



# ⊖ SUPLÍCIO ⊖ DO BAURUZINHO: cultura local, identidade e mídia

Claudio Bertolli Filho<sup>1</sup>  
Ana Carolina Biscalquini Talamoni<sup>2</sup>

O processo de “mundialização da cultura” arregimentou múltiplos desafios para as comunidades nacionais, regionais e locais. Novas determinantes redefiniram a percepção do espaço e do tempo, alimentando com isto receios parcialmente precipitados de que se estava testemunhando o capítulo derradeiro da vigência das identidades locais, as quais estariam sendo substituídas por um panorama culturalmente homogêneo porque universal. Frente a isto, como estratégia de resistência, detectou-se a partir das últimas décadas do século passado um maior empenho das formações culturais em ressaltar sua própria originalidade em relação ao contexto mais abrangente.

Os municípios de pequeno e médio porte, em especial, defrontaram-se com o dilema de se posicionar frente ao novo sem, contudo voltar as costas para o que reivindicavam ser suas tradições. Por um lado, as novidades vindas “de fora” afluíam como possibilidades modernizadoras que, se adotadas, favoreceriam um maior dinamismo cultural, contribuindo para o afastamento da pecha de “caipira” – termo corriqueiramente empregado para sinalizar os comportamentos tidos como avessos aos modelos preconizados nos ambientes metropolitanos. Por outra via, temia-se que a incorporação de tais novidades poderia implicar na negação da história e das culturas locais, despersonalizando o que até então era pautado pela singularidade.

---

<sup>1</sup> Claudio Bertolli Filho é professor da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. UNESP, Bauru.

<sup>2</sup> Ana Carolina Biscalquini Talamoni é aluna do Programa de Pós Graduação em Educação para a Ciência. UNESP, Bauru.

Entre uma e outra alternativa, buscou-se adotar o novo mas também, em caráter de urgência, procedeu-se à (re)valorização, revisão, ou ressignificação das identidades regionais e locais. Neste ponto, os municípios, como unidade político-cultural de caráter local, passaram insistentemente a rever suas tramas culturais em busca do que potencialmente poderia ser invocado como sendo traços distintivos da coletividade, sua originalidade em relação aos “outros” (EISENSTADT e GIESEN, 1995).

Frente a este cenário, o objetivo deste artigo é focar a experiência em anos recentes da cidade de Bauru e da trajetória do símbolo criado por uma parcela da elite local, o Bauruzinho, como elemento fundamental na tessitura de uma nova identidade. Para tanto, a cidade contou com o apoio decisivo da sua mídia, especialmente do seu, principal diário impresso, o *Jornal da Cidade* (JC), o que paralelamente permitiu a elucidação das possibilidades e dos limites dos meios massivos de comunicação em atuar como instrumento na tarefa articuladora e/ou divulgadora das identidades culturais. Para tanto, a proposta da “descrição densa” (GEERTZ, 1978) foi empregada na busca de um sentido no tratamento público dispensado ao Bauruzinho, opção que impôs a observação minuciosa dos acontecimentos. Ressalta-se ainda que, para produzir o texto, os autores se serviram de fontes midiáticas, pronunciamentos oficiais, entrevistas com moradores da cidade e da observação dos fatos que pautaram o cotidiano da cidade durante o período focado.

10

Antes de centrar as discussões em Bauru e em seu personagem-símbolo torna-se necessário discutir a questão das identidades e de como elas estão sendo geridas na região centro-oeste paulista e, em seguida, na cidade de Bauru, tópicos que contribuirão para um melhor entendimento da importância de uma “estátua” para o município e seus habitantes.

Apesar de o tema identidade ser recorrente na história das Ciências Sociais, os debates centrados no tópico ganharam destaque maior a partir do encerramento da Segunda Guerra Mundial. O reposicionamento das nações em um cenário pautado pela crise do colonialismo colocou em questão primeiramente as identidades étnicas e suas articulações com a construção dos novos estados nacionais. Na sequência, as próprias circunstâncias nacionais passaram a ser foco de discussões a um só tempo acadêmicas e políticas. Em resultado, as teorias clássicas sobre as identidades nacionais tiveram boa parte de seus sentidos esvaziados, permitindo supor que a nação se constituía em uma “comunidade imaginada” cuja articulação devia-se à admissão de que algo era compartilhado coletivamente, como por exemplo, um vocabulário, uma trajetória histórica e um sentimento de futuro em comum (ANDERSON, 2008). Fala-se, portanto, da identidade coletiva como uma representação incorporada cuja finalidade última é nutrir a sensação de unidade grupal e de pertencimento individual a este grupo (HALL, 2008, p. 71).

Deslocado do ambiente macro para o micro, aflora a diferenciação do “lugar” e do “espaço”. Se ambos os termos eram invocados praticamente como sinônimos, a pós-modernidade estabeleceu entre eles uma distinção crucial. A noção de lugar, ou mais propriamente de “localidade”, passou a corresponder ao território onde o “eu” localiza suas “raízes” em companhia de um “nós” que permite experimentar o sentimento de familiaridade, de solidariedade, enfim de ser um sujeito pertencente a uma totalidade sócio-cultural (GIDDENS, 1991, p. 26-27).

Tanto no plano nacional quanto nos limites do regional e do municipal/local organizam-se discursos identitários comprometidos em destacar a singularidade de uma população mediante a geração de enunciados performáticos. Tais pronunciamentos objetivam a mobilização grupal em torno daquilo que é admitido como um elo comum e irmanador de todos que admitem os enunciados como verdadeiros ou potencialmente verdadeiros.

Neste curso, os ensinamentos de Bourdieu sobre a constituição da identidade regional pode ser empregado como parâmetro para se verificar a questão da identidade local. Para este autor, a identidade regional, enquanto prática social constitui-se em um agregado de representações mentais, (como a língua, o sotaque e a história) e de representações objetais, “coisas” como emblemas, bandeiras e, no caso de Bauru, da estátua humanizada de um sanduíche. Mediante a manipulação destas representações compartilhadas que, na teia da cultura, se convencionam as origens, os estigmas e os traços distintivos de uma comunidade (BOURDIEU, s.d., p. 112-113).

A partir destes supostos, pensa-se no processo de identificação que caracterizou a região centro-oeste paulista. A modernização real ou imaginada deitada pelas atividades econômicas em franco progresso, o incremento demográfico ocorrido nas últimas décadas, inclusive com o significativo fluxo de pessoas oriundas de centros metropolitanos para o interior paulista, e a proposta de integração da região com outras áreas a partir da criação da Hidrovia do Mercosul, posteriormente limitada à ligação fluvial entre 220 municípios brasileiros, colocou em destaque um renovado empenho de cada um dos municípios em repensar suas identidades.

Um dos meios de firmar e popularizar as identidades municipais deveu-se à TV Tem, subsidiária regional da Rede Globo de Televisão. Fruto do interesse da emissora em selar alianças com os poderes públicos e com as elites das cidades situadas na sua área de cobertura, a TV Tem elaborou em conjunto com grupos de cada localidade programetes ou “calhaus” de 15 ou de 30 segundos que foram inseridos gratuitamente na sua programação diária, nos quais cada um dos municípios declarava publicamente sua identidade (BERTOLLI e DIEGOLI, 2007).

O processo de criação dos programetes dava-se da seguinte forma: uma equipe da empresa de comunicação visitava a cidade e entrava em contato com as lideranças locais, sobretudo com o prefeito, os secretários da cultura e, onde havia, o do turismo,

empresários, sacerdotes e diretores de escolas e de outras entidades, e em reunião, decidia-se o teor da mensagem que tinha o objetivo de apresentar os elementos identitários requeridos por cada município. A partir disto, cabia à TV Tem redigir um texto, captar imagens e produzir e veicular o “calhau”.

As cidades da região reiteraram ou reelaboraram alguns índices de sua identidade, deixando evidente que as mesmas são resultantes de relações e situações histórico-culturais específicas, nunca se mantendo perenemente as mesmas, mas respondendo às circunstâncias do momento, o que aconselha o uso da noção de processo de identificação e não propriamente de identidade (CUCHE, 1999, p.181).

Três tendências foram observadas na operação de apresentação midiática das identidades municipais. A primeira delas foi reiterar a vocação econômica do município, como fizeram Marília, “a capital nacional da bolacha”, Jaú, por sua vez “a capital nacional do calçado feminino” e Araçatuba, “a terra do boi gordo”, slogans que vinham sendo recitado há anos. Outras, no entanto, mesmo que com significativo desenvolvimento econômico em setores de ponta ou na agropecuária, preferiram voltar-se para conteúdos folclóricos, assumindo representações que em épocas passadas foram zelosamente ocultadas para afastar a pecha de “caipira”. Assim fez Botucatu, que se metamorfoseou em pátria dos “caçadores e tratadores de sacis” e de Dois Córregos a “cidade do Unhudo”, um personagem fantasmagórico que, de entidade maléfica, foi transformado em protetor da natureza (BERTOLLI FILHO e DIEGOLI, 2007; BERTOLLI FILHO e GUARALDO, 2006).

A terceira tendência, minoritária, foi a de manter slogans elaborados em período anterior, mas que assumidamente se mostravam frágeis e criticados pela própria comunidade. Bauru, que há décadas vinha ostentando o lema de “cidade sem limites” manteve a mesma imagem tanto na mídia quanto fora dela, agregando também a circunstância de ser um “pólo universitário”. No entanto, tal opção estava prestes a ser modificada.

Elevada à posição de município em 1896, Bauru ocupou durante décadas uma posição de destaque no contexto estadual, sendo desde 1905, ponto final da Estrada de Ferro Sorocabana, que ligava o centro-oeste paulista com a capital estadual, além de ser o local de início da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil, que se estendia até a Bolívia.

A qualidade inferior do solo municipal limitou a prática da agricultura comercial impondo que o lema inscrito na bandeira bauruense *custos vigilat* (sentinela alerta) fosse quase de imediato sobrepujado pelo de “cidade da terra branca”, referência ao terreno arenoso que domina a área. Em vez da agricultura, Bauru destacou-se, sobretudo como centro regional de comércio e, até a década de 1960, por sediar órgãos estaduais e federais responsáveis pela administração burocrática da Alta Paulista, extensa área que

se prolonga até as fronteiras com Mato Grosso do Sul. No entanto, a partir dos anos 70 do século passado a cidade perdeu sua posição privilegiada, com o declínio do transporte ferroviário e com a paulatina descentralização e informatização da administração pública.

A importância da cidade como centro comercial fez com que a esfera política municipal se mostrasse recalcitrante em relação às possibilidades da industrialização. No mesmo período em que Bauru perdia boa parte de sua função ferroviária e administrativa, optou-se por uma política contrária à industrialização, negando aos investidores os incentivos oferecidos pelos municípios vizinhos. Isto porque se acreditava que, para manter a ordem pública, o ar puro e a idealizada vida desprovida dos vícios metropolitanos, o melhor seria que as indústrias se instalassem nas cidades próximas, as quais necessariamente iriam aproveitar a mão de obra bauruense. Assim se esperava que o município fosse beneficiado com o afluxo dos salários recebidos pelos seus habitantes que trabalhavam nas redondezas, sem que o mesmo padecesse com os frutos negativos da industrialização. Foi neste cenário que a elite local definiu, ainda no final da década de 1970 e com forte participação do JC, a nova mensagem sintetizadora das ambições identitárias de Bauru: “cidade sem limites” (LOSNAK, 2004).

No decênio seguinte, Bauru definiu-se também como pólo universitário, sendo que hoje o município, que comporta uma população de aproximadamente 350 mil habitantes, conta com *campus* de cinco universidades (duas delas públicas) e mais seis centros universitários. No total, a cidade abriga mais de 30 mil estudantes, aproximadamente 1/3 deles oriundos de outras áreas do estado de São Paulo ou de outras regiões do país.

As relações dos bauruenses com os estudantes “de fora” guardam muito do modelo de convívio entre os “estabelecidos” e os “outsiders” (ELIAS e SCOTSON, 2000). Se de regra o convívio entre ambos os grupos é pacífico e marcado pela compra e venda de serviços que colaboram com a prosperidade do comércio local (BONO, 2003), nota-se também uma tensão cotidiana mal dissimulada entre ambos os agrupamentos.

Tal tensão foi e é nutrida por várias alegações proferidas por bauruenses, principalmente por aqueles que se auto-intitulam “defensores” das coisas locais. Em relação à Universidade Estadual Paulista (UNESP), em especial, eles confidenciaram, mesmo que acanhadamente, sentirem-se “frustrados” com a instituição, não só pelo fato do *campus* bauruense ter sido criado mediante a encampação de uma universidade municipal que, segundo os mesmo entrevistados, “expulsou a gente da universidade”, devido ao aumento da concorrência pelas vagas (ou, para outros, porque ela “vende vagas para os filhinhos de papai”), bem como pelo fato de ser fraca a vinculação entre a universidade e a comunidade. Quanto aos estudantes da mesma escola superior, eles foram criticados por exibirem um comportamento “arruaceiro” e consumirem “drogas pesadas”, o que faz com que alguns deles, de tempos em tempos, ocupem espaço nas páginas policiais da imprensa local.

Os estudantes “estrangeiros”, por sua vez, tendem publicamente a elogiar a cidade, mas frequentemente, em espaços mais restritos ou recobertos pelo anonimato possível nas comunidades virtuais, reclamam da “cidade dos buracos” e de sua população, com observações irônicas que fluem para a classificação da gente local como “caipira” ou “tosco”. Foi nesse contexto que uma comunidade agregada ao Orkut, formada prioritariamente por alunos da UNESP, adotou o lema “Eu odeio Bauru” e o grito de guerra “Ei Bauru, vai tomar no ...”. Mais do que isto, estigmatizaram os nativos mediante a composição do tipo social Baurulino, em tudo avesso à modernidade e ao modo de vida das grandes cidades, alegando, dentre outros fatos, que um conhecido político foi flagrado defecando no leito de uma das principais vias públicas da cidade, e que os baurulinos vestem traje de gala para visitarem a lanchonete Habib’s e o supermercado WalMart, já que os consideram os “melhores points” da região (BERTOLLI FILHO, 2008).

Em 1998, soube-se que “algumas pessoas” estavam em busca de um novo slogan acoplado a um renovado perfil identitário para o município que completara o primeiro século de existência dois anos antes, pois a ideia de “cidade sem limites” estava sendo alvo de inúmeras críticas por ser considerado vazio de sentido. Tal circunstância motivou a prefeitura municipal a tentar ressignificar a identidade local a partir do lema “coração de São Paulo”, devido à posição que Bauru ocupa no mapa estadual e também pelo boato da possibilidade de a reitoria da UNESP transferir sua sede para a cidade. Iniciada a propaganda do novo slogan, em pouco tempo ela foi abandonada pelo visível desinteresse público em assumir a nova representação.

Um dos autores deste texto percebeu nesse fato a possibilidade de desenvolver uma pesquisa que, apesar de interrompida depois de algum tempo, permitiu a coleta de alguns dados valiosos. Naquele momento, entrou-se em contato com cerca de 50 bauruenses nativos, de diversos grupos sociais, para se saber o que eles propunham como elemento representativo da identidade da cidade e de sua gente.

Do conjunto de entrevistas realizadas, detectaram-se duas tendências que, apesar de expostas, foram logo em seguida desqualificadas pelos próprios contatados. A primeira destas propôs a indicação de nomes de “bauruenses ilustres”, destacando-se dentre eles, em ordem crescente, o ator Edson Celulari, o engenheiro Ozires Silva, criador da Empresa Brasileira de Aeronáutica (EMBRAER), e o piloto Marcos César Pontes, o qual já havia sido escalado para a viagem espacial que só ocorreria em 2006. Recitados os nomes, eles foram desqualificados por um motivo quase unânime: nenhum deles havia feito algo em prol da cidade em que nasceram.

A segunda vertente indicou entidades que contribuíram para a divulgação da cidade em amplas áreas. Também em ordem crescente foi lembrada a úlcera de Bauru, nome popular da leishmaniose tegumentar americana que, na verdade, era corriqueira na região de Araçatuba, acometendo, sobretudo os trabalhadores ferroviários que eram transferidos

para a cidade de Bauru para receberem assistência médica. Na sequência, referências foram feitas à “Casa da Eny”, um bordel que funcionou por mais de quatro décadas na cidade sob a direção da paulistana Eny Cesarino e que ficou famoso pela sofisticação de suas instalações e por ser frequentado por políticos e empresários de todo o país, e o Esporte Clube Noroeste, time de futebol fundado em 1910, que em alguns momentos foi destaque no contexto bandeirante. Por último, com mais menções, encontrou-se a Estrada de Ferro Noroeste do Brasil, o que ensejou várias pessoas a declararem que Bauru era “a cidade das ferrovias”

Como aconteceu com a indicação dos personagens humanos, as menções sobre as “coisas de Bauru” também foram rejeitadas como peças que poderiam ser exploradas para a composição de uma nova imagem do município. Um dos entrevistados assim explicou os motivos da negação em série:

Nossa cidade é maior do que tudo isso. A doença era terrível e nojenta (...), o trem não passa mais, e mesmo quando funcionava era uma lástima, o Noroeste só tem perna-de-pau e perde todo jogo. Agora, querer fazer de um prostíbulo ou de alguma outra coisa sem graça símbolo de Bauru? Isso é uma ofensa, não é uma homenagem. Bauru merece algo melhor para representá-lo, mas não sei o quê...

Os bauruenses entrevistados pareciam desgostosos com o que era possível ser eleito como símbolo identitário da cidade. Apesar disso, no mesmo período em que se realizou a pesquisa, uma parcela da elite local já estava se mobilizando para arquitetar sua proposta para a nova identidade atribuída ao município. E com ela, iniciava-se a triste trajetória do Bauruzinho.

Em conformidade com o que é assumido publicamente em Bauru, o sanduíche que recebeu o nome da cidade foi criado no bar Ponto Chic, localizado na Praça Paissandu, na região central da cidade de São Paulo. Lá, numa madrugada de 1934, o estudante de Direito nascido em Bauru, Casimiro Pinto Neto – apelidado com o nome da cidade da qual viera –, ditou a um cozinheiro a receita original do lanche: pão francês aberto e sem miolo, uma porção de queijo mussarela derretido em banho-maria, fatias de rosbife, rodelas de tomate e de pepino, sal e orégano a gosto. De imediato, o preparado foi nomeado com a alcunha do estudante interiorano (O NOSSO LANCHE..., 2011).

O sanduíche popularizou-se e ganhou mais de uma dezena de variações regionais, sendo fraca a sua referência na cidade de Bauru como um lanche criado por um de seus filhos. Em 1972, um potiguar residente em Bauru, José Francisco Júnior, conhecido como Zé do Skinão, abriu uma lanchonete, batizada de Skinão. Dois anos depois, informado que o Ponto Chic havia encerrado suas atividades, José Francisco tomou para si a defesa da receita original do lanche bauru, passando a servi-lo no seu estabelecimento (ÚLTIMA ENTREVISTA..., 2011).

Foi somente em 1998 que a prefeitura municipal e alguns membros da elite local começaram a articular um movimento cuja meta era associar o sanduíche à cidade, conferindo o nome Casimiro Pinto Neto a um viaduto e alçando Zé do Skinão ao patamar de personagem público. No mesmo ano, foi aprovada uma lei municipal que sacramentou oficialmente a história e a receita original do lanche, indicou Zé do Skinão como preservador da tradição culinária e estabeleceu a Festa do Sanduíche Bauru (BAURU, 1998).

Pouco depois, a prefeitura bauruense também estabeleceu os critérios de certificação para as empresas que preparavam o lanche segundo a fórmula ditada em 1934. Até o presente momento apenas três restaurantes da cidade ostentam tal certificado (sendo que um deles já deixou de funcionar), além das três unidades do paulistano Ponto Chic, reaberto na década de 1990. A prefeitura assim justificou a necessidade de tal medida:

O selo [de certificação] destina-se a salvaguardar a tradição, preservar a identidade e valorizar a iniciativa de empresários do setor [de bares e restaurantes] que buscam a qualidade na prestação de serviços e o comprometimento com a municipalidade (Bauru, 2011).

Nos anos subsequentes, a Secretaria Municipal de Cultura requereu junto ao Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) o registro do sanduíche como patrimônio imaterial da cidade mediante um processo que ainda está em tramitação. A “nobilitação” e tentativa de popularização do “lanche tradicional”, não sem uma certa dose de ironia, tornou-o produto de acesso para poucos, sendo vendido atualmente por R\$ 11 nos estabelecimentos bauruenses que receberam a certificação oficial. A lanchonete Skinão, que granjeou fama quando localizada no centro degradado da cidade, transferiu-se para a zona sul, local de moradia da parte mais abonada da sociedade bauruense.

Delineado o contexto favorável, chegara o momento de articulação de uma campanha que, descompromissada com a realização de uma consulta popular, passou a reclamar que “o lanche nosso de cada dia” deveria ser elevado à condição de figura chave na tarefa de renovação da identidade municipal. Em resultado, em meados da década passada, foi arquitetado o Projeto Bauruzinho, liderado por Jad Zogheib e Fernando Mantovani, destacados membros do empresariado municipal, os quais contaram com o suporte de outros empresários e da prefeitura. Além disso, o movimento contou com o apoio irrestrito do *Jornal da Cidade*, o qual não perdeu oportunidade para se referir ao movimento, inclusive porque seu proprietário tomou parte ativa na articulação da proposta de renovação identitária.

As primeiras medidas tomadas pelo Projeto foi cobrar da rede de lanchonete Habib’s a inclusão do sanduíche no seu cardápio e oferecer patrocínio para que o museu histórico municipal montasse uma exposição intitulada “Bauru – o lanche do Brasil”. Estabelecida na sala batizada Zé do Skinão, a exposição contava a história do sanduíche, do Ponto Chic e do Skinão, apresentando ao visitante fotos, “talheres históricos” que serviram para a produção dos primeiros lanches e matérias jornalísticas que versavam sobre o tema.

Em primeiro de agosto de 2007, foi celebrado o aniversário do município e, simultaneamente, a Festa do Sanduíche Bauru. Realizadas no Parque Vitória Régia, situado na área nobre da cidade, as comemorações contaram com a apresentação de shows de artistas conhecidos e o consumo de um grande bolo que foi oferecido gratuitamente à população. A venda do sanduíche e de vários itens produzidos a partir do lanche, como camisetas e bonés, cujo lucro seriam destinados à entidades filantrópicas, foi pequeno naquele ano, colocando em evidência o restrito apelo popular do lanche que se queria símbolo da urbe.

Em consequência, o Projeto Bauruzinho, por sugestão de Fernando Mantovani, patrocinou a elaboração de uma imagem e uma “estátua” humanizada do sanduíche bauru, a qual deveria inclusive atrair a simpatia das crianças. Para isto, contratou-se o artista e ilustrador Adelmo Barreira, que atuava em várias agências de propaganda e que ganhara prêmios internacionais, para desenhar o personagem, cabendo ao designer Markinhos produzir o boneco-sanduíche. Deu-se assim, em maio de 2008, o nascimento do Bauruzinho, uma estátua de dois metros de altura, feita de fibra e de aço.

No início do mês seguinte, o Bauruzinho foi afixado pelos pés em uma base de concreto situada em uma das extremidades do parque Vitória Régia, tornando-o visível para quem transitasse a pé ou de automóvel pela Avenida Nações Unidas, principal via pública da cidade. De início, a presença do obelisco foi pouco notada, mas mesmo assim tornou-se alvo de uma primeira pichação a qual foi noticiada discretamente pela mídia local. Resultado do ataque, a estátua foi objeto de um “banho de solvente” para limpá-la, já que seria inaugurada oficialmente no contexto das celebrações do próximo aniversário do município (LA FORTEZZA, 2008a).

Poucos dias antes da festa de sua inauguração, o Bauruzinho foi recoberto por um toldo negro. Simultaneamente, o JC dedicou uma página inteira para registrar entrevistas dos patrocinadores do “monumento”, dando destaque ao pronunciamento de Jad Zogheib. Para ele, a criação do personagem e também de uma série de suvenires por ele inspirada constituía-se em uma forma de preservar e divulgar a receita original do sanduíche e também destacar “a marca do lanche e o nome da cidade para o mundo todo”. Na mesma entrevista, Zogheib ressaltou: “a gente vê a auto-estima do bauruense sendo elevada, o estabelecimento de uma identidade. (...) E por que não fortalecer o sanduíche Bauru? É uma maneira clara de a cidade ganhar uma identidade” (VIVA BAURU...,2008).

Nessa cirurgia, o pequeno grupo comandado por Zogheib, associado a uma parcela dos políticos de Bauru, demonstrou habilidade na tentativa de “inventar uma tradição”, resgatando da penumbra da história um item para exaltá-lo como algo atual e também fundamental para a comunidade (HOBSBAWM, 1983). A proposta era clara: arregimentar o lanche e o personagem a partir dele criado para favorecer a ressignificação da identidade municipal.

No dia primeiro de agosto de 2008, durante as celebrações da megafesta conhecida como “Viva Bauru”, a estátua foi inaugurada, com a presença da nata política e econômica municipal. Na ocasião, que tinha o Bauruzinho como personagem central, foi consumido um bolo de uma tonelada e meia e foram comercializados 10 mil sanduíches Bauru, encerrando-se o evento com um show protagonizado pelo cantor Jair Rodrigues. Segundo informações oficiais, a celebração reuniu 60 mil pessoas, o maior público até então presente em festa de tal tipo, gerando uma renda de R\$ 78,1 mil, três vezes mais do que a obtida no evento do ano anterior.

As notícias datadas do dia seguinte descreveram a celebração com as seguintes cores:

O lençol preto que cobria o monumento do Bauruzinho antes de seu lançamento oficial aguçou a curiosidade a diversas famílias. Muitas ficaram em pé nas imediações do obelisco com o intuito de serem as primeiras a conferir a novidade. Depois que a cerimônia começou, a aglomeração de pessoas aumentou. Muitas foram atraídas até mesmo pelo hino nacional. (...) Curiosos também se engalinharam para pegar um dos chaveiros do Bauruzinho distribuídos pelos idealizadores do programa. Tão animados quanto o público, encerraram a cerimônia abraçados ao som do Tema da Vitória, marcado pela trajetória do piloto Ayrton Senna (LA FORTEZZA, 2008b).

Na mesma matéria, a jornalista declarou que o Bauruzinho nasceu “conciliando simplicidade e didatismo”. Adelmo Ferreira, o artista que “deu vida ao novo símbolo da cidade”, declarou na oportunidade que “nada que não exista na receita foi acrescentado” à figura e também que o novo morador do parque Vitória Régia “tinha que ser simpático para agradar tanto a criança como a mãe dela, os adultos. Afinal, vai representar a cidade” (LA FORTEZZA, 2008b).

Com o passar dos dias, não arrefeceram as referências exaltativas nos jornais e na televisão sobre o Bauruzinho, seus criadores e patrocinadores, havendo também observações de que o município era a “terra do sanduíche Bauru”. No entanto, o suplício do bauru que virou estátua estava para ter início. Na noite do dia 22 de agosto, a estátua foi novamente pichada por um grupo de rapazes que, mesmo sem serem reconhecidos, foram apresentados como “moradores da periferia” da cidade, causando prejuízos no obelisco bem maiores do que quando ocorreu o primeiro ataque.

Pouco a mídia se reportou ao incidente, a não ser mediante a publicação pelo JC de uma carta de autoria de um leitor. Na missiva asseverou-se:

Todos os dias passo pela Nações Unidas e Parque Vitória Régia e confesso que, como todo bauruense, fiquei muito orgulhoso pela inauguração do Bauruzinho. As crianças adoram, virou ponto de referências no parque (...). Fizemos de um lanche um personagem, de um personagem um símbolo para a cidade, mas o que temos hoje é um símbolo pichado (BAURUZINHO..., 2008a).

Uma vez mais limpo das marcas produzidas pela pichação, o Bauruzinho permaneceu no parque até a madrugada do dia 5 de setembro, quando quatro estudantes

universitários, deslocaram a estátua de sua base e o levaram para a república em que residiam. Flagrados por um morador, eles foram denunciados à Polícia Militar, que se dirigiu à residência dos infratores acompanhados por uma equipe da TV Tem que registrou a prisão, o fichamento na delegacia e o envio dos rapazes para a cadeia, gerando um vídeo que até hoje pode ser acessado no portal do *Youtube* e em vários blogs. No dia seguinte, o crime foi noticiado em toda a mídia regional e na capital paulista, inclusive nas páginas dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* e nos telejornais da Rede Globo.

Na TV Tem, o assunto ganhou destaque; nas inúmeras matérias veiculadas, destacou-se repetidamente a reprovação da comunidade ao “atentado” e ainda que os universitários eram alunos de duas universidades locais (UNESP e Universidade do Sagrado Coração - USC). Alegou-se também que na república em que moravam foram encontrados outros itens furtados, dentre eles placas de trânsito e carrinhos de supermercado, conferindo aos estudantes o caráter de “infratores costumazes”. Na sequência, uma criança chorosa foi mostrada, acompanhada dos pais, com semblantes desolados ao lado da base onde estava afixada a estátua. Acrescentou ainda à matéria a informação que a família tinha se deslocado de Brasília especialmente para conhecer o Bauruzinho.

De imediato a prefeitura emitiu uma nota oficial na qual deplorou o crime, ressaltando que o Bauruzinho projetava o município “não só no país, mas em toda a América Latina”. Alertou-se ainda que “o símbolo” da cidade seria imediatamente restaurado e reinstalado no mesmo local de onde fora retirado (PREFEITURA..., 2008).

Na mesma matéria, Zogheib ganhou voz. Apesar de longo, o texto merece ser aqui reproduzido na íntegra:

Para o empresário Jad Zogheib, idealizador do Projeto Bauruzinho, a ação dos estudantes não tem explicação. A exemplo do secretário municipal de Cultura, o empresário ficou indignado com o fato. “A gente imagina que o cara possa pichar, danificar, mas nem nos passou pela cabeça que alguém tivesse a infeliz ideia de levar embora. Com qual objetivo? Não dá para entender”, destacou. O empresário afirma ainda que pretende encontrar uma forma de fazer os estudantes arcarem com os prejuízos para que o Bauruzinho seja recolocado em seu lugar. “Nós vamos reformar, vai ter um custo e esse pessoal vai ter que pagar. Estou pensando assim. Porque não é possível não existir uma punição para eles. A minha sugestão é que eles indenizem essa reposição, essa reforma”, frisou, ressaltando que a Justiça poderia dar uma pena alternativa e transformar os estudantes em guardiões do Bauruzinho, ou seja, tomarem conta do obelisco para que não sejam mais praticados atos de vandalismo” (PREFEITURA..., 2008).

No mesmo sentido, porta-vozes das duas universidades onde os infratores estudavam vieram À público para solenemente pedir desculpas à comunidade, prometendo punir os quatro depredadores do patrimônio público. No telejornal da TV Tem, uma docente de uma das escolas envolvidas, não conseguindo esconder o desconforto que experimentava

ao tratar do assunto, reiterou o pedido de desculpas e explicou que os quatro rapazes atentaram contra o Bauruzinho por não terem recebido “educação e amor suficientes” de seus progenitores.

Dois dias depois do furto, ao visitar a área do Parque Vitória Régia onde estivera o obelisco, um dos autores deste texto deparou-se com uma chorosa senhora que dizia não se conformar com o sucedido, servindo-se da expressão “suplício do Bauruzinho”. No mesmo local foram encontradas centenas de exemplares de um folheto assinado por um “autor indignado” que reiterava os rótulos de “vândalos” e “bárbaros” aplicados aos estudantes presos, acrescentando que “o símbolo da cidade estava se recuperando”. E concluiu: “tenho orgulho da minha cidade e ela está aberta pra (sic) pessoas bem intencionadas”.

Por mais de uma semana o *Jornal da Cidade* empenhou-se em reproduzir em suas páginas cartas enviadas à redação e declarações orais de moradores do município, que em coro se diziam indignados com a depredação do obelisco. Várias delas exigiam a permanência dos “criminosos” na prisão, assim como que fossem expulsos das escolas onde estudavam e da própria cidade.

Além de tais observações, o jornal publicou também um número significativo de matérias centradas no que havia acontecido. Em uma delas, uma psicóloga entrevistada declarou que o assunto que “fervilha a cidade” deixava claro que os quatro universitários padeciam de “falta de limites” ao não avaliarem que “a brincadeira pudesse invadir o direito do outro, no caso, a sociedade”. Acrescentou ainda que os rapazes delinquentes não sabiam viver em liberdade e “provaram que não têm capacidade para a independência”, asseverando que “eles contribuíram para queimar a imagem dos estudantes, numa cidade universitária como Bauru (CORNÉLIO, 2008).

No correr dos dias, as matérias que reprovavam o ato dos quatro estudantes infratores foram cedendo espaço à condenação da coletividade de universitários que residiam em Bauru, mas que não eram naturais do município, dando vazão à tensão que até aquele momento mantinha-se nos subterrâneos da sociedade local. Vários pronunciamentos públicos exigiram uma maior vigilância policial dos universitários, inclusive devido às festas que eram realizadas nas repúblicas estudantis e incomodavam a vizinhança.

Um texto publicado pela imprensa comparou o ataque ao Bauruzinho ao crime cometido por cinco jovens estudantes de Brasília, que em 1997 atearam fogo no corpo do índio pataxó Gaudêncio, enquanto este dormia em um ponto de ônibus. Para a autora da matéria, tais fatos eram provas de que “indivíduos sem caráter, sem respeito, sem educação e vergonha na cara não são vítimas da falta de oportunidade”, mas sim fruto de “uma sociedade passiva e conformada” (MALDONADO, 2008). Seguindo a mesma linha de pensamento, várias outras declarações condenaram o comportamento estudantil, inclusive sob a alegação de que a relação entre os estudantes abonados e a comunidade assemelhava-se à relação medieval entre os senhores e seus vassalos (LONDRINA..., 2009).

O ataque ao Bauruzinho também abriu oportunidade para que outras situações fossem colocadas em foco. A partir daquele acontecimento, um número significativo de cartas enviadas aos jornais, entrevistas veiculadas pela televisão e também durante o curso de conversas informais versaram sobre a precariedade dos serviços de segurança pública em Bauru, especialmente na área do Parque Vitória Régia e da falta de consciência cidadã no país, comparando o Brasil com os Estados Unidos e com diversos países europeus.

Além disso, o próprio Bauruzinho passou a ser alvo de críticas, estabelecendo-se uma ponte entre a depredação real e a depreciação simbólica do obelisco. Uma carta pioneira, publicada pelo JC logo após o ataque, destacou a circunstância de a administração pública ter abandonado a cidade à sua própria sorte e acrescentou: “aquele boneco não faz nenhuma falta na praça, ele é feio e ridículo. Os empresários que acharam que fizeram grande coisa inventando aquilo deveriam colocar na porta de suas empresas” (CIDADE..., 2008).

Dias depois, outra missiva deplorou a ação dos universitários, mas sua autora também confidenciou ter ficado “aliviada ao saber que ele [o Bauruzinho] não estava mais lá! [no parque municipal]”, e prosseguiu:

Já que foi considerado bem público, venho então como parte desse público pedir encarecidamente que não recolorem o sanduichinho lá [no Parque Vitória Régia]. Talvez ele fique bem em algum lanchódromo, ou alguma praça mais afastada, mas não no Vitória, não em uma das nossas principais e mais belas avenidas! (BAURUZINHO..., 2008b).

Apesar das críticas que foram se avolumando contra o Bauruzinho, uma emissora local de televisão, informou que o agora, simplesmente, “mascote do sanduíche Bauru” estava na oficina de um artista plástico para ser “curado e engordado”. Com isto queria dizer que a peça estava sendo reformada e seu peso aumentado, visando com isso inibir novos ataques.

Entrevistado pelo JC, Mantovani afirmou que ele apenas idealizara o obelisco, não o personagem símbolo do lanche e que a estátua seria reinstalada no mesmo local de onde fora roubado, no dia 12 de outubro de 2008. E acrescentou:

A ideia é que este dia seja um dia de cidadania para mexer com a estima do bauruense, chamar a atenção que a área precisa de cuidado, para que não aconteça mais o que aconteceu. E gostaríamos que seja no dia das Crianças, porque é um dia especial (PREVISÃO..., 2008)

No *Youtube*, além das inúmeras matérias jornalísticas sobre a depredação da estátua, também estão postados um número significativo de vídeos elaborados por universitários residentes em Bauru, alguns ridicularizando a estátua e ao mesmo tempo festejando seu furto e os perpetradores do delito. Um desses vídeos teve como abertura a exposição de um desenho no qual aparece a figura do Bauruzinho contornado pelo nome de uma república estudantil e a inscrição “O bauruzinho é nosso!!!” (PINTURA..., 2011).

Com o passar dos meses, o Bauruzinho se tornou um tema inspirador de pesquisas acadêmicas. Dentre estas destacaram-se o texto escrito e o videodocumentário produzidos por um grupo de alunas da UNESP, os quais granjearam vários prêmios na área da Comunicação Social (PRACUCHO et. al., 2009; PINTO et. al., 2008). A importância, especialmente do vídeo, encontra-se na apresentação de uma série de pronunciamentos discordantes e ao mesmo tempo reveladores de e sobre alguns dos envolvidos na indicação do lanche e de sua representação icônica como símbolo da cidade.

Nesse vídeo, o empresário Fernando Mantovani conferiu uma nova versão sobre sua participação no Projeto Bauruzinho, declarando em 2009 que havia idealizado o Bauruzinho exclusivamente para ser símbolo do sanduíche e com ele obter verbas para o patrocínio de obras assistenciais. Apesar disso, ainda segundo Mantovani, “algumas pessoas” se apoderaram do mascote, alçando-o à condição de símbolo da identidade municipal. Mesmo que buscando reduzir seu papel e responsabilidade na questão, o empresário comparou a função do “boneco” que idealizara com o papel que as pirâmides desempenham para os egípcios e da Torre Eiffel para os parisienses (PINTO et. al., 2008).

Rodrigo Agostinho, prefeito eleito de Bauru, mas que ainda não havia tomado posse, também foi entrevistado. Assim se declarou em relação ao Bauruzinho:

O lanche bauru precisa ser valorizado; agora eu acho que aquele monumento que fizeram [é] de péssimo mau gosto. A gente tem que, na verdade, saber valorizar os atributos que a gente tem na cidade. A gente tem que incentivar que as pessoas reconheçam os nossos valores, a nossa cultura, mas não precisa ser daquela forma (PINTO et. al., 2008).

22

No ano seguinte à deprecação da estátua, vários blogs também focaram o assunto, dentre eles *Monalisa de Pijamas*, que se empenhou em criticar alegremente a estátua. Mesmo que repleto de imprecisões factuais, o blog afirmou que “alguns estudantes (...) fizeram o favor de serrar as perninhas do Bauruzinho e levar pra rep[ública] deles”. Também se reproduziu uma pretensa declaração de Fernando Mantovani, o qual teria dito que, se fosse algo para simbolizar a cidade, ele faria um “buraco com pernas”, alusão ao fato de um dos pontos críticos de Bauru ser a precária manutenção das vias públicas (VERGONHA..., 2011).

O Bauruzinho nunca mais foi visto no Parque Vitória Régia. Sua reinstalação foi sendo continuamente adiada e, no dia 28 de março de 2009 a estátua foi colocada em um local de pouco movimento da área onde está localizado o terminal rodoviário da cidade. A reinauguração do obelisco contou com a presença do deputado federal João Herrmann, mas poucas pessoas compareceram à solenidade, ganhando mais destaque um casal que se apresentou com trajes que lembravam o próprio Bauruzinho para protestar contra o que dizia ser um “desatino” o fato de a cidade ter uma estátua tão feia.

---

<sup>3</sup>No vídeo em questão, um dos autores deste texto (CBF) foi entrevistado e parte da abordagem aqui realizada constitui-se em uma extensão daquele depoimento.



Bauruzinho - Fonte: <http://www.fotolog.com.br/fksr86/413244>.

Ninguém mais deu importância ao Bauruzinho, o personagem que ganhou uma estátua que se queria símbolo e síntese da identidade local. Nem mesmo a mídia bauruense se importou com a reinauguração, concedendo pouco destaque à cerimônia de sua reinstalação. Se ainda hoje é lembrado, isto se deve aos universitários de Bauru que invocam o Bauruzinho em seus trabalhos escolares ou em suas brincadeiras politicamente incorretas. Dentre estas, os estudantes alegam que, quem chegar à cidade, será recebido pelo Bauruzinho de braços abertos e vertendo lágrimas de pickles.

Apesar do esmaecimento do Projeto Bauruzinho, o empresário Jad Zogheib mantém-se como o último defensor do ícone, patrocinando a elaboração de duas réplicas do personagem, uma em fibra e outra em plástico. A de fibra encontra-se no museu municipal, enquanto que a outra, bem maior, é apresentada em alguns eventos, inclusive de ordem acadêmica, que ocorrem na cidade, suscitando estranhamento entre aqueles que desconhecem a rápida e triste trajetória do personagem, e apatia naqueles que a conhecem. Nas solenidades do último aniversário da cidade, o boneco de plástico foi colocado no Parque Vitória Régia, mas parece que ninguém se importou com sua presença no local.

O leitor deve estar curioso para saber o que aconteceu com os universitários que depredaram e “sequestraram” a estátua. Pois bem: presos por apenas um dia, eles foram postos em liberdade, sendo que o argumento utilizado por seus advogados de defesa foi de que, na época do pretense furto, a peça não tinha dono porque sua doação para a prefeitura não havia sido realizada. Assim, poder-se-ia considerar que a estátua do Bauruzinho tinha sido abandonada na via pública pelos seus reais proprietários, Jad Zogheib e Fernando Mantovani, e recolhida pelos estudantes.

No final de janeiro de 2010, a sentença dos quatro rapazes foi pronunciada, sendo por eles aceita a proposta de suspensão condicional do processo em que eram réus com a reparação do dano causado, salvo impossibilidade de fazê-la, a proibição de frequentarem

determinados lugares, de sair da cidade em que residiam por mais de 15 dias sem autorização judicial e ainda o compromisso de comparecerem em juízo a cada dois meses. Ressalta-se que, atualmente, nenhum deles reside mais em Bauru (APÓS...,2010).

Enquanto momentâneo elemento chave no processo da identificação municipal o Bauruzinho cumpriu seu ciclo. Instituído por uma parcela da elite, a mídia local desempenhou didaticamente o papel de disseminar entre os bauruenses respostas à questões como “quem somos?” e “o que nos distingue das demais cidades da região?” e “como podemos nos apresentar frente a um mundo pautado pela mundialização da cultura”.

No entanto, tais respostas surtiram apenas um efeito momentâneo, sobretudo porque alguns *outsiders* depredaram o monumento, ferindo os brios da comunidade municipal. Daí serem classificados como “vândalos” e “bárbaros”, pois simbolicamente os “invasores” se apoderaram do totem maior da cidade que sintomaticamente é denominada por alguns bauruenses mais tradicionais como sendo “a nossa tribo”. Daí o horror ao “crime” cometido e o pedido de pena dura aos infratores.

Porém, como elemento importante da identidade requerida que não surgira ou fora produzida mediante a ação conjunta dos munícipes, em curto prazo de tempo, o Bauruzinho foi preterido pelos próprios bauruenses e até mesmo pela própria mídia da cidade, sendo deslocado da posição de símbolo da cidade para o de mascote do lanche bauru.

No final da trama aqui registrada e da qual se buscou um significado, os suplícios de Bauruzinho se encerraram quando ele, segundo um entrevistado, foi “desterrado”, isto é, confinado a um canto raramente visitado da rodoviária local. E Bauru, que abdicou do lema “cidades sem limites”, continua em busca de elementos mais consistentes e coletivos para revelar sua identidade.

ANDERSON, B. *Comunidades imaginadas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

APÓS furto, Bauruzinho precisou ser remanejado. *Jornal da Cidade*. Bauru, 31/01/2010 (recorte de jornal).

BAURU. Câmara Municipal. Lei no. 4314 de 24 de junho de 1998. Disponível em: <[www.camabauru.sp.gov.br/camaver/leimun/04314.pdf](http://www.camabauru.sp.gov.br/camaver/leimun/04314.pdf)>. Acesso em: 07/07/2011.

BAURU. Prefeitura Municipal. Sanduíche bauru. Disponível em: <[www.bauru.sp.gov.br/secretarias/sec\\_desenvolvimento/sanduiche.aspx](http://www.bauru.sp.gov.br/secretarias/sec_desenvolvimento/sanduiche.aspx)>. Acesso em: 07/09/2011.

BAURUZINHO pichado. *Jornal da Cidade*. Bauru, 23/08/2008. Disponível em: <[www.jcnet.com.br/busca/busca\\_detalhe2008.php?codigo=137591](http://www.jcnet.com.br/busca/busca_detalhe2008.php?codigo=137591)>. Acesso em: 01/09/2011.

BAURUZINHO – não no Vitória!. *Jornal da Cidade*. Bauru, 09/09/2008. Disponível em: <[www.jcnet.com.br/busca/busca\\_detalhe2008.php?codigo=138827](http://www.jcnet.com.br/busca/busca_detalhe2008.php?codigo=138827)>. Acesso em: 01/09/2011.

BERTOLLI FILHO, C. Os baurulinos: convivendo com a diversidade no Orkut. In: CARDOSO, C. M. *Convivência na diversidade: cultura, educação e mídia*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2008, p. 245-265.

BERTOLLI FILHO, C. e DIEGOLI, J.C. Televisão, hegemonia e região: o caso da TV Tem. In: VICENTE, M. M. (org.). *Mídia e sociedade: perspectivas*. Bauru: UNESP/FAAC, 2007, p. 133-147.

BERTOLLI FILHO, C. e GUARALDO, T. de S.B. Cultura local, turismo e identidade: a ressignificação dos mitos em Dois Córregos. *Revista Científica Eletrônica de Turismo*, ano III, n. 4, jan. 2006. Disponível em: <<http://www.revista.inf.br/turismo04/artigos/art04.pdf>>. Acesso em 06/09/2011.

BONO, J.M. (org.). *Impactos econômicos e financeiros da UNESP para os municípios*. São Paulo: Ed. UNESP, 2003.

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Lisboa/Rio de Janeiro: DIFEL/BERTRAND, s.d.

CIDADE abandonada. *Jornal da Cidade*. Bauru, 07/09/2008. Disponível em:

<[www.jcnet.com.br/busca/busca\\_detalhe2008.php?codigo=138749](http://www.jcnet.com.br/busca/busca_detalhe2008.php?codigo=138749)>. Acesso em: 01/09/2011.

CORNÉLIO, R. de C. 'Atitudedemonstrafaltadelimites'. *Jornal da Cidade*, Bauru, 07/09/2008. Disponível em: <[www.jcnet.com.br/busca/busca\\_detalhe2008.php?codigo=138726](http://www.jcnet.com.br/busca/busca_detalhe2008.php?codigo=138726)>. Acesso em: 01/09/2011.

CUCHE, D. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: EDUSC, 1999.

EISENSTADT, S. N. e GIESEN, B. The construction of collective identity. *Archives Européennes de Sociologie*, vol. 36, p. 72-102, 1995.

ELIAS, N. e SCOTSON, J.L. *Os estabelecidos e os outsiders*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

GEERTZ, C. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GIDDENS, A. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Ed. UNESP, 1991.

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOBSBAWM, E. Introduction: inventing traditions. In: HOBSBAWM, E e RANGER, T. (eds.). *The invention of tradition*. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. p. 1-14.

LA FORTEZZA, L. Pichadores são flagrados com tinta e rolo de espuma na Nações Unidas. *Jornal da Cidade*. Bauru, 24/06/2008 (2008a). Disponível em: <[WWW.jcnet.com.br/busca/busca\\_detalhe2008.php?codigo=137672](http://WWW.jcnet.com.br/busca/busca_detalhe2008.php?codigo=137672)>. Acesso em: 01/09/2011.

LA FORTEZZA, L. Vitória Régia ganha Bauruzinho. *Jornal da Cidade*. Bauru, 02/08/2008 (2008b). Disponível em: <[www.jcnet.com.br/busca/busca\\_detalhe2008.php?codigo=135965](http://www.jcnet.com.br/busca/busca_detalhe2008.php?codigo=135965)>. Acesso em: 01/09/2011.

LONDRINA, bauruzinho e outras estórias. *Jornal da Cidade*. Bauru, 02/04/2009. Disponível em: <[www.jcnet.com.br/busca/busca\\_mostra2009.php](http://www.jcnet.com.br/busca/busca_mostra2009.php)>. Acesso em: 01/09/2011.

LOSNAK, C.J. *Polifonia urbana – imagens e representações: Bauru 1950-1980*. Bauru: EDUSC, 2004.

MALDONADO, T.R. Oportunidade xuniversitários. *Jornal da Cidade*. Bauru, 08/09/20011. Disponível em: <[www.jcnet.com.br/busca/busca\\_detalhe2008.php?codigo=138779](http://www.jcnet.com.br/busca/busca_detalhe2008.php?codigo=138779)>. Acesso em: 01/09/2011.

O NOSSO lanche de cada dia. Disponível em: <<[www.bauruline.com.br/lanche.php](http://www.bauruline.com.br/lanche.php)>. Acesso em 07/09/2011.

PINTO, C. de P. et al. 2ª. via – *Bauru em busca de uma nova identidade*, 2008. Disponível em: <<http://vimeo.com/24681869>>. Acesso em: 01/09/2011.

PINTURA do Bauruzinho – República Parranokiçaba – Bauru-SP. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=RrLM0oHdvDo>>. Acesso em: 07/09/2011.

PRACUCHO, N. G. et. al. *Segunda Via* – Bauru em busca de uma nova identidade, 2009. Disponível em: <[www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/expocom/EX14-0520-1.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/expocom/EX14-0520-1.pdf)>. Acesso em: 01/09/2011.

PREFEITURA lamenta ato de vandalismo. *Jornal da Cidade*. Bauru, 06/09/2008. Disponível em: <[www.jcnet.com.br/busca/busca\\_detalhe2008.php?codigo=138641](http://www.jcnet.com.br/busca/busca_detalhe2008.php?codigo=138641)>. Acesso em: 01/09/2011.

PREVISÃO é devolver o Bauruzinho ao Parque Vitória Régia no dia 12. *Jornal da Cidade*. Bauru, 04/10/2008. Disponível em: <[www.jcnet.com.br/busca/busca\\_detalhe2008.php?codigo=140740](http://www.jcnet.com.br/busca/busca_detalhe2008.php?codigo=140740)>. Acesso em: 01/09/2011.

ÚLTIMA entrevista – *Zé do Skinão* – lanche Bauru. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=vyl7DlGE6zg>>. Acesso em 07/07/2011.

26 VERGONHA alheia – captura do Bauruzinho. Blog Monalisa de Pijama (2009). Disponível em: <http://www.monalisadepijamas.com.br/vergonha-alheia/vergonha-alheia-captura-do-bauruzinho-bauru-sp>>. Acesso em: 01/09/2011.

VIVA Bauru terá festa do sanduíche, bolo gigante, show com Jair Rodrigues e exposições no Vitória Régia. *Jornal da Cidade*, 20 de julho de 2008. Disponível em: <[www.jcnet.com.br/busca/busca\\_detalhe2008.php?codigo=135113](http://www.jcnet.com.br/busca/busca_detalhe2008.php?codigo=135113)>. Acesso em: 01/09/2011.

Bauruzinho - Fonte: <http://www.fotolog.com.br/fksr86/413244>.

