
Estereótipos do que é ser baiano: Representações a partir do Filme Ó Pai Ó

Itailane MARQUES¹

Matheus JESUS²

Renata BARBOSA³ Yakine

PAIXÃO⁴

M^a Daniela COSTA⁵

Faculdade Anísio Teixeira, Feira de Santana, BA

RESUMO

Este memorial é parte do Projeto Experimental apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso no Curso de Graduação em Jornalismo da Faculdade Anísio Teixeira. Partiu-se do pressuposto de que a identidade do cidadão baiano é caricata em suas representações dentro do cinema brasileiro, em especial no filme “Ó Paí Ó”, escolhido aqui como estudo de caso. O objetivo proposto é analisar de que forma os estereótipos do baiano colaboram para um novo olhar sobre as representações da baianidade no universo do cinema. Ilustrado a partir de um documentário intitulado ‘Axé, meu rei’, abordamos o recorte do nosso tema trazendo ao meio acadêmico a discussão deste assunto.

PALAVRAS-CHAVE: baianidade; estereótipos; cinema; jornalismo; cultura.

Este memorial tem como objetivo a produção de um vídeo documentário cujo trate do cinema baiano, com foco na baianidade e nas representações do que é ser baiano dentro deste cenário. Compreender os traços históricos do cidadão baiano, os principais estereótipos divulgados no filme Ó Paí Ó, e a visão do próprio cidadão baiano diante as representações apresentadas, constituíram também objetivos secundários deste trabalho.

Estes fatos estão correlacionados com as causas e consequências que giram em torno dos estereótipos determinados aos cidadãos baianos, sendo os principais aqui destacado como: estereótipos referentes ao cidadão baiano como construção coletiva sobre o que é ser baiano; estereótipos criados e mantidos como forma de reafirmação cultural da baianidade no meio social; os estereótipos como causadores de falas e atitudes

¹ Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo da FAT, e-mail: taicopa@gmail.com

² Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo da FAT, e-mail: matheussilva00@live.com

³ Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo da FAT, e-mail: renata.barb@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo da FAT, e-mail: yakinerp17@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da FAT, e-mail: danielacontato@gmail.com

preconceituosas dentro da sociedade baiana; o turismo, focado no carnaval da Bahia, como propagador dos estereótipos; candomblé x cristianismo: Bahia centro de misticismo entre religiões.

Partindo disto, fazemos a pergunta que movimenta e desencadeia toda produção do vídeodocumentário aqui apresentado, já que eles existem e estão incorporados à cultura baiana: Como os estereótipos do que é ser baiano podem colaborar para a criação de um novo olhar sobre as representações da baianidade no cinema brasileiro?

Para desenvolver hipóteses para respostas dessas perguntas, escolhemos o filme ‘Ó Pai Ó’ (2007) como objeto de análise e nosso estudo de caso. A película é baseada na peça de Márcio Meirelles e dirigido por Monique Gardenberg, que retrata o cotidiano do cortiço de Dona Joana, localizado no bairro do Pelourinho, durante os festejos do último dia de carnaval. Contudo, apesar da caracterização cômica trazida pelo desenvolvimento dos personagens e atuações dos atores, o filme lida com muitos assuntos polêmicos como drogas, prostituição, religiosidade, violência, preconceito e racismo. Além destes assuntos, o longa-metragem é repleto de estereótipos midiáticos relacionados a imagem do baiano dentro da sociedade.

Bárbara de Lira Bezerra (2011) explica que o estereótipo de baiano existe há muito dentro da população brasileira, conforme definido em sua dissertação sobre a representação do baiano no filme que conduz nossa pesquisa: “Por volta de 1970, surge à expressão baianidade, frequentemente utilizada para resumir a ideia de uma cultura baiana idiossincrática, construída a partir de representações, imagens e discursos que legitimam uma Bahia estereotipada. Esta Bahia, para a maioria dos brasileiros, está relacionada apenas àqueles que nascem em Salvador ou no Recôncavo da Baía de Todos os Santos (Santo Amaro da Purificação, Cachoeira e São Félix)” (BEZERRA, 2011).

A Bahia e por consequência o baiano, são estereotipados pela mídia de massa frequentemente como ‘O País do Carnaval’ e o cidadão preguiçoso de fácil acesso, respectivamente. Será que o baiano é sinônimo de festa e sexualidade como os filmes e novelas nacionais retratam? Ou esta é apenas mais uma estratégia de marketing para vender as paisagens e a maior festa do Brasil? Annallena de Souza e Marijane de Oliveira comentam em seu ensaio sobre a “baianidade midiática”:

“A noção de baianidade divulgada pelo Brasil e até mesmo pelo mundo contempla uma terra festeira, cheia de belezas naturais e sexualidade. Essa noção estereotipada e marketizada da Bahia não revela todas as identidades do seu povo: um lugar onde existem outros aspectos a serem observados e contemplados” (GUEDES; CORREIA, 2014).

Contudo, conforme expresso por Joachim Krones (2007), em seu ensaio sobre a criação e estruturação da “marca Bahia” dentro do turismo brasileiro, o estereótipo intensificamente midiaticado do baiano e da Bahia também tem a ver com as questões político-econômicas do Estado, que utiliza da cultura baiana e afro descendente para obter ganhos financeiros, sem necessariamente, ter um comprometimento social mais profundo.

Para entendermos melhor a utilização destes estereótipos na mídia é necessário que haja a compreensão, por ambas as partes (cidadão e sociedade), de que a cultura de um povo será diferente da cultura de outro grupo social que ocupa o mesmo espaço geográfico, neste caso o Brasil. Para Tatiane Serfert (2007) “a observação da diferença dos mitos, dos contos, das moedas, do comércio, das artes, das técnicas, dos instrumentos, das línguas, das ciências, das religiões, das raças, dos ideais, existentes no cenário mundial, é que faz o mundo ser considerado diverso. ”, e ela [cultura diversa] ⁶ precisa ser aceita e vista como algo que faz parte de um todo, ao invés de uma parcela.

Entendemos que discussões como essa são essenciais para compreender a organização social de uma população, avaliando aqui a visão dos próprios baianos sobre estas representações. A identidade cultural de um grupo social, como o dos baianos, é muito importante para a reafirmação desta dentro das interações e dinamizações de influência. Entendemos que o cinema como sétima arte que tem grande divulgação interna e externa, pode sim influenciar e moldar pensamentos e dinâmicas entre sociedades podendo modificar, inclusive, o poderio de cada grupo deste. O mecanismo da discussão e exposição do assunto se faz justo e necessário para não deixar esquecida a causa que está imersa ao tema.

A pesquisa bibliográfica e exploratória, utilizando as personificações do baiano a partir do filme ‘Ó Paí Ó’, é a base para a análise do estudo de caso. Tem como definição a busca de uma problematização de um projeto de pesquisa que utiliza como base artigos, projetos e trabalhos publicados, dentro do mesmo contexto, para analisar e discutir temas que misturam cultura, enquanto a pesquisa bibliográfica fundamenta as questões e teorias que foram utilizadas durante a produção da pesquisa exploratória que nos darão maior familiaridade e profundidade durante a produção do produto escolhido, documentário.

⁶ Grifo nosso

DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O vídeodocumentário apresentado pela equipe gira em torno de um curta de 20 minutos com traços que unirão métodos de uma longa-metragem utilizando mecanismos lúdicos de uma obra cinematográfica com a realidade do tema sugerido.

O documentário não visa provar uma tese que mostra o baiano como estereótipo em grandes produções, mas, desenvolver um olhar crítico que evidencie de que modo esses estereótipos colaboram para um novo olhar sobre as representações da baianidade. Segue abaixo o cronograma de atividades da pesquisa e produção do vídeodocumentário, intitulado “Axé, Meu Rei”. A escolha do produto é movida pelo apelo trazido pelo próprio tema, que faz necessário a utilização de esquemas visuais com direito a cenário, encenação de cenas conhecidas da obra cinematográfica, além de ilustrações do cotidiano do cidadão baiano.

A proposta é fazer com que o público consiga compreender, de forma lúdica, a história de como tudo começou e de como esses estereótipos são implantados na sociedade contemporânea através de obras cinematográficas como o filme ‘Ó Paí Ó’.

Entendemos que ao contrário dos modelos de vídeo-reportagem que utiliza a presença do repórter, unido ao *off*, como principal método de narração, o documentário, consegue ser mais abrangente e se parecer com obras cinematográficas de grande espetáculo que prendem a atenção do espectador, trazendo uma maior reflexão dentro do cenário acadêmico das Universidades/Faculdades e promovendo mesas com foco no debate do tema.

1.1.2. CARACTERÍSTICAS VISUAIS

Como ambiente de gravação a cidade de Salvador, que foi utilizada como fundo e base para a maioria das locações utilizadas. Lugares como o Pelourinho, o bairro do Rio Vermelho, a Cidade Baixa e o Teatro Vila Velha fazem parte das locações escolhidas para compor o vídeo. O Teatro Vila Velha, onde surgiu o Bando do Teatro Olodum, serviu de cenário para falarmos sobre o estereótipo do baiano dentro das grandes produções brasileiras, incluindo Ó Paí Ó.

A captura das imagens foi feita no modelo conceitual, voltado sempre para um produto dinâmico que retrata um longa-metragem no formato de documentário. Capturar

imagens de festas e lugares onde se estabelece cultura e diversão para compor cenas de externas, seguido de entrevistas no mesmo ambiente para formar um paralelo.

Todas as entrevistas foram organizadas de acordo com o fato histórico, sempre buscando extrair do entrevistado falas que venham a contar momentos/histórias que faça alusão e conectem o passado ao presente – quando falarmos sobre histórico da baianidade –, fotos antigas serão usadas com o devido creditado de onde for extraída, para caracterizar os momentos, narrações e falas de entrevistados. A edição propõe cortes dinâmicos, que ajudem a contar, o ponto de início, fundamento e posição atual do assunto principal com o tema central da problematização.

1.1.3. ENTREVISTAS E PERSONAGENS

O documentário foi realizado por meio de entrevistas diretas e indiretas com pessoas que fizeram parte do elenco do filme ‘Ó Paí Ó’, sociólogos, antropólogos e estudiosos das questões que estruturam a baianidade dentro e fora do cenário Bahia, além de profissionais dentro da indústria cinematográfica e estudantes de artes cênicas da UFBA.

As informações obtidas nos ajudaram a construir o enredo do documentário com os argumentos, tomando como base a questão abordada. As entrevistas foram realizadas numa visão mais artística, utilizando o próprio ambiente para completar a fala dos entrevistados, que irá delimitar e trazer as opiniões de artistas do filme base utilizado ‘Ó Paí Ó’, além de estudiosos para agregar teoria ao que ocorre na prática. Iremos utilizar uma Canon 6D com lente 1.8 para melhor captar ângulos, cores e texturas de toda Salvador, no intuito de aproximar o público do tema.

Para ilustrar o nosso documentário, fizemos entrevistas com atrizes do elenco original do filme ‘Ó Paí Ó’ e da série, além do diretor fundador da peça e do Bando de Teatro Olodum. Para lidar com a abordagem histórica e social, convidamos antropólogos, filósofos e produtores culturais para trazer a visão deles sobre o tema. Os entrevistados são: Tânia Toko – Neuzão da Rocha; Valdinéia Soriano – Maria; Cássia Vale – Mãe Raimunda; Márcio Meirelles – Criador e Fundador do Bando de Teatro Olodum; Aline Nepuceno – Dandara (série); Aurélio Schommer – Antropólogo e Filósofo; Debora Parreira e Jaire Nascimento- Estudantes de Artes; Hilda Lopes Pontes – Produtora

Cultural (Olho de Vidro Produções); Carlinhos Brown – Produtor Musical e Cultural; Ed Shomer – Pai de Santo; Alex Cosmo – Pastor.

2. BAIANIDADE

A baianidade é conceituada como termo que representa uma imagem do todo que é a Bahia, dos seus cidadãos. Diagnosticada e reproduzida há muito tempo atrás, a baianidade desenha e conversa diretamente com a criação da identidade cultural dos baianos. Seguindo o pensamento de Luiz Nova (2010), a baianidade é a representação da identidade afro descendente no ambiente nacional que influencia a cultura presente desde a religião, passando pelos costumes cotidianos até chegar à música, o axé. E esta identidade “compartilhada” advém da dinamização da história sócio cultural real, que quando unido as características étnico social da cultura afro-popular, norteia as definições do perfil hegemônico, como ferramenta de afirmação política. A *baianidade contemporânea* colocou a cultura do Estado da Bahia dentro do cenário nacional para desenvolvimento da cultura espetacular, midiática e comercial (NOVA, 2010).

De acordo com Nova (2010), a identidade cultural dos baianos pode ser definida como o conjunto de rituais, regras e práticas que associados a toda Bahia, com foco na cidade de Salvador representam os estímulos e características do que é ser baiano. A baianidade é exposta como o estereótipo central por trás do personagem “baiano”. Isto ocorre, pois, com o passar das décadas, foram culturalmente criados elementos ideológicos construídos e intensificados a partir de artistas conterrâneos como Jorge Amado, Dorival Caymmi e Caribé. De acordo com KRONES (2007): “O que hoje se chama de “baianidade” tem sua origem na década de 30, quando a apologia à miscigenação racial e cultural do povo brasileiro substituiu a crença então hegemônica de que a existência da população não-branca representaria um obstáculo para um projeto nacional viável, opondo-se à modernização e ao progresso. Inicia-se então um processo lento e gradual de desestigmatização da cultura afro-baiana (o que é isso? Como ocorre?). A partir de então, viajantes e visitantes estrangeiros – antropólogos, sociólogos, cineastas, fotógrafos artistas plásticos e escritores visitam a Bahia e produzem relatos e representações da realidade baiana conforme as suas linguagens artísticas científicas e os recortes sugeridos por seus respectivos enfoques” (KRONES, 2007).

Outra questão necessária a ser compreendida é a ampla repercussão das questões envolvendo a baianidade em função da grande utilização destes estereótipos por artistas de relevância nacional. Grandes artistas expressaram a Bahia e o povo baiano como sendo um povo alegre, preguiçoso, festeiro, religioso, e, sem esquecer, como muito sensuais. Porém esses olhares direcionando a Bahia, ao que hoje é a baianidade, tiveram início e

fundamento dos estrangeiros, que então protagonizaram a Bahia na época colonial do Brasil. Como demonstra Jorge Amado em *Tenda dos Milagres* (1968), a Bahia possui inúmeras lendas e festejos locais que adicionam cultura e misticismo, que de certa forma explicam o termo baianidade. “[...]capoeira, candomblé, pesca de xareu, samba de roda, afroxes, pastoris, a procissão dos navegantes, os presentes á iemanjá, os abeces de Lucas da Feira, o capoeirista Besouro, o pintor Carybé, nosso Senhor do Bonfim e a lavagem de sua igreja, a festa da Conceição da praia e a de Santa Bárbara” (AMADO, 2008, pg. 156).

Da mesma forma que os próprios artistas baianos utilizaram esta definição do ser baiano para fundar os personagens de suas obras, fizeram os artistas fora da Bahia e foram bem recebidos pela própria população baiana, que hoje passa a enxergar tal marca positivamente, inclusive nas relações interpessoais dentro do estado, principalmente com os turistas.

Utilizando como base os estudos de Adorno e Horkheimer junto as análises de Luiz Costa (2002) pode-se argumentar sobre a relação indústria cultural x artistas x público dizendo que “de frente à trégua ideológica, o conformismo dos consumidores, assim como a imprudência da produção que estes mantêm em vida, adquire uma boa consciência. Ele se satisfaz com a produção do sempre igual” (COSTA, 2002, p.09).

A Bahia passa por uma representação lúdica que interfere na visão do público com a realidade da sociedade baiana. A indústria cultural, junto ao apoio de instituições e órgãos públicos baianos, incita diariamente a manutenção da marca “Bahia” para motivar e impulsionar um ícone cultural diferenciado que agregará valor financeiro a uma sociedade e seus cidadãos. Para isso, eles utilizam de práticas simbólicas, como as religiões, das expressões culturais e costumes, como os trejeitos e falas dos cidadãos (KRONES, 2007).

O tipo de expressão cultural exibida durante o filme é uma demonstração da necessidade da indústria cultural de reproduzir padrões de reconhecimento para a sociedade. O filme, assim como a peça e a minissérie, retrata tais arquétipos de forma irônica, cômica, recheada de humor negro para lidar com assuntos sérios e mais específicos que são vistos como plano de fundo para todo o clima cômico representado na duração da película.

A Bahia de Dorival, Gil, Caetano e Jorge é um impulso para a movimentação da cultura baiana no meio socioeconômico brasileiro. “A identidade cultural baiana é um

exemplo da força e da importância do campo da cultura e dos estudos culturais na contemporaneidade. ”, diz Luiz Nova (2010) sobre a indústria cultural dentro do estado baiano de cultura, seguido por uma análise de como o *axé music* se tornou característico do Estado da Bahia, como música baiana, sinalizando as características construídas pela indústria cultural do que é ser baiano.

Os estereótipos escolhidos, a partir do filme, configuram as características do baiano mais expressas na sociedade. O baiano como candomblecista e sexual é visto na mídia, seguidas dos estereótipos de preguiçoso e festeiro. Há neste fato uma influência de escritores como Jorge Amado e Caetano Veloso, que expressam em seus textos e letras o baiano que olha para o mar e faz pedidos a Iemanjá.

Seguindo com o pensamento de Edvard Pinto Jr. (S/D), “A construção destes símbolos e significados não é feita de maneira natural ou ingênua. Existe algo que perpassa por todo o processo de criação de identidades e que só superficialmente foi colocado até aqui: a questão dos sistemas de poder. “Quem tem poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade” (PINTO, s/d, apud. SILVA, 2007, p. 91). Estes estereótipos são mantidos e lembrados na mídia com a intenção de vender a imagem do que é ser baiano para caracterizar e impulsionar o Estado Bahia.

A atitude de nomear costumes e hábitos sociais vem dos interesses de “um determinado campo de ação”, que se permite rotular e categorizar indivíduos e suas rotinas de convivência, de acordo com o contexto histórico-social abordado naquela comunidade, e utiliza-los assim no intuito de manter padrões de reconhecimento geral estabelecendo hierarquias de interação na sociedade (ZANLORENZI, 1999).

Podemos notar e identificar alguns pontos específicos do diálogo urbano social dentro do longa-metragem ‘Ó Paí Ó’ que justifique a escolha de tal recorte para ser tratado neste Memorial. Contudo, cabe aqui direcionarmos as ligações entre a obra cinematográfica e a importância deste debate para o jornalismo contemporâneo. Como produto, escolhemos um documentário que demonstrará, usando uma abordagem jornalística voltada ao cinema *Cult*, as utilizações dos estereótipos que promovem a baianidade do cidadão baiano na sociedade brasileira, através do uso de películas cinematográficas.

As películas cinematográficas têm como objetivo levantar sentimentos no espectador que desencadeiam um processo de análise envolto com participação e emoção, até chegar à conquista da credibilidade (METZ, 1972). Com base nesse pensamento, de

imersão comportamental, concluímos que a melhor forma de expressar o sentimento de debate que o tema propõe seria através de um documentário, provocando um reconhecimento no público referente ao que está sendo contado dentro daquele espaço tempo.

Atualmente, a arte é vista como um mecanismo que ajuda na nova modelagem da consciência social dentro da sociedade. Quando se mexe com a percepção emocional do espectador, o resultado é de aprendizado. Por outro lado, há também a estimulação do senso estético que compreende estereótipos nacionais como concepção de dinâmica social, quanto ao mundo e suas interações (FREITAS; LEITE, 2014).

O jornalismo e o cinema, apesar de guardadas as devidas distinções, têm a propriedade de arquitetar com maestria os diálogos entre autor e público. Dito isso, analisamos os estereótipos presentes em ‘Ó Paí Ó’ para visualizar como a linguagem do cinema lida em passar as relações interpessoais dos personagens, entregando dessa maneira os fatos de desenvolvimento de cada um.

Neste ponto abordamos os fatores usados para promover a análise da obra destacada como base de estudo para a caracterização dos estereótipos do que é ser baiano dentro do cinema brasileiro. Retomando algumas ideias principais sobre o filme, ‘Ó Paí Ó’ é baseado na peça escrita por Márcio Meirelles (1992), e atuado por integrantes do Bando de Teatro Olodum. Apesar do roteiro da peça se desenvolver a partir da intervenção que ocorria no centro histórico do Pelourinho - onde as pessoas que ali viviam, tiveram que sair de suas casas devido ao processo de recuperação do local a fim de fazer do Pelourinho um dos principais pontos turísticos da cidade de Salvador - o filme retrata as consequências desta intervenção, já que a peça é de 1992 e o filme de 2007.

‘Ó Paí Ó’ ainda aborda o dia-a-dia dos personagens do filme com doses de humor e crítica social lidando, também, com as várias questões que fazem parte do que se imagina ser o cotidiano de muitos baianos. O filme trata dos dramas de cada personagem, ressaltando durante a trama os aspectos estereotipados de cada um.

A expressão que dá nome ao filme (Ó Paí Ó) traz diversas significâncias dentro da rotina do baiano. Usada informalmente no dia-a-dia dos baianos, ela pode expressar surpresa, incomodo, alerta e até insatisfação sendo comparada ao “mano do céu” paulista e o “ba tche” dos gaúchos. Essa expressão cotidiana é frequentemente usada no filme para dar importância aos acontecimentos principais da história.

Em meio de toda crítica social abordada no filme, temos os personagens que representam a baianidade, do jeito que ela é conceituada no mundo baseada nos estereótipos dos cidadãos baianos - em dias de carnaval. Os personagens principais dialogam diretamente com as características mais diagnosticadas quando refere-se ao cidadão morador de Salvador, tais como: ‘Reginaldo’: representação do taxista casado, conhecido por ser extremamente preguiçoso e infiel; ‘Yolanda’: representação do travesti, criticada pelos seus trejeitos sexualizados; ‘Roque’: representação do típico baiano negro malandro e festeiro; ‘Rosa’: dançarina, representa toda sensualidade da mulher para se tornar a definição de *Sex Appeal* do filme; ‘Neuzão’: representação do homossexual, dona do bar onde todos frequentam; ‘Boca’: representação do branco malandro e racista, nêmeses de ‘Roque’; ‘Mãe Raimunda’: mãe de santo representante do candomblé no filme; ‘Dona Joana’: dona do cortiço onde os personagens moram, representação da típica evangélica.

Para efeito de delimitação para realização deste trabalho, o enfoque foi dado nas relações dos personagens com os traços dos estereótipos da baianidade ligados a preguiça, religião (Candomblé vs. Protestantismo), e sensualidade representados nesta obra pelas personas de ‘Reginaldo’ e ‘Boca’, ‘Mãe Raimunda’ e ‘Dona Joana’, além de ‘Roque’, ‘Rosa’ e ‘Yolanda’, respectivamente.

No filme, a divergência entre as religiões centrais – protestantismo e candomblé – é bem delimitada e trabalhada. Durante o filme, vemos os embates religiosos que acontecem entre as personagens. Questões como intolerância religiosa, medo do desconhecido e falta de interpretação são abordados quando há diálogo entre as personagens. Além disso, vemos que ambas religiões são fortemente criticadas quando consideramos os termos de malandragem usados. Como quando Mãe Raimunda finge está recebendo uma entidade para impressionar um possível cliente, que no final se revelaria ser apenas Roque, fazendo com que ela parasse a atuação. Ou quando os filhos de Dona Joana, usam a religião e suas práticas de culto e exorcismo, para ludibriar a mãe, no intuito de curtir o festejo carnavalesco e se aproveitar dos turistas.

As cenas entre os personagens de Lázaro Ramos e Emanuelle Araújo dão ênfase ao estereótipo de cidadão sensual que o baiano leva consigo, sobretudo nas produções cinematográficas. Essa característica é exibida também na personagem de Yolanda (Luy Arrison), uma travesti extremamente sensualizada. Yolanda é o par romântico de

Reginaldo (Érico Brás) que é casado e protagoniza cenas quentes também com Psilene (interpretada por Dira Paes). Ambos carregam em suas atuações uma sexualidade afluada, que acompanha os trejeitos do falar manso, das intrigas e das conquistas fáceis com diálogos, muitas vezes mudo, mas de grande conotação sexual através de gestos e olhares. O festejo de Carnaval, segundo percepções do filme, é um ambiente hipersexualizado, onde os personagens se sentem livres para realizar atitudes de muita sensualidade sem pudores e, em vezes, explícita.

Para explorar a preguiça e o jeito *malemolente* do baiano, temos Reginaldo (Érico Brás) e Boca (Wagner Moura) que trazem o estereótipo do cidadão baiano, que utiliza dos caminhos mais fáceis para conseguir o que quer. A preguiça e a malemolência retratas no filme são movidas por questões e padrões diferentes, mas configuram o estereótipo de ‘quem quer tudo na mão’ levado pelo baiano na maioria dos retratos cinematográficos. Outro quesito onde podemos observar estes estereótipos, são os trejeitos e a maneira de se comunicar dos cidadãos, ao usar as gírias locais no mesmo conjunto e a entonação um pouco mais acentuada, característica da fala do cidadão baiano.

3. OS ESTEREÓTIPOS DA BAIANIDADE NA CONSTRUÇÃO CONTEMPORÂNEA DO QUE É SER BAIANO

Diante da pesquisa teórica e da produção do documentário, podemos notar que a história da criação da baianidade e da população baiana influencia diretamente na confecção dos estereótipos dentro da atual conjuntura da sociedade, e que nela está intrínseca a visão do próprio cidadão baiano tem de si e da sua comunidade, como afirmam Nova e Miguez (2009) quando dizem que “a história [da Bahia]⁷ não apenas serve de fundamento como também confere ao mito, por força da antiguidade, a condição de raiz”.

Os estereótipos apresentados pelo filme ‘Ó Paí Ó’ (2007) estão intrínsecos ao cidadão baiano dentro do seu cotidiano, sendo reconhecido por parte da população como algo positivo e real que é reproduzido de forma “exagerada”, na maioria das vezes, nas suas interpretações dramáticas como afirma Horta Nunes (2005, p. 157), quando cita

⁷ Grifo nosso

Goffman (1990) ao dizer que “as estruturas primárias sociais compreendem o préconhecimento ou as pressuposições que permitem a leitura dos humanos e intenções; são contextos mentais nos quais os eventos são interpretados como produtos de controle de uma inteligência ou da agência” (NUNES, 2005, p. 157, *apud* GOFFMAN, 1990).

Ainda seguindo o pensamento de Pinho, a ideia de autenticidade da vida popular baiana foi definida com o tempo através da literatura, das histórias e, hoje, continua a ser tido como natural e óbvio pela disseminação que há nos meios de comunicação de massa, transcrevendo assim a imagem de uma comunidade caricata e cultural, o que possibilita o reconhecimento dos cidadãos baianos a estes estereótipos. Contudo, a ideia de nação baiana encantada e misteriosa é intensificada pelos interesses públicos dos que controlam a regência do Estado da Bahia. A construção desta identidade é mantida dentro das narrativas para promover uma nação atrativa, o que ajuda na permanência de tais “títulos” do que é ser Bahia (PINHO, 1998, *apud*. BHABHA s/d).

Sendo assim, compreendemos que os estereótipos estão intrínsecos a personalidade do cidadão baiano, que se vê, de certa forma, representado nas interpretações dramáticas com o ponto válido do exagero como algo usado para ilustrar a excentricidade desta comunidade mundo afora, já que dentro do turismo tais estereótipos são usados como método de atração. Como afirma Stuart Hall (1995) quando diz que a modernidade e a globalização estão ligadas a como estes “padrões” são usadas como mecanismo de “transformação social” transmitidas por todo globo (HALL, 1995, p. 15, *apud* GIDDENS, 1990, p. 6).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um ano de pesquisa e produção do videodocumentário aqui apresentado, concluímos que as abordagens em torno das representações do estereótipo do que é ser baiano promovem discussões mais profundas e históricas que podem ser utilizadas para dar continuidade em um trabalho futuro, lidando com tópicos como violência na Bahia, escravidão, racismo, impactos sociais do governo Antônio Carlos Magalhães (1975-1991), dentre outras subtemáticas, para descrever toda a linha do tempo e tratar do assunto dentro de outras ramificações.

Percebemos que os estereótipos abordados no filme ‘Ó Paí Ó’ refletem positivamente no meio da comunidade artística baiana que, assim como pode-se perceber

nos relatos contidos no videodocumentário, acredita que estas representações são fiéis às características apresentadas durante a rotina cotidiana do baiano. Em contrapartida, vislumbramos uma visão diferente quando consultamos os teóricos e críticos da indústria cultural formada em torno da cultura baiana, ao afirmarem que estes estereótipos são construções históricas da escravidão que ocorreu na Bahia, com foco em Salvador, que são utilizadas como forma de tornar o Estado mais atrativo e assim, encher os cofres públicos com um turismo que não olha para o cidadão baiano em suas raízes e necessidades: apenas mascara uma realidade vendável aos olhos das grandes corporações aqui estabelecidas .

Notou-se portanto, que ao mesmo tempo que existe a aceitação de tais estereótipos, há também o pensamento contrário de que alguns arquétipos adotados para se referenciar aos baianos são equivocados e distorcidos, em meio a modernidade vivida hoje, como é o caso da sensualidade da mulher baiana que é tida como de fácil conquista.

Dito isso, tratamos de abordar ambos pontos de vista no documentário ‘Axé, meu rei’ já que o objetivo deste projeto é levantar a discussão de tais estereótipos ao invés de apenas discutir o preconceito ou a negatividade do tema. Portanto, entendemos a importância de levar este tema às rodas de discussões acadêmicas que poderão dar continuidade a este debate, evitando o esquecimento de tais características.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997
- ALBERGARIA, Roberto. **Tema: o que é identidade cultural**. Publicado em 2001. Disponível em: <<http://www.sbpcultural.ufba.br/identid/semana1/alberga.html>>.
- AMADO, Jorge. **Tenda dos Milagres**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008
- ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. São Paulo, Cia. das Letras, 2008
- ANDREW, J. D. **As principais teorias do cinema – uma introdução**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1989
- ARNHEIM, Rudolf. **Arte & percepção visual: uma psicologia da visão criadora**. São Paulo: Pioneira, 2002
- ASSIS, Francisco de. **Jornalismo Cultural Brasileiro: aspectos e tendências**. Rev. Estud. Comun., Curitiba, v. 9, n. 20, p. 183-192, 2008

BALIEIRO, Fernando de Figueiredo. **Carmem Miranda e a performatividade da baiana**. Publicado em 2015. Disponível em: <<http://www.contemporanea.ufscar.br/>>.

BEZERRA, Barbara. **A representação do baiano no filme Ó PAÍ, Ó!**. Publicado em 2011. Disponível em: <<http://portal.anhemi.br/>>.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo, Ed. Paz e Terra, 1999
DUARTE, José Carlos Silveira. **O multiculturalismo baiano**. Publicado em 2005.

Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/>>.

FARO, José Salvador. **Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural**. Publicado em 2006. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistasims/index.php/CSO/article/viewFile/3871/3384>>

FRANÇA, Edevarde Pinto Junior. **Acarajé com película: A representação da identidade baiana no filme Cidade Baixa**. II EBECULT – Encontro Baiano de Estudos em Cultura, 2009. Disponível em: <<https://www.academia.edu/5780938/>>.

FREITAS, Alessandra Demite Gonçalves e LEITE, Nildes Raimunda Pitombo. **Linguagem fílmica: uma metáfora de comunicação para a análise dos discursos nas organizações**. Publicado em 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rausp/v50n1/0080-2107-rausp-50-01-0089.pdf>>.

GUEDES, Annallena e CORREIA, Marijane. **A baianidade midiaticizada:**

Representação identitária da cidade do Salvador. Publicado em 2014. Disponível em:

<<http://docplayer.com.br/>>.

GOMES, Jochen Mass Xavier. **O cinema como consumo cultural: um estudo sociológico sobre gostos e preferências da cultura cinematográfica junto ao público universitário de Mossoró – RN**. XI – Congresso Brasileiro de Sociologia, 2003.

Disponível em: <http://www.sbsociologia.com.br/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=1398&Itemid=170> .

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP & A, 2005.

HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor. **A indústria cultural: O iluminismo como mistificação de massas**. In: Lima, Luiz Costa. Teoria da cultura de massa. São Paulo: Paz e Terra, 2002

HOBSBAWN, Eric e RANGER, Terence (orgs.). **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1997

KRONES, Joachim Michael. **Turismo e Baianidade: A construção da marca “Bahia”**. III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2007. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/>>.

METZ, Christian. **Significação no cinema**. São Paulo: Perspectiva, 1972

MOGENDORFF, Janine Regina. **A Escola de Frankfurt e seu legado**. Publicado em 2012. Disponível em: <<https://www.google.com.br/search?q=A+Escola+de+Frankfurt+e+seu+legado&oq=A+>>

Escola+de+Frankfurt+e+seu+legado&aqs=chrome..69i57j0j69i6412.504j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8#> .

MORIN, Edgard. **O cinema ou o homem imaginário**. Lisboa: Moraes, 1980

NOVA, Luiz e FERNANDES, Taiane. **Mais definições em trânsito: Baianidade**.

Publicado em 2007. Disponível em:

<<http://www.cult.ufba.br/maisdefinicoes/BAIANIDADE.pdf>>.

NOVA, Luiz Henrique Sá da. **Baianidade Contemporânea: Traços históricos, limitações atuais**. VI ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2010. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/>>.

NOVA, Luiz Henrique Sá e MIGUEZ DE OLIVEIRA, Paulo César. **O mito baiano: viço, vigor e vício**. IV ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/>>.

NUNES, Jordão Horta. **Interacionismo simbólico e dramaturgia: a sociologia de**

Goffman. São Paulo: Editora Humanitas, 2005

PINHO, Osmundo S. de Araújo. **A Bahia no fundamental: Notas para uma interpretação do discurso ideológico da baianidade**. São Paulo: Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 13 nº 36, 1998

SERFERT, Tatiane Andrade. **Mais definições em trânsito: Diversidade Cultural**.

Publicado em 2007. Disponível em:

<<http://www.cult.ufba.br/maisdefinicoes/DIVERSIDADEDECULTURAL.pdf>>.

SILVA, Andréia de Lima e CONCEIÇÃO, Francisco Gonçalves da. **Jornalismo Cultural: em busca de um conceito**. Publicado em 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1253-2.pdf>>.

TAVARES, Denise. **Fronteiras entre cinema e jornalismo: A realização de vídeodocumentário no curso de jornalismo**. 8º Fórum Nacional de Professores de Jornalismo, 2005. Disponível em: <<http://www.professoresjornalismo.jor.br/>>.

TEIXEIRA, Cid. **Cidade de Salvador: assim começamos**. Correio da Bahia, Salvador, 1998.

VASCONCELOS, Cláudia Pereira. **Ser-tão baiano: A baianidade e a sertanidade no jogo identitário da cultura baiana**. IV ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/>>.

ZANLORENZI, Elisete. **A banalização da preguiça**. XXII Congresso Brasileiro de

Ciências da Comunicação, 1999. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/>> .