

O CARNAVAL DA BAHIA: UM DESAFIO PARA AS POLÍTICAS CULTURAIS*

Paulo Miguez¹

RESUMO: O Brasil é o país dos muitos carnavais, um conjunto amplo e diferenciado de festejos que risca, em cores vivas, um dos traços mais vigorosos do tecido simbólico brasileiro. Ao lado das significativas diferenças que individualizam os muitos carnavais brasileiros, é possível, no entanto, identificarmos, contemporaneamente, um traço comum de grande importância. Trata-se da emergência de uma lógica e de práticas típicas do campo da economia que acabaram por garantir à festa a condição de grande mercado. No presente artigo, apresentamos três macrodesafios que apenas tentam acomodar os principais aspectos que caracterizam o conjunto de problemas que emerge do carnaval baiano, na sua configuração contemporânea. O detalhamento e a identificação do repertório de políticas e ações necessárias ao seu enfrentamento requer, por óbvio, um amplo e transparente processo democrático de discussão, envolvendo os distintos atores carnavalescos, tanto públicos quanto privados.

PALAVRAS-CHAVE: Carnaval. Carnaval baiano. Indústria cultural. Economia da cultura. Turismo.

RESUMÉ: Le Brésil est le pays des plusieurs carnavals, un ensemble large et différencié de festivités qui trace, dans des couleurs vives, une des plus fortes caractéristiques du tissu symbolique brésilien. Outre les différences considérables qui rendent individuels les nombreux carnavals brésiliens, il est possible, cependant, d'identifier, aujourd'hui, une caractéristique commune très importante. Il s'agit de l'apparition d'une logique et des pratiques typiques du champ de l'économie qui a finalement assuré à la fête la condition de grand marché. Dans cet article nous présentons trois défis qui essaient de tenir compte des principaux aspects qui caractérisent l'ensemble des problèmes émergents du carnaval de Bahia, dans son cadre contemporain. Les détails et l'identification du répertoire des politiques et actions nécessaires à son affrontement implique, de toute évidence, un démocratique processus large et transparent, de discussion, concernant les différents acteurs du carnaval, à la fois publics et privés.

MOTS-CLÉS: Carnaval. Carnaval bahianais. Industrie culturelle. Economie de la culture. Tourisme.

* O presente texto é resultado da apresentação do autor na mesa-redonda "Cultura, identidade e organização dos territórios, apostas políticas e culturais dos festivais, articulações das intervenções públicas" do 1º Colóquio Internacional No Reino dos Festivais, realizado em Salvador, de 24 a 25 de outubro de 2011.

¹ Professor do Instituto de Humanidades Artes e Ciências da UFBA.



O “carnaval-negócio” é a marca registrada que, nas últimas duas décadas, tem particularizado a configuração do carnaval da Bahia. Sua formação resulta da conjunção de três inflexões importantes, experimentadas pela festa carnavalesca, nos últimos sessenta anos.

A primeira, a criação/invenção do trio elétrico, no carnaval de 1950, pelos geniais Dodô e Osmar, fato que marca uma profunda e definitiva transformação do carnaval baiano, ao inaugurar uma espécie de “democracia do lúdico”, e promover inovações que redefiniram a festa, nos seus aspectos estético-musical, gestual, territorial, organizativo e tecnológico.

A segunda, em meados dos anos de 1970, a explosão afro-carnavalesca acionada pela juventude negromestiça de Salvador, caracterizada pelo ressurgimento dos afoxés e, novidade absoluta, pela emergência dos blocos afro, organizações com um repertório estético-político de matriz afrobaiana, que acabou por transcender o território do carnaval, avançando cidade adentro e alterando radicalmente a cena cultural baiana.

Nos anos de 1980, localiza-se a terceira das inflexões. Trata-se do processo de empresarialização dos blocos de trio. Surgidos na metade da década anterior, por obra das classes médias da cidade, privatizam com suas cordas o trio elétrico – reintroduzindo a hierarquia social na ocupação do espaço público da festa, que havia sido desarticulada pela invenção de Dodô e Osmar, nos anos de 1950 – e, rapidamente, passam a se organizar em bases empresariais, privilegiando a dimensão de mercado, contribuindo, decisivamente, para a transformação do carnaval baiano em um produto, com um ciclo de realização que ultrapassa os limites da festa e da cidade, e estimulando as demais organizações carnavalescas a se arriscarem em aventuras organizacionais semelhantes.

Assim é que, desta tríplice conjunção, vai emergir um carnaval que podemos chamar de “afro-elétrico-empresarial”. Um megaevento, simultaneamente produto e mercado, com uma estrutura e uma lógica organizacional que se torna a cada ano mais complexa, com uma capacidade impressionante de gerar, transformar e realizar seus múltiplos produtos (música, artistas, organizações e o próprio trio elétrico), articulado de formas variadas

à indústria cultural, ao sistema midiático, à indústria do turismo e do lazer e à economia de serviços da cidade, e que movimenta, atualmente, algo em volta de meio bilhão de reais.

É evidente que, assim (re)configurado, o carnaval aciona imensos desafios. Quais são e como enfrentá-los não são questões simples de responder. São questões que, inclusive, exigem um esforço inicial: o abandono das falsas perspectivas de análise da cena carnavalesca. Um, nostalgicamente ancoradas nos “velhos carnavais”, que vendem a ideia de que “antes” a festa era melhor, perfeita mesmo, quase... angelical. Outras, que acreditam ser possível ao carnaval eliminar ou, pelo menos, sublimar as desigualdades sociais, os preconceitos etc. Algumas mais, crentes de que o carnaval é apenas um mercado, e o que importa é apenas o(s) seu(s) negócio(s), e especializadas em pensar esquemas ainda mais privatizadores, concentradores, excludentes. Definitivamente, perspectivas desse quilate de nada adiantam para a identificação e o enfrentamento dos desafios do carnaval baiano contemporâneo. Primeiro, porque o carnaval sempre foi uma arena de muitos conflitos, velhos e novos conflitos. Por outro lado, não cabe a Momo, soberano por escassos dias, resolver problemas, como no caso das desigualdades sociais, que dependem de políticas públicas e não da festa, nem muito menos consta que o soberano da galhofa tenha se tornado tão somente um reles negociante de alegrias.

Portanto, armar uma equação que pretenda dar conta dos desafios dos festejos carnavalescos na Bahia, na sua forma atual, exige, por certo, outro tipo de perspectiva. Seu ponto de partida deve ser a compreensão do carnaval como um fenômeno do campo da cultura. Sim, antes de tudo – muito antes, por exemplo, da sua condição de grande negócio, e para além das idealizações que teimam em romantizá-lo –, o carnaval é, especificamente, uma – junto com o Candomblé, a mais vistosa e vigorosa – manifestação do patrimônio intangível da cultura baiana, e é assim que deve ser tratado.

Como não é assim que vem sendo tratado, passar a tratá-lo tendo como base esta compreensão, que é o primeiro, e o mais amplo, dos desafios do carnaval baiano, hoje. Enfrentar tal desafio é tarefa fundamentalmente do Estado, no plano municipal, principalmente, mas também no estadual e até no

federal. Primeiro, porque a ele cabe o cumprimento das obrigações constitucionais de proteção do patrimônio cultural. Depois, porque deve ser ele o principal responsável pela formulação e a implementação de políticas públicas de cultura dedicadas à festa. Políticas que acionem mecanismos de proteção à diversidade de manifestações que caracteriza a história dos festejos carnavalescos; que cuidem da memória da festa; que estimulem estudos e pesquisas sobre seus vários aspectos; que promovam a produção de informações, estatísticas e indicadores; e que atentem, é óbvio, para a dimensão econômica de que se revestem atualmente os festejos, particularmente pelo fato de que, no carnaval baiano, a dimensão econômico-mercantil tem vindo, praticamente, a subordinar a dimensão simbólico-cultural.

Articulados a este primeiro desafio, dois outros compõem, também, a equação. Um, o desafio de estabelecer marcos regulatórios sintonizados com um projeto de distribuição menos desigual da riqueza gerada pela festa. Cabe, portanto, ao Poder Público, definir uma regulação que impeça as práticas oligopolistas e concentradoras, que têm ampliado e aprofundado desigualdades e excluído os atores e setores mais frágeis – as pequenas entidades carnavalescas, a exemplo dos afoxés, as micro e pequenas empresas e um exército de trabalhadores informais –, de uma melhor repartição dos benefícios econômicos do carnaval.

O outro, o desafio da governança, absolutamente imperativo, uma vez que o carnaval envolve uma multiplicidade de atores sociais, tanto públicos quanto privados. Fundamental neste aspecto é uma radical reorganização do Conselho Municipal do Carnaval, um organismo que não consegue, na sua forma atual, representar a diversidade de interesses presentes na festa, e que acaba sempre hegemônico pelos grandes grupos que atuam no mercado da festa.

Os três macrodesafios aqui indicados apenas tentam acomodar os principais aspectos que caracterizam o conjunto de problemas que emerge do carnaval baiano, na sua configuração contemporânea. O detalhamento e a identificação do repertório de políticas e ações necessárias ao seu enfrentamento requer, por óbvio, um amplo e transparente processo democrático de discussão, envolvendo

os distintos atores carnavalescos, tanto públicos quanto privados.

Todavia, o que deve estar claro é que tal repertório de políticas e ações que, no âmbito organizativo, técnico, gerencial ou econômico, pretenda apontar para este objetivo deve ter como baliza, inegociável, o fato de ser o carnaval um patrimônio da cultura baiana. Estamos falando, portanto, de políticas públicas de cultura para a festa, algo que, historicamente, não comparece como eixo na relação entre o Estado e o carnaval da Bahia. Fora daí, qualquer intervenção comportará, sempre, os riscos de fragilizar a dimensão simbólica da festa e comprometer seus sentidos, seus significados, seu lugar na vida da cidade.

