

A REINVENÇÃO DA FESTA DO SENHOR DO BONFIM EM SALVADOR (BAHIA): ANÁLISE DAS INTERFACES ENTRE O PODER POLÍTICO, RELIGIOSO E DA PROPAGANDA

Zelia Jesus de Lima*

Resumo. O presente estudo apresenta aspectos da tese de doutorado defendida em 2014, na PUC-SP. A festa teve início no século XVIII, mas privilegia o período 1964-2004 marcado por transformações que refletem sobre a Cidade do Salvador e suas culturas. O estudo chama a atenção às práticas dos sujeitos históricos que envolvem a “negociação” dos conflitos de ordem religiosa católica e afrobrasileira; a utilização da festa como palco político eleitoreiro em face do grande número de participantes; a apropriação dos símbolos religiosos pela propaganda. E a dimensão que a festa assume dentro e fora da Cidade do Salvador enquanto traço de mudança e possibilidade de construção de uma identidade nacional.

Palavras-chave: Festa e cidade. Sagrado e profano. Propaganda.

INTRODUÇÃO

A festa do Bonfim é um tema recorrente, há trabalhos acadêmicos (teses de doutorado e dissertações de mestrado), escritos de jornais e da mídia que apresentam diferentes olhares e sentidos como patrimônio material, sincretismo religioso (afrobrasilidade) fotografia, pintura e escultura; homenagem, celebração, obrigação, folclore. Aqui, a ideia de festa intercruza prática cultural com representação social associados à propaganda.

A escolha do tema se deve a três fatores: à contribuição da historiografia contemporânea; aos documentos consultados nos arquivos da cidade e de Cachoeira, que se referiam ao aluguel de barcos e saveiros pelos romeiros para homenagear a festa Senhor do Bonfim, no século XIX. O papel de acompanhante na caminhada em Cortejo desde o final da década de 1960 (LIMA, 1990, p.239 e SANTANA, 2009, p.272). E o profissionalismo através de trabalhos acadêmicos apresentados nas SEMOCs anteriores com a participação de alunos dos Cursos de Letras, Publicidade e Propaganda. E ainda, a investigação de manchetes de jornais como: Devoção e Folia levam multidão à festa do Bonfim (JORNAL BAHIA HOJE, 1998, p. 3); Quem tem fé vai a pé (JORNAL A TARDE, 2004, p.5); A Lavagem do Bonfim é

* Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal da Bahia e professora da Universidade Católica do Salvador - UCSal.

um ritual católico ou do candomblé? (JORNAL A TARDE, 2013, p.2); A Lavagem do Bonfim em Salvador vira palco de campanha (JORNAL A TARDE, 1997, p.2). Esses aspectos foram tomados como ponto de partida para a análise dos fatos e a construção do corpo teórico.

O objeto de estudo analisa as contribuições teóricas dos Estudos Culturais para esclarecer o foco da pesquisa, a existência de interfaces entre os poderes político, religioso e da propaganda na festa do Senhor do Bonfim. E a busca do entendimento das concepções e sentidos da festa.

O problema aborda a articulação de elementos dos diferentes discursos da festa do Senhor do Bonfim (religioso, político e da propaganda) com as percepções do público, e questiona como essa articulação influi na construção de um novo olhar sobre a festa. A investigação do tema festa abarca duas matrizes religiosas: a católica, que se faz acreditar com um olhar sagrado e a afro-brasileira, que é tratada como algo profano com intervenção política, comercial e lúdica. A propaganda, enquanto mídia, se apropria de símbolos religiosos ligados ao Senhor do Bonfim para agregar às imagens institucionais ou aos objetos culturais visando atender interesses dos atores da política dominante. Significa que as práticas da propaganda associam-se às práticas dos marqueteiros, empresários, turistas, comerciantes, barraqueiros e ambulantes da festa, criando formas de comunicação de massa: anúncios, outdoors, banners, cartazes com a marca da cultura local.

Os objetivos ajudam a

- Discutir a relação entre o sagrado e o profano, no âmbito da festa, considerando as especificidades do cortejo enquanto festa popular, religiosa e lúdica;
- Explicar a intervenção dos atores políticos nos processos de desenvolvimento da festa;
- Analisar a propaganda como um campo de interface entre os planos políticos, religiosos e profanos na festa do Bonfim.

O método de estudo, descritivo e observação (ANDRÉ, 1986, p.26; GIL, Ac. 2007, P.25), permite uma análise dos pressupostos teóricos associados aos conteúdos da festa e sua relação com a cidade. A observação do historiador no que se refere às práticas dos sujeitos da

festa contribui na percepção das diferentes visões de mundo, incluindo as ideias de propaganda (institucional e comercial) aqui tratadas como documentos auxiliares da história.

A fundamentação teórica é uma ponte à construção do objeto de estudo (a festa). A festa possui diferentes olhares particularmente os de prática cultural (WILLIAMS, 1992, p.10) e representação social (CHARTIER, 2002, p.16) ¹(*). Ambas constituem um instrumento do saber. Abrem caminho ao entendimento das intervenções dos governantes, do Estado e do Município, nos eventos promovidos pela Igreja Católica e pelo Cortejo, enfatizando as campanhas eleitorais e as práticas da propaganda.

Pensadores dos Estudos Culturais analisam a Teoria da Cultura como um “modo de vida global” (WILLIAMS, 1977, p.11-22) e salientam as relações entre o popular e os meios de comunicação de massa. Para refletir sobre a cultura dominante, na sociedade inglesa, do século XIX, Hoggart (1977) utiliza dados da imprensa (tablóides, pequenos jornais), cartazes e anúncios. Descobre que a leitura referente aos hábitos, usos, costumes e tradições dos trabalhadores fabris influi no grau de consciência da realidade. Numa segunda etapa, o autor levanta dados em fascículos de livros sobre o tipo de leitura e canções musicais preferidas pelos trabalhadores. Descobre que a propaganda enaltece o amor, o lar e os amigos, ao mesmo tempo persuade o outro para acreditar que dinheiro não tem importância e, sim, a felicidade (HOGGART, 1977, p. 128, 294 e 379). Os conteúdos da literatura, apesar de representar o mundo da ficção, traz à tona as desigualdades sociais.

Desse modo, a festa representa um espaço de disputa no âmbito político inspirada no imaginário nacional. A situação fica visível durante o ritual da Lavagem das escadarias da Igreja do Bonfim pelas baianas, quando a atenção do prefeito e governador se volta para as câmaras fotográficas e da televisão, produzindo imagens locais que são espalhados pelo mundo. Os governantes se mostram à cidade ao lado das baianas, esbanjando gestos e sorrisos, aceitando as práticas da cultura afrobrasileira. A festa é reinventada em seu modo de ser e de se comunicar com o público.

A noção de festa /**representação social** aprofunda a compreensão do objeto de estudo. Desenvolve-se a partir de um sistema de pensamento pré-existente chamado rede de significações, enfatizando os valores sociais, que lhes dão coerência (MOSCOVI e FARR,

¹ HOUAIS, Antonio. VILAR, Mauro de Salles. **Dicionário de Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001, p.2.278. O termo **prática cultural**, do grego “praktikos”, quer dizer pôr em ação uma ideia e/ou uma teoria. Enquanto representação social, do latim “representare”, significa tornar presente ou manifesto, e do francês “représentation”, figurar, retratar, simbolizar.

2003, p.31). Para outros, as representações são imagens construídas intervindo na conduta das pessoas; e imagens do “senso comum” (JODELET, 2001, p. 22).

O senso comum e/ou mesmo o bom senso são sistemas de representações, empíricos e observáveis que podem revelar as contradições de contextos históricos identificando a presença dos atores sociais (GRAMSCI, 1966, p.14; MINAYO, 2003, p. 109). Para Chartier (1990), em seu conceito de história cultural, a representação quer dizer a “identificação do modo como em diferentes lugares e momentos uma determinada realidade é construída, pensada e dada a ler” (CHARTIER, 1990, p. 17-21). Já Williams (1989) discute a relação entre história com os meios de comunicação de massa, particularmente a propaganda (WILLIAMS, 1989, p.16-193). O sentido de representação aclara as formas de lidar com as interfaces entre os poderes político, religioso e da mídia, incluindo a questão da apropriação dos valores simbólicos. O discurso de Pierre Bourdieu (1998, p.7-10), nesse sentido, mira as práticas culturais e as trocas simbólicas necessárias à dinâmica da propaganda.

Para autores dos Estudos Culturais, a noção de propaganda é ao mesmo tempo, uma instituição cultural ligada aos contextos históricos. É um sistema comercial e mágico que recebe mensagens e produz sentidos (WILLIAMS, 2000, p.54; 2003, p.37-38). O interesse aqui é abordar a propaganda institucional pela importância que tem para a história da festa. Essa propaganda cumpre regras: “não disseminar elementos vinculados aos setores da educação, informação e orientação social; não usar nomes, símbolos ou imagens que caracterizam a promoção pessoal ou de servidores públicos”. No início do século XX, a propaganda institucional era vista pelos anunciantes como um instrumento secundário de comunicação, era utilizado para solucionar problemas e situações específicas (PINHO, 1990, p.107). Mas, isso muda com o surgimento de campanhas vinculadas às questões culturais, tornando-se uma ferramenta importante para o *marketing* (PHILIPS KLOTTER, 2000, p.29-32).

A intervenção da propaganda na festa do Senhor do Bonfim está associada à modernização da mídia. Os símbolos da festa como as fitinhas brancas e coloridas; as fotografias da igreja; o Hino do Bonfim exibido em momentos significativos da cidade, inclusive no Carnaval, na abertura e encerramento dos festejos. E a figura da baiana (mãe-de-santo) que representa a cultura afro-brasileira. Os anúncios que agregam símbolos culturais e religiosos são disseminados, ora como propaganda institucional, ora como propaganda comercial (LIMA, 2014, p.28).

A festa do Bonfim à luz dos instrumentos teóricos revela a existência de cruzamentos e estranhamentos entre culturas, linguagens e propaganda. Revela ainda traços das matrizes religiosas (católica e afrobrasileira) marcadas por mudanças sociais provocadas pelos ventos do capitalismo externo, influenciando nos processos de ressignificação das culturas populares e da festa do Bonfim. E ainda, a existência de festas pagas e as réplicas das Lavagens em várias cidades do Brasil e até do exterior.

I FESTA E CIDADE: O SAGRADO E O PROFANO

1.1 Festa e Cidade.

Salvador, o palco da festa, tem 466 anos, é a terceira capital mais populosa do país. A cidade e o Estado foram administrados por prefeitos e governadores conforme o **Quadro I**. Esses atores convivem com o Regime Militar e os processos de redemocratização do Brasil, além da participação regular na festa por meio dos eventos da Irmandade do Bonfim e do Cortejo, ao lado das baianas, para o ritual da Lavagem da Igreja do Bonfim. Mudanças econômicas e sociais advindas da política de expansão do capitalismo influem na modernização da urbe, cultura, turismo e mídia. Na oportunidade, escritores e artistas locais falam da cidade e da festa do Bonfim utilizando linguagens verbais e não verbais.

As políticas públicas destinadas ao urbanismo, à cultura e ao turismo fortalecem o tom da hegemonia dominante. Ações políticas relevantes acontecem na cidade, salientando a recuperação do patrimônio artístico e cultural, o Centro Histórico com suas igrejas antigas e o casario de estilo colonial no Pelourinho. As ações públicas urbanas são marcadas pela construção do Centro Administrativo, Avenida Paralela e Estação Rodoviária que empurram o desenvolvimento da cidade em direção ao norte. Na oportunidade surgem shoppings, supermercados, faculdades, bancos, edifícios habitacionais e escritórios. E, ainda, a mudança de paradigma do Carnaval, que passa da festa popular à empresarial. O Carnaval sempre invadiu as festas populares religiosas, principalmente a do Bonfim que teve um envolvimento com blocos e trios elétricos durante quase três décadas. Esse fato aprofunda a interação entre o sagrado e o profano. Aqui, a cultura vai além do aspecto intelectual, mostra a relação do homem enquanto indivíduo em sociedade e com a produção material e simbólica, o sagrado e o profano. Esse é o caminho das referências à construção das identidades.

QUADRO 1 - RELAÇÃO DOS PREFEITOS DO MUNICÍPIO DE SALVADOR E DOS GOVERNADORES DO ESTADO DA BAHIA, NO PERÍODO 1964/2004.

NOME DOS PREFEITOS	DATA	PARTIDO	NOME DOS GOVERNADORES	DATA	PARTIDO
Nelson de Souza Oliveira	1964-1976	ARENA	Antonio Lomanto Júnior	1963-1967	ARENA
Antonio Carlos Magalhães	1967-1970	ARENA	Luiz Viana Filho	1967-1971	ARENA
Clériston Andrade	1970-1975	ARENA	Antonio Carlos Magalhães	1971-1975	ARENA
Jorge Hage Sobrinho	1975-1977	ARENA	Roberto Filgueira Santos	1975-1979	ARENA
Fernando Wilson Magalhães	1977-1978	ARENA	Antonio Carlos Magalhães	1979-1983	PDS
Edvaldo Pereira de Brito	1978-1979	ARENA	João Durval Carneiro	1983-1997	PDS
Mário Kérstz	1979-1981	ARENA	Waldir Pires	1987-1989	PMDB
Renam Baleeiro	1981-1983	PDS	Nilo Moraes Coelho	1989-1991	PMDB
Manoel Figueiredo Castro	1983-1985	PDS	Antonio Carlos Magalhães	1991-1994	PDS
Mário Kérstz	1986-1988	PMDB	Antônio Imbassahy	1994-1995	PFL
Fernando José Guimarães	1989-1992	PMDB	Paulo Ganem Souto	1995-1999	PFL
Lídice da Mata	1993-1996	PSDB	César A. Borges	1999-2002	PFL
Antonio Imbassahy	1997-2000	PFL	Oto Alencar	2002-2003	PFL
Antonio Imbassahy	2001-2004	PFL	Paulo Ganem Souto	2003-2007	PFL

FONTE:

História Administrativa de Salvador, Fundação Gregório de Matos, 2009 Disponível em www.culturafgm.salvador.ba.gov.br/index.php?option=com_content&task=view&id=41&Itemid=28. Acesso 21.5.2015.

1.2 O sagrado e o profano

Conforme Eliade (2001), o sagrado “é tudo que tem um significado transcendental, espiritual”. Uma pedra enquanto pedra é profana, se lhe damos um valor espiritual passa a ser sagrada (ELIADE, 2001, p.18). Práticas do sagrado e do profano são visíveis nos cortejos (cívicos, religiosos e lúdicos) da cidade e na gastronomia.

O cortejo cívico surgiu na França durante o século XVIII. Diferente das procissões religiosas que carregam santos com andores, a festa cívica é constituída de “homens vivos”. Esse tipo de festa era realizado dentro do teatro, frequentada pela aristocracia, mas foi deslocada para as ruas. A festa cívica é um ato criador do espetáculo que se comunica com o coletivo (SOBOUL, 2005, p. 979).

O cortejo cívico Dois de Julho, em Salvador, celebra a festa da Independência da Bahia. Centenas de populares, autoridades, turistas, baianas, cavaleiros (encourados do Município de Pedrão), capoeiristas; carros alegóricos carregando as figuras do caboclo e da cabocla (índios) e representantes de segmentos da sociedade. O cortejo desloca-se do bairro da Lapinha até a Praça da Sé, onde ocorre as celebrações religiosas na Catedral e continua com um desfile militar até a Praça Campo Grande. No primeiro percurso do cortejo, pode-se identificar cenas do sagrado e profano. Pessoas ligadas ao Candomblé tornam públicas as suas

ações. Numa entrevista com uma ex-vendedora de acarajé, em 2013, o sagrado e o profano não são antagônicos:

[..] Eu sou da Igreja Católica. No entanto, uma vez por ano peço a alguém de confiança para me rezar. No Cortejo do Dois de Julho nada impede de me aproximar do carro dos Caboclos que andam pelas ruas de Salvador. Vejo mães-de-santo acompanhando o cortejo, rezando as pessoas e entoando cânticos religiosos bem baixinhos. [...] A reza com folha é uma limpeza do corpo e da alma. Cuido de minha reza para me aproximar do Caboclo, que garante minha saúde e meu trabalho. É preciso ter muita fé, a reza é uma coisa do sagrado, não é uma coisa do moderno, sem valor. O profano está em toda parte, principalmente nos bares, restaurantes e nas barracas de comida. Nesses lugares, as pessoas costumam oferecer o primeiro gole de bebida ao seu orixá [...] (Citado por LIMA, 2014, p.98)

No imaginário da entrevistada, a reza com folhas naturais renova as “energias do corpo e do espírito”. Ela a considera uma espécie de oferenda à figura do Caboclo, que o concebe como um orixá do Candomblé e não uma representação do índio que participa da Cultura Brasileira.

Outros cortejos têm ligação com o sagrado e o profano. O afrorreligioso homenageia Santa Bárbara, uma tradição significativa, que teve influência na popularização do acarajé. No encerramento da festa é servido o caruru de Santa Bárbara, feito com quiabo por muitas mães-de-santo. O cortejo lúdico também é muito prestigiado pelos baianos, devido ao desfile dos grandes blocos afro, no Carnaval. A saída do bloco afro Filho de Gandhi é precedida da cerimônia de um padê (comida de orixá), dedicada ao orixá Oxalá, o Senhor do Bonfim. É uma cerimônia pública realizada por adeptos do Candomblé, que pedem permissão aos orixás para brincar o Carnaval em paz:

[...] Os Filhos de Gandhi, nos primeiros desfiles, saíram às ruas do centro de Salvador cantando marchinhas, depois dedicaram-se ao ijexá, uma dança ritual herdada dos povos iorubás da África. A cerimônia do padê ‘e realizada há vários anos no Largo do Pelourinho, mantida de pai para filho [...] (LIMA, 2014, p.103).

A gastronomia em relação ao sagrado e profano criou novas tradições. Os Terreiros de Candomblé oferecem alimentos aos deuses como uma obrigação votiva. A cozinha é o espaço sagrado da transformação de determinados produtos em alimentos. Segundo Vivaldo Costa Lima (2009) e Reginaldo Prandi (2001), as comidas de santo são preparadas com

esmero e requinte ou com a simplicidade de uma ação prescrita pelo mito (LIMA, 2010, p.149; PRANDI, 2001, p.257-258). A prescrição do mito é necessária para evitar os tabus, aquilo que pode ou não oferecer aos deuses. No mito de Oxalá, o sal é uma quizila, é proibido colocar em qualquer alimento. A popularização ou dessacralização da comida dos orixás africanos reflete sobre a diversificação dos ingredientes da gastronomia baiana e brasileira. Produtos importados da África e da Europa foram substituídos pelos da América.

Em Salvador há um grande número de restaurantes populares e a la carte. A maioria dos restaurantes populares, a exemplo do Iemanjá na orla marítima; SESC, no Pelourinho; Ki-Muqueca, na Pituba ou Boca do Rio e o Restaurante Teatro Castro Alves, no Campo Grande, servem pratos preparados com azeite de dendê às sextas-feiras. Uma prática advinda da popularização da comida de santo na cidade.

A gastronomia da festa do Bonfim não se deve a uma obrigação votiva destinada ao orixá Oxalá, que inclui inhame cozido com mel; canjica de milho e arroz branco. Segue duas vertentes: a cozinha afrobaiana, que oferece pratos típicos com azeite de dendê e leite de coco (vatapá, caruru, efó, abará e acarajé) e a cozinha tradicional, marcada por três pratos: feijoada, sarapatel, maniçoba. Os caldos de feijão e sururu também são apreciados.

2. FESTA E PROPAGANDA

2.1 As matrizes religiosas

As matrizes religiosas são referenciadas através da prática devocional ao Senhor do Bonfim pela Irmandade Católica, novenas, missas e procissões, e pelo cortejo coordenado pelas mães e pais-de-santo devotos de Oxalá, o Senhor do Bonfim. Esses atores afrobrasileiros homenageiam Senhor do Bonfim com o ritual das águas, materializado com a Lavagem das escadarias da Igreja do Bonfim no mês de janeiro.

Tais matrizes viveram em conflito por mais de um século. A tradição da Lavagem foi proibida várias vezes, inclusive perseguida com o uso da força policial (LIMA, 2014, p.125-145). A situação envolve negociações de cunho político e religioso, até que na década de quarenta, as autoridades aceitaram formalmente a existência do cortejo, de olho no turismo que começava a engatinhar.

O cortejo existe desde o século XIX, mas de modo desordenado. Os primeiros registros na imprensa mostram que baianas vestidas com roupas comuns ou brancas, andavam

pelas ruas em direção à Igreja do Bonfim. Elas carregavam jarras com água perfumada sobre a cabeça para a Lavagem interna da Igreja, o que foi proibido pelas autoridades eclesiásticas. Os registros também falam dos aguadeiros, trajados com terno branco, transportando água em animais; e das carroças enfeitadas que conduzem devotos, nativos e visitantes para as festividades do Bonfim (LIMA, 2014, p.158-163). Na atualidade, o cortejo é precedido de um Culto Ecumênico, que reúne pessoas de várias culturas e religiões. E de uma Corrida Esportiva denominada Corrida Sagrada, que premia os vencedores com medalhas marcadas com símbolos do Bonfim.

O cortejo da festa reúne muitos nativos, autoridades políticas, turistas e instituições culturais que homenageiam Senhor do Bonfim, numa caminhada de oito quilômetros, que vai da Igreja de Nossa Senhora da Conceição da Praia à Igreja do Bonfim. Trata-se de um momento de alegria e descontração. Os participantes rezam, cantam, comem, bebem e interagem com os amigos. Para os políticos, o cortejo é o grande palco da cidade para testarem o prestígio eleitoral. É grande a quantidade de propaganda e faixas dos governantes que mostram ao público as suas práticas políticas.

Os participantes do cortejo exibem símbolos da festa nas camisas, bonés, bolsas, pulseiras, sandálias, chaveiros e automóveis. A mercantilização das fitas coloridas gera um comércio rentável. Muitos visitantes as adquirem e as amarram nos gradis da Igreja do Bonfim como pagamento de promessa. Os gradis se transformam em um museu a céu aberto.

A festa do Bonfim envolve toda a cidade. Há uma interrupção na sequência da vida cotidiana pela disposição de festejar o santo padroeiro ou o santo querido pelo público de um determinado lugar (DAMATTA, 1987, p.42). Há diferentes formas de celebrações da festa: na Igreja, nos Terreiros de Candomblé, nas ruas da cidade, nas rodas de samba e clubes particulares. A festa expressa o sentimento e a fé dos baianos ao seu modo. Todos creem na proteção do Senhor do Bonfim. De acordo com Alceu Maynard (1973), a festa representa uma força poderosa (MAYNARD, 1973, p.11), daí a explicação para a presença de mais de um milhão de pessoas no cortejo.

A Lavagem das escadarias da Igreja do Bonfim, uma tradição secular, serve de paradigma ou modelo de exportação para muitas festas. As réplicas das Lavagens acontecem há mais de uma década na cidade do Salvador, cidades brasileiras e até em Paris e Nova York. A própria festa do Bonfim serve de paradigma às festas alternativas ou festas pagas, a exemplo de Bonfim Light (Bahia Marina), Enxaguada do Bonfim (Museu do Ritmo) e

Bonfim de Todos os Santos. São festas frequentadas pelos filhos da burguesia, que atraem artistas famosos locais e convidados (LIMA, 2014 p.158-170; 197-2003).

A Igreja do Bonfim representa vários sentidos. Casa de oração para os devotos; museu de arte; santuário que atrai romeiros, pagadores de promessas e obrigações ligadas aos cultos afrobrasileiros.

A Igreja foi construída, no século XVIII pelo Capitão da Marinha Portuguesa Theodósio Rodrigues de Faria (CARVALHO, 2012, p.148) como pagamento de uma promessa. O Capitão, no comando de embarcações pelo Oceano Atlântico com destino ao Brasil, enfrenta uma grande tempestade. Ali mesmo fez uma promessa para sobreviver juntamente com seus tripulantes. O milagre aconteceu e a Igreja do Bonfim foi erguida junto com a sua Irmandade Religiosa.

A Irmandade do Senhor do Bonfim celebra a festa há mais de 260 anos sem interrupção. A igreja é um dos símbolos culturais da cidade mais fotografados, filmados e pintados por vários artistas. Por tudo isso, a propaganda se inspira nos valores identitários e cria formas de comunicação com o público.

2.2 A propaganda

Falar de publicidade, praticamente, significa pensar em propaganda comercial, que é dominante sobre qualquer tipo. A publicidade institucional divulga anúncio com valor simbólico agregado, beirando o sentido filantrópico, o que nem sempre é verdadeiro (GRACIOSO, 2006, pp.32,36, 105). O sentido filantrópico não provém do visível, mas do inteligível (JOLI MARTINE JOLY, 2002, p.121) É preciso ter cuidado com o uso do anúncio, no campo da educação ou das culturas regionais, observando a concepção histórica.

A propaganda, instrumento de comunicação, influi na dimensão da festa e da cidade. Alguns aspectos influem na intervenção da propaganda: as políticas públicas que envolvem a cultura e o turismo fortalecendo a modernização da mídia e a divulgação da festa em rede nacional e internacional; a manutenção e preservação da Igreja do Bonfim colocada no roteiro turístico da cidade; a manutenção do Cortejo e da Lavagem do Bonfim pelos vários segmentos da sociedade e a popularização das fitas coloridas no mercado nacional. Com isso destaque cinco tipos de apropriação do simbólico: 1- o das fitas do Bonfim agregadas a produtos institucionais e comerciais (Banco Itaú, Casa das Tintas, Clube Esportivo, Banda de Música); 2- o da imagem das baianas no Cortejo do Bonfim usada por grupos de televisão

como a Rede Bahia, cartões postais, folders de agências de viagem, revistas especializadas de turismo; 3- a imagem da igreja explorada por artistas plásticos e amadores; 4- vídeos, sites e blogs; 5- imagens de vários símbolos agregadas a diferentes formatos de propaganda: anúncios, outdoor e banners referentes às festas alternativas ou pagas (LIMA, 2014, pp.227-257).

Entre os cinco grupos de apropriação do simbólico, o primeiro deles é o que mais cresce. A popularização da fita do Bonfim, nos planos religiosos e do mercado simbólico mostra a influência do turismo e o processo de dessacralização do valor religioso da fita, projetando o caminho de uma nova identidade. A imagem da Arena Fonte Nova (**Figura 1**) que usa a fita do Bonfim representa esse caminho. A relação entre a fita e a fé em Senhor do Bonfim, o padroeiro dos baianos é um campo a ser explorado (LIMA, 204, p.227-236).

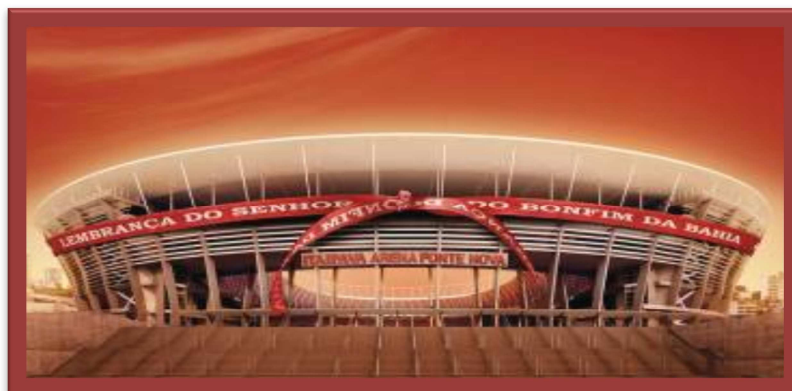


Figura.- 1 – Arena Fonte Nova - Produto Itaipava

Título: Inauguração da Arena Fonte Nova –
Uso da Fita do Bonfim

Fonte: <http://adnews.com.br/publicidade/itaipava-envolve-estadio-com.fitagigante-do-nosso-Senhor-do-Bonfim>. Acesso 13.19.2013

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema “reivenção da festa do Bonfim” resulta das mudanças que ocorrem na cidade no período deste estudo. A expansão do capitalismo deixou marcas de modernização na indústria, cultura e turismo, que refletem sobre as festas, em particular, a do Bonfim. A história da festa é parte da história da cidade.

Por muito tempo, turistas e trios elétricos criaram uma nova feição do Cortejo e da Lavagem da Igreja do Bonfim. O Cortejo e as festas pagas representam um processo de interface entre os poderes político, religioso e da propaganda. O Cortejo representa um palco

de fé e de práticas políticas e culturais as mais diversas. As festas pagas exibem diferentes formatos de propaganda, em particular o outdoor, exibindo todos os símbolos da festa ao mesmo tempo.

A intervenção da propaganda na festa tem seus momentos de institucionalidade e de condições para entender a linguagem da mídia. Assim, o Cortejo e a Lavagem do Bonfim representam um dos atos mais sagrados e mais profanos da devoção popular.

REFERÊNCIA

ARAÚJO, Alceu Maynard. **Cultura popular brasileira**. São Paulo: Melhoramentos, 1973

CHARTIER, Roger. **A história cultural: entre práticas e representações**. Lisboa, Difel, 1990

DAMATTA, Roberto. **A casa e a rua**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987

FARR, R. M. Representações sociais: a teoria e sua história. In: GUARESCH, P. ; JOVCHELOVITCH, S. (Org) **Textos em representação social**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. p. 31-59.

FERNANDES, Saulo. Raiz de Todo bem. Disponível em:
<http://www.cifraclub.com.br/saulo-fernandes/raiz-de-todo-o-bem>. Acesso em 23.5.2015

GIL, A.C, 2007, p. 25. GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4a. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GRAMSCI, Anthony. **Obras escolhidas**. Trad. de Manuel Cruz. Revisão de Nei da Rocha Cunha São Paulo: Martins Fonte, 1978, p.64; 224-226;

HOUAIS, Antonio. VILAR, Mauro de Salles. **Dicionário de Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001

JODELET, D. Représentations sociales: un domaine en expansion. In: JODLET, D. (Org) **Les représentations sociales**. Paris Press, Universitaires de France, 1989

KLOTTER, Philips. **Administração de marketing**. 5ª. ed. São Paulo:Atlas,1998, 2000

LIMA, Zélia Jesus de. **Lucas Evangelista: o Lucas da Feira: estudo sobre a rebeldia escrava em Feira de Santana 1807-1849**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 1990.

_____ (Org) Caderno do Aluno. Salvador: ILUCSAL. Universidade Católica do Salvador, out. 2005-2006.



_____. **A reinvenção da festa do Senhor do Bonfim em Salvador Bahia:** análise das interfaces entre o poder político, religioso, da propaganda (1964-2004). (Tese Doutorado em História Social). São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2014

LIMA, Vivaldo da Costa. **A Anatomia do Acarajé e Outros Ensaios.** Salvador: Corrupio; 2010.

LODY, Raul. **Santo Também Come.** 2ª Ed. Rio de Janeiro: Pallas, 1998.

LUDKE, Menga e ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em educação:** abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986. (Coleção tema básicos de educação e ensino)

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O conceito de representações sociais dentro da Sociologia Clássica. In GUARESCH, P. ; JOVCHELOVITCH, S. (Org) **Textos em representação social.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais:** investigações em psicologia social. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

PINHO, J.B. **Propaganda Institucional:** usos e funções da propaganda. São Paulo Summus, 1990

PRANDI, Reginaldo. **Mitologia dos Orixás.** São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

SANTANA, Charles. As Filarmônicas e a Música Urbana do Recôncavo In: LEAL, Mª das Graças de Andrade; NONATO, Raimundo Pereira; CASTELUCCI JÚNIOR, Wellington (Orgs). **Capítulos de História da Bahia:** Novos enfoques, novas abordagens. São Paulo: Annablume, 2009.

SOBOUL, Albert. **Dictionnaire Historique de la Révolution Française.** Paris: Quadrige/ PUF, 2005, p.979 (Ver a discussão sobre Les Serments..)

WILLIAMS, Raymond. **A publicidade, o Sistema Magic:** Problemas em Materialismo e Cultura. London: New Left Books, 1962

_____. **Television:** technology and cultural form. Preface Roger Silvestone. London: Routled Classic, 2003

_____. **Cultura.** Lólio Lourenço de Oliveira. 2ª.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000

<http://www.cifraclub.com.br/saulo-fernandes/raiz-de-todo-o-bem/>