_\_, **Normas de Quito**, Reunião sobre conservação e utilização de monumentos e lugares de interesse Histórico e Artístico, nov/dez, 1967.

\_\_\_\_\_, **Recomendação de Paris Paisagens e Sítios**, Sociedade das Nações, Recomendação da Conferência Geral da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, dez., 1962.

\_\_\_\_\_, **Recomendação Paris de Obras Públicas e Privadas**, 15ª Sessão da Conferência Geral da Organização das Nações Unidas, nov., 1968.

\_\_\_\_\_, **Recomendação Paris, Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural**, Convenção sobre a proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural, nov., 1972.

### **Folders, Folhetos, Cartazes**

CECVI Centro de Educação e Cultura do Vale do Iguape, **Rota da Liberdade. Turismo de Base Comunitária**, Bahia, s/data.

HANSEN, Fundação Bahia, ago. 2014, **VIII Simpósio: Identidades Culturais e Religiosidade**.

SETUR BA/BAHIATURSA, s/data. Material de Divulgação, **26 Roteiros Turísticos da Bahia de Todos os Santos**.

\_\_\_\_\_ BA/BAHIATURSA, s/data. Material de Divulgação, **A Bahia é Muito Mais**.

\_\_\_\_\_ BA/Bahiatursa, s/data. Material de Divulgação, **Cachoeira Heroica**.

\_\_\_\_\_ BA/BAHIATURSA, 2014. Material de divulgação, **Festas Populares da Bahia – Tradição, sincretismo e alegria – Calendário 2014**.

\_\_\_\_\_ BA/BAHIATURSA, s/data. Material de Divulgação. **Maquete da Bahia. Viaje por um mundo chamado Bahia**.

\_\_\_\_\_ BA/BAHIATURSA. s/data Material de Divulgação, **Novos Segmentos e Novos Produtos. Um mundo de opções chamado Bahia**.

\_\_\_\_\_ BA/BAHIATURSA. s/data. Material de Divulgação **Viver Bahia é muito mais**.

### **Internet (reportagens de sites, blogs)**

**A Festa de Nossa Senhora d’Ajuda vai acabar**, 14/10/2009, Disponível em:

<http://cacaunascimento.blogspot.com.br/search?updated-max=2009-10-16T12:11:00-03:00&max-results=10>  
Acesso em 17/09/2014

**As duzentas irmãs da Boa Morte**. 15/07/2009. Disponível em:

[http://cacaunascimento.blogspot.com.br/2009\\_07\\_01\\_archive.html](http://cacaunascimento.blogspot.com.br/2009_07_01_archive.html) Acesso em 17/09/2014.

**Entrevista com Rita Santana Sobre a Campanha "ADOTE UMA CABEÇORRA"**

11/11/2010, disponível em: <http://jornal guarany.blogspot.com.br/2010/11/cachoeirabahia-influencia-de-cabecorras.html> Acesso em: 17/09/2014.

**Exclusivo: Juiz de Cachoeira estabelece critérios para realização de eventos particulares**. 07/11/2014. Disponível em: <http://www.primogênito.com.br/cachoeira-decisão-judicial-suspende-festa-igor-kanario>. Acesso em 13/11/2014.

**Festa da Boa Morte atrai baianos e turistas para Cachoeira, na Bahia**. Lilian Marques, 14/08/2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/bahia/noticia/2011/08/festa-da-boa-morte-atrai-baianos-e-turistas-para-cachoeira-na-bahia.html>

**Festa da Boa Morte começa hoje e segue até domingo**. 13/08/2014. Disponível em:

<http://atarde.uol.com.br/bahia/noticias/festa-da-boa-morte-comeca-hoje-e-segue-ate-domingo-1613827> Acesso em 10/09/2014.

**Festa D’Ajuda: uma festa histórica e do povo**. Matos, Lailana e Santana, Roberval, Disponível em: [www.ufrb.edu.br/janelasculturais/?=384](http://www.ufrb.edu.br/janelasculturais/?=384). Acesso em 17/09/2014.

**Maurren Bisilliat** Instituto Moreira Salles, Disponível em: <http://www.ims.com.br/ims/explore/artista/maureen-bisilliat> . Acesso em: 04/09/2014.

**Por que Igor Kannario não é bem-vindo no Carnaval de Salvador?** 29/01/2015, Disponível em: <http://www.vermelho.org.br/noticia/257971-11> Acesso em 04/02/2015.

**Templo Sagrado é atingido por incêndio em Cachoeira,** 10 de Janeiro de 2013 <https://www.facebook.com/FundereNiOyaJokolosy/posts/448434681872075>

**Uma Nova Sede para a Irmandade da Boa Morte,** 20/08/2013. Disponível em: <http://www.metro1.com.br/uma-nova-sede-para-a-irmandade-da-boa-morte-3032.artigo.html>

### Áudio Visual

A TARDE, Tv Vídeos, **Boa Morte**, 05/10/2012. Disponível em:

[www.youtube.com.br/watch?v=VSLHc5eTPh4](http://www.youtube.com.br/watch?v=VSLHc5eTPh4) Acesso em: 29/07/2014.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Tradições Brasil. Documentário sobre a Boa Morte**, 2012. Disponível em: <https://vimeo.com/39376406> Acesso em: 20/06/2014.

GOMES, Eduardo. **Viver (boa) Morte**, 2013, disponível em:

[www.youtube.com/watch?v=Juxdke9-qYw](http://www.youtube.com/watch?v=Juxdke9-qYw) Acesso em: 25/01/2014

TV BAHIA, Rede Globo, Programa Aprovado, Reportagem sobre a Boa Morte que foi ao ar dia 11/set./2010. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=Tyi3tmROCK](http://www.youtube.com/watch?v=Tyi3tmROCK) Acesso em: 25/01/2014.

## Anexos

Folder  
Primeiro  
Cachoeira,  
implantado.

**VENHA  
DESCOBRIR a  
MAGIA DO  
RECÔNCAVO  
DA BAHIA**

**Em breve, o primeiro  
receptivo turístico do  
Recôncavo.**

- ▶ **Roteiros personalizados;**
- ▶ **Passeios de barco  
pelo Rio Paraguaçu;**
- ▶ **Tour especializado  
a centros históricos.**

**VARALTOUR.COM.BR**  
visite o nosso site e acompanhe as  
novidades do turismo na região.

**VARAL**  
tour design

**O melhor do tempo e tempo todo**  
Rua Vinte e Cinco de Junho, nº 7, Térreo,  
Cachoeira - Bahia

Não deserte em via pública.

Varaltour –  
Receptivo de  
ainda a ser

**Transcrição do pronunciamento do Secretário Estadual de Cultura da Bahia Albino Rubin na entrega solene do Centro Cultural Irmandade da Boa Morte em 15 de Agosto de 2014. (registro em áudio visual de pesquisa de campo)**

À Nossa Irmandade, eu queria dizer que a Secretaria de Cultura através do IPAC, nosso instituto de patrimônio, se sente muito honrada e colaborar na verdade com a Irmandade da Boa Morte na construção desse centro, desse centro cultural, desse centro de memória, nós reconhecemos que a Irmandade com essa longa duração que ela tem, que ela é patrimônio reconhecido inclusive pelo Governo de Estado, reconhecido pelo Conselho Estadual de Cultura em 2010, essa Festa da Boa Morte.

Então nós estamos aqui na verdade é colaborando com a Irmandade no sentido que toda essa história seja na verdade, é um dever da Secretaria, é um dever do Governo do Estado é estar fazendo este centro aqui.

Nós sabemos da importância da Irmandade, nós sabemos da importância da cultura negra, nós sabemos da importância do Recôncavo da Bahia enquanto um lugar de cultura negra. Um lugar que é na verdade o embrião de toda a cultura brasileira porque o Recôncavo é o primeiro momento, o primeiro lugar onde nós temos na verdade uma implantação de uma cultura brasileira.

Então para nós da Secretaria de Cultura é muito importante esse momento aqui. Queremos dizer de nossa responsabilidade, com isso queremos dizer que nós estamos prontos para trabalhar com a Irmandade e nós reconhecemos o papel fundamental da irmandade e da cultura que vocês todos preservam, da importância do patrimônio e da memória.

Só queria dizer essas pequenas palavras e afirmar isso, a alegria de estar aqui em Cachoeira, essa cidade - também né, o prefeito – essa cidade que é tão importante, que tem um papel fundamental no Recôncavo da

Bahia, que tem um papel fundamental na preservação da cultura da Bahia. Era isso que eu dizer, estas rápidas palavras (aplausos)

**Transcrição do pronunciamento da Irmã Zelita da Irmandade da Boa Morte na entrega solene do Centro Cultural Irmandade da Boa Morte em 15 de Agosto de 2014. (registro em áudio visual de pesquisa de campo)**

A Irmandade da Boa Morte agradece ao Governador Jacques Wagner o apoio, o carinho para conosco e zelando pela nossa cultura e tradição. Agradece ao IPAC, Setur, Bahiatursa, Secretaria da Cultura, Secretaria das Políticas das Mulheres que se empenharam para a realização da obra juntamente com o Memorial, às construtoras e seus funcionários(...)

A Boa Morte agradece aos Correios e Telégrafos pela gentileza, sensibilidade nos concedendo a marca insígnia.

Muito obrigado e que Nossa Senhora da Boa Morte junto com Nossa Senhora da Glória abençoe vocês todos, cubram de bênçãos cada dia de suas vidas. (aplausos)

**Transcrição do pronunciamento do Prefeito de Cachoeira Carlos Pereira na entrega solene do Centro Cultural Irmandade da Boa Morte em 15 de Agosto de 2014. (registro em áudio visual de pesquisa de campo)**

Bom dia a todos! Quero iniciar saudando de uma forma muito especial a todas às Irmãs da Boa Morte, saudar também, cumprimentar o Governador, o excelentíssimo Governador Jacques Wagner, saudar em nome do Secretário Albino Rubim a todos os Secretários de Estado aqui presentes, saudar a Câmara dos Vereadores em nome dos Vereadores Toninho, Cacau Vereador, Magui aqui presentes neste dia especial saudar em nome de José Luiz Secretário de Cultura do Município, a todos os Secretários Municipais aqui presentes e saudar e abraçar a todo povo de Cachoeira, a todos os visitantes que vêm mais um ano prestigiar nossa festa e dizer que para nós cachoeiranos é orgulho, motivo de muito orgulho ter aqui em nossa cidade uma irmandade secular que é para nós um símbolo de resistência, de fé, que ao longo desses anos vem preservando suas crenças, suas tradições e por isso nós cachoeiranos temos muito orgulho dessas mulheres, mulheres negras que ao longo de mais de cem anos vêm preservando essa história, vêm preservando nossa cultura, suas tradições, suas crenças.

E que por isso merece de todos nós cachoeiranos, de todo povo da Bahia, da Prefeitura Municipal, do Governo do Estado todo nosso respeito e nós temos demonstrado isso com o convênio firmado no ano passado com essa Irmandade no valor de R\$ 2.500,00 (dois mil e quinhentos reais) para que pudesse auxiliar essa Irmandade na manutenção das suas despesas aqui dessa casa.

Merece também todo o respeito que o Governador do Estado tem demonstrado ao longo desses anos com o Governador Jacques Wagner (aplausos) investimentos importantes aqui nessa casa que agora finalmente – governador – está completamente reconstruída, completamente restaurada. E Cachoeira além de reconhecer a importância dessa Irmandade, a importância dessas senhoras, da preservação da nossa cultura, das nossas tradições, Cachoeira também ganha mais um espaço importante pra visitação daqueles que vêm para nossa cidade.

Então, hoje pra mim, tenho certeza que para todo povo de Cachoeira, para as irmãs da Boa Morte, é um dia de muita alegria, um dia de festa e que nós temos que agradecer, e muito, né, ao senhor que tem tido ao longo de seu mandato reconhecimento de nossa cidade, não só da Irmandade da Boa Morte, não só essas senhoras, mas tem tido um olhar especial né, por Cachoeira, pela importância que esta cidade tem. (aplausos)

Então, fica aqui governador nosso agradecimento de todo povo de Cachoeira em nome da Prefeitura Municipal, em nome das irmãs, a esse reconhecimento, esse olhar especial que o senhor deu e reconheceu a Irmandade da Boa Morte, a essas senhoras e também à nossa cidade. (aplausos)

**Transcrição do pronunciamento do Governador da Bahia Jacques Wagner na entrega solene do Centro Cultural Irmandade da Boa Morte em 15 de Agosto de 2014. (registro em áudio visual de pesquisa de campo)**

Bom dia a todos! Quero cumprimentar a todos com muita alegria, creio que hoje é uma data especial, que é mais dum aniversário de Nossa Irmandade, e é expressão também de que a gente finalmente consegue concluir toda a – demorou né? Mas tá pronto – pra essa reforma tão maravilhosa que vai dar mais condições, mais dignidade, vai valorizar uma tradição do século XVIII, é importante a gente lembrar disso.

E eu acho que o povo que não preserva suas tradições acaba não sabendo escolher o seu caminho de futuro. Porque na verdade o povo é a nossa história, a nossa cultura, a nossa tradição. Então me orgulho muito que ao lado do Secretário de Cultura, da Secretária das Mulheres, o Secretário da Promoção da Igualdade, do IPAC, de todos aqui da Bahiatursa e de todos que nos juntamos para poder junto com a prefeitura também, mas principalmente com vocês (se dirigindo às irmãs). Porque se a motivação veio de dentro do coração da gente para fazer o que foi feito, ela só veio porque antes de nós vocês e muitas iguais a vocês mantiveram essa tradição provavelmente com muita dificuldade. (...)

(...) Eu acho que dentro de um passo, cada vez que eu venho a gente comemora o feito e em geral o pessoal sopra no meu ouvido o que tá faltando (risos). Mas a gente vai aos poucos fazendo e eu acho que a gente tem que dar uma condição às mulheres da Irmandade de Nossa Senhora da Boa Morte para que possam continuar a preservar essa tradição. Portanto, eu acho que nós como baianos e brasileiros é que agradecemos a vocês, à ancestralidade antes de vocês que pode fazer chegar até o século XXI uma tradição tão importante que nasceu por uma luta muito importante que era a busca para alforria para escravos que estavam aqui e aquelas que já tinha sido alforriadas – que eu acho que é um exemplo de algo muito importante que falta no dia de hoje que este espírito de solidariedade – na verdade quem já tinha sua alforria organizou a irmandade para buscar a alforria de seus irmãos que continuavam escravos.

Então acho que é uma história muito densa, muito importante e eu creio que a gente fez a nossa obrigação aqui. Eu tava brincando com elas que aqui tava muito chique, que agora não precisa mais subir escada (risos) até porque a irmandade sempre participa mulheres sempre com uma idade já mais avançada, mas que ainda querem viver muito mais, concorda?

O vice prefeito, o ex prefeito daqui, eu perguntei ‘qual sua idade’ ‘noventa e dois’, então ainda tem – minha mãe tem noventa – então tem muito chão pra andar. Mas a gente colocou o elevador deu dignidade aqui. E agora eu espero, viu Albino e o pessoal do IPAC, talvez o que a gente tenha que se preocupar é exatamente com o processo de manutenção e talvez buscar e produzir camisetas e outras lembranças, que todo mundo faz



assim, a gente pra manter é importante também artesanato que a gente faz, as rendas que vocês fazem, qualificar isso, pra que isso também dê o retorno à Irmandade em termos de receita para que vocês possam cada vez se manter, então eu acho que a gente tem que ter esse olhar, a gente dá a primeira organização e agora a gente dá condição para que elas possam também produzir.

Imagine vem gente dos Estados Unidos visitar vocês, vem gente de fora, não são no mundo muitas tradições como a de vocês, de todo lugar. Então eu acho que a Igreja tá linda, tá realmente maravilhosa, então eu acho que a gente tem o que mostrar, e é importante. E é assim em todo lugar, eu fui com Fátima, minha esposa no Santuário de Nossa Senhora de Fátima em Portugal e vendendo vela, outras coisas deste tipo eles conseguem receita, então a gente também tem que saber manter a tradição e a cultura e profissionalizar no bom sentido para que a gente possa ter uma receita e cada vez prosperar mais a Irmandade.

Então eu acho que o próximo passo e esse aqui, pra que a gente possa realmente conseguir ter esse fluxo, e é possível fazer esse fluxo porque qualquer museu que a gente vai no finalzinho tem a lojinha, e a lojinha é exatamente as lembranças daquele museu, com a sua história, com fotos, com terço, com renda que as pessoas tem o prazer de levar e dar de presente. Então a gente também tem que fazer isso porque eu acho que é assim que a gente mantém de pé essas coisas.

Queria agradecer também ao Marcelo dos Correios, e eu acho que é muito importante, reparem ao fazer parte da filatelia, quer dizer dos selos brasileiros a gente tá mantendo a história, já é patrimônio imaterial aqui da Bahia, mas tá mantendo na forma de selo, alguns desses vão para o Museu do Selo Nacional, é isso? Portanto, a gente já tá, vamos dizer, preservado e reservado como história.

Então eu queria cumprimentar a Irmã Joselita e em seu nome todas. O time não está completo, né? Só tem dezenove? Tem que ter vinte e três, né?

(alguém comenta que a lojinha já existe e ele responde)

Pois é, mas ampliar as coisas da lojinha, fazer outras coisas, eu vi camiseta lá, é isso? Bom eu não sei, se tiver a lojinha melhor ainda, falei bobagem, mas vamos pensar outras coisas que a gente possa fazer como lembrança daqui no sentido de aumentar a nossa receita, a nossa visitação.

Então, hoje nós somos quantas dezenove? Tá faltando quatro? Não é vinte e três? Quatro tem que...? (as irmãs estão respondendo e o interrompe) Ah, pode ter mais? (*'Pode ter cem, duzentas'* respondem as irmãs) É? Ah, então vamos trabalhar também para estimular outras pessoas a fazerem parte aqui.

Queria cumprimentar a Fatinha, presidente das Voluntárias e Primeira Dama do Estado, que por acaso também é minha esposa (risos), o Prefeito de Cachoeira - é que só botam os títulos aí eu...- Carlos Pereira também nosso jovem prefeito aqui. Prefeito eu quero dizer que eu acho que a sua chegada à prefeitura nesse momento em que a gente vive um trabalho muito importante do Governo Federal de preservação do patrimônio histórico e cultural (aplausos) é com a sua juventude eu creio que casa com que tá acontecendo com Cachoeira, a cidade na minha opinião aos poucos vai se transformar numa cidade universitária, a cidade e a região só tem a ganhar com isso com a Universidade Federal do Recôncavo, você me disse que tá trazendo pra cá o curso de Arquitetura, recuperamos o cinema que também é centenário, ou seja, aqui a gente respira história, todo mundo sabe que a independência da Bahia e eu digo do Brasil, porque o Brasil não ficou independente antes do dois de Julho, Dom Pedro só deu o grito, mas a Coroa Portuguesa fincou aqui e disse daqui não saio, daqui ninguém me tira e quem tirou os portugueses para garantir a independência brasileira e baiana fomos nós baianos, negros índio, portugueses. A Câmara de Vereadores de Cachoeira que se antecipou no 25 de Junho e deu o grito da

independência proclamando Dom Pedro Imperador do Brasil e por isso foi bombardeado, teve gente aqui que morreu.

Então, essa história a gente precisa contar ela com mais alegria e com mais orgulho, que Dom Pedro deu o Grito lá, mas se as tropas que ficaram encravadas aqui em Salvador e Recôncavo tivessem ganho a batalha a história podia ser outra, eles podiam ter retomado o Brasil para a Colônia, então aqui nessa cidade, é por isso que a gente transfere uma vez por ano simbolicamente a capital, é pra lembrar e valorizar as lutas que aconteceram aqui na beira do Paraguaçu por baianos, cachoeiranos que se insurgiram contra a Coroa Portuguesa para garantir a nossa independência.

Cumprimentar também o Secretário Raimundo Nascimento, Albino Rubim, Vera Lúcia, a diretora do IPAC Elizabeth Gândara, o Marcelo dos Correios, José Luiz Secretário Municipal de Cultura, minha querida Prefeita Domingas de Governador Mangabeira, Salustiano Coelho ex prefeito de Cachoeira, Silvio Ataliba, ex prefeito de Maragogipe, Capitão William Sub Comandante da 27ª, Tenente Eliel do Pelotão de Cachoeira, e a todos vocês que estão aqui. E dizer que efetivamente me orgulho muito de ter, e o melhor de ter feito isso aqui é o carinho de vocês. Vou sair daqui protegido e abençoado com certeza (aplausos) Sei que nada vai me acontecer no caminho. (aplausos) Então que Deus abençoe a cada um de vocês as suas famílias, a Irmandade (...)

### Calendários Festa d'Ajuda

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>DOM</b>	09/011 Bando Anunciador	01/11 Bando Anunciador	07/11 Bando Anunciador	30/10 Bando Anunciador	04/11 Bando Anunciador	03/11 Bando Anunciador	09/11 Bando Anunciador
<b>SAB</b>	15/11 Bingo Benef Corrida de Mandus	-----	-----	-----	-----	-----	-----
<b>DOM</b>	16/11 Terno do Silêncio Lavagem da Capela Desfile do Bloco Infantil	8/11 Terno do Silêncio Lavagem da Capela	14/11 Terno do Silêncio Lavagem da Capela	06/11 Terno do Silêncio Lavagem da Capela	11/11 Terno do Silêncio Lavagem da Capela	10/11 Terno do Silêncio Lavagem da Capela	16/11 Terno do Silêncio Lavagem da Capela
<b>SEG</b>	-----	-----	15/11 Terno das Crianças Terno do Acarajé	07/11 Terno das Crianças	12/11 Terno	11/11 Terno	-----
<b>TER</b>	18/11 Embalo Tríduo	10/11 Embalo Tríduo	-----	08/11 Terno da Lenha	13/11 Terno do Acarajé	12/11 Terno	18/11 Embalo
<b>QUA</b>	19/11 Embalo Tríduo	11/11 Embalo Tríduo	17/11 Embalo Tríduo	09/11 Terno do Acarajé Tríduo	14/11 Terno das Cozinheiras Tríduo	13/11 Terno Tríduo	19/11 Terno do Acarajé Tríduo
<b>QUI</b>	20/11 Embalo Tríduo Atrações Musicais	12/11 Embalo Tríduo	18/11 Embalo Tríduo	10/11 Embalo Tríduo	15/11 Terno das Crianças Tríduo	14/11 Terno Tríduo	20/11 Terno das Cozinheiras Tríduo
<b>SEX</b>	21/11 Embalo Missa Atrações Musicais	13/11 Embalo	19/11 Embalo Tríduo	11/11 Terno das Malandrinhas Tríduo	16/11 Terno das Malandrinhas Tríduo	15/11 Terno Tríduo	21/11 Embalo Tríduo
<b>SAB</b>	22/11 Embalo Atrações Musicais Baile	-----	20/11 Missa/Procissão Atrações Musicais	12/11 Missa/Procissão Grupo Gêge Nagô Atração Musical	17/11 Missa/Procissão Atrações Musicais	16/11 Missa/Procissão Atrações Musicais	22/11 Missa/Procissão Atrações Musicais

<b>DOM</b>	23/11 Terno da Alvorada Missa e Procissão	15/11 Terno da Alvorada	21/11 Terno da Alvorada	13/11 Terno da Alvorada	18/11 Terno da Alvorada	17/11 Terno da Alvorada	23/11 Terno da Alvorada
<b>TER</b>	25/11 Terno da Saudade Bacalhoadada na Sede	17/11 Terno da Saudade	23/11 Terno da Alvorada	15/11 Terno da Saudade	20/11 Terno da Saudade	19/11 Terno da Saudade	25/11 Terno da Saudade



**PREFEITURA MUNICIPAL DA CACHOEIRA**  
**SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO**



**PROMOÇÃO DE POLÍTICAS DE  
 TRANSVERSALIDADE**

15. **Trabalhar a política cultural de forma transversal**, integrando com as políticas de educação, esporte, saúde, meio ambiente, turismo, segurança pública, desenvolvimento econômica e social. Promover seminários e debates para integração do setor público e da iniciativa privada destas áreas e traçar, a partir destes encontros, metas para fortalecimento da política de cultura do Município.
16. **Estabelecer uma parceria com a Secretaria de Educação para exibir nas escolas filmes produzida no Município**. Para tanto, deverá ser provisionado recursos para as produções com esta finalidade.

**Programa Estratégico 2**  
**ECONOMIA DA CULTURA**

**Objetivo:**

Transformar a cultura em vetor de desenvolvimento econômico e social.

**CULTURA E TURISMO**

1. **Implementar um Plano de Turismo Cultural de Cachoeira**, em conjunto com a Secretaria de Turismo do Estado da Bahia, BAHIA-TURSA, Ministério do Turismo e EMBRATUR e a iniciativa privada, promovendo a requalificação urbana da área



**PREFEITURA MUNICIPAL DA CACHOEIRA**  
**SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO**



central do Município, dos Distritos de S. Francisco, S. Tiago e Belém, tornando-as polos de atração e irradiação do turismo cultural, convertendo estas localidades em importantes e competitivos destinos turísticos.

- Considerar, na sua implementação, a transversalidade do Plano, envolvendo as áreas da cultura, turismo, comércio, serviços, meio ambiente, segurança pública, educação e desenvolvimento social.
- Desenvolver Planos específicos, articular e integrar os agentes públicos para desenvolverem ações de curto, médio e longo prazo que envolva as áreas do município que agreguem potencial turístico, por suas características peculiares, seu potencial histórico ou sua natureza etnográfica, na cidade e na zona rural. Apresentando-os como núcleos. Cada núcleo será identificado por um equipamento ancora e equipamentos secundários a partir dos quais se desenvolverá um processo de requalificação e de valorização cultural, que estimulará o turismo cultural e as atividades comerciais e de serviços do entorno. Assim, na sede, teremos os núcleos do Centro Histórico, da Orla Fluvial, do Monte, do Rosarinho, do Ventura, do Caquende e da Levada. Na zona rural, os núcleos de Belém, de Santiago do Iguape, do Caonge e de S. Francisco do Paraguassu.
- Executar, articular ou apoiar, conforme cada caso, a implementação das obras estratégicas dos núcleos turísticos culturais do Município.



**PREFEITURA MUNICIPAL DA CACHOEIRA**  
**SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO**



- Promover o debate, o esclarecimento, a divulgação e o acompanhamento do Plano por todos os canais de participação da sociedade, especialmente o Conselho Municipal de Política Cultural.
2. **Articular com instituições bancárias a abertura de linhas de créditos para que, principalmente os pequenos e médios investidores da área cultural, possam participar, democraticamente, das concorrências dos empreendimentos a ser ofertados na área de produção cultural e turismo, mediante ampla divulgação.**
3. **Organizar e divulgar o Calendário Cultural de Cachoeira, especialmente os eventos de médio e grande porte. Esta ação é fundamental para a valorização da cultura local e constitui-se num fator determinante para o desenvolvimento do turismo cultural, especialmente numa cidade com a riqueza e a diversidade cultural de Cachoeira.**
- Festa de Reis, Sede/Belém;
  - Carnaval, sede/Capoeiruçu/Alecrim;
  - Iemanjá;
  - Aniversário da Cidade – 13 de Março;
  - Queima de Judas: sede/Currais Velho/Quaque/Tabuleiro da Vitória;
  - Grito do Rock;
  - Paixão de Cristo;
  - Santo Antônio, sede/Capoeiruçu/Tibiri
  - Esperando S. João;
  - São João;



## PREFEITURA MUNICIPAL DA CACHOEIRA

### SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO



- São Pedro, S. Tiago do Iguape;
  - N. Sra. da Boa Morte;
  - Festa das Ostras, Caonge;
  - N. Sra. d'Ajuda;
  - Festival de Teatro;
  - Festival de Reggae;
  - Festival de Filarmônicas;
  - Festival de Jazz;
  - Festival de Dança;
  - Salão de Artes de Cachoeira;
  - Festa Literária Internacional de Cachoeira;
  - Consciência Negra, S. Tiago do Iguape.
  - Natal, S. Francisco do Paraguassu;
  - Reveillon, Opalma.
4. **Implementar o Portal do Turismo em Cachoeira**, o portal deve informar os visitantes, além da programação cultural do Município, os roteiros turísticos disponíveis: histórico, religioso, gastronômico, cultura afro-brasileira, manifestações populares, arquitetura, artes cênicas, artesanato, entre outros;
5. **Criar e editar o Mapa Turístico de Cachoeira**, com ênfase nos aspectos culturais do Município;
6. **Desenvolver uma política de valorização dos monumentos e espaços públicos de Cachoeira**, que integre o patrimônio material e imaterial, onde suas principais ruas, largos e praças sejam utilizadas regularmente como palco para diversas manifestações culturais e artísticas e a SECULT promova um circuito de visitação aos monumentos históricos dos núcleos turísticos do Município, com condutores de turismo.





**PREFEITURA MUNICIPAL DA CACHOEIRA**  
**SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO**



7. **Desenvolver através da SECULT uma política de valorização das expressões culturais das comunidades**, com um programa de apoio ao desenvolvimento das atividades culturais características de cada grupo e a melhoria das instalações de sedes de atividades culturais afros brasileiras, templos seculares, sedes de filarmônicas, de samba de roda, bares e restaurantes tradicionais, entre outros. Em contrapartida, estes espaços devem ficar abertos para visitação pública e ter uma programação que valorize as suas raízes culturais, possibilitando a sua inclusão no circuito de turismo cultural do Município.
  
8. **Assegurar que as Secretarias de Educação, Assistência Social e a Assessoria de Imprensa do Município participem das discussões e tenham conhecimento sobre a grade de programação cultural do Município.**

**FOMENTO E FINANCIAMENTO À PRODUÇÃO CULTURAL**

9. **Promover ações de fomento à produção cultural** através do Sistema de Incentivo à Cultura (Mecenato e Fundo Municipal de Cultura), através da criação de Prêmios que promovam as artes cênicas, a música, audiovisual, a leitura, a literatura, etc. mediante:
  - **Sistema de Incentivo à Cultura** – Com programas, projetos e ações desenvolvidos por artistas e produtores culturais do Município, utilizando o mecenato com o mecanismo de renúncia fiscal e os recursos do Fundo Municipal de Cultura.
  - **Fomento às Artes Cênicas** – Realizar, bianualmente, o Prêmio de Fomento às Artes Cênicas, contemplando: teatro, dança, ópera, etc.