



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS  
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

***CARNAVAL DE SALVADOR:***

***MERCANTILIZAÇÃO E PRODUÇÃO DE ESPAÇOS DE  
SEGREGAÇÃO, EXCLUSÃO E CONFLITO***

**CLÍMACO CÉSAR SIQUEIRA DIAS**

SALVADOR-BAHIA  
JANEIRO – 2002



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS  
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

**CARNAVAL DE SALVADOR:**

**MERCANTILIZAÇÃO E PRODUÇÃO DE ESPAÇOS DE  
SEGREGAÇÃO, EXCLUSÃO E CONFLITO**

**CLÍMACO CÉSAR SIQUEIRA DIAS**  
ORIENTADORA : PROFa. Dra. MARIA AUXILIADORA DA SILVA

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**  
submetida em satisfação parcial dos requisitos ao grau de

**MESTRE EM GEOGRAFIA**

à  
Câmara de Ensino de Pós-Graduação e Pesquisa  
da  
Universidade Federal da Bahia

Aprovado:

Comissão Examinadora

.....  
.....  
.....

Dra. Maria Auxiliadora da Silva  
Dr. Angelo S. Perret Serpa  
Dr. Ordep José Trindade Serra

Data da Aprovação: ...../...../.....

Grau conferido em: ...../...../.....

D541	Dias, Clímaco César Siqueira,
<p>Dissertação (Mestrado) - Pós-Graduação em Geografia.          Instituto de Geociências da Universidade Federal da Bahia, 2002.</p>	
<p>1. Geografia Humana – Salvador (BA) 2. Carnaval - Salvador (BA) – Aspectos Econômicos 3. Carnaval - Salvador (BA) – Aspectos Sociais 4. Carnaval – Salvador (BA) – Mercantilização I. Título II. Tese</p>	
<p>CDU 911.3 (813.8) (043)</p>	

Carnaval de Salvador: Mercantilização e Produção de Espaços de Exclusão, Segregação e Conflito/ Clímaco César Siqueira Dias. \_ Salvador, 2002

## ÍNDICE GERAL

ÍNDICE DE TABELAS.....	ii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ii
ÍNDICE DE MAPAS.....	iii
GLOSSÁRIO.....	iv
AGRADECIMENTOS.....	v
INTRODUÇÃO .....	10
O MUNDO DO CARNAVAL, CULTURA OU IDÉIA DE CULTURA, E TERRITORIALIZAÇÃO NO CARNAVAL DE SALVADOR .....	22
MUNDIALIZAÇÃO SOTEROPOLITANA: TURISMO, CARNAVAL E VENDA DA CIDADE.....	38
ORGANIZAÇÕES CARNAVALESCAS: TEMPO E ESPAÇO DE CONFLITOS... 71	
Mudança do Garcia: um Campo Grande cada dia mais distante.....	71
O Trio Elétrico já não Chama Gente como no Passado .....	81
Os Afoxés: a tradição evanescente .....	86
O Bloco Afro: uma transformação interrompida.....	92
Bloco de Trio: a privatização do espaço público.....	99
O Bloco de Índio Luta para Sobreviver na Selva do Mercado e do Preconceito .....	106
Bloco de Travestidos, Pequenos Grupos e Percussão: quem viu? .....	109
O Folião Pipoca: a desterritorialização do soberano do território.....	115
A NOVA PRODUÇÃO DO ESPAÇO DO CARNAVAL MERCANTIL.....	118
O Território de Discriminação, Exclusão e Segregação.....	159
Os Negócios do Carnaval .....	167
CONCLUSÃO.....	173
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	185
ÍNDICE REMISSIVO POR REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA .....	192

ÍNDICE REMISSIVO POR ASSUNTO .....	194
------------------------------------	-----

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: EVOLUÇÃO DO TURISMO MUNDIAL – 1965/1999.....	45
Tabela 2: TOTAL DE HORAS DESFILADAS PELAS ENTIDADES CARNAVALESCAS DE SALVADOR EM 1985 E 2000, AGRUPADOS POR CATEGORIAS.....	86
Tabela 3: DISTRIBUIÇÃO DAS BARRACAS PADRONIZADAS NO CARNAVAL DE 95 .....	144
Tabela 4: DISTRIBUIÇÃO DO PATROCÍNIO DO CARNAVAL À PREFEITURA MUNICIPAL, POR SEGMENTOS DA ECONOMIA, QUANTIDADE DE EMPRESAS CADASTRADAS, COTAS VENDIDAS E EMPRESAS COMPRADORAS, NO CARNAVAL DE 1999. ....	151
Tabela 5: GRUPOS DE ENTIDADES PARTICIPANTES DO CARNAVAL DE SALVADOR, EM 1997, E OS RESPECTIVOS PERCENTUAIS DE PARTICIPAÇÃO SOBRE O TOTAL.....	152
Tabela 6: CUSTO DO CARNAVAL DE 1997 .....	153
Tabela 7: INDICADORES DO CARNAVAL/2001: GERAÇÃO DE EMPREGOS TEMPORÁRIOS.....	167
Tabela 8: INDICADORES DO CARNAVAL/2001: GERAÇÃO DE NEGÓCIOS ..	168
Tabela 9: OUTROS INDICADORES DO CARNAVAL/2001: LOCALIZAÇÃO DE ESTRUTURAS .....	168

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: DEMONSTRATIVO DE GASTOS COM PUBLICIDADE PELOS GOVERNOS FEDERAL E ESTADUAL DESTACANDO ALGUNS ÓRGÃOS, EXTRAÍDO DO JORNAL O ESTADO DE SÃO PAULO (WWW.ESTADAO.COM.BR), 25/03/2001.....	61
Figura 2: DISTRIBUIÇÃO RELATIVA DA RENDA FAMILIAR NOS ANOS DE 1987 E 1996 NA REGIÃO METROPOLITANA DE SALVADOR FONTE: IBGE/POF, 2000 .....	65
Figura 3: DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS DO CONCURSO TOP OF MIND QUE PREMIA AS MARCAS MAIS LEMBRADAS EM SALVADOR. (Fotos: Jussara Dias, 2001) .....	66
Figura 4: CARACTERIZAÇÃO DA MUDANÇA DO GARCIA – CARNAVAL DE 2001. (Fotos: Jussara Dias, 2001) .....	73

Figura 5: CARTAZES/PROTESTO DA MUDANÇA DO GARCIA – CARNAVAL DE 2001. (Fotos: Jussara Dias, 2001) .....	74
Figura 6: A DIVERSIDADE NO DESFILE DA MUDANÇA DO GARCIA – CARNAVAL DE 2001. (Fotos: Jussara Dias, 2001) .....	77
Figura 7: OUTDOOR EXIBIDO NAS PRINCIPAIS VIAS PÚBLICAS DE SALVADOR EM SETEMBRO DE 2001 COMO PUBLICIDADE DO BLOCO EVA PARA O CARNAVAL DE 2002. (Foto: Jussara Dias, 2001) .....	104
Figura 8: PLACAS PUBLICITÁRIAS EXPOSTAS NAS PRINCIPAIS VIAS PÚBLICAS DE SALVADOR, 2000/01. (Fotos: Jussara Dias, 2001) .....	148
Figura 9: CAMAROTES DISPOSTOS AO LONGO DA AVENIDA OCEÂNICA (CIRCUITO BARRA-ONDINA). (Fotos: Jussara Dias, 2001) .....	149

## ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1: LOCALIZAÇÃO DOS CIRCUITOS DO CARNAVAL DE SALVADOR/BA – VISÃO GERAL .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Mapa 2: CIRCUITO DO CAMPO GRANDE (OSMAR) / CARNAVAL DE SALVADOR/BA .....	14
Mapa 3: CIRCUITO BARRA-ONDINA (DODÔ) / CARNAVAL DE SALVADOR/BA .....	16
Mapa 4: CIRCUITO DA PRAÇA MUNICIPAL (BATATINHA) / CARNAVAL DE SALVADOR/BA .....	17
Mapa 5: CIRCUITO DO CENTRO HISTÓRICO (PELOURINHO) / CARNAVAL DE SALVADOR/BA .....	20

## GLOSSÁRIO

**ABADÁ** - Segundo Moura (2001), (...) Esse termo, que nomeia a túnica tradicional e distintiva dos iorubás e de várias etnias da África Ocidental, vem designar agora, de preferência, a blusa esportiva, quase sempre de tecido sintético, que quase todos os blocos passam a usar no cortejo, inclusive o Araketu, o Muzenza e o Olodum.

**AFOXÉ** – Agrupamento de foliões que desfilam movidos pelos ritmos executados pelo candomblé.

**AMBULANTES** - Grupo de trabalhadores informais que comercializam alimentos e bebidas nas vias onde acontecem os cortejos e nas áreas adjacentes, normalmente em caixas térmicas em carrinho de mão.

**AXÉ MUSIC** - Estilo musical hegemônico no carnaval de Salvador a partir da segunda metade da década de 1980.

**BARRAQUEIROS** - Grupo de trabalhadores informais que comercializam alimentos e bebidas em um ponto fixo.

**BLOCO AFRO** - Agrupamento de foliões com indumentárias e ritmos baseados na cultura africana

**BLOCO DE ÍNDIO** - Grupo de foliões que utilizam indumentárias inspiradas nos povos indígenas norte-americanos e brasileiros.

**BLOCO DE TRAVESTIDOS** – Grupo de foliões do sexo masculino que vão às ruas fantasiados de mulher

**BLOCO DE TRIO** – Agrupamento de foliões que trajam abadás, movidos pelo som do trio elétrico que executa, principalmente, a axé music.

**CAMAROTE** – Espaço privado destinado aos expectadores do carnaval, na condição de pagantes ou convidados.

**CATADORES DE LATAS** - Grupo de trabalhadores informais que recolhem as latas de refrigerantes e cervejas jogadas nas vias públicas, após consumo pelos foliões e expectadores.

**CORDEIROS** - Denominação popular dos trabalhadores que fazem a segurança dos blocos carnavalescos de Salvador, segurando as cordas delimitadoras do território dos blocos, durante o período em que esses desfilam.

**FOLIÃO PIPOCA** - Denominação popular do folião que participa do carnaval nas ruas de Salvador, sem pertencer aos blocos ou a grupos organizados

**MUDANÇA DO GARCIA** - Bloco carnavalesco, sem cordas, que agrega grupos organizados e foliões pipoca, e que realiza o seu cortejo na segunda-feira do carnaval no bairro Garcia e Campo Grande.

## **AGRADECIMENTOS**

À minha esposa, amante, colega, autora das fotos e debatedora, Jussara Dias.

Ao meu filho, Fernando (Zeca), por sempre acreditar no pai.

Ao meu filho ou filha que está chegando.

À minha mãe e minhas irmãs, pelo amor.

Ao meu pai, que se estivesse aqui estaria comemorando.

Aos colaboradores, Antonio Olavo, Paulo Pontes, Nelson Oliveira, Roberto Evangelista, Raimundo Bujão, Luís Paulo, Clóvis Caribé, Edgar Porto, Oswaldo Barreto, Gilberto Leal, Antônio Guerreiro, Maria Muniz, Graça Fróes, Jorge Bafafé, Alícia Lose, Luciana Vasconcelos e Israel Pinheiro.

À minha orientadora, Maria Auxiliadora da Silva, pelas contribuições e estímulos nos momentos difíceis.

Aos professores, Angelo Serpa e Ordep Serra, pelos importantes subsídios.

Aos professores do Mestrado em Geografia/UFBA.

Aos meus alunos.

Aos colegas do Centro de Estudos Euclides da Cunha – CEEC.

## Resumo

O carnaval moderno de Salvador sucede ao entrudo no final do século XIX, adotando, de início, modelos importados dos carnavais europeus. Entretanto, mesmo nessa fase, já conseguia imprimir a sua marca através das entidades que vinham à rua trazendo motivos africanos e que, mais tarde, seriam conhecidas como Afoxés.

Ao longo do século XX, o carnaval foi incorporando as mais variadas manifestações culturais do lugar, embora isso sempre tivesse sido motivo de intensas disputas de classe e de etnias. Por isso, é possível afirmar que a festa, mesmo expressando as mais legítimas representações dos habitantes da cidade, sempre foi um palco de intensos conflitos que resultavam em exclusões e segregações, principalmente da população pobre e negra. A depender de fatores políticos, econômicos e de apropriação das técnicas, no carnaval sempre se alternaram momentos em que se davam com maior ou menor intensidade.

Esta pesquisa tem como objeto de análise o período que abrange desde meados da década de 1980 até o momento atual, tendo essa escolha devido-se, basicamente, ao fato de que é nesse período que se aguçam vários conflitos decorrentes do crescimento exponencial da festa e da sua crescente transformação no espaço mercantil.

## INTRODUÇÃO

O carnaval moderno de Salvador sucede ao entrudo no final do século XIX, adotando, de início, modelos importados dos carnavais europeus. Entretanto, mesmo nessa fase, já conseguia imprimir sua marca através das entidades que vinham à rua trazendo motivos africanos e que, mais tarde, seriam conhecidas como Afoxés.

Ao longo do século XX, o carnaval foi incorporando as mais variadas manifestações culturais do lugar, embora isso sempre tivesse sido motivo de intensas disputas de classes e de etnias. Por isso, é possível afirmar que a festa, mesmo expressando as mais legítimas representações dos habitantes da cidade, sempre foi um palco de intensos conflitos que resultavam em exclusões e segregações, principalmente da população pobre e negra. A depender de fatores políticos, econômicos e de apropriação das técnicas, no carnaval sempre se alternaram momentos em que esses conflitos se davam com maior ou menor intensidade.

Esta pesquisa tem como objeto de análise o período que abrange desde meados da década de 1980 até o momento atual, tendo essa escolha devido-se, basicamente, ao fato de que é nesse período que se aguçam vários conflitos decorrentes do crescimento exponencial da festa e da sua crescente transformação em espaço mercantil.

A definição do turismo como prioridade governamental e a expansão dos espetáculos urbanos como forças econômicas e simbólicas de uma conjuntura denominada pós-moderna foram também decisivos para que o carnaval de Salvador se transformasse num dos maiores espetáculos do mundo. Entretanto, essa transformação foi acompanhada de uma lógica que impeliu à exclusão

muitos segmentos da população, de forma muito mais intensa do que no passado, pelo fato de os grupos econômicos ligados à produção cultural, os segmentos ligados ao *trade* turístico e o poder público estadual e municipal terem se tornado os principais produtores desse espaço.

Várias foram as fontes desta pesquisa, mas algumas merecem destaque por terem sido as principais alimentadoras do desenvolvimento e das conclusões do trabalho.

A reconstituição histórica de todo carnaval de Salvador tem como fontes, além de trabalhos clássicos de autores como Arthur Ramos, Manuel Bonfim, Roger Bastide, Pierre Verger, trabalhos atuais como dissertações de mestrado, teses de doutoramento, e ainda entrevistas com pessoas que viveram carnavais da década de 1940 até o início da década de 1980.

Para a parte específica, relativa ao período estudado, utilizaram-se várias fontes, com destaque para fontes documentais de alguns órgãos públicos, entre eles a EMTURSA (Empresa de Turismo S.A), órgão oficial de turismo do município de Salvador. Entrevistas diretas – realizadas durante os anos de 2000 e 2001 – com foliões, produtores culturais, locutores de FM, proprietários de estúdios fonográficos, dirigentes das variadas entidades carnavalescas, dirigentes públicos e artistas forneceram, também, subsídios muito importantes para a construção deste trabalho.

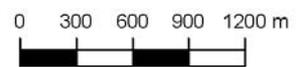
Merecem destaque ainda os Relatórios do Carnaval publicados desde 1984, o Planejamento do Carnaval publicado em vários anos do período estudado, os ofícios expedidos por dirigentes, as licitações públicas realizadas e toda a produção da infra-estrutura do espaço carnavalesco, por terem sido documentos da EMTURSA privilegiados no trabalho.

# Mapa 1: LOCALIZAÇÃO DOS CIRCUITOS DO CARNAVAL DE SALVADOR/ BA - VISÃO GERAL



Base Cartográfica Oficial de Salvador - Prefeitura Municipal de Salvador

— Circuitos carnavalescos



Os Relatórios do Carnaval permitiram identificar a evolução dos vários módulos carnavalescos de Salvador ao longo do período referido e fazer o cruzamento com os módulos orientados por uma lógica marcadamente mercantil. Também foi possível constatar, nesses documentos, as políticas públicas adotadas na produção do espaço ano a ano, e, a partir daí, construir as conclusões explicitadas em todos os capítulos.

Nos Relatórios do Carnaval foram encontradas também pesquisas de opinião pública, realizadas em vários anos desse período, com turistas e foliões de Salvador, mas que, na maioria das vezes, não haviam sido objeto de qualquer análise por parte dos seus promotores. Esse material tornou-se uma fonte valiosa para as interpretações aqui formuladas.

O tempo de desfile das entidades carnavalescas em todos os circuitos é um dado também publicado pela EMTURSA, que toma como referência o registro de Postos de Observação (PO) que se espalham nos locais de desfile, denominados circuitos. A partir da análise desses dados, tornou-se viável a elaboração de um quadro em que se pode visualizar o tempo total de permanência de cada segmento ou módulo do carnaval de Salvador, ao longo de toda a duração da festa, e comprovar a hegemonia de determinados módulos. Os tempos registrados nos PO's foram também fundamentais para a identificação da segregação provocada por entidades de maior poder econômico sobre as entidades mais frágeis, sobretudo na disputa por horários considerados nobres.

A partir da análise e interpretação dos Relatórios do Carnaval, muitas segregações são apontadas. Entre elas, a repartição das entidades por circuito carnavalesco, que expressa, de forma clara, a seqüência da modelagem do espaço realizada pelos grupos privados e pelo poder público.

**Mapa 2: CIRCUITO DO CAMPO GRANDE (OSMAR) / CARNAVAL DE SALVADOR**



Base Cartográfica de Salvador - Prefeitura municipal de Salvador

-  Vias de circulação
-  Área de abrangência
-  Área verde
-  Percurso do desfile carnavalesco
-  Edificações de destaque no percurso
-  Área de concentração e/ou dispersão de entidades



Essa modelagem expressa-se na uniformização das barracas, na venda dos espaços públicos para a publicidade, nos cronômetros do Campo Grande, no estabelecimento dos critérios de organização da fila do desfile, no tempo de cada entidade na passarela de desfile, na rígida organização dos ambulantes, na flexível fiscalização do limite de som dos trios elétricos, na hegemonia do módulo bloco de trio no circuito Barra-Ondina, no confinamento das pequenas entidades (Afro e Afoxé) no circuito da Praça Municipal e Pelourinho, nos empecilhos criados para a entrada da *Mudança do Garcia* na passarela do Campo Grande, além de muitas outras intervenções que serão comentadas no decorrer do trabalho.

Nos Planos e Projetos de realização do carnaval desse período, encontram-se explicitadas todas as concepções, motivações e ideologias não só dos dirigentes públicos mas também dos grupos de poder privado.

A identificação do racismo no carnaval teve como fonte privilegiada dois relatórios produzidos na Câmara Municipal de Salvador. O primeiro, que é uma denúncia vigorosa contra os blocos de trio de classe média, resultou em trabalhos de investigação da comissão de vereadores criada para esse fim; o segundo, produzido pelo relator da comissão, João Carlos Bacelar, faz uma relativização das questões levantadas pelo primeiro.

O cotejamento das programações do carnaval publicadas pela EMTURSA tornou possível a verificação das dificuldades de pequenas entidades carnavalescas que, mesmo entrando na programação de desfile, deixam de sair às ruas por dificuldades financeiras, ou, quando saem, só desfilam no *Circuito Batatinha* (Praça Municipal/Pelourinho), cujos custos são menores para essas entidades.

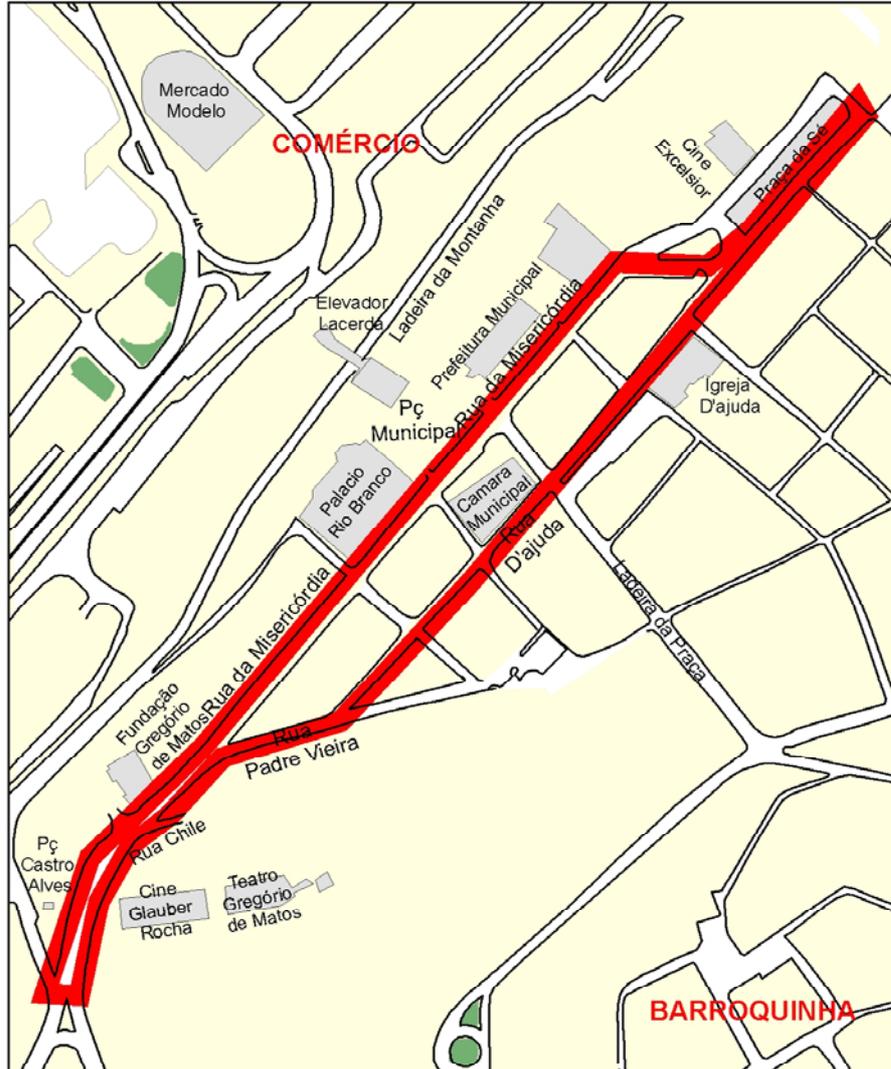
Mapa 2: CIRCUITO BARRA-ONDINA (DODÔ) / CARNAVAL DE SALVADOR/BA



Base Cartográfica de Salvador - Prefeitura Municipal de Salvador



## Mapa 4: CIRCUITO (BATATINHA)/ CARNAVAL DE SALVADOR/BA



BASE CARTOGRÁFICA OFICIAL DE SALVADOR



A categorização das entidades carnavalescas em bloco de trio, bloco afro, afoxé, bloco de travestidos, Mudança, bloco de percussão e pequenos grupos, não se revelou plenamente satisfatória, pois, em alguns momentos, embora na maioria das vezes não o seja, é difícil fazer uma associação linear entre esses grupamentos e as categorias de classe e etnia. Como exemplo, tome-se o caso dos blocos de trio: quando se afirma que eles têm uma lógica dominante da classe média branca, não se deixa de considerar que existem blocos de trio que abrigam negros e pobres, embora essa presença, em alguns blocos, não invalide a afirmação de que, hegemonicamente, os blocos de trio constituem um módulo vinculado a uma lógica classe média branca, pautada no consumo e na exclusão dos pobres e negros.

As entrevistas diretas, realizadas ao longo do ano de 2000 e no carnaval de 2001, foram muito importantes, sobretudo para consolidar e apurar novas questões da pesquisa, sendo os grupos pesquisados ordenados da seguinte forma: folião Pipoca<sup>1</sup> (40 entrevistas no circuito Barra-Ondina, 40 entrevistas no circuito Campo Grande e 10 entrevistas no circuito Praça Municipal-Pelourinho); folião de Bloco de Trio (5 entrevistas no circuito Campo Grande e 5 entrevistas no circuito Barra- Ondina); folião de Blocos Afro e Afoxés (5 entrevistas no circuito Campo Grande e 5 entrevistas no circuito Praça Municipal-Pelourinho); folião travestido (10 entrevistas no circuito Campo-Grande); ambulantes e barraqueiros (10 entrevistas no circuito Campo- Grande e 10 entrevistas no circuito Barra-Ondina); catadores de latas (5 entrevistas); cordeiros<sup>2</sup> (12 entrevistas); Mudança do Garcia (15 entrevistas); diretores de Blocos Afro e Afoxés (8 entrevistas);

---

<sup>1</sup> Denominação popular do folião que participa do carnaval nas ruas de Salvador, sem pertencer aos blocos ou a grupos organizados.

<sup>2</sup> Denominação popular dos trabalhadores que fazem a segurança dos blocos carnavalescos de Salvador, segurando as cordas delimitadoras do território dos blocos, durante o período em que esses desfilam.

diretores de Blocos de Trio (5 entrevistas); e produtores culturais (6 entrevistas); locutores de rádio FM (2 entrevistas).

Registre-se que essas entrevistas obedeceram a um roteiro baseado em conflitos, segregações, e exclusões dentro do espaço carnavalesco, previamente identificados. Todavia, aprofundaram e esclareceram muitas questões, que não puderam ser elucidadas na pesquisa realizada nos arquivos da EMTURSA.

Manipulações dos produtores de *Axé Music* junto às emissoras de rádio FM, a presença de mão-de-obra infantil nos catadores de latas, o trabalho perigoso e insalubre dos cordeiros e as precárias condições de trabalho dos ambulantes, foram alguns dos problemas identificados a partir dessas entrevistas, além da paradoxal situação dos pequenos *blocos afro* e *afoxés*, que têm uma situação de conflito latente com o poder público, mas, ao mesmo tempo, por depender de míseros incentivos do Estado, não podem publicizar esse conflito.

A partir das entrevistas, também foi possível identificar uma discrepância entre a programação divulgada pelos órgãos oficiais e o que efetivamente acontece. Na maioria das vezes, pequenos *blocos afro* e *afoxés*, programados para os circuitos Campo Grande e Praça Municipal, só desfilam no último circuito, pelo fato de quase sempre não conseguirem recursos financeiros para se exibirem no Campo Grande, o que é muito mais dispendioso.

**Mapa 4: CIRCUITO DO CENTRO HISTÓRICO (PELOURINHO) / CARNAVAL DE SALVADOR/BA**

As condições de trabalho de cordeiros, ambulantes e catadores de lata foram melhor verificadas a partir das observações de campo e de entrevistas. Constatou-se que há cordeiros trabalhando até 10 horas seguidas, sem protetores auriculares, feridos em confrontos oriundos do seu trabalho de proteger a corda, consumindo alimentos deteriorados fornecidos pelas empresas contratantes, sem nenhuma garantia trabalhista ou qualquer tipo de seguro. Os ambulantes, na sua quase totalidade, passam a ser moradores de rua durante os seis dias de carnaval, e, via de regra, contraem, nesse período, um grande número de doenças infecciosas. A participação de crianças nessa atividade bem como na tarefa de recolhimento das latas de cervejas e refrigerantes consumidos na festa foram questões clarificadas com a realização das entrevistas.

O delineamento do perfil de algumas entidades não cadastradas na Prefeitura tornou-se possível a partir de entrevistas realizadas no ano de 2000, que possibilitaram a identificação de processos acelerados de desterritorialização e reterritorialização que provocam fissuras profundas no perfil desses módulos, apressando, muitas vezes, o seu fim.

As alterações ocorridas na *Mudança do Garcia*, nos últimos anos, foram também melhor percebidas com a realização de entrevistas, sendo possível afirmar que esse grupo, nos últimos anos, tem sido o receptáculo de grupos segregados e excluídos do carnaval de Salvador. Além disso, as entrevistas viabilizaram a identificação de causas dos conflitos entre esse módulo e o poder público.

Os mapas 1, 2, 3, 4 e 5 demonstram a maneira como são delineados os circuitos carnavalescos, constituindo um instrumento muito útil para a compreensão da segregação espacial defendida nesta pesquisa.

## **O MUNDO DO CARNAVAL, CULTURA OU IDÉIA DE CULTURA, E TERRITORIALIZAÇÃO NO CARNAVAL DE SALVADOR**

O carnaval, em diferentes épocas, lugares e regiões, marcou a existência dos mais variados povos, e assumiu contornos de maior ou menor influência nos espaços em que floresceu. Mas, independentemente da dimensão ou da forma que tenha adquirido em qualquer espaço, a festa carnavalesca é a mais mundializada e a que preserva características que resistiram ao tempo, mesmo assumindo formas diferentes, a depender do lugar em que floresceu.

A identificação das origens das festas carnavalescas é controversa entre estudiosos. Existem dois grandes grupos, que divergem quanto ao tempo e ao local do aparecimento da festa. O primeiro grupo identifica o Egito antigo como o local com o registro mais antigo de festas que guardavam muita semelhança com as atuais. O outro grupo localiza o nascimento do carnaval na Idade Média, tendo como referência principal os escritos de François Rabelais, comentados e difundidos na obra de Mikhail Bakhtin.

O traço comum que liga as duas correntes é a compreensão de que a origem do carnaval esteve estreitamente ligada aos períodos de colheita e de que, tanto numa época quanto noutra, a inversão do cotidiano é característica marcante, como observa Sebe (1986):

*Conta a lenda que, para o renascimento da natureza, Ísis tornava-se mais provocante e sedutora. Osíris, seu parceiro conquistado, teria o direito de gozar, temporariamente, todos os prazeres presumíveis. Depois de saciado no mais íntimo dos seus desejos, Ísis sacrificaria seu amante para que cessasse a turbulência dos dias de prazer. Todos os anos a mesma história deveria se repetir, segundo o ritmo da natureza. (p.10)*

Bakhtin (1996) demonstra a inversão do cotidiano nos carnavais medievais quando descreve as cenas de transformação do bufão em rei, que passa a ser agredido pela população, além de outras negações da ordem estabelecida, criando um marco conceitual que influenciou sobremaneira a compreensão de importantes estudiosos brasileiros sobre a natureza do carnaval do Brasil.

Peter Burke (1995) identifica a comida, o sexo e a violência como os temas reais e simbólicos do carnaval e focaliza a inversão do cotidiano da festa utilizando categorias de Claude Lévi-Strauss, afirmando que:

*No caso do carnaval, havia duas oposições básicas que fornecem o contexto para interpretar muitos aspectos nos comportamentos, oposições essas que os contemporâneos tinham clara consciência(...) A primeira delas é entre o carnaval e a quaresma, entre o que os franceses chamavam de *jours gras* e *jours maigres*, geralmente personificados como um gordo e uma magra(...) A segunda oposição básica requer uma maior explicação. O Carnaval não se opunha apenas à Quaresma, mas também à vida cotidiana, não só aos quarenta dias que começavam na Quarta-feira de Cinzas, mas também ao resto do ano. (p. 212)*

O carnaval como protesto ou controle social é uma discussão fecunda trazida por Burke e, para tal, ele recorre a autores que interpretam os protestos sociais da festa como contributos à ordem estabelecida, e cita uma passagem descrita por Max Gluckman em que moças solteiras da Zululândia assumiam papéis masculinos, tanto nas vestimentas quanto nos comportamentos, o que seria uma forma de acomodação do protesto social no cotidiano:

*Gluckman chega a sugerir que, onde a ordem social é seriamente questionada, não ocorrem "ritos de protesto". De forma parecida,*

*Victor Turner, num estudo comparativo de rituais de inversão de 'status', afirma que os rituais levam a "uma experiência de êxtase", um sentido exaltado de comunidade, seguida por um "retorno sóbrio" à estrutura social normal. "Ao converterem o baixo em alto, e o alto em baixo, eles reafirmam o princípio hierárquico."* (p. 224-5)

Para Bakhtin (1996), o carnaval é a manifestação cultural que guarda elementos da sua conformação medieval, conforme observa:

*Enquanto fenômeno perfeitamente determinado, o carnaval sobreviveu até os nossos dias, enquanto que outros elementos das festas populares, a ele relacionados por seu caráter e seu estilo (assim como por sua gênese), desapareceram há muito tempo ou então degeneraram a ponto de serem irreconhecíveis(...)* (p. 189)

Ao mesmo tempo em que reconhece o carnaval como a festa de raízes mais remotas, Bakhtin (1996) esclarece que, mesmo na Idade Média, ele não pode ser compreendido como um evento simples.

*Mas, mesmo no sentido estrito do termo, o carnaval está longe de ser um fenômeno simples e de sentido único. Esse termo unia sob um mesmo conceito numerosos folguedos de origem diversa, que caíam em diferentes datas, mas tinham todas características comuns. Esse processo de reunião, sob o termo "carnaval", de fenômenos locais heterogêneos, o fato de que fossem designados por um mesmo termo, correspondia a um processo real: com efeito, ao desaparecerem e degenerarem, as diversas formas da festa popular levavam ao carnaval alguns dos seus elementos: ritos, atributos, efígies, máscaras. E por causa disso, o carnaval tornou-se reservatório onde se guardavam as formas que não tinham mais existência própria.* (p. 190)

A partir das formulações dos autores apresentados, pode-se afirmar que, no caso do Brasil, o carnaval, embora tenha características comuns, apresenta um número tão grande de diferenças que não se justificaria chamá-lo por uma genérica denominação de carnaval brasileiro. Os carnavais carioca, paulista, baiano e pernambucano, por exemplo, apresentam, na atualidade, mais diferenças do que semelhanças, o que justifica o desenvolvimento de estudos e pesquisas que se direcionem especificamente a cada um deles. Esta pesquisa se insere nessa perspectiva, aceitando-se o argumento de Sebe (1986), quando afirma que:

*Colocando a festa numa perspectiva de tempo, Maria Isaura Pereira de Queiroz afirma que, através dos tempos, o carnaval tem variado tanto em seus aspectos intrínsecos, que é praticamente impossível classificá-lo além da “coincidência” das datas. (p. 32)*

Outra asserção que se pode formular para o carnaval de Salvador, a partir de Burke, é de que, na festa baiana, também é possível enxergar, através dos tempos, o protesto social coabitando com o controle social, quando se observam os conflitos entre as entidades dos negros, em finais do século XIX e início do século XX. Constituem evidências desse fato os manifestos que misturavam humor e protesto social, publicados em jornais locais pelas entidades negras nesse período e, recentemente, os conflitos entre as entidades negras e os *blocos de trio*, entre a *Mudança do Garcia* e o poder Público Municipal, dentre outras.

Na discussão do carnaval brasileiro, Sebe destaca as correntes “dionisíaca” e “apolínea”, definindo a primeira como aquela que entende acontecer no carnaval uma inversão absoluta de valores, enquanto a segunda apresenta o carnaval como resultado do ordenamento dos elementos contidos no espaço

social, direcionando-os para a espetacularização. Segundo esse autor, a primeira corrente teria, como principal defensor, o antropólogo Roberto da Mata, enquanto que a corrente apolínea teria como principal representante Renato Ortiz.

Talvez as posições de Roberto da Mata e de Renato Ortiz não sejam tão rígidas, como quer Sebe, e um pouco do pensamento de Da Mata (1990) pode clarificar essa questão:

*(...) é no carnaval que são experimentadas novas avenidas de relacionamento social que, cotidianamente, jazem adormecidas ou são concebidas como utopias. Por isso o carnaval é, para nós o mundo da loucura! (...) (...) Sendo assim, o leitor pode estar seguro de que sei que o Carnaval reproduz o mundo, mas estou igualmente certo de que essa reprodução não é nem direta nem automática. Ao contrário ela é dialética, com muitos auto-reflexos, circularidades, nichos, dimensões e planos. (p. 71)*

Ortiz (1996) reconhece o carnaval como um tempo extraordinário. No entanto, discute a questão da inversão carnavalesca identificando situações diferenciadas para os diversos grupos que fazem parte da festa. Assim, o autor relaciona os aparelhos de repressão, os grupos ligados à indústria cultural, homens de negócios e as agências de turismo como segmentos ou grupos que não vivenciam a “dimensão do extra-cotidiano”. Para ele, esse processo ocorre de forma contrária, ou seja, esses grupos vivenciam um momento de “cúmulo da ordem”, pelo fato de suas atividades cotidianas serem potencializadas:

*Não se trata porém de uma ordem “outra”, mas da acentuação da ordem capitalista que cria novas situações de mercado, permitindo assim usufruir dela uma maior margem de lucro(...) O campo do carnaval não existe independentemente do campo da ordem quotidiana, ele subsiste dentro dela e é penetrado por ela.*

*(...) O processo de reprodução da ordem do cotidiano no interior do universo carnavalesco não é entretanto ocasional, ele está estruturalmente determinado. Vejam-se as manifestações da indústria cultural. A comercialização da festa do produto carnavalesco não é uma contingência em relação à folia, mas uma exigência capitalista que penetra no interior da própria festa(...)* (p. 122-3)

Depois de fazer essa classificação, Sebe a relativiza, e propõe a idéia de que não existe carnaval no Brasil que obedeça rigidamente a qualquer uma dessas duas correntes, sendo sempre uma mistura das duas proposições.

Essa posição será adotada como referência nesta pesquisa, pelo fato de se compreender o carnaval de Salvador como um evento que tanto abriga espaço de grandes normatizações (como, por exemplo, toda a gama de intervenções do setor público no espaço), quanto abriga grupos que se comportam dentro de uma lógica de inversão do cotidiano, como, por exemplo, os 18 blocos de travestidos.

Outra questão que merece uma discussão mais detida, por estar subjacente em todo o desenvolvimento desta pesquisa, é o debate sobre a cultura baiana e a identificação dos seus principais pontos de conflito. Para isso, é importante trabalhar com dois fulcros de análise: um que busca conceituar cultura e outro que discute as idéias de cultura e aborda, principalmente, uma idéia da “baianidade”, atualmente bastante difundida no meio acadêmico local.

Estabelecer conceituações de cultura é uma tarefa bastante difícil, até para os pesquisadores que de longo tempo vêm se ocupando com esses estudos. Na Geografia, esse debate tem sido muito profícuo, e a busca de definições muitas vezes é vista com ceticismo por alguns, a exemplo de Mitchell (1999:34), que afirma a cultura como “um termo incrivelmente escorregadio”, ou como Denis E. Cosgrove (1999):

*Pouco se ganha ao se tentar uma definição precisa de cultura. Fazê-lo implica a sua redução a uma categoria objetiva, negando sua subjetividade essencial. Nenhum grupo humano considera seu mundo vivido como uma produção cultural, exceto a burguesia ocidental que criou o conceito de cultura. A palavra é ideológica. (p. 5)*

A partir da crítica aos geógrafos culturais, que enxergam a cultura como um domínio separado das esferas políticas e econômicas e dos limites das teorias marxistas, Cosgrove busca uma síntese que incorpore as duas correntes de pensamento, sobretudo quando se refere à produção simbólica:

*Certamente todas as sociedades que não são “primitivas” nos termos de Sahlins apresentam uma estrutura de classes. Nestas, a produção simbólica é apropriada pela classe dominante e elaborada por suas frações especializadas (Gramsci, 1971; Bourdieu, 1977) como poder simbólico, no qual a homologia entre estrutura simbólica e estrutura social oculta as relações específicas de classe. A luta de classes se dá, como reconheceu Gramsci, no nível ideológico. O objetivo da classe subalterna é assumir o controle dos meios da produção simbólica para reconstituí-los e, através deles, a produção material, em seu próprio interesse. (p. 24-5)*

Santos (1996) faz uma ligação muito importante entre cultura e territorialidade, clarificando sobremaneira uma abordagem cultural dentro de uma perspectiva espacial, propugnando que:

*(...) Assim também cultura e territorialidade são de certo modo, sinônimos. A cultura, forma de comunicação do indivíduo e do grupo com o universo, é uma herança, mas também um reaprendizado das relações profundas entre o homem e o seu meio, um resultado obtido através do próprio processo de viver.*

*Incluindo o processo produtivo e as práticas sociais, a cultura é o que nos dá a consciência de pertencer a um grupo, do qual é o cimento(...) desterritorialização é freqüentemente uma outra palavra para significar alienação, estranhamento, que são, também desculturização. (p. 61)*

Essas questões são de fundamental importância para a fundamentação adotada neste trabalho, pelo fato de o carnaval de Salvador poder ser visto não só como um espaço de grande produção simbólica de todos os grupos e classes sociais, mas também como um palco de grandes disputas pela apropriação dessas produções simbólicas pelas classes dominantes, sobretudo no período atual, em que isso se verifica de uma forma que não encontra precedentes no passado.

Expressões como “democracia cultural”, “pluriculturalismo” e “integração de classes sociais” povoam o discurso de publicitários, políticos e alguns setores acadêmicos, quando querem se referir ao carnaval de Salvador, evidenciando o aspecto ideológico contido nesses discursos, que buscam esconder ou obliterar as apropriações realizadas por determinados grupos de toda essa produção simbólica aqui discutida.

A globalização econômica e a mundialização da cultura carregam dois processos que, ao mesmo tempo, são antagônicos e complementares: a homogeneização e a fragmentação. São esses dois processos que permitem afirmar, ao longo deste trabalho, que, embora haja, no carnaval de Salvador, uma lógica da “Modernidade-Mundo” (Ortiz, 2000), expressa, principalmente, na apropriação pelo turismo e pela mídia, o resultado disso, no espaço carnavalesco, é de fragmentação, seja através do conflito explícito, seja através de resistências

subliminares. E, mais uma vez, Cosgrove (1998) oferece amparo a essas formulações, ao propor que:

*O reconhecimento de que cada formação social e econômica está ligada a um espaço específico – uma paisagem –, produzida e reproduzida nele é um desses temas. As formações sociais escrevem a história no espaço e a história de tal formação é a história da superimposição de formas produzidas em sua paisagem através da sucessão de modos de produção<sup>3</sup> (Santos 1977). Uma vez que estes modos de produção são simbolicamente constituídos, lugar e paisagem são imediatamente dotados de significado humano. (p. 26)*

Discutir a idéia de cultura é de suma importância para esta pesquisa, pelo fato de as teses que elaboram os discursos da baianidade estarem inseridas nesse contexto. Essas teses buscam, a todo o momento, colocar Salvador e o seu carnaval principalmente como um local de convivência étnica e de trânsitos entre classes sociais que tendem quase sempre para a busca do consenso. Mitchell (1999), nesse ponto, é deveras esclarecedor:

*Então para compreender analiticamente como a “cultura” é formada, é preciso que se preste atenção aos processos do desenvolvimento social da idéia de cultura (em oposição “à cultura propriamente dita”), contudo, ao mesmo tempo, deve-se compreender que são os vencedores dos conflitos que definem o que é cultura e como ela é representada. Eles implementam a idéia de cultura para representar para si mesmos a natureza da sua “vitória”. (p. 40)*

---

<sup>3</sup> Destaque-se que, na citação acima, há uma imprecisão no que o autor denomina modo de produção, pois se entende, principalmente por Cosgrove citar o geógrafo Milton Santos, que o termo deveria ter uma abrangência muito maior, englobando os vários tempos técnicos de um mesmo modo de produção.

Nas discussões ocorridas no âmbito da Geografia Cultural, embora apresentem divergências, Denis Cosgrove, Dom Mitchell e Peter Jackson alinham-se quando não enxergam a cultura como uma esfera, domínio ou meio separados da economia e da política, e reagem de forma vigorosa tanto àqueles que buscam encetar análises culturalistas quanto àqueles que adotam as formulações economicistas.

Robert Kurz e Steve Connor analisam essas correntes do pensamento pós-moderno, que fazem a separação das esferas econômica e política da esfera cultural, da seguinte forma:

*Primeiro, estamos às voltas com uma mudança básica da moda intelectual e acadêmica nas ciências sociais e humanas. Desde a segunda metade dos anos 80, observa-se o triunfo francês das chamadas teorias pós-modernas e pós-estruturalistas de filósofos, como Lyotard, Derrida, Baudrillard, Foucault e outros. Apesar de todas as diferenças e antagonismos nos detalhes, reconhece-se um traço comum a essas teorias: o paradigma da economia política foi substituído pelo paradigma do culturalismo. Não é à toa que essa guinada intelectual se prende à guinada social e político-econômica do neoliberalismo. A sociedade não é mais concebida como produto da economia política, mas como produto do "discurso cultural". Movimentos sociais, intervenções sociais e mudanças não são atribuídas à estrutura "nuclear", mas sim, de forma "performativa", ao "discurso" em sentido amplo, ao hábito cultural, ao design social e à auto-representação simbólica. Assim, a economia política como tal não é mais objeto da reflexão e muito menos da crítica. As categorias e processos político-econômicos compõem o calmo ruído de fundo do "discurso". Quanto mais, na realidade dos anos 80 e 90, a cultura era economicizada, mais, por sua vez, a economia era culturalizada no pensamento ideológico. Nesse movimento paradoxal, fica claro*

*que estamos às voltas com um processo de recalque coletivo.  
(Folha de São Paulo, 22 de fevereiro de 2001)*

Connor (1996) faz coro com Kurz, ao identificar a mesma problemática nas concepções de cultura das correntes pós-modernas, e reconhece diferenças nas idéias dos pensadores pós-modernos, embora identifique a mesma unidade no que se refere à visão da autonomia da esfera cultural, sobretudo sobre os eventos econômicos:

*Sintonizado com Lyotard e Jameson em sua concepção da autonomia da esfera cultural diante do econômico, Baudrillard se distancia muito deles em suas primeiras obras ao conceber um código monoliticamente unificador que opera, com efeitos admitidamente variados, de maneira uniforme na cultura de massas. Sem dúvida, nada poderia estar mais longe da concepção Lyotardiana da agonística dos jogos de linguagem num espaço social descentrado. Nas primeiras obras de Baudrillard, For a Critique of the Political Economy of the Sign (1972), The Mirror of Production (1973) e L'Échange symbolique et la mort (1975), essa noção produz como oposto reativo o sonho de uma "troca simbólica", um intercâmbio ou comunicação espontâneos que não se baseiem na lógica dominante do "código" nem na lógica da equivalência geral, na qual tudo tem seu preço em termos de alguma outra coisa, por meio da abstração do mercado, mas sim na comunicação aberta e espontânea. Baudrillard nunca explica com clareza o que seria essa espécie de "troca simbólica". (p. 49-50)*

Essa produção pós-moderna foi muito importante na construção de uma idéia de cultura baiana, ao tornar a esfera cultural como um domínio que pode fornecer explicações da realidade sem ser preciso lançar mão do instrumental da economia e da política. A cultura baiana passa a ser formulada a partir de uma

leitura que enxerga principalmente a propensão do baiano, ou mais especificamente, do soteropolitano, para o consenso. Outro elemento importante para se entender a ligação dessas teses com as bases das teorias da pós-modernidade é o desconhecimento das relações de classe que se estabelecem na cidade, sejam classes a partir do processo produtivo, ou mesmo classes oriundas do consumo.

Pinho (1998) formula, em artigo, uma crítica inicialmente muito consistente as essas formulações e identifica os seus principais pontos constitutivos, denominando esse conjunto de teses como a “idéia de Bahia”:

*(...) uma concepção disseminada por diversos agentes sociais e onipresente nas afirmações do senso comum em Salvador, que se apresenta como uma rede de sentido indefinida e abrangente capaz de interpretar e constituir de determinada forma a auto-representação dos baianos. (...) (a) o "sentimento" de diferença que baianos têm em relação ao resto do país e do mundo; (b) que este "sentimento" é constituído a partir de narrativas específicas; (c) que estas narrativas condensam conteúdos particulares; (d) que estes conteúdos são ideológicos, no sentido interpretativista apresentado acima; (e) que esta ideologia é tanto a base para a construção de um consenso político com vistas à dominação, como a base para a reprodução de uma multiplicidade de bens simbólicos, negociados no mercado internacional de cultura. (s.p.)*

Embora o autor aprofunde e traga questões inovadoras na crítica a essas teses, ele se torna vítima da armadilha do chamado "enigma baiano"<sup>4</sup>:

*A "cultura baiana" não é, assim, o resultado natural de décadas de desaquecimento econômico e isolamento cultural, como advoga o poeta e ensaísta Antonio Risério (1988), um de seus publicistas, mas é, na verdade, um aparelho de interpretação e definição de uma realidade social cruel e violenta, magicamente transformada em festiva e auto-emulativa. Ao invés de um objeto natural e resultante da expressão espontânea de uma população considerada, o modelo de "cultura baiana", como um repertório de traços mais ou menos arbitrários, é um objeto discursivo construído e repostado como argamassa ideológica para a Bahia como comunidade imaginada e como "dissolvente" simbólico de contradições raciais, de modo a concorrer para a construção do consenso político (hegemonia), base para a dominação. (s.p.)*

---

<sup>4</sup> Formulação feita por economistas, políticos e vários segmentos das elites baianas, para explicar o longo período de estagnação econômica da Bahia (1860-1950), e que recentemente vem sendo recuperada por estudiosos culturais como fato fundador de uma outra variação na idéia de cultura baiana. Oliveira (2000) analisa essa questão da seguinte forma: O enigma baiano *foi assim dentre os mitos que viriam a povoar a imaginação, cujo afã de explicar o que parecia fora de qualquer explicação lógica, abriu caminhos para que se estabelecesse por aqui, mais do que em qualquer outro espaço regional, entre o mítico-transcendente e o real. O primeiro fomentando o segundo, numa relação de dependência que fugia a qualquer preocupação de qualquer coerência lógica, num fomento apologético proposital do irracional, como se isto aqui não se explicasse mesmo. [...] uma vez que, não havendo explicações, desapareciam também quaisquer motivações para mudanças profundas no modo de ser histórico, ou deslocamentos definitivos nas relações internas entre as classes. As fontes da problemática ficavam sempre escondidas como enigmas. (p.12)*

Ao aceitar a formulação de Antonio Risério, que é apenas uma variante do conjunto de idéias de Bahia, baianidade, ou qualquer nome que se dê para esse conjunto de idéias, o autor fragiliza sua crítica ao fazer coro com aqueles que ele critica duramente, simplesmente por achar que Risério estaria num plano diferenciado dos outros grupos, aos quais ele faz a crítica.

O “enigma baiano” é uma tese que vai ao encontro das proposições do escritor Euclides da Cunha, que, no seu livro, *Os Sertões*, identificou uma cultura sertaneja que tinha como principal elemento na sua formação o insulamento histórico-regional. O sertanejo de Euclides seria um produto de 300 anos de insulamento. O baiano dos publicistas do “enigma baiano” seria um produto de quase um século de insulamento da cidade do Salvador.

Esse conjunto de idéias voltará a ser discutido no próximo capítulo, quando serão identificados seus elos com o carnaval de Salvador, pois ele, para a maioria dos teóricos, representa a síntese, ou a maior expressão de uma suposta baianidade.

Território, territorialização e desterritorialização são conceitos utilizados nesta pesquisa, sobretudo quando se faz referência ao “território das cordas dos blocos”, “desterritorialização do folião pipoca” e “territorialização das entidades carnavalescas”.

Raffestin (1993) discute a territorialidade a partir do pressuposto de que todas as relações, sejam existenciais ou produtivistas, são orientadas pela lógica do poder, e por isso, a territorialidade

*(...) reflete a multidimensionalidade do “vivido” territorial pelos membros de uma coletividade, pelas sociedades em geral. Os homens “vivem”, ao mesmo tempo, o processo territorial e o produto territorial por intermédio de um sistema de relações*

*existenciais e/ou produtivistas. Quer se trate de relações existenciais ou produtivistas, todas são relações de poder, visto que há interação entre os atores que procuram modificar tanto as relações com a natureza como as relações sociais. Os atores, sem se darem conta disso, se automodificam também. O poder é inevitável e, de modo algum, inocente. Enfim, é impossível manter uma relação que não seja marcada por ele. (p. 158-9).*

Esse conjunto conceitual é muito útil para se entender principalmente a apropriação do espaço público do carnaval pelos grupos privados, também para situar o papel da corda como fronteira de identificação e pertencimento, mas, sobretudo, como linha demarcatória de poder de classes sociais diferentes no carnaval de Salvador, mesmo considerando a grande volatilidade das construções dos territórios.

Rogério Haesbaert (1997), sistematiza três vertentes na compreensão e análise do território<sup>5</sup>, qualificando-as da seguinte maneira: a jurídico política, a cultural(ista) e a econômica. Aqui, essas proposições são consideradas válidas apenas para efeito de compreensão dos vários sentidos que podem ser enfocados na discussão da territorialidade, pois, quando se observa o conjunto da obra dos autores citados por Haesbaert, vê-se que esse esquema não pode ser transportado de forma tão rígida.

---

<sup>5</sup> O autor caracteriza cada vertente da seguinte maneira: ...a jurídico-política, majoritária, inclusive no âmbito da geografia, onde o território é visto como um espaço delimitado e controlado sobre o qual se exerce um determinado poder, especialmente o de caráter estatal; a perspectiva aqui comentada de Allié (1980) e a abordagem clássica de Ratzel podem ser consideradas nesta versão [...] a cultural(ista), que prioriza sua dimensão simbólica e mais subjetiva, o território visto fundamentalmente como produto da apropriação feita através do imaginário e/ou da identidade social sobre o espaço; Guattari (1985) e, na Geografia, Tuan (1980, 1983) são autores que, em diferentes posições, se aproximam desta abordagem; e a econômica (muitas vezes economicista), minoritária, que destaca a desterritorialização em sua perspectiva material, concreta, como produto espacial do embate entre classes sociais e da relação capital trabalho.

O próprio autor reconhece que o “mais comum, na verdade, são posições múltiplas” (p. 40), e é nessa direção que se orientou esta pesquisa, sobretudo quando se utiliza desse conjunto conceitual para compreender a produção do espaço carnavalesco de Salvador e os conflitos de classe e étnicos derivados desse tipo de ação, através da segregação espacial dos *blocos afro*, na lógica do consumo dos blocos de trio, da proliferação dos camarotes e das tendências de homogeneização e fragmentação, presentes, de uma maneira muito mais acentuada, de meados da década de 1980 até o momento atual. Nos próximos capítulos, serão feitas as conexões aqui delineadas.

## MUNDIALIZAÇÃO SOTEROPOLITANA: TURISMO, CARNAVAL E VENDA DA CIDADE

Associar a globalização ao turismo é uma exigência para que se entenda, dentro de uma perspectiva espaço-temporal, o tipo de carnaval que se realiza nos dias de hoje em Salvador. As grandes modificações ocorridas recentemente nessa festa não podem ser alcançadas sem o debruçar-se sobre os poderosos feixes de fluxos (Castells, 1999) que agem sobre o espaço, a exemplo da grande afluência de turistas, a partir da década de 90, na cidade de Salvador, da ação da globalização na transformação de símbolos culturais em mercadoria em todo mundo e do papel do estado configurando e reconfigurando tempo e espaço. O turismo atual está indelevelmente imbricado ao processo de globalização, e o carnaval de Salvador, desde o início da supracitada década, dirige-se prioritariamente aos grupos e às pessoas que fazem parte desse segmento, sejam elas turistas nacionais ou estrangeiros.

Qualquer fixação de datas para os eventos aqui relacionados corre riscos de serem insuficientes para abranger a complexidade de cada um deles, mas, por outro lado, pode ajudar a fornecer pistas para a compreensão e relacionamento de alguns processos. Neste sentido esta pesquisa opta por periodizar a globalização, o turismo na Bahia e o carnaval em Salvador.

O turismo na Bahia, é dividido por Mello e Silva (1999) em quatro períodos, tomando por base principal, as ações e intervenções do Estado, sendo o primeiro período caracterizado como *implantação do turismo na Bahia* (1951-1962), o segundo, denominado de *expansão do turismo baiano no cenário nacional* (1963-1972), o terceiro período sem denominação (1971-1990) e o quarto, *turismo como estratégia de desenvolvimento do Estado*, que começa em 1991 e alcança o momento atual.

O referido autor reconhece que, na fase anterior a 1951, a intervenção mais sistemática do Estado, que historicamente é definidor das políticas de turismo, só começa a ocorrer a partir da década de 1930, apesar de aportarem navios trazendo turistas, e de ter sido construído no final desta década o hotel-cassino Palace Hotel.

Embora esta periodização seja suficiente para os objetivos deste trabalho, se faz importante apresentar o relato de alguns viajantes em períodos anteriores, pois, de certa forma, as impressões destes predecessores do turismo moderno, deram um contributo significativo para que o Estado passasse a ter uma política mais específica para o segmento turístico, além do que, para estudiosos como Moura (2001), foram eles os modeladores da cultura e da identidade brasileira, baiana ou soteropolitana.

É preciso, no entanto, chamar a atenção para o fato de estes relatos não serem considerados “a visão do estrangeiro sobre nós” como querem alguns estudiosos da cultura baiana, pois um mesmo visitante, como veremos a seguir, tanto podia ter uma visão de encantamento sobre determinado espaço ou situação, como podia, em uma outra situação, apresentar um estranhamento.

O naturalista britânico Charles Darwin é um bom exemplo desta dualidade, pois, segundo comenta Neto (1997), quando esteve em Salvador em 1832, ficou deslumbrado com as nossas florestas, e para estas não poupou frases de encantamento e elogio, no entanto, ao tentar andar pelas ruas da cidade, foi atingido por bacias de água e laranjinhas<sup>6</sup> do entrudo, fato que o fez declarar a seguir que era impossível manter a dignidade andando-se nas ruas de Salvador.

---

<sup>6</sup> Esferas de cera que podiam ter variados líquidos no seu interior, por exemplo: água, água-de-cheiro ou urina.

Pierre Verger, estrangeiro que se estabelece na Bahia, escreve em 1987 sobre as impressões de um contrabandista inglês Thomas Lindley sobre a cidade de Salvador, da seguinte forma:

*Thomas Lindley, passando pela Bahia em 1803, teve seu navio apresado pelas autoridades portuguesas por contrabando e lá ficou como prisioneiro algum tempo. Sua descrição das casas da Bahia ressent-se do mau humor que produziam suas dificuldades com a justiça (...)* (p. 296)

e oferece, em seguida, o relato de Lindley:

*(...) alguns, mas poucos habitantes da classe superior, construíram para si grandes e elegantes residências (sobretudo nos arredores da cidade) e as mobiliaram convenientemente. As habitações das outras pessoas opulentas são vastas e convenientes, mas sordidamente mobiliadas. Vistas da rua elas tem uma aparência triste e suja, e o que elas prometem do exterior é completamente realizado no interior. Realmente, nunca vi um país em que os habitantes sejam tão negligentes a respeito de limpeza como os brasileiros(...)* (p. 296)

Katia Mattoso (1992) em seu admirável trabalho sobre a Bahia do século XIX, apresenta uma visão do mesmo Lindley diferenciada da de Verger, e descreve as impressões do inglês de uma maneira muito mais amena:

*Lindley, o contrabandista inglês que tão bem soube observar a Bahia do início do século XIX, parece ter pecado uma vez pelo exagero: entre o porto de Santo Antonio e a ponta do Montserrat com a praia de Itapagipe, disse ele, “fica o ancoradouro, bem abrigado de todos os ventos e em lugar desimpedido, havendo espaço para que se possa reunir sem confusão todas as esquadras do mundo”. O que de fato havia era, como vimos, um porto engarrafado.* (p. 482)

O Prêmio Nobel de Literatura, Albert Camus, em viagem a Salvador em 1949, publica em Camus (s/d:106 – *Diário de viagem*), como parte de uma visita à América do Sul. As suas primeiras impressões já denotam o traço de sentimentos contraditórios que a cidade produzia no seu interior: *Bahia, onde só se vêem negros, parece-me uma imensa casbah fervilhante, miserável, suja e bela.*

Camus oferece um relato variado de observações, e talvez tenha sido ele o primeiro estrangeiro a identificar a propaganda enganosa do turismo na Bahia, quando observa no regulamento do Hotel Palace a seguinte afirmativa<sup>7</sup>: *todos falam francês no Brasil (...).*

Pode ainda compor o quadro de olhares duais a visita que o escritor faz a um terreiro de candomblé, quando, ao mesmo tempo em que caracteriza o ritual religioso como *ritos degradados... danças medíocres*, se encanta por uma Filha de Santo em estado de transe, o que faz com que ele descreva sua saída do terreiro da seguinte forma:

*mas nesse bairro afastado, enquanto tropeçamos pelas ruas esburacadas, através da noite pesada e cheirosa, o grito de pássaro ferido ainda me chega aos ouvidos e me lembra a minha bela adormecida. (p.110)*

Pelo exposto até o momento, é possível constatar que não existe apenas um olhar estrangeiro, mas vários olhares, às vezes partindo de um mesmo observador, e a interpretação desses olhares, por sua vez, também varia conforme os autores que a descrevem. No entanto, parece que todos esses

---

<sup>7</sup>Essa passagem do relato do escritor, tem a seguinte transcrição literal: Antes de terminar, anoto alguns trechos do regulamento do Palace Hotel da Bahia em francês. 'todos falam francês no Brasil', diz a propaganda. 'A falta de pagamento das contas, como estipulam os par. 3 e 4, obrigará a gerência a efetuar a retenção da bagagem, como garantia do débito, e, por conseguinte, o cliente deverá desocupar imediatamente o quarto ocupado'. 'É proibido ter nos quartos pássaros, cães ou outros animais'. 'No térreo do hotel encontra-se um bem montado American Bar e um amplo salão de leitura'. E, para terminar: 'No térreo, há um barbeiro e manicure e os clientes podem utilizar-se dos seus serviços nos quartos'.

estrangeiros viam as paisagens naturais de Salvador como algo belo e encantador, favorecendo, sem dúvida, a inserção da cidade nos roteiros do turismo que mais tarde passaria a ser um importante vetor do desenvolvimento turístico da cidade.

Retome-se a periodização de Mello e Silva.

O estabelecimento do ano de 1951 como marco para o início de uma intervenção mais sistemática do Estado dá-se por conta de um conjunto de intervenções e ações: como, por exemplo, a criação de um setor de divulgação do turismo vinculado à Prefeitura Municipal, a construção do Hotel da Bahia e a inclusão, pela primeira vez, de um enfoque turístico no planejamento do Estado, tendo seus objetivos incorporados ao PLANDEB (Plano de Desenvolvimento do Estado da Bahia 1960/61, 1961/62).

O segundo período, que vai de 1963 a 1972, é marcado, segundo o autor, pela melhoria das vias de transporte rodoviário, pelo crescimento dos transportes aéreos, pelas políticas mais incisivas do Governo Federal, como, por exemplo a criação da Embratur em 1966. Dois anos mais tarde, é criada, pelo governo do estado da Bahia, a BAHIATURSA.

O período de 1971 a 1990 é aquele que marca definitivamente a intervenção do Estado na atividade turística, tem-se nessa época a reforma do aeroporto de Salvador, a construção do Centro de Convenções e, principalmente, a implantação de uma rede de hotéis classificados na categoria luxo.

O último período denominado por Mello e Silva como turismo como estratégia de Desenvolvimento do Estado, que se inicia em 1991 e predomina até hoje, tem como traço predominante a colocação desta atividade como prioritária nas ações governamentais, observando principalmente as mudanças das

conjunturas nacional e internacional, e tem como referencial teórico o livro *Salvador uma Alternativa Pós-Industrial. Cultura, Turismo e Alta Tecnologia*, produzido pela Secretaria da Indústria Comércio e Turismo (1990), trabalho que propõe a inserção da cidade em um modelo de empresariamento urbano e especialização produtiva, traço característico dos espaços mundiais da globalização, muito bem caracterizado por Santos (1998): *a exacerbação das especializações produtivas no nível do espaço* (p.50).

Destaque-se que o trabalho produzido pela referida Secretaria iria ser o insumo principal do programa de governo que se instalava naquele momento.

Neste ponto, cabe novamente a advertência de que uma periodização do turismo na Bahia que leve em conta apenas as intervenções do Estado, é insatisfatória pelo fato de o Turismo recente não ter o mesmo sentido que teve em épocas anteriores, no entanto, se considera que, a despeito desses limites, uma periodização pode ajudar a compreender alguns processos históricos no desenvolvimento deste segmento.

A globalização econômica, o papel desempenhado pela industrialização, os novos significados do urbano e a apreensão de culturas locais pela indústria cultural trazem um novo sentido para a atividade turística, o que faz com que ela se estabeleça como uma atividade econômica impossível de ser imaginada há algumas décadas. Nunca tanta gente se deslocou entre regiões e países como agora. As receitas da atividade turística no mundo deram um salto espetacular a partir da década de 1980 (tabela 1), chegando até o momento atual, fato que pode ser associado ao processo de globalização econômica.

De acordo com a OMT, no ano de 1975, as receitas mundiais com o turismo ficaram em 40,7 bilhões de dólares, enquanto que, em 1999, essas receitas

alcançavam 455,5 bilhões de dólares, ou seja, um crescimento de receita dez vezes superior, o que denota a crescente importância que esse segmento vem assumindo na economia mundial. O crescente aumento de receitas, por sua vez, demonstra uma crescente sofisticação do consumo turístico, pois o número de turistas, nesse mesmo período, apenas triplicou. Nunca locais, regiões e países foram tão influenciados em todas as dimensões dos seus processos sociais como no atual estágio do turismo, como observa Carlos (1999):

*A indústria do turismo transforma tudo o que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório, onde o espaço se transforma em cenário para o “espetáculo” para uma multidão amorfa mediante a criação de uma série de atividades que conduzem a passividade, produzindo apenas a ilusão da evasão, e, desse modo, o real é metamorfoseado, transfigurado, para seduzir e fascinar. Aqui o sujeito se entrega às manipulações desfrutando a própria alienação e a dos outros. (p. 26)*

Essa azeitada máquina de fazer dinheiro, principalmente ao norte do equador, seduz governantes e estudiosos, a ponto de discursos serem orientados de forma a se enfatizar o turismo como a alternativa para muitos locais, incluindo-se aí a cidade de Salvador. Assevera-se o seu poder multiplicador de empregos e o seu papel distributivo de renda, sem se atentar, ou não se querendo atentar, para o fato de que a atividade turística, como qualquer outra atividade econômica, por si só, não consegue ser distributiva de renda, se as demais atividades forem concentradoras, como é o caso do Brasil.

Na apresentação do programa de governo intitulado “Bahia Reconstrução e Integração Dinâmica” (1991), o então governador assim se expressava:

*Estou certo de que, apesar dos equívocos dos últimos anos, a Bahia será cada vez mais próspera e contribuirá com a sua indústria dinâmica, sua agricultura que se moderniza, seu potencial turístico e a força da cultura do seu povo para que o país retome o caminho do progresso. (p. 7)*

**Tabela 1: EVOLUÇÃO DO TURISMO MUNDIAL – 1965/1999**

Anos	CHEGADA DE TURISTAS INTERNACIONAIS			RECEITAS		
	MILHÕES DE TURISTAS	ÍNDICE BASE: 1965=100	TAXA ANUAL de Crescimento	US\$ BILHÕES	ÍNDICE BASE: 1965=100	TAXA ANUAL de Crescimento
1965	112,9	100	–	11,6	100	–
1966	120	106	6,3	13,3	115	14,7
1967	129,8	115	8,2	14,5	125	9
1968	131,2	116	1,1	15	129	3,4
1969	143,5	127	9,4	16,8	145	12
1970	165,8	147	15,5	17,9	154	6,5
1971	178,9	158	7,9	20,9	180	16,8
1972	189,1	167	5,7	24,6	212	17,7
1973	198,9	176	5,2	31,1	268	26,4
1974	205,7	182	3,4	33,8	291	8,7
1975	222,3	197	8,1	40,7	351	20,4
1976	228,9	203	3	44,4	383	9,1
1977	249,3	221	8,9	55,6	479	25,2
1978	267,1	237	7,1	68,8	593	23,7
1979	283,1	251	6	83,3	718	21,1
1980	286	253	1	105,3	908	26,4
1981	287,1	254	0,4	107,5	927	2,1
1982	286,1	253	-0,3	100,9	870	-6,1
1983	289,6	257	1,2	102,5	884	1,6
1984	316,4	280	9,3	112,7	972	10
1985	327,2	290	3,4	118,1	1018	4,8
1986	338,9	300	3,6	143,5	1237	21,5
1987	363,8	322	7,3	176,8	1524	23,2
1988	394,8	350	8,5	204,3	1761	15,6
1989	426,5	378	8	221,3	1908	8,3
1990	458,2	406	7,4	268,9	2318	21,5
1991	464	411	1,3	277,6	2393	3,2
1992	503,4	446	8,5	315,1	2716	13,5
1993	519	460	3,1	324,1	2794	2,9
1994	550,5	488	6,1	354	3052	9,2
1995	565,5	501	2,7	405,1	3492	14,4
1996	596,5	528	5,5	435,6	3755	7,5
1997	610,8	541	11	436	3759	23,2
1998	636,7	564	12,6	436	3759	7,6
1999	656,9	582	10,1	455,5	3927	4,6

Fonte: O.M.T. Notas: (1) – Dados de 1988 a 1997 foram revisados; (2) – Dados de 1999 são estimados

A partir deste ponto, pode-se fazer a ligação dessa fase do turismo com o processo de liberalização da economia brasileira iniciado no governo Collor. O discurso feito pelo governador da Bahia daquela época era, na verdade, um eco das vozes liberalizantes comprometidas com o processo de globalização da economia mundial. Nesse contexto, turismo e cultura passam a ser os produtos principais para a inserção de Salvador na economia globalizada, sendo o carnaval o principal produto de venda da imagem da Bahia.

Esse processo, no entanto, não deve ser encarado apenas como consequência da ascensão de um governo de direita, pois grande parte dos fundamentos teóricos do grupo que, naquele momento, se instalava no poder, foram apropriados de segmentos sociais-democratas, não só na Bahia, mas em outros lugares do mundo, como, por exemplo, na França de Mitterrand, pois *como dizia Jack Lang, ex-ministro francês dos Affaires Culturelles: 'a cultura é o nosso petróleo'* (Arantes, 1998:152).

Outra questão-chave para o entendimento desse processo é a revisão do pensamento de alguns teóricos sobre as cidades, o que também teve uma influência decisiva nos caminhos seguidos tanto pela iniciativa pública como pela iniciativa privada em Salvador, sobretudo em relação ao debate em torno da concepção das Cidades Estratégicas e, mais tarde, do Plano Estratégico de Cidades.

A cidade do empreendimento de Peter Hall (1998), em que o autor analisa o desenvolvimento e a decadência das cidades americanas e inglesas, motivada sobretudo por uma modificação no processo de acumulação capitalista, é emblemática para se entender as origens da “venda das cidades”, e a consequente mercantilização cultural. A década de setenta apresenta, nas

grandes metrópoles, imensas áreas degradadas, que atestam as crises que atravessam as cidades. Era preciso encontrar uma saída, que não podia se fixar no Estado do Bem Estar Social, pois os ventos mundiais liberalizantes já não permitiam tal pretensão, e o “velho” planejamento não poderia, tampouco, ser tábua de salvação, por estar circunscrito a uma matriz Keynesiana e Fordista que estava sendo superada naquele momento.

Os enfoques nos problemas da cidade deixam de lado questões como a explosão demográfica, para se aterem à desindustrialização crescente e derrelição de expressivas áreas no conjunto urbano. Quanto a esse ponto, Hall (1995) é esclarecedor quando destaca um trecho de uma palestra por ele proferida, em 1977, no congresso do Royal Town Planning Institute realizado em Chester:

*(...) O melhor pode ser inimigo do bom. Se realmente quisermos socorrer as áreas intra-urbanas e as cidades em geral, talvez tenhamos que usar remédios altamente heterodoxos (...) possivelmente um remédio extremo, a que eu daria o nome de solução Porto Livre. Áreas intra-urbanas, pequenas e seletas, seriam simplesmente abertas a todo tipo de empreendimento, com um mínimo de controle. Em outras palavras, nosso objetivo seria recriar a Hong Kong dos anos 50 e 60 dentro da Liverpool ou da Glasgow intra-urbanas. (p. 421)*

Os remédios “altamente heterodoxos”, na verdade, visavam a permitir que a cidade fosse ao encontro dos investimentos capitalistas sem fazer a regulação que a antiga forma de planejamento fazia. Esse posicionamento foi decisivo na organização de um “consenso” que será comentado posteriormente. Talvez algumas perguntas pudessem ser colocadas a propósito desse acordo. Como alguém ou algum grupo pode ser contra os investimentos em cidades que tiveram

uma queda acelerada de empregos? Como se pode ser contra a gentrificação de áreas urbanas degradadas? O próprio Peter Hall as responde quando qualifica os seus críticos, Soja, Morales e Wolff, de “radicais de esquerda”.<sup>8</sup> Se Hall tivesse tido contato com o pensamento de Otilia Arantes, talvez a incluísse na sua lista de radicais de esquerda, pois ela faz uma crítica contundente às suas posições em Arantes et al.(2000).

*A naturalidade com que alguns teóricos ou urbanistas encaram o arrastão empresarial provocado pelo triunfo incontestável do mercado faz com que o fenômeno transpareça, sem disfarces, nos próprios textos desses autores. É o caso de Peter Hall, cuja percepção desabusada nos interessa em mais de um ponto (...)*  
(p. 20)

A crítica de Otilia Arantes classifica como eufemismo expressões caras ao jargão desses teóricos, como, por exemplo, "a parceria criativa", e reforça a posição de que a cultura passara a ser o cimento da aliança de classes e interesses que colocava em movimento a máquina urbana de crescimento.

Jordi Borja, um dos principais teóricos desse tema, oferece, no artigo “As Cidades e o Planejamento Estratégico: Uma Reflexão Européia e Latino-Americana”, uma síntese dessas proposições, colocando como diagnóstico o fato de o século XX ter sido das cidades e o XXI ser urbano, destacando o papel político que vem sendo assumido pelas cidades em todo mundo. Mas o marco colocado como fundamental é também a reação das cidades americanas às políticas neoliberais implantadas por Reagan e Bush. Fixando este pensamento em Borja (1996):

---

<sup>8</sup> Peter Hall apresenta, no seu livro *Cidades do Amanhã*, uma espécie de relatório contendo um expressivo número de estados americanos que fazem leis criando mais de 1400 zonas de empreendimento locais em 680 localidades. O autor deixa claro que os seus resultados foram inapelavelmente condenados por analistas urbanos radicais de esquerda.

*O neoliberalismo exacerbado das gestões Reagan e Bush não só suprimiu brutalmente grande parte dos serviços sociais que atendiam às necessidades mínimas de um terço das populações urbanas, mas favoreceu a desindustrialização e o desemprego nas cidades, bem como a queda nas receitas do governo locais. Entretanto algumas cidades reagiram e empreenderam ambiciosos projetos estratégicos, combinando objetivos de crescimento econômico e desenvolvimento urbano (...)* (p. 81)

Na seqüência, Borja refere-se a algumas cidades européias<sup>9</sup>, principalmente às do leste europeu, como paradigmáticas desse processo. Cita algumas cidades latino-americanas como México, Bogotá e Buenos Aires, e, finalmente, chega a Barcelona, seu lugar de origem, e explica o papel decisivo que tiveram os jogos olímpicos na reação Catalã. Importante destacar a explicação encontrada pelo autor para os “fracassos” dos projetos estratégicos de algumas cidades como Milão, Turim, Tognoli e Novelli: a simples ausência de uma liderança personalizada.

Em resumo, podem-se elencar os requisitos colocados por Borja para o sucesso do projeto estratégico de cidades: reconhecimento generalizado da crise provocada pela globalização e unificação dos diagnósticos dos vários segmentos; liderança personalizada e carismática; vontade dos cidadãos de promover uma reação.

Na verdade, a proposição de Borja, embora em alguns momentos possa parecer contraditória em relação ao neoliberalismo, vai ao seu encontro ao estimular a competição entre cidades, o que é uma evidência muito explícita da aceitação dos processos de globalização como algo irreversível.

---

<sup>9</sup> Berlim, Budapeste, Praga e Varsóvia.

Essa primeira associação do pensamento de Borja com as proposições liberalizantes visa, antes de tudo, a construir uma passagem para ligá-lo a algumas correntes do pensamento local, a exemplo de Fischer (1996), principalmente quando esta afirma que:

*Nessa perspectiva, o plano estratégico de Barcelona é exemplar. Experiência iniciada por volta de 1988, teve por referência o plano estratégico de São Francisco, do início dos anos 80, o qual, por sua vez inspirou-se no modelo implementado em empresas privadas na década de 70. O que importa aqui não é a análise exaustiva desse modelo de plano de mercado teor funcionalista em seu início – não por acaso recriado como projeto estratégico pela própria Barcelona e replicado em cidades latino-americanas, como Bogotá, Rio de Janeiro e Salvador. (p. 16)*

Essas afirmativas são esclarecedoras para que se compreendam as bases do consenso, tão caro ao plano estratégico de cidades, e que se estabelece em Salvador a partir do reconhecimento, tanto do governo como de alguns setores progressistas, de que existia uma crise que atingia a todos, independentemente de classe social, etnia ou gênero. Nesse caso, o turismo, associado à mercantilização da cultura, seria, como de fato se confirmou, a costura da unificação requerida pelo Plano Estratégico de Cidades.

Tais setores do pensamento acadêmico, embora não tivessem abdicado da crítica da intervenção estatal (pois, em muitos momentos da sua intervenção, a crítica se faz presente), expressam, de forma clara, a renúncia à crítica ao sistema capitalista e/ou ao processo de globalização econômica. E, na medida em que se formula uma crítica “por dentro” do sistema, favorece-se a sua naturalização, e se constroem os consensos necessários à implantação da massificação do turismo. O espaço é transformado em mercadoria, segregando e

excluindo a maior parte da população desse projeto, ainda que no discurso esteja contido “o poder distributivo de renda e multiplicador de empregos” da atividade turística e do carnaval. Esse argumento busca desmontar de antemão a capacidade de articulação de um discurso crítico, que coloque qualquer alternativa ao sistema. O máximo que se poderia alcançar seria a possibilidade de apontar elementos de gestão de alguns conflitos resultantes desta mercantilização cultural.

Acerca dessa questão, Vainer (2000) enfatiza o caráter de competição entre as cidades, embutido no Plano Estratégico de Cidades, e identifica que, no passado, o debate sobre a questão urbana incluía, na agenda, pontos como crescimento desordenado, força de trabalho, equipamentos coletivos e uso do solo, enquanto que “a nova questão urbana” teria como ponto central a competitividade urbana. E essa competitividade entre cidades, ou, como prefere Santos e Silveira (2001), referindo-se às ofertas de incentivos fiscais às empresas, “**guerra de lugares**”, desenrola-se e é estimulada por uma administração municipal de esquerda, tendo no comando a prefeita Lídice da Mata<sup>10</sup>. Observe-se um fragmento de um comunicado da assessoria de imprensa da Prefeita, contido nos arquivos da EMTURSA, no Relatório do carnaval de 1993:

*Argumenta Emília Silva, Diretora-Presidente da EMTURSA. Emília sustenta que, apesar da campanha detonada pelo Rio de Janeiro contra o carnaval da Bahia, “os turistas e os próprios cariocas, não param de chegar a Salvador...” segundo ela, até a campanha contra a cidade serviu para incentivar o turismo ao invés de abalá-*

---

<sup>10</sup> No carnaval de 1993, a prefeita Lídice da Mata foi protagonista da “guerra contra o Rio”. Um comunicado de sua assessoria de imprensa revela os contornos da disputa ao se posicionar da seguinte maneira: “A Prefeitura de Salvador vem investindo pesado para garantir a animação nas ruas da cidade, onde, ao contrário do Rio de Janeiro, ‘o povo não paga para brincar’, como salientou a prefeita Lídice da Mata”.

*lo. “Todos agora querem ver que carnaval é esse que mexeu com o do Rio (...) e é natural que o país entediado com a festa teatral da Marquês de Sapucaí, volte os olhos para a alegria e participação nas ruas de Salvador”, concluiu. (EMTURSA:1993:s.p.)*

David Harvey observa, a partir de sua pesquisa sobre as cidades americanas, uma situação ocorrida em relação ao governo urbano, que passa de uma condição de gerenciamento para a de empresariamento, sendo essa passagem condicionada e orientada pela competição que as cidades, desde então, passariam a travar com o advento da globalização econômica. Nessa direção, pode-se argumentar que as transformações ocorridas em Salvador, a partir do início da década de 1990, podem ser cotejadas com as afirmativas de Harvey (1996):

*(...) De fato, a redução nas barreiras espaciais acirrou a competição entre localidades, estados e regiões urbanas. Dessa maneira a administração urbana orientou-se mais no sentido de prover um “bom clima de negócios” e oferecer todos os tipos de atrativos para trazer capitais para a cidade. É claro que a ampliação do empresariamento foi o resultado parcial desse processo (...) precisamente porque a busca de novos capitais de investimento confina a inovação a limites muito estreitos, construídos em volta de um pacote favorável para o desenvolvimento capitalista e tudo que ele acarreta. A tarefa da administração urbana consiste, em resumo, em atrair para seu espaço uma produção altamente móvel e flexível e fluxos financeiros e de consumo (...) (p. 57).*

As intervenções no Pelourinho, iniciadas em 1992, enquadraram-se no que atualmente é nomeada por alguns segmentos de estudiosos do urbanismo de requalificação, ou gentrificação, palavra essa derivada da americana

*gentrification*, que significa tornar “nobre” um determinado espaço abandonado por perda de dinamismo econômico, produzindo as deseconomias de aglomeração ou as deseconomias da urbanização.

O Pelourinho, depois da reforma, passa a ser um dos ícones mais caros de uma suposta baianidade, sendo, junto com o carnaval, um dos principais produtos de “venda da imagem da cidade”. A gentrificação soteropolitana, no entanto, não teve a máscara das intervenções ocorridas em outras partes do mundo. Ela foi realizada a partir de um processo generalizado de expulsão da população que ali habitava, com a utilização de todos os meios possíveis de coação e violência, e a resposta social, no geral, foi de apatia, complacência ou adesão, a depender do segmento.

O pensamento acadêmico local – embora tivesse um traço marcadamente de omissão ou de adesão – expressou o caráter excludente e elitista da reforma ali realizada, através de alguns trabalhos que podem ser classificados como exceção, como os de Magnavita (1995), e de Fernandes e Gomes (1993) e Silva (1999).

O Pelourinho, na verdade, foi transformado em um grande palco do espetáculo – não da baianidade, como querem alguns –, contando, na maioria das vezes, com o decisivo patrocínio do Estado. Ao mesmo tempo em que existem manifestações ligadas principalmente à produção musical local e vínculos com blocos e afoxés carnavalescos, lá é também um espaço para festas que não guardam ligação alguma com o passado do lugar, nem com a sua população remanescente.

Atualmente, o acontecer do Pelourinho e toda sua programação tem um caráter impositivo do planejamento do governo urbano, que, junto com alguns

grupos capitalistas privados, produzem o espaço de forma que esse se adeqüe aos seus interesses, cujo motor é o consumo do espaço como mercadoria. Isso, naturalmente, resulta em alienações que Santos (2000), principalmente quando analisa o resultado dos feixes de fluxos mundiais sobre o espaço local, nomeia de “esquizofrenia do espaço”. Acrescente-se também que, na medida em que as relações sociais que se processam no espaço são hegemônicas pelos fluxos globais, abrem-se portas para a produção de simulacros, o que talvez a análise de Guy Debord (1998) sobre o mundo do espetáculo e sua conexão com o mundo da mercadoria explicita melhor:

*O mundo presente e ausente que o espetáculo faz ver é o mundo da mercadoria dominando tudo o que é vivido. E o mundo da mercadoria é assim mostrado como ele é, pois seu movimento é idêntico ao afastamento dos homens entre si e em relação a tudo que produzem. (p. 28)*

Todavia, a tônica de parte da produção acadêmica sobre a gentrificação do Pelourinho foi da louvação acrítica à louvação mais tímida, como a encontrada no trabalho intitulado "Centro Histórico de Salvador: a gestão em parceria de novos tempos e novos espaços", de autoria de Tânia Fischer, Florence Heber, Suzana Moura, Ângela Teixeira e Maria de Lourdes Siqueira<sup>11</sup>. Nesse artigo, conforme se vê, assinado por cinco mãos, apesar de se reconhecerem em alguns trechos os conflitos decorrentes da reforma do Pelourinho, no geral demonstra a adesão ao projeto, como é explicitado em Fischer *et al.* (1996):

---

<sup>11</sup> A citação de todos os autores tem a intenção de dar ao leitor a dimensão deste pensamento, tanto em termos numéricos quanto em termos de referencial acadêmico.

*Fortemente criticado como “ilha de fantasia histórica à guisa de um shopping center” (Magnavita, 1995) em decorrência da intervenção governamental, o Pelourinho é reconhecido também como locus de afirmação da identidade da cultura negra que aí, através das organizações afro-baianas (Olodum, Ilê-Ayê, Filhos de Gandhi), encontra sua expressão em vários produtos culturais de exportação (Dantas, 1993; Fischer e Dantas, 1994). (p. 174)*

A conclusão da pesquisa expõe ambigüidades que, ao final, resultam numa louvação menos tímida:

*As contradições são evidentes, pois no projeto governamental a requalificação do centro histórico passa necessariamente pela revitalização econômica através da oferta de bens e serviços de alto nível, mas indiscutivelmente não prescinde da base social remanescente (e das organizações produtoras de cultura). Este, talvez, consista num dos aspectos de maior vitalidade e conseqüentemente, de atratividade do Pelourinho (id.ibid.:178).*

O conflito é identificado no pensamento de Magnavita, mas é imediatamente rechaçado por Fischer et al. (1996) e Dantas (1999), sendo que a primeira é co-autora deste documento, juntamente com mais quatro articulistas. Resumindo, são seis estudiosos que pensam de forma diferente da de Magnavita, que tem o seu pensamento apresentado no trabalho apenas para que seja sublinhada a sua condição de pensamento minoritário.

É dessa forma que se constrói o consenso necessário à *Mundialização Soteropolitana*, que, neste trabalho, será enfocada como um neologismo que designa o reconhecimento de uma crise na cidade que atinge a todos, crise essa que poderia ser identificada através da degradação de importantes áreas históricas e da crença no poder redentor do turismo, tendo o carnaval como seu

principal produto. E só dessa forma a cidade poderia se transformar em um nó da rede mundial de cidades.

Aparece, ainda, como um poderoso componente da Mundialização Soteropolitana, a cultura como um produto mercantil, que é apresentada como o cadinho das oportunidades tanto para os grandes empreendedores quanto para o grande número de miseráveis da cidade. E o carnaval, para essas correntes, realizar-se-ia como expressão máxima dessa cultura, não pela sua especificidade, mas pela sua prevalência hierárquica sobre os demais brasileiros, gerando uma oportunidade ímpar de realização de valor dessa mercadoria chamada cultura, o que pode ser apreendido e reforçado em Arantes (1998):

*Num de seus ensaios sobre esse processo de expansão da cultura, Mike Featherstone afirma que justamente o excedente monetário (...) vem sendo utilizado, desde a última década (...) “para acelerar sua gentrification e uma elevação no prestígio geral da cidade”. Seria o caso de lembrar muito a propósito o quanto este tipo de requalificação vem sendo aplicado em nossos centros urbanos (à brasileira, é claro: entre outros sirva de exemplo barateado o Pelourinho de Salvador, convertido em cenário para estereótipos baianos). (p. 156)*

Silva (1999) também se coloca ao lado dos estudiosos locais que identificam os problemas da requalificação do Pelourinho, enfocando principalmente os problemas dos moradores daquele local, surgidos a partir das intervenções do início da década de 1990:

*O modelo comercial adotado nas áreas centrais foi o de shopping center a céu aberto que oferece maior apelo ao turista, garantindo maior número de pessoas durante maior número de horas do dia e da noite, mas, nas áreas periféricas, houve um*

*“reassentamento” das funções residenciais, estabelecidas de forma precária, especialmente trazendo prejuízo para a Barroquinha e Baixa dos Sapateiros, muito procuradas como abrigo improvisado por aqueles que perderam seus imóveis durante o processo de restauração. (p. 264)*

O termo Mundialização Soteropolitana, tratado aqui como neologismo, é a síntese de um processo inspirado nas competições entre empresas americanas na década de 60, transferido, num primeiro momento, para algumas cidades dos EUA e, mais tarde, para as cidades européias. No Brasil, pela influência dos autores catalães, Barcelona passou a ser a cidade paradigmática. A Mundialização Soteropolitana é um conjunto de formulações políticas e acadêmicas que utiliza como artifício o reforço a alguns símbolos identitários dos habitantes do lugar, sendo esses símbolos escolhidos conforme a conveniência da tríade mercado/mídia/lucro. Aposta na competição entre cidades e apresenta Salvador como um lugar hierarquicamente superior a outros lugares do Brasil, ou até do mundo.

Como reforço a esse argumento, pode ser acrescida a análise de Vainer (2000), que fornece os elementos complementares para uma compreensão mais abrangente dessa realidade mitificada.

São três as categorias fundamentais apresentadas por Vainer para caracterizar o corpo teórico do Planejamento Estratégico: Cidade-Mercadoria, Cidade-Empresa e Cidade-Pátria. A Cidade-Mercadoria teria como traço a importância que passa a ser desempenhada pelo *marketing urbano*, incorporado como o componente principal do planejamento urbano, pelo fato de a cidade precisar ser vendida, o que faz Vainer (2000) formular a seguinte questão:

*(...) o que é que, afinal de contas, se vende quando se põe à venda uma cidade? A resposta não é fácil, pois, na verdade, ela depende de quem se tem em vista como comprador. Conforme sejam as características dos compradores visados os atributos a serem vendidos seriam diferenciados. (p. 78)*

Esses questionamentos, colocados pelo autor em análise, parecem não encontrar ressonância em uma boa parte dos estudiosos que analisam turismo e carnaval em Salvador, seja o recorte econômico, antropológico, sociológico, urbanístico, ou qualquer outro. O fato é que o consenso, ao naturalizar e até louvar a mercantilização cultural, segrega a crítica, deixando para ela a condição do gueto.

Determinados autores, em alguns momentos, reconhecem os problemas que a venda da cidade não conseguiu solucionar. Porém, logo depois, relativizam a situação, mostrando um outro lado, e tudo passa a ser uma questão de ponto de vista do espectador ou estudioso. Isso é o que se observa em um dos mais destacados pesquisadores de cultura, etnicidade e carnaval de Salvador, o Antropólogo Milton Moura, que se pronuncia desta forma:

*Do ponto de vista dos indicadores convencionais de desenvolvimento e bem-estar, tudo isso seria pouco, pois não altera o quadro de pobreza e marginalização da maioria da população. Visto de outro ângulo, o quadro pode ser visto com mais otimismo: a Negritude é, hoje, o emblema oficial da beleza da cidade e seus adolescentes e jovens experimentam um crescimento notável em termos de auto-estima. (Moura, 1998:32)*

Adiante, a ambigüidade porventura identificada nesse fragmento é dissipada, quando o mesmo autor conclui afirmando que:

*Na era da globalização, a cidade do Salvador, que nunca se especializou em produzir mercadoria alguma por muito tempo, torna-se ela própria mercadoria, enquanto representação de uma coreografia entre mundos. O que coloca no tabuleiro da baiana é a representação de uma cidade como ensaio de convivência étnica excitante, prazerosa e integradora. (Id. ibid., p. 32)*

Outro pesquisador, Paulo Miguez (1998), autor de vários trabalhos que enfocam principalmente a economia do carnaval, estabelece a relação dessa com a sua cultura e faz coro com Moura e a cidade-mercadoria, quando afirma:

*O carnaval, então “passa a ser visto como um negócio estratégico pelos arranjos institucionais públicos e privados que se desenvolvem no seu entorno” (Loiola e Miguez, 1995, p. 344), inaugurando a aproximação entre festa e indústria cultural, e pondo em movimento o que já vem sendo chamado genericamente de ‘indústria do axé’. (p. 51)*

No mesmo trabalho, o autor conclui de forma taxativa e até profética, ressaltando a vocação de Salvador para produzir *bens simbólicos culturais*. Destaca a importância do turismo e do lazer para a economia da cidade e conclui de forma definitiva, colocando a mercantilização da cultura como possibilidade de ser a locomotiva que vai conduzir a cidade para enfrentar os obstáculos impostos pela globalização:

*Assim, alinhando memória, cultura e festa, e articulando esse trinômio com os aparatos da indústria cultural, a Cidade da Bahia pode estar assentando as bases do seu futuro a partir do que a individualiza, diferencia e potencializa nos enfrentamentos dos desafios impostos pela globalização. (Id. ibid., p. 53)*

A possibilidade de a cidade estar assegurando o seu futuro – enfrentando, através de uma mercantilização cultural agressiva, os percalços da globalização –

conduz a um falso entendimento de que todos, na “cidade” referida pelo autor, participariam dos ganhos da indústria cultural de forma igualitária. Na verdade, não existe evidência alguma que conduza a esse tipo de compreensão. Ao contrário, os indicadores sociais, a exemplo da distribuição de renda explicitada na figura 2, mostram que, coincidentemente ou não, a situação da grande maioria da população teve um considerável agravamento no período em que o turismo e a indústria cultural fincaram suas bases como segmentos hegemônicos das políticas públicas.

Essa linha de compreensão também é reafirmada por Dantas (1999):

*(...) que se pense em incentivos fiscais generalizados para as várias formas de produção artística e cultural, de modo a transformar Salvador numa zona franca cultural(...) a gente já sabe que, hoje, o carnaval da Bahia emprega mais gente do que o Pólo Petroquímico. A empregabilidade do setor industrial caiu terrivelmente. Isso é histórico e é mundial, e não tem reversão no horizonte possível. A área que mais emprega, que é a área de serviços, o setor terciário, é a área na qual está colocada a produção cultural. É uma área que é a vocação de Salvador(...)*  
(p. 56)

O autor citado saúda o número de “empregos” do carnaval como algo mais importante do que o número de empregos do Pólo Petroquímico da Cidade de Camaçari, localizada na Região Metropolitana de Salvador, sem, em nenhum momento, fazer comparações entre as remunerações dos trabalhadores de um ou do outro setor, assim como sobre o tempo que cada grupo de trabalhadores passa empregado em cada um desses setores, isso sem falar no abismo dos benefícios sociais entre eles. Essas proposições, antes de tudo, demonstram uma evidente vontade de distorcer a realidade para adequá-la aos seus desejos.

**Figura 1: DEMONSTRATIVO DE GASTOS COM PUBLICIDADE PELOS GOVERNOS FEDERAL E ESTADUAL DESTACANDO ALGUNS ÓRGÃOS, EXTRAÍDO DO JORNAL O ESTADO DE SÃO PAULO ([WWW.ESTADAO.COM.BR](http://WWW.ESTADAO.COM.BR)), 25/03/2001.**

A aceitação do jogo imposto pela globalização fica caracterizada nos pensamentos aqui expostos, sendo que a justificativa para essa aceitação acrítica apóia-se no medo de que a cidade de Salvador possa ser “desligada” da rede mundial, e, com isso, tornar-se uma cidade-região perdedora. Harvey (1996) pode ser utilizado como subsídio para o que aqui se afirma, ao propugnar que

*A ênfase no turismo, na produção e consumo de espetáculos, na promoção de eventos efêmeros numa dada localidade representam os remédios favoritos para economias urbanas moribundas. Investimentos urbanos desse tipo podem ser paliativos imediatos apesar de efêmeros aos problemas urbanos. Mas estes são, em geral, altamente especulativos. (p. 59)*

Neste ponto, um alinhamento da formulação de David Harvey, pode ser dada pelo pensamento do historiador Renato da Silveira (2001), quando analisa, em entrevista, os problemas do turismo e da mercantilização cultural em Salvador:

*(...) vejo aqui uma política burra de todos os poderes políticos que têm se sucedido. Na verdade, há muito mais uma folclorização da cultura, ou uma instrumentalização da cultura tradicional para efeito de prestação de serviços exóticos ao turismo internacional. Esse é o quadro preponderante que eu vejo (p. 60).*

O relatório do carnaval de 1984, demonstra de forma clara, a intencionalidade dos governos estadual e municipal de transformar o carnaval em um produto, como resposta a uma suposta crise que assolava o município.

*Devido ao esvaziamento financeiro e político por que vem atravessando o município, vítima da centralização excessiva por parte do Estado e da União, delegou-se à BAHIA TURSA, como órgão oficial de turismo do Estado, a responsabilidade de*

*responder pelo evento, visto agora como um produto que pela sua grandeza, oferece enorme potencialidade como gerador de recursos. (BAHIATURSA:84)*

Novamente Guy Debord (1998), em seu magistral ensaio "A sociedade do espetáculo", oferece um contraponto, que é também uma possibilidade de construção de um ponto crítico, ao se referir ao consumo da cultura associado à sua negação.

*Ao ganhar independência, a cultura começa um movimento imperialista de enriquecimento, que é ao mesmo tempo o declínio de sua independência. A história, que cria a autonomia relativa da cultura e as ilusões ideológicas a respeito dessa autonomia, também se expressa como história da cultura. E toda história de vitórias da cultura pode ser compreendida como a história da revelação de sua insuficiência, como uma marcha para sua auto-supressão. A cultura é o lugar da busca da unidade perdida. Nessa busca da unidade, a cultura como esfera separada é obrigada a negar a si própria. (p.119)*

O marketing urbano como definidor da venda de cidades, conforme observado por Vainer nos trabalhos dos teóricos do Planejamento Estratégico de Cidades, é um componente levado muito a sério no caso do Estado da Bahia, sobretudo no que toca ao segmento turístico e ao carnaval como seu principal produto. Esse marketing urbano ganha dimensões que podem ser verificadas na figura 1. Não é por mera coincidência que a BAHIATURSA, hoje, está entre os principais órgãos estatais, apresentando um volume de recursos muito superior a outro grande anunciante, que é o próprio governo da Bahia, gastando mais do que muitos ministérios do Governo Federal.

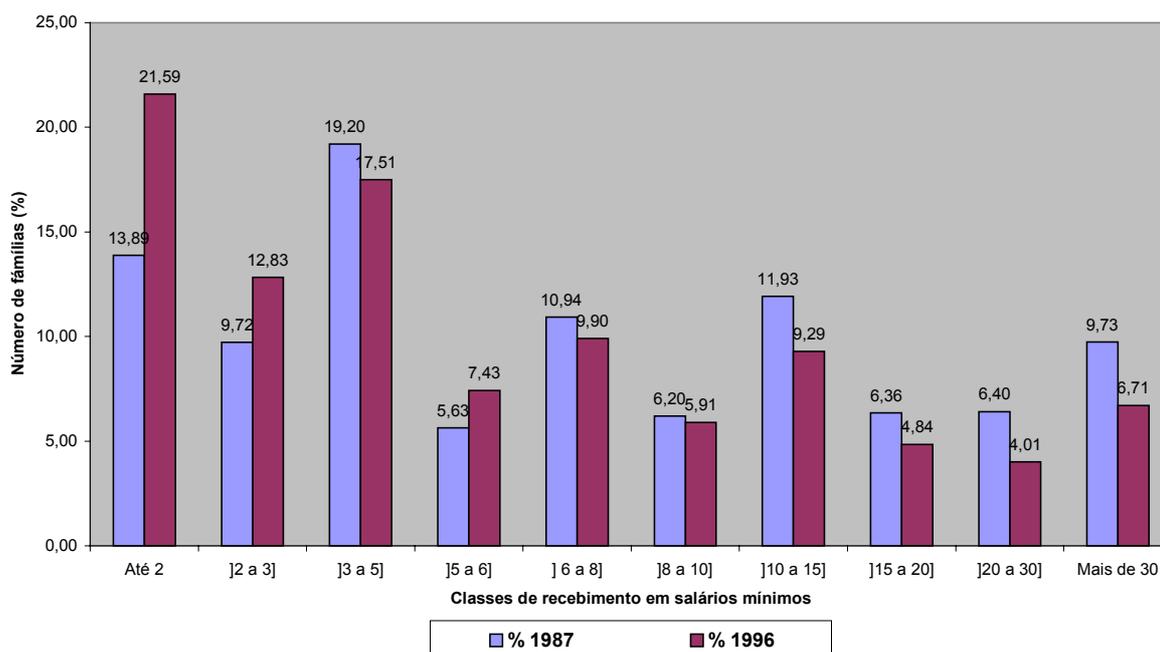
Sobre a estratégia de transformar o Estado e a cidade em mercadoria, os argumentos podem ser alinhavados num fragmento extraído de uma matéria do *Jornal Estado de São Paulo* do dia 25 de março de 2001.

*SALVADOR – Para justificar o uso das verbas em publicidade, o governo estadual exhibe os bons resultados no turismo e no setor industrial assinalando que "vender" a Bahia para o resto do Brasil é uma estratégia que está dando certo. No carnaval, o principal evento turístico local, o Estado recebeu 900 mil visitantes, de acordo com a Empresa Brasileira de Turismo (Embratur). A Bahia bateu, inclusive, os cerca de 500 mil visitantes que foram ao Rio de Janeiro e superou as estimativas dos órgãos de turismo locais, que esperavam 450 mil turistas.*

A cidade-empresa do Planejamento Estratégico de Cidades, segundo Vainer (2000), não é só uma cidade que busca empresários empreendedores, que se restringiriam aos aspectos administrativo, gerencial e operacional. Para ele

*(...) é o conjunto da cidade e do poder local que está sendo redefinido. O conceito de cidade, e com ele os conceitos de poder público e de governo da cidade são investidos de novos significados (...) a constituição e legitimação da nova cidadania conferida aos segmentos estratégicos caminham pari passu com a destruição dos grupos com "escassa relevância estratégica". (p. 89).*

A partir daí, podem-se formular algumas perguntas. O folião pipoca, embora seja o grupo mais numeroso do carnaval de Salvador, não seria hoje um grupo de escassa relevância estratégica? Quem tem relevância estratégica no carnaval de Salvador?



**Figura 2: DISTRIBUIÇÃO RELATIVA DA RENDA FAMILIAR NOS ANOS DE 1987 E 1996 NA REGIÃO METROPOLITANA DE SALVADOR FONTE: IBGE/POF, 2000**

A cidade-empresa pode ser identificada facilmente em Salvador, quando se vê o Pelourinho ganhar o prêmio *'Top of mind'* em pesquisa que busca identificar quais são as marcas e empresas mais memorizadas pelo consumidor – junto com fábricas de biscoitos, blocos de trio, oficinas mecânicas, *shopping centers*, e vários outros segmentos da atividade empresarial. Esse prêmio foi fartamente comemorado pela mídia através de todos os seus veículos: *outdoors*, rádios, televisões e jornais, como o reconhecimento de um projeto que atingiu os seus objetivos. O que não deixa de ser a mais pura expressão da verdade. O Pelourinho e o carnaval hoje se constituem nos mais acabados exemplos de sucesso da cidade-empresa, que se apóia na cidade-pátria. A cidade-pátria é a terceira categoria que Vainer localiza na construção teórica do Planejamento Estratégico de Cidades, e um dos principais elementos para a sua formulação. É, sem sombra de dúvida, a busca obsessiva do consenso, pois, segundo seus

formuladores, não há possibilidade de sucesso do projeto de cidades, sem que haja uma unidade sem possibilidades de brechas, fato que é também identificado por Souza (2000), quando diz que a busca desenfreada do consenso torna essa concepção autoritária e impositiva.

**Figura 3: DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS DO CONCURSO *TOP OF MIND* QUE PREMIA AS MARCAS MAIS LEMBRADAS EM SALVADOR. (Fotos: Jussara Dias, 2001)**

Para Vainer (2000):

*Uma vez conquistada a trégua social pelo sentimento generalizado de crise, a promoção sistemática e planejada do patriotismo de cidade constitui o vetor estratégico da reprodução das condições da paz social no contexto da cidade-empresa e, agora também, da cidade-pátria. (p. 95)*

Ora, o *slogan* de Antônio Carlos Magalhães, quando da sua eleição para governador, era "Orgulho de ser Baiano", e toda propaganda oficial busca desenvolver sentimentos cívicos e de unidade cultural na população de todo Estado, tendo, porém, como referência cultural o modo de vida da Região Metropolitana de Salvador e seu entorno. Harvey (1996) orienta a compreensão desse processo ao afirmar que

*O empresariamento urbano (em oposição ao muito mais disfarçado gerenciamento burocrático) lida aqui com a busca da identidade local e, como tal, abre uma gama de mecanismos para o controle social. Pão e circo foi a famosa fórmula romana, que está sendo agora reinventada e revivida, enquanto a ideologia da localidade, de lugar e da comunidade tornam-se centrais para a retórica política da gestão urbana que se concentra na idéia de união como defesa contra um mundo hostil ameaçador do comércio internacional e da alta competição. (p. 60)*

Alguns autores locais também caminham nesta direção, a exemplo de Oliveira (2000):

*(...) não significa a dispensa de antigos mitos. Ao contrário estes são recuperados ou recauchutados em vista de sua reintegração funcional, a exemplo do que ocorre com a faustosa baianidade, sempre um posto a serviço do outro. Valores fundamentais como a preguiça e a musicalidade do povo, presentes no ritmo*

*carnavalesco, se acoplam como componentes do próprio desenvolvimento na sua nova configuração mistificada posta como referencial dessa sempre nova cultura baiana, cuja reprodutibilidade só pode ser assegurada pela única via considerada legítima de atividade lucrativa. (p. 16)*

Os mídias também desempenham um papel decisivo, formulando e difundindo pensamentos que reforçam a cidade-pátria, a exemplo do publicitário Nizan Guanaes, que gosta de dizer que baiano não nasce, baiano estréia. Isso, além de colocar o privilégio de ser baiano, desenvolvendo o "patriotismo cidadão", induz a população a entender o seu destino como sendo o espetáculo. Esses grupos elegem alguns ícones que vão ter espaço de mídia, de forma a legitimar o discurso pluricultural.

Questões como cidadania, cidade ilegal, favelização, racismo, desemprego, estariam não só excluídas dessa agenda "estratégica", como seriam consideradas impertinências ideológicas de uma esquerda radical. Todo aquele ou aquela que queira inserir-se no debate de quaisquer outros pontos que vão de encontro à cidade-pátria, estará sendo contra a Bahia, e não contra os grupos formuladores da verve patriótica cidadina, desta forma, talvez algumas inquietações e questionamentos de Brandão (1999) possam ajudar a compreender essa discussão:

*Que baianidade é essa que nega direitos a uma parcela importante da própria sociedade e, ao mesmo tempo, nega a negação dessa população, insiste no prazer da cor local, na cultura popular apenas como uma festa, na preguiça atribuída ao povo, numa harmonia com o negro "em seu lugar momesco" e na naturalidade da pobreza? (p. 105)*

Todo esse processo, porém, é realizado com um indescritível autoritarismo pelos donos do poder, que fecham qualquer canal de participação popular. Todo projeto do Pelourinho não teve a mínima abertura para participação da população envolvida, ou de qualquer outro segmento que não fosse o núcleo do poder. Qualquer intervenção urbanística, desde a mais complexa até a mais simples, é uma verdadeira caixa-preta, que não se abre em situação alguma, ou quando assim acontece, como no carnaval, a abertura acontece para os grupos econômicos de maior poder, que produzem o espaço conforme as suas conveniências, privatizando espaços públicos, segregando e excluindo a maior parte dos grupos sociais.

Muitas pesquisas acadêmicas, mesmo que não manifestem um apoio explícito ao grupo político atualmente no poder, nem aos mídias, terminam se encontrando com eles, na medida em que desenvolvem teses como a da baianidade, que, partindo de um arcabouço teórico que leva em conta principalmente a identidade e o regionalismo, recorrem com frequência às ideologias estimuladoras do patriotismo cidadão, colocando Salvador não como lugar particular e especial como outros lugares do mundo, mas como hierarquicamente superior aos outros locais. Um contraponto a esses posicionamentos pode ser encontrado em Lencioni (1999) na afirmação de que

*(...) o discurso em nome da identidade e dos interesses regionais pode servir para legitimar o poder numa determinada região. Por isso a apologia ao diferente não necessariamente se reveste de uma postura progressista, servindo, muitas vezes, para a perpetuação do domínio de lideranças regionais. (p. 194)*

Nesse sentido, a problematização aqui levantada tem a intenção de abrir brechas para discutir a crescente privatização dos espaços públicos pelos grupos

privados de maior poder econômico. Os conflitos, exclusões e segregações espaciais no carnaval, refletidos, sobretudo, nas desumanas condições de trabalho de mais de 50.000 trabalhadores denominados de cordeiros, no crescente trabalho infantil dos catadores de latas, nas precárias condições de 20.000 ambulantes, na repressão, cada dia mais crescente, de manifestações como "A Mudança do Garcia", pelo fato de expressar uma oposição sistemática aos grupos de poder, a manipulação da execução de músicas pelas emissoras de rádio, através do pagamento, em dinheiro, para a execução de músicas pela Associação dos Produtores do Axé (APA), a crescente segregação espacial e temporal dos blocos afro e a introdução do camarote, que desterritorializa, segrega e exclui a maior parte dos foliões, pois a lógica do carnaval passa a ser direcionada para consumidores que fazem parte de uma minoria da população da cidade.

A mundialização soteropolitana, implementada em marcha forçada nos últimos anos, é um jarro quebrado, pois além de não conseguir cumprir as suas promessas de transformações das condições de vida e dignidade da maior parte da população, segmentou, fragmentou e segregou o espaço de tal maneira, que a cada dia fica mais difícil a mediação entre os seus pedaços.

São estas questões que serão enfocadas e debatidas nos próximos capítulos.

## ORGANIZAÇÕES CARNAVALESCAS: TEMPO E ESPAÇO DE CONFLITOS

### ***Mudança do Garcia: um Campo Grande cada dia mais distante***

A Mudança do Garcia, bloco fundado em 1946, é um dos módulos mais antigos do carnaval de Salvador. Na Mudança estão contidas as mais variadas representações de grupos, alegorias e movimentos sociais, como: travestidos, mascarados, pipocas, carroças enfeitadas, movimento de bairro, movimento sindical, crianças, velhos, brancos, negros, mestiços, batuques no solo, carros com som mecânico. Bloco composto de uma reunião de segmentos que se expressam de forma autônoma, mas que, unidos, formam um conjunto peculiar e único, que se origina e se move pelo Bairro do Garcia em direção ao Campo Grande para “desfilar” no circuito oficial. O seu tempo é diferenciado, principalmente do tempo dos blocos de trios, ela se desloca sem cordas, incorporando qualquer folião que queira acompanhá-la nos múltiplos sons e ritmos musicais que ela produz ao longo de seu percurso, sem se ater aos cronômetros do desfile oficial nem aos rígidos tempos exigidos pela televisão.

Um fragmento de uma reportagem recolhida da *Folha de São Paulo* de 27 de fevereiro de 2001, descreve algumas manifestações da Mudança, principalmente o conteúdo das inscrições dos cartazes afixados nas carroças:

*"ACM, a vaca louca do Congresso", "O cabeça branca esqueceu: quem com muitas denúncias bole, leva uma na cabeça", "Jader ganhou, Aécio assumiu, ACM caiu", "FHC trocou o acarajé pelo pato no tucupi". O rompimento do senador Antonio Carlos Magalhães (PFL-BA) com o presidente Fernando Henrique Cardoso foi o principal alvo do Mudança do Garcia, bloco que desfilou ontem no Campo Grande (centro de Salvador). A irreverência e a "invasão" são tradições do bloco, que sai há 51 anos no Carnaval. Apesar de não constar da programação oficial*

*da EMTURSA (órgão de turismo da prefeitura que organiza a festa) e de não ter seu desfile transmitido pelas emissoras de TV, a Mudança "fura a fila" dos blocos de trio e entra à força na passarela do Campo Grande. Segundo um dos seguranças do portão que permite o acesso das entidades ao local, e que preferiu não se identificar, não há como parar a "muvuca". Depois de tantos cumprimentos, agradecimentos e manifestações de apoio, as autoridades do camarote oficial têm de ouvir as reclamações, que não se restringem à política baiana. A violência da Polícia Militar nas comemorações dos 500 anos do Brasil, o caso do TRT de São Paulo, a disputa comercial entre Brasil e Canadá e a ineficiência dos políticos brasileiros também foram alvos de críticas. (Folha de São Paulo, 27 fev. 2001)*

Mudança, lentidão. Grupos hegemônicos, fluidez. Entendendo-se lentidão e fluidez da forma como Santos (2000) esclarece:

*Criam-se, paralelamente, incompatibilidades entre velocidades diversas; e os portadores das velocidades extremas buscam induzir os demais atores a acompanhá-los, procurando disseminar as infra-estruturas necessárias à desejada fluidez nos lugares que consideram necessários para a sua atividade. (p. 84)*

A mercantilização do carnaval de Salvador agudiza os conflitos entre a Mudança do Garcia e o poder público que, junto com os empresários da indústria cultural, são os principais produtores do espaço do carnaval. É cada vez mais difícil para a Mudança conseguir passar pelos portões do Campo Grande, ficando às vezes retida por mais de três horas, sofre boicote da televisão e, reiteradas vezes, é acusada pelos planejadores públicos e empresários do carnaval de “atrasar” o desfile da segunda-feira, dia em que tradicionalmente sai a Mudança.

**Figura 4: CARACTERIZAÇÃO DA MUDANÇA DO GARCIA – CARNAVAL DE 2001.  
(Fotos: Jussara Dias, 2001)**

**Figura 5: CARTAZES/PROTESTO DA MUDANÇA DO GARCIA – CARNAVAL DE 2001. (Fotos: Jussara Dias, 2001)**

O tempo de evolução da Mudança, assim como dos blocos afro, é bastante diferente daqueles dos trios, o que gera um conflito espacial, derivado da pressão para que a Mudança se adapte à fluidez do bloco de trio. No entanto, jamais a Mudança poderá ter a rapidez de um trio.

O suporte principal da Mudança é a comunidade do Bairro do Garcia, que, através de laços comunitários locais, garante a sua permanência, mesmo com as crescentes dificuldades enfrentadas; e o espírito de resistência é perfeitamente incorporado pelos seus participantes, sejam eles moradores, ou foliões vindos de outros bairros, conforme se pode observar nos depoimentos recolhidos para esta pesquisa, durante o desfile da Mudança no carnaval de 2000.

*a Mudança significa uma das mais autênticas manifestações do carnaval da Bahia... significa também a espontaneidade do povo...*  
(Rafael – folião)

*É a primeira vez que estou participando, e para mim está sendo um presente...* (Mércia – travesti)

*Já saio na Mudança há mais de vinte anos... pra mim ela é maravilhosa.. por causa, o carnaval de hoje em dia é um carnaval elitizado... eles acham que os cavalos sujam a avenida...* (Sérgio – folião)

*Vinte anos de Mudança pra mim é a melhor diversão do carnaval da Bahia* (Bubu – folião)

Por ter esta conformação heterogênea, a Mudança, a cada ano, vem atraindo mais grupos desterritorializados no carnaval, como sindicatos e partidos políticos de esquerda, que em um passado recente tiveram mais espaço para se

expressar, mas que, diante dos obstáculos que são colocados às suas manifestações, vêem no bloco um desaguadouro da sua exclusão, fato que, às vezes, provoca uma oposição renhida de alguns estudiosos do carnaval, a exemplo de Moura (2001) que afirma que

*Nos últimos Carnavais, os gestos obscenos, antes carregados de comicidade e explosões libidinosas, foram suplantados pela postura aguerrida dos jovens militantes do PC do B e de setores do PT, dirigindo protestos e invectivas contra os representantes do governo municipal e estadual presentes nos camarotes. O lixo de penicos e colchões furados foi substituído pelo lixo da dinâmica político-institucional... Talvez o modelo da Mudança já tenha encerrado sua vigência; em contrapartida o módulo da Mudança do Garcia foi apropriado pelos setores de militância política que mais se distanciam do texto da baianidade, numa busca de acontecer publicamente, de alguma forma, no universo do Carnaval de Salvador. (p. 374)*

A partir destas considerações, fica claro o posicionamento de Moura, pois este ao longo de todo seu trabalho não faz nenhuma referência sequer à repressão do poder público à Mudança. Vê-se claramente a sua má vontade em aceitar as transformações na Mudança como fortalecimento do espaço de resistência no carnaval, ao contrário, para ele a simples presença dos partidos políticos no bloco anuvia sua visão de tal forma que não lhe é possível enxergar a multiplicidade dos grupos que são incorporados à Mudança. De certa forma, pode-se intuir que na medida em que o bloco se afasta do seu “texto da baianidade” ele estaria caminhado para seu ocaso, pois no texto da baianidade, todas as arestas tendem a se transformar em curvas.

**Figura 6: A DIVERSIDADE NO DESFILE DA MUDANÇA DO GARCIA – CARNAVAL DE 2001. (Fotos: Jussara Dias, 2001)**

É importante observar que a resistência e a oposição da Mudança do Garcia no carnaval não se expressam exclusivamente em seus cartazes de protestos políticos conjunturais, explicitados através de carros de som de sindicatos ou carroças, mas sim através de uma espacialização que subverte o planejamento oficial, fazendo da Mudança o fragmento mais bakhtiniano do carnaval de Salvador, se for observada a descrição das características carnavalescas de Bakhtin por Stam (1993):

*O carnaval, para Bakhtin, expressa uma 'segunda vida' do povo e destrói, ao menos num plano simbólico, todas as hierarquias opressivas, redistribuindo os papéis sociais de acordo com a lógica do 'mundo de cabeça para baixo'. O carnaval promove uma relação lúdica e crítica com todos os discursos oficiais, sejam eles políticos, literários ou eclesiásticos” (p. 171).*

A Mudança incorpora grande parte desses elementos, na medida em que leva para rua a paródia de costumes, incorpora grupos de homens travestidos, já desfilou muitas vezes com o bloco dos Cornos<sup>12</sup>, em 1987 incorporou o afro Muzenza no seu cortejo<sup>13</sup>, espalha excremento de eqüinos na pista do desfile principal, traz um protesto político mordaz, tem lugar e hora definidos para a concentração, ao passo que, não existe nenhum lugar nem hora estabelecidos para a dispersão, e, principalmente, não respeita os rígidos tempos estabelecidos pelo governo urbano, para o desfile das entidades na praça do Campo Grande. A Mudança subverte completamente a nova dinâmica espacial estabelecida pelos grupos empresariais ligados ao turismo e ao carnaval.

---

<sup>12</sup> Designação popular para os homens que são traídos por suas companheiras.

<sup>13</sup> Moura (2001) explicita: O Muzenza (...) Em 1987, sem fundos para se apresentar em cortejo próprio, figurou apenas como um dos blocos da Mudança do Garcia. (p. 350)

O Malê Debalê, em 1996, foi patrocinado por uma rede de supermercados (Peti), hoje incorporada à rede Bom Preço. No ano seguinte, houve o cancelamento do patrocínio, com a alegação de que o bloco desfilava na madrugada, e por isso não existia retorno do investimento. A solução adotada pelo Malê foi sair logo após à Mudança do Garcia, em cortejo por eles denominado de Levante Malê. Este protesto, que teve a Mudança como receptáculo, foi um ponto de inflexão para que mais tarde fosse modificado o horário de desfile de alguns blocos afro para o começo da noite, questão que será analisada de forma mais detalhada posteriormente.

O grande equívoco ao se analisarem os conflitos da Mudança com o poder público é atribuir a causa destas aos cartazes de protesto políticos carregados por esta entidade, pois isto ocorre desde a década de 1910, por que só agora estaria inviabilizando o seu movimento no carnaval? Um dos choques entre a Mudança e o governo urbano e os grupos empresariais pode ser localizado na espacialização carnavalesca de cada grupo envolvido neste conflito.

O Relatório de Tempo de Desfile de Entidades por Circuito (EMTURSA, 2001) fornece subsídios importantes para esta argumentação: a Mudança do Garcia ocupou a passarela do Campo Grande por 58 minutos, sendo a entidade que mais tempo permaneceu naquele espaço tão disputado do carnaval, sobretudo no domingo, segunda e terça. Os Blocos, Interasa (Asa de Águia), Corujas (Ricardo Chaves), Camaleão (Chiclete com Banana), Eva (Ara Ketu), Cheiro de Amor e Pinel (Ivete Sangalo), foram hegemônicos no carnaval de

Salvador, na segunda-feira, enquanto a Mudança permaneceu os 58 minutos<sup>14</sup> referidos, eles desfilaram na avenida em 43, 39, 44, 37, 40 e 41 minutos, respectivamente, o que fez o Jornal *A Tarde*, de 27 de fevereiro de 2001, concluir sua reportagem sobre a passagem da Mudança na área de desfile da seguinte forma: *a Mudança quebrou o ritmo dos desfiles dos blocos de trio no centro*. O Relatório do Carnaval 99, volume I, p. 36, por sua vez, deixa clara a indisposição do poder público que organiza o carnaval, ao propor *Rever o tratamento dado à Mudança do Garcia, inclusive numa busca da solução conjunta com entidades de grande porte, haja vista que o desfile de segunda-feira perde muito do brilho, face à celeridade com que se desenvolvem as apresentações e gera a ocorrência de muitas “cordas coladas”*<sup>15</sup>.

Ora, na conformação atual do carnaval de Salvador, é completamente inadmissível que uma organização como a Mudança desestruture toda a programação da televisão, justamente em um fim de tarde de uma segunda-feira de carnaval, horário considerado nobre por todos os canais envolvidos na transmissão das imagens, e ainda por cima ‘roube’ espaço de grandes estrelas da indústria fonográfica nacional e internacional, além disso, o Campo Grande, no ano de 2000, foi o espaço onde a maior parte dos foliões de Salvador brincou carnaval (49% dos entrevistados), segundo pesquisa realizada pela EMTURSA, e divulgada no Relatório do Carnaval 2001.

Esta espacialização faz parte de um conjunto de três alternativas que podem ser colocadas para o carnaval de Salvador, sendo a primeira, aquela hegemônica que não só defende a conservação do planejamento atual, como

---

<sup>14</sup> No ano de 2000, segundo o *Plano de ação 2000*, publicado pela Emtursa, A Mudança do Garcia, também foi a entidade que mais tempo permaneceu na passarela de desfile do Campo Grande, com um tempo de 60 minutos.

<sup>15</sup> Pequena distância entre as cordas dos blocos de trio. Nota do autor.

tenta desqualificar qualquer proposição que vá de encontro a esta, colocando como argumentos, que a atual configuração espacial do carnaval de Salvador obedece a uma lógica “natural” da evolução cultural da Bahia, e como consequência deste fato, o desenho do carnaval baiano é o que se tem de melhor para toda população, sem distinções de classes, etnias, gênero, etc. A segunda posição busca “melhorar” a festa, fazendo proposições que vão desde subsídios com recursos públicos para alguns blocos afro, até a melhoria de decoração, fluidez de vias, organização de horários. A terceira posição que pode ser expressa na Mudança do Garcia coloca como expectativa um poder público garantindo e ampliando cada vez mais o espaço público, que é o espaço da Mudança, o espaço do folião pipoca, dos pequenos grupos de percussão, dos blocos afro, dos travestidos, e de todos os grupos que não são movidos pela lógica mercantil.

### ***O Trio Elétrico já não Chama Gente como no Passado***

No carnaval de 1950, dois músicos, Dodô e Osmar, saíram pelas ruas de Salvador em cima de uma fobica (um Ford T1929), equipada com dois auto-falantes, executando um som totalmente inusitado, que, mais tarde, seria denominado de frevo baiano. O desfile aconteceu por entre o Corso<sup>16</sup>, que a partir dali caminharia rapidamente para o fim.

A passagem por Salvador do bloco Vassourinhas de Pernambuco, na quarta-feira de cinzas, no carnaval de 1950, foi decisiva para o surgimento deste equipamento. Assim, o frevo pernambucano serviu como principal inspiração para que a dupla desenvolvesse o invento. Para Risério (1981):

---

<sup>16</sup> Segundo Góes (2000) O Corso consistia em uma espécie de passeata de carros abertos das famílias de poder aquisitivo mais elevado, onde exibiam suas fantasias caras e brincavam jogando confete, serpentina, e lança perfume uns nos outros. A música não parecia ser um elemento primordial nesta forma de divertimento e a participação das camadas de poder aquisitivo mais baixo era nula.

*Dodô e Osmar não fizeram simplesmente uma cópia ou uma contrafação do Vassourinhas. Pelo contrário, eletrificando o frevo pernambucano (com um trio básico substituindo a orquestra, e instrumentos de cordas em vez de naipes de metais), foram fundo, criando algo absolutamente original na arte brasileira (p. 113).*

Para produzir o “som elétrico”, foi de fundamental importância a invenção da guitarra baiana, à época chamada de pau elétrico, e que para o autor anteriormente citado,

*Sem ter conhecimento da guitarra elétrica, então já existente nos EUA mas inexistente no Brasil, os baianos como que inventaram pela segunda vez este instrumento (...) (p. 113)*

No final da década de 50, Orlando Campos cria o Trio Elétrico Tapajós, que, durante toda a década de 1960 até meados da década de 1970, passa a ser o principal trio do carnaval de Salvador. Destaque-se que, neste período, o trio Dodô e Osmar não se apresentou nas ruas da cidade, e o motivo principal para a sua saída das ruas foi o falecimento do sogro de Osmar, principal inspirador da dupla. Sobre o fato, Góes (1982) registra:

*Em virtude do falecimento do grande incentivador do Trio, Armando Meireles, sogro de Osmar, os dois amigos não encontram ânimo para o carnaval de 61 e, como não teria mais utilidade aquela gigantesca carroceria construída em 58, resolvem vendê-la para Orlando Campos, um rapaz do subúrbio de Periperi, que já vinha seguindo o exemplo de Dodô e Osmar, animando o carnaval de rua da cidade. (p. 60)*

O significado de Orlando Campos, no entanto, vai muito além do fato de ter sido o substituto de Dodô e Osmar no trio elétrico. Foi o trio Tapajós que

introduziu o trio elétrico como um instrumento de veiculação comercial. Sobre isso Góes (1982) observa que:

*(...) é especialmente destacável na medida em que foi ele o indivíduo que percebeu as potencialidades do fenômeno enquanto meio de propaganda e não somente como expressão carnavalesca. Em virtude de seu extraordinário tino comercial é Orlando quem cria no Trio Elétrico a perspectiva de negócio, quem fixa a necessidade do patrocínio, quem primeiro vai utilizar o trio como meio de propaganda comercial, para lançamento de novos produtos ou como meio de propaganda política, comparecendo com seu carro aos comícios interioranos. (p. 61)*

Desta forma, estavam assentadas as bases para a crescente mercantilização que, a partir de meados da década de 1980, se tornaria dominante no espaço carnavalesco, pois, daí até o momento atual, o trio foi passando por transformações na sua forma e no seu conteúdo, incorporando, por exemplo, a percussão, que no primeiro momento ficava em um andar inferior, enquanto guitarrista e vocalistas localizavam-se em um piso superior, sendo que em 1980,

*abraçando a idéia de Bell de tocarem em um trio elétrico, foram contratados pelo bloco Traz os Montes para tocarem no carnaval daquele ano. No ano seguinte, o engenheiro de som Wilson Silva (irmão de Bell e Wadinho) sugeriu e pôs em prática uma idéia revolucionária de fechar toda lateral do trio com caixas de som e usar equipamentos de potência transistorizada, passando todos os músicos a tocarem na parte superior do trio, causando assim, na época grande diferença entre os demais, já que nesses a percussão localizava-se nas laterais inferiores e somente os músicos de corda permaneciam na parte superior. Esta foi a maior*

*revolução do trio elétrico na década de 80.*  
([www.uol.com.br/chicletecombananana/conteúdo\\_historico](http://www.uol.com.br/chicletecombananana/conteúdo_historico))

Esta transformação não obedeceu a um ditame democrático de unificação da percussão e das cordas com os vocais – como propugna o percussionista Carlinhos Brow –, mas se orientou pela lógica da incorporação das inovações tecnológicas. Essa afirmativa se respalda inteiramente na opinião dos criadores dessa inovação, que, em momento algum, se referem ao objetivo de democratização dos segmentos musicais no trio elétrico.

O surgimento do trio elétrico provocou profundas modificações no carnaval de Salvador, na medida em que atraiu as multidões para as ruas, tornando o espaço, em seu entorno, indiferenciado quanto a classes sociais, etnias ou gêneros. O trio democratiza o espaço e reconfigura a organização do carnaval, fazendo com que clubes tradicionais que desfilavam na rua como Fantoches da Euterpe e Cruz Vermelha entrassem em um acelerado declínio, desaparecendo das ruas alguns anos mais tarde. O trio elétrico nasce de forma independente, no segundo ano depois da sua invenção já é patrocinado pela Fratelli Vita (refrigerante), depois é patrocinado por variadas marcas maiores como: Souza Cruz (cigarros), Coca-cola (refrigerante) e Jacaré (aguardente). Mas, a partir do final da década de 1960, o trio passa a ser vinculado aos blocos, dando-se esse processo de forma tão acelerada que em 1985, por exemplo, registram-se apenas dois trios independentes. O trio, embora seja uma criação local, exprime um tempo técnico diferenciado dos demais módulos carnavalescos, e impele todos os demais a se adaptarem à sua existência, modificando-os ou suprimindo-os.

A técnica é um elemento de fundamental importância na discussão da evolução e reconfiguração do espaço carnavalesco, pelo fato de o trio elétrico,

através de incorporações sucessivas e aceleradas das técnicas modernas de sonorização, ter podido exercer um papel hegemônico no espaço carnavalesco.

O trio, desde a sua invenção até o momento atual, aumentou consideravelmente o alcance do seu som e, com o adensamento cada vez mais acelerado de entidades e foliões no espaço carnavalesco, esta foi uma vantagem inestimável, pois é praticamente impossível para qualquer outro módulo que esteja nas suas cercanias dar continuidade à sua expressão sonora, quando um trio está em ação.

Este conflito, até a década de setenta, não era manifesto, pois o espaço carnavalesco ainda era muito amplo e podia abrigar as entidades carnavalescas sem maiores problemas. Não havia ainda os engarrafamentos, que ficaram comuns no final da década de 1970 e início da década de 1980, motivados muitas vezes pelos próprios trios elétricos, que faziam demoradas paradas em pontos estratégicos do circuito como: o Clube de Engenharia, o Relógio de São Pedro e em pontos onde estivessem localizadas autoridades ou órgãos de imprensa. Hoje o número desses pontos aumentou consideravelmente, sobretudo no circuito Barra-Ondina e no palanque oficial do Campo Grande, onde se concentra o maior número de profissionais de imprensa, pessoas famosas e autoridades.

A hegemonia do módulo trio elétrico no carnaval de Salvador pode ser expressa nos resultados de levantamentos realizados por esta pesquisa nos relatórios do carnaval produzidos pela EMTURSA<sup>17</sup>, revelando que no carnaval de 2000, os trios independentes e os blocos de trio representaram 80,58% do tempo de permanência total do conjunto das entidades que se apresentaram nos

---

<sup>17</sup> A Emtursa mede, através de postos de observação espalhados nos circuitos Campo Grande e Barra-Ondina, o tempo de desfile de qualquer entidade ou grupo que passe por algum destes circuitos carnavalescos. O trabalho realizado por esta pesquisa foi fazer o somatório de todos os dias de carnaval por categoria, nos dois circuitos em tela, estabelecendo a participação relativa de cada categoria.

circuitos Campo Grande (Osmar) e Barra-Ondina (Dodô), sendo que os blocos de trio, segmento totalmente orientado pela lógica mercantil, participaram com 53,21% desse total.

**Tabela 2: TOTAL DE HORAS DESFILADAS PELAS ENTIDADES CARNAVALESCAS DE SALVADOR EM 1985 E 2000, AGRUPADOS POR CATEGORIAS**

Categoria	Horas desfiladas				Variação 1985/2000
	1985	%	2000	%	
Trios Independentes	51:18	<b>4,86</b>	375:11:00	<b>26,69</b>	21,83
Blocos de Trio	540:58	<b>51,57</b>	744:25:00	<b>52,95</b>	1,38
Blocos de Percussão	114:32	<b>10,96</b>	48:55:00	<b>3,49</b>	-7,48
Blocos Afro	138:05	<b>13,16</b>	106:48:00	<b>7,62</b>	-5,54
Afoxés	119:29	<b>11,34</b>	64:31:00	<b>4,63</b>	-6,72
Blocos de Índio	34:25	<b>3,34</b>	22:26:00	<b>1,57</b>	-1,77
Pequenos Grupos (batucadas)	26:54	<b>2,57</b>	27:46:00	<b>1,99</b>	-0,58
Escolas de Samba	3:09:00	<b>0,28</b>	0:00:00	<b>0,00</b>	-0,28
Blocos de Travestidos	20:18	<b>1,91</b>	14:48:00	<b>1,07</b>	-0,84

BAHIATURSA (1985) e EMTURSA (2000)

### ***Os Afoxés: a tradição evanescente***

Os Afoxés são as entidades mais antigas do carnaval de Salvador, sendo identificados já no final do século XIX. Essa longevidade, entretanto, não se processou de forma tranqüila. Ao contrário, do final do século XIX até meados da década de 1930, os Afoxés, por seu estreito vínculo com o candomblé, eram hostilizados e reprimidos de forma explícita, seja pela imprensa, seja pelas forças policiais, conforme pode ser observado em notas da imprensa baiana recolhidas por Nina Rodrigues entre os anos de 1901 e 1903:

*(...) não seria má a proibição desses candomblés nas festas carnavalescas (...) esses grupos africanos despertavam certa repugnância (...) O carnaval deste ano (1903), não obstante o pedido patriótico e civilizador que fez o mesmo, foi ainda a exibição pública do candomblé (...) Se alguém de fora julgar a*

*Bahia pelo seu carnaval, não pode deixar de colocá-la a par da África e note-se, para nossa vergonha, que aqui se acha hospedada uma comissão de sábios austríacos, que, naturalmente, de pena engatilhada, vai registrando estes fatos para divulgar nos jornais da culta Europa (...) (apud Risério, 1981:50).*

Esses apelos racistas e repressivos veiculados através dos jornais tiveram uma resposta imediata por parte das autoridades policiais, e, em 1905, foi proibida a apresentação de toda a entidade que trouxesse em seu interior, qualquer motivo africano, sendo que, a partir de meados 1910, houve novamente uma “liberação do carnaval para manifestações carnalizadas.” (Vieira Filho, 1995).

As origens da palavra Afoxé, segundo Vieira Filho, a partir de suas pesquisas na obra de Edison Carneiro, remontam ao continente africano, *onde é empregada para designar uma noz mágica colocada na boca em determinadas ocasiões, pelos sacerdotes de determinadas regiões africanas* (p. 119). Cascudo (2000), por sua vez, no verbete *afoxé*, escreve *dança ritual de origem iorubana, presente nas cerimônias em que são encomendadas as almas dos mortos e em São Paulo, é sinônimo de piano-de-cuia*<sup>18</sup>. (p. 8)

Segundo Vieira Filho (1995), os Afoxés só vieram a ter esta denominação (...) *em meados da década de 20 do nosso século*<sup>19</sup> (p. 100), sendo que, do final do século XIX até a referida data, os Afoxés eram denominados de candomblé, e como um dos argumentos da sua afirmação, ele cita o fato da palavra ser *desconhecida tanto por Nina Rodrigues como por Manuel Querino*. Além deste

---

<sup>18</sup> Segundo o autor, piano-de-cuia significa: “Cabaça grande, envolta por um traçado de linhas de algodão, à semelhança de rede de pescaria, tendo presos pequenos búzios nos pontos de interseção. Essa rede fica um pouco folgada em torno da cabaça, de modo que, agitada produza ruído, que é aumentado pelo rolar de alguns seixos no interior da cabaça. (Manuel Querino, Costumes Africanos no Brasil).

<sup>19</sup> A década mencionada pelo autor é a de 1920.

tipo de manifestação afro-brasileira, o autor registra os clubes uniformizados (Embaixada Africana e Pândegos da África), e os Batuques.

Embora esta classificação tenha o mérito de trazer novos elementos para uma fase do carnaval pouco documentada e estudada, ela não pode ser considerada rígida, principalmente quando o próprio autor<sup>20</sup> revela que, segundo depoimento colhido por Edison Carneiro, *o Embaixada Africana era chefiado por Marcos Carpinteiro, axogum<sup>21</sup> do Engenho Velho e que encontrou Nina Rodrigues falando do Pândegos de África, onde encontramos uma aproximação desse clube com os afoxés* (p. 124).

Manoel Querino (1938) compara os Pândegos de África com uma “diversão pomposa” existente em Lagos na Nigéria, dizendo que *em 1897, fôra aqui realizado o carnaval africano, com exibição do Club Pandegos d’Africa, que levou a efeito a reprodução exacta do que se observa em Lagos*. Damurixá era a denominação dada à festa, passagem que foi comentada por Risério (1981).

As contribuições de Roger Bastide, no final da década de 50, são bastante expressivas, sobretudo quando este trata da ligação entre o candomblé e o carnaval, como pode ser observado a seguir:

*Quer dizer que o candomblé não pode aparecer no carnaval? Longe disso; mas não aparece então como instituição religiosa. Existe na Bahia uma expressão que se ouve de vez em quando e que chamou muito minha atenção, a de “candomblé de brincadeira” (...)Encontra-se ainda a expressão “candomblé de brincadeira” no afoxé (...)Simplesmente que se trata de um candomblé sem transe e sem possessão das filhas-de-santo pelos respectivos orixás (...)* (p. 98-9)

A explicação dada por uma rainha do maracatu a Bastide, para que não houvesse o transe, se encontrava no fato de que *os tambores que empregamos não 'comeram'*, ou seja, os tambores por não serem “batizados” eram tambores profanos, sendo portanto impossível a chegada dos orixás.

Já Risério (1981) concorda com Edison Carneiro que afirma que a explicação para a não-possessão nos afoxés estaria ligada à execução de músicas consideradas “hinos fracos” que não teriam o poder de induzir os orixás a se manifestarem. Mas, (...) *Mesmo assim, Pierre Verger conta que havia tranSES de possessão na saída do Filhos de Gandhi, anos atrás.* (p. 57)

Os Afoxés, assim como o frevo baiano, foram muito influenciados por manifestações culturais pernambucanas, fato registrado reiteradas vezes em vários trabalhos de pesquisadores do tema, a exemplo de Bastide (2001) que afirma que (...) *o maracatu é o paralelo pernambucano do afoxé da Bahia* (p. 99), e que Vieira Filho retrata da seguinte forma:

*Todos os autores concordam com o fato dos afoxés terem suas origens comuns aos “maracatus” de Recife, isso é, os “cucumbis” e os desfiles dos “Reis Congos”. Esses fazem parte de uma multiplicidade de manifestações conhecidas como Ciclo dos Reisados, tendo sua ocorrência entre o Natal e o Carnaval.* (p. 120)

Embora se reconheça essa discussão como importante, neste trabalho é preciso apenas reter que as entidades compostas por negros e mestiços e que utilizavam ritos e cantos de origem africana, em maior ou menor medida, eram segregadas pela elite dominante. Por isso, defende-se aqui, que ontem, assim

---

<sup>20</sup> Os Afoxés relacionados pelo autor, baseando-se na pesquisa de Edison Carneiro, foram: Folia Africana, Lembrança dos Africanos, Papai Folia, Lanceiros de África, Mamãe Arrumaria, Lordes Ideais, Africanos em Pândega, Lutadores de África e Congos de África, surgidos no começo do século XX.

<sup>21</sup> Cargo do candomblé, destinado ao homem responsável pela matança. (N.A)

como hoje, o candomblé influencia de forma variada estas entidades, e a título de exemplo observa-se o caso do afoxé Badauê, que tem muito menos vínculo com o candomblé do que o Afro Ilê Aiyê.

Carneiro (1948) registra, no início do século XX, nove entidades, sendo cinco em meados do século, inclusive o Filhos de Gandhi, o afoxé mais numeroso (entre 5 e 7 mil participantes), e hoje, no ano 2000, apenas oito afoxés desfilaram, segundo registro da EMTURSA, ou seja, um número menor do que havia no início do século. Mesmo levando-se em consideração o grande contingente do Gandhi, a evolução dos afoxés ficou restrita a um espaço de resistência, a exemplo do Embaixada Africana, que em 27 de fevereiro de 1897, publicou no jornal *Correio de Notícias* um manifesto, considerado “espirituoso” pelo jornal, e reproduzido por Vieira Filho (1995):

*Sua magestade o rei da Zululândia, considerando que o fato de azorragarres (chicoteares) africanos na praça publica não encontra apoio em nenhuma razão de justiça.*

*Resolve:*

*1º Instituir sobre o Estado Federado da Bahia o Mucamo de 5921850718241970127092160257363280 de jardos de algodão riscado, como indenização pelos africanos mortos no mesmo estado, por ocasião do movimento alcunhado de levantamento dos malês; (...) (p. 105)*

Em 1949, o Gandhi inaugura a sua trajetória, com os seus participantes sobressaltados com possíveis retaliações do governo pelo fato de os estivadores terem um passado de ativa militância trabalhista. Tanto que neste ano o sindicato estava sob intervenção, como pode ser observado em Félix e Nery (1993).

*Ao tomar conhecimento de que os estivadores iam sair no carnaval com um cordão chamado de Gandhi, a junta governativa do Sindicato chamou os responsáveis para uma preleção, alertando que tudo que saía da estiva, era visto pelas autoridades como coisa de comunista.*

A formação dos Afoxés demonstra de maneira inequívoca que estes sempre tiveram um forte sentido comunitário, e o candomblé funcionou como o amálgama deste pertencimento. Alguns dirigentes dos atuais afoxés, mesmo que não ocupem as posições de destaque no candomblé que ocuparam os dirigentes do passado, são pessoas que têm algum vínculo com a estrutura do candomblé. Vários instrumentistas são alabês<sup>22</sup>, e as músicas e danças, em grande parte, são oriundas dos rituais do candomblé.

A sobrevivência dos afoxés no carnaval de Salvador é algo que só pode ser explicado a partir desses vínculos comunitários. Na primeira fase (final do século XIX e início do XX), os afoxés foram segregados espacialmente, sendo até proibidos de subir da Barroquinha para o circuito principal, na segunda fase (meados do século XX, até meados da década de 1960) eles assumem um novo vigor, mas aí já contavam com a concorrência tecnológica do trio, que lhes empurrava para dias e horários marginais no carnaval. Na terceira fase, que se caracteriza pelo adensamento de entidades e foliões nos circuitos carnavalescos, grande parte dos Afoxés não consegue nem ir às ruas. Góes (1982) argumenta que *sobre os Afoxés é importante registrar que a partir de 1976, depois de três anos de ausência das ruas de Salvador, o mais famoso afoxé da Bahia, os Filhos de Gandhi, ressurgiu em procissão mágica(...)* (p. 89).

---

<sup>22</sup> O chefe dos tambores nos candomblés jeje-nagôs da Bahia. (Donald Pierson, *Branços e Pretos na Bahia*, Nacional, 1945.) In: Cascudo (2000). Segundo Serra, alabê é o, “membro da orquestra litúrgica do Candomblé, iniciado com grau de Ogan.” (1982:50)

Segundo dados levantados por esta pesquisa na EMTURSA, dos 15 afoxés cadastrados em 2000, apenas 8 foram às ruas, sendo que a grande maioria ficou confinada no circuito Batatinha, sem espectadores, sem mídia, e sem apoio do mecenato privado.

Nos circuitos Campo Grande (Osmar) e Barra-Ondina (Dodô), segundo levantamentos realizados por esta pesquisa a partir de dados do Relatório do Carnaval 2000 da EMTURSA, do tempo total de permanência nas ruas, entre o total das entidades carnavalescas, os afoxés participaram com apenas 4,67%, e no circuito Barra-Ondina, uma das maiores novidades do carnaval da Bahia, apenas o afoxé Filhos de Gandhy conseguiu passar em frente aos camarotes e câmeras de televisão ali localizadas.

### ***O Bloco Afro: uma transformação interrompida***

Em novembro de 1974, surge o primeiro bloco afro de Salvador, o Ilê Aiyê, a partir das influências recebidas dos movimentos culturais dos negros americanos e o processo de descolonização de muitos países africanos. Localizado no Curuzu, Bairro da Liberdade, o Ilê desfila pela primeira vez no carnaval de 75, redesenhando o espaço do carnaval de Salvador, pois até o final desta década e início da década de 80 surgiriam outros blocos similares, o que fez Risério (1981) nomear este processo de “reafricanização” do carnaval de Salvador, entendimento que, neste trabalho, é aceito de forma parcial, pelo fato de se compreender que desde o final do século XIX até o surgimento dos blocos afro, várias foram as “reafricanizações” no carnaval, pois a maior ou menor presença destes blocos dependia diretamente do nível da repressão que se aplicava sobre eles. A título de exemplo, pode-se citar a forte presença de entidades com motivos africanos de 1885 a 1905, quando há um decreto policial

proibindo essas entidades de se apresentarem, para, logo após, a partir da década de 1910, haver um revigoramento destes grupos, que declinam novamente, alguns anos depois, e ressurgem com novo entusiasmo a partir da década de 1930.

De forma geral, o bloco afro se diferencia do afoxé pela música. No primeiro, embora a influência do candomblé também seja expressiva, as músicas e as danças não são diretamente vinculadas ao candomblé, enquanto que no afoxé esta relação se dá de forma mais estreita. Mas, como já foi referido anteriormente, em determinados momentos é possível que um bloco afro ou um afoxé adote rituais do candomblé, sem necessariamente ser vinculado a algum deles, a exemplo do Ilê Aiyê e do Badauê, como pode ser observado em Risério (1981):

*Veja-se o caso do afoxé Badauê. Moa é sincero, diz logo que o pessoal de lá não entende muito de candomblé (“a gente só sabe um pouquinho”). “Nós somos esforçados, somos curiosos”, diz ele. E acrescenta: “quem entende mesmo não quer ensinar” (...) No entanto, muitos filhos e filhas de santo, e mesmo algumas mães- de-santo, saem no Badauê, a exemplo da ialorixá Omim Baim (...) Dona Lili (...) É ela quem faz os trabalhos de saída do afoxé, de preparação dos ensaios, etc. Antes de cada ensaio do Badauê, faz o despacho, o padé<sup>23</sup>. Além disso, sempre que pinta festa grande, tipo festival de música, e logo antes do carnaval, há a “matança”, o sacrifício ritual de animais”(...) Coisas semelhantes podem ser ditas a respeito do Ilê Aiyê. Lá também vamos encontrar filhos e filhas de santo, gente ligada a terreiros, etc. e uma mãe de santo, Dona Hilda, também residente no Curuzu....*

---

<sup>23</sup> No candomblé, é oferta de alimentos rituais ao orixá Exu, antes de qualquer cerimônia (...) Cascudo, 2000:464).

*Também o Ilê faz trabalho pra limpar caminhos, antes de sair do Curuzu pro carnaval do centro da cidade... (...)” A gente faz isso antes de desfilar, não mistura as coisas. Quando a gente tá na rua é pra fazer carnaval, não é pra ficar acendendo pólvora, fazendo essas coisas”. (p. 57-8)*

Os blocos afro se multiplicaram a partir do nascimento do Ilê Ayiê, do Olodum e do Malê Debalê em 1979, do Ara Ketu em 1980 e do Muzenza em 1981, além de vários outros que surgiram ao longo deste período e continuaram surgindo até recentemente, mas só estes primeiros lograram a condição de grandes e famosos.

O Olodum, através da produção de um ritmo inovador, conseguiu conquistar a simpatia de grande parte da população brasileira, e alcançou projeção internacional se apresentando em diversos países de todos os continentes, além de participar de clipes de megaestrelas internacionais, como Paul Simon e Michael Jackson.

O Ilê Ayiê também se projetou nacionalmente, principalmente através da sua dança e do encantamento de artistas nacionais como Caetano Veloso e Gilberto Gil, e provocou profundas transformações no debate sobre o mito da democracia racial na Bahia ao não permitir a entrada de brancos nos seus quadros. Significativas parcelas dos setores médios reclamaram de que este procedimento seria tão racista quanto o comportamento de alguns blocos de classe média, no entanto, este procedimento se mostrou acertado, principalmente quando, posteriormente, as denúncias contra os blocos de classe média por prática de racismo se multiplicaram a ponto de ser instituída uma Comissão Especial de Inquérito na Câmara Municipal de Salvador para investigar essas práticas. Porém, essas questões serão discutidas mais detidamente adiante.

Uma questão importante a ser destacada é que, depois da criação do bloco Muzenza, em 1981, apesar de serem criados novos blocos afro por toda década de 1990, nenhum logrou o êxito alcançado por qualquer um dos blocos já citados, e, nesse período, todos eles se debateram em busca de patrocínios, que, segundo os apologistas da cultura de mercado, se destinariam àqueles que demonstrassem mais talento. A prática demonstrou o contrário, pois a crise sempre esteve presente ou rondando as agremiações afro, a exemplo do Malê Debalê que, por falta de recursos materiais, deixou de desfilar em alguns anos, e segundo dados colhidos por esta pesquisa junto à diretoria do bloco, o Malê só consegue vender 100 fantasias das 1.000 que se apresentam quando o Afoxé consegue ir às ruas. O Muzenza, que dos seus 1.000 associados, só 400 conseguem comprar a fantasia, distribui as demais como cortesia. O Olodum alcançou algum êxito financeiro da metade da década de 80 até meados da década de 90, mas, a partir daí, mergulhou em uma crise profunda, a ponto de ter o seu desfile ameaçado no carnaval de 2001, como registra a *Folha de São Paulo*, em 23 de fevereiro de 2001:

*O bloco Olodum, que foi criado em 1980 (sic), sentou-se à mesa com negociadores na sexta-feira para renegociar um débito de 300 mil reais.*

O depoimento de João Jorge Rodrigues (1999), diretor do Bloco Olodum, é deveras revelador dessa situação, quando este afirma que:

*Nós não temos mais a ambição de ficar aparecendo nos programas de televisão, de ficar vendendo milhares de discos nesse país, de ficar fazendo shows nesse país, de ficar correndo atrás de patrocinadores. Nós não temos mais a ambição, porque sabemos e imaginamos que não é isso que uma boa parte da*

*comunidade do carnaval da Bahia quer. Uma boa parte da comunidade do carnaval da Bahia quer que cinco blocos desfilem no carnaval de Salvador. Quer que cinco artistas existam. No ano passado, na véspera do carnaval, a cantora Daniela Mercury foi aos jornais e disse que era um absurdo que os blocos afro não tivessem patrocínio; na sexta-feira do carnaval, mais precisamente, saiu essa matéria em A Tarde. E foi um Deus nos acuda. "Olha, os blocos afros não tem patrocínio!" Só que Daniela Mercury já tinha pego quase todo patrocínio do Excel para o camarote de Daniela, na Barra. Era muito fácil fazer aquilo. (p. 65)*

Este quadro, talvez tenha sido decisivo para Bacelar, na *Folha de São Paulo* de 28 de setembro de 1995, concluir que *O carnaval da Bahia hoje é um instrumento definidor de estruturas opressivas, colocando, de um lado, os blocos com 'gente bonita' e, de outro, os afoxés e afros.*

Segundo os levantamentos realizados por esta pesquisa a partir de dados obtidos no relatório de carnaval da EMTURSA, os blocos afro tiveram uma participação de 6,20% do tempo total de permanência do conjunto das entidades nos circuitos Campo Grande e Barra-Ondina, aliás, assim como acontece em relação aos afoxés, dos blocos afro considerados grandes, apenas o Olodum desfila na Barra, e dos pequenos, poucos se aventuram a penetrar neste território quase inexpugnável dos blocos de trio e dos camarotes. O Ilê Ayiê até que tentou penetrar, criando um bloco alternativo em que se admitiam brancos, e o resultado foi um rotundo fracasso que fez o bloco abandonar esta idéia, mesmo sendo um dos ícones da classe média conforme observa Moura (2001):

*(...) Seu charme e prestígio o colocam, hoje, junto aos representantes do poder político e midiático da sociedade soteropolitana (...) Entre os intelectuais e profissionais liberais mais jovens, passava também a ser um sinal de distinção, de*

*modernidade e abertura dizer-se fã do Ilê. O padrão de negritude oficializado pelo bloco da liberdade transforma-se também em ícone de certa sofisticação. O Ilê se apresentava como um exótico próximo, vizinho. Uma Bahia fascinante aos olhos da classe média, que a apresentava aos visitantes com um orgulho tão sincero quanto ambivalente. (p. 353)*

O carnaval estimulado e governado pelas forças de mercado atinge o coração das organizações populares, na medida em que os seus associados não têm renda para adquirir uma simples fantasia, e as classes médias e os turistas em sua grande maioria não procura os blocos afro para se associar.

Segundo levantamentos realizados por esta pesquisa, com 31 foliões escolhidos de maneira aleatória em dias alternados de carnaval, em todos os circuitos, nenhum entrevistado conseguiu citar o nome de nenhum bloco afro que não fosse Ilê Ayiê, Olodum, Malê Debalê, Muzenza e Ara Ketu.

Nesta pesquisa, o Ara Ketu tem um tratamento diferenciado, pelo fato de se entender que este bloco nascido afro, hoje se transformou em um bloco de trio. Em resumo, o Ara Ketu apresenta hoje muito mais similaridade com o conjunto dos blocos de trio do que com o conjunto dos blocos afro, e essa diferença se dá basicamente pela execução da Axé Music<sup>24</sup> pelo bloco. Atente-se também para o fato de que a banda do Ara Ketu já tocou em alguns dias de Carnaval para vários blocos de classe média, obedecendo a uma prática de rodízio de bandas comuns nesses blocos, fato impensável de acontecer com qualquer banda dos grandes blocos afro aqui referenciados. Moura (2001) de certa forma corrobora com esta posição, quando afirma que:

*O Ara ou o Ketu, como também passou a ser chamado, empreendeu uma mudança radical de suas formas musicais e*

*coreográficas, aproximando-se do modelo de bloco de trio, sem manter a referência aos temas explicitamente afro (...) (p. 350)*

Os quatro grandes blocos afro do carnaval de Salvador atualmente vivem um paradoxo, pois ao mesmo tempo em que podem ser considerados símbolos da resistência de um importante período da “reafricanização” do carnaval, influenciando toda a musicalidade da cidade e atraindo artistas de todo o mundo, são utilizados de forma continuada pelos grupos políticos no poder, e até pelos grupos envolvidos com o empresariamento do carnaval, como ícones do mito da democracia racial e do pluralismo do carnaval.

Afora todos os problemas até aqui levantados, os blocos afro, nos últimos anos, passaram a conviver com atribuições que vão muito além do carnaval. Todos os grandes blocos afro fazem, atualmente, o papel de ONGs, promovendo ações comunitárias em diversas áreas, principalmente a educação, fato que, visto pelas necessidades das comunidades e pelo fortalecimento do sentido de pertencimento, seria mais uma conquista dessas entidades, no entanto, estas atividades exigem uma grande complexidade de gestão e financiamentos regulares, o que pode provocar crises a partir do simples fato de muitas vezes o grupo gestor não ter habilitação nem tempo suficiente para gerir atividades tão díspares e complexas.

Um outro problema derivado desta nova configuração dos blocos afro é a dependência da entidade frente às agências de financiamento dos seus projetos de capacitação, pois quando elas estão muito próximas ao poder político local, a autonomia do bloco se esvai muito rapidamente, como pode ser observado nesta reportagem do Jornal *Correio da Bahia*, de 26 de março de 1997:

---

<sup>24</sup> Estilo musical adotado pelos blocos de trio a partir do início da década de 1990.

*O Presidente do Congresso Nacional, Senador Antônio Carlos Magalhães, recebeu, ontem, em seu gabinete no Senado da República, a Diretoria do Grupo Cultural Olodum, que foi pedir a ACM que promova a abertura de diálogo do grupo com diversas correntes políticas e culturais da Bahia ligadas às forças majoritárias do estado (...) Ao sair do encontro, o Diretor cultural e principal dirigente do Olodum, João Jorge dos Santos Rodrigues, enfatizou o otimismo com que o grupo deixou o gabinete do Senador, certo de que haverá um trabalho conjunto “na promoção dos valores e projetos da terra” (...) Fundado há 18 anos, o Olodum deu, ontem, um passo para se recompor com a Bahia, ao pedir ao senador Antônio Carlos Magalhães que seja um canal de diálogo do bloco, que é uma organização não-governamental (ONG), com os diversos grupos de poder político e cultural do Estado.*

É pertinente observar que mesmo capitulando a esta chantagem, o Olodum não conseguiu até o momento contornar a grave crise financeira na qual vive mergulhado.

### **Bloco de Trio: a privatização do espaço público**

O bloco de trio é um fenômeno relativamente recente no carnaval de Salvador. Embora o trio elétrico seja uma criação de 1950, ele só passa a ser incorporado pelo bloco a partir da década de 1970, e mesmo depois dessa transformação, nos primeiros anos, os trios que desfilavam em blocos eram trios sem grande expressão no contexto carnavalesco.

A historiografia do carnaval não registra qual teria sido o primeiro bloco de trio do carnaval de Salvador, e nem mesmo nos blocos de trio foi possível obter essa informação. No entanto, a partir de alguns depoimentos dados a esta

pesquisa há possibilidades de se supor que tenha sido o Bloco Saku Cheio ou o Bloco Ou Dá Ou Desce, isso entre os anos de 73 e 75.

A profissionalização do carnaval, iniciada em meados da década de 80 pela Prefeitura Municipal de Salvador, passa a ser um terreno fértil para o crescimento dos blocos de trio, pelo fato de este módulo ser mais receptivo às inovações técnicas, e o seu público fazer parte de uma *modernidade-mundo* (Ortiz, 2000), tendo como característica principal a capacidade de consumo.

Os componentes do Bloco de trio são completamente integrados ao “mundo da moda”. Neste sentido, Santos (1996), quando analisa a moda, oferece um contributo significativo para o entendimento da questão:

*Não é a mudança para atingir o futuro, mas para permanecer no passado. A moda é um desses artifícios com o qual as coisas ficam as mesmas embora aparentando uma transformação. A moda é manivela do consumo, pela criação de novos objetos que se impõem ao indivíduo. (p. 35)*

Tal procedimento, torna os blocos de trio perfeitamente articulados com o padrão de acumulação da díade Turismo-Carnaval, pois só ali pode haver lucro com a venda de abadás<sup>25</sup>, e, por outro lado, o patrocínio se desloca quase que exclusivamente para lá, pelo fato de ali estar localizada a grande maioria dos consumidores de celulares, confecções de grifes, redes internacionais de *fast food* e de pacotes turísticos das agências de viagem.

Estes consumidores têm um comportamento bastante diversificado em termos musicais, podendo ter no seu cardápio Axé Music, Pagode, Samba-reggae, Funk, Rock, MPB, ou qualquer outro ritmo que esteja na moda, o que dá

a este segmento a flexibilidade tão cara ao agenciamento cultural. O bloco de trio se adapta perfeitamente a este modelo na medida em que mesmo tendo a Axé Music como suporte principal das suas apresentações, não se recusa a tocar qualquer canção de quaisquer estilos musicais que estejam colocados nas paradas de sucesso.

Informações obtidas nos Relatórios do Carnaval da EMTURSA revelam que os blocos de trio somavam 30 no ano de 1985, enquanto que em 1997, ápice do crescimento desse segmento, este número chegava a 65. Um crescimento dessa natureza, por si só, já seria algo muito expressivo, mas quando se acresce a esta observação o número de componentes de grande parte desses blocos, que chega a superar 2.500, o número de cordeiros, seguranças, carros de apoio com médicos e enfermeiros, sanitários, venda de bebidas e alimentos, entende-se porque este módulo é a vanguarda nos negócios carnavalescos, e qual o motivo deste seu crescimento exponencial.

O bloco associado ao trio elétrico, sem dúvida, é uma exitosa combinação apropriada por empresários do setor cultural de Salvador, e que, ao longo de toda década de 1990, estimulam a expansão das micaretas por todo Brasil, chegando a ponto de alguns artistas baianos serem proprietários de mais de uma dezena de blocos, em várias cidades, de diversas regiões do país.

Embora as micaretas, junto com a axé music, venham perdendo fôlego desde 1999, fato que pode ser observado principalmente pelo cancelamento do SP Folia (na cidade de São Paulo) e do Carnabelô (Belo Horizonte) em 2001, sua quantidade e seu espraiamento pelo Brasil ainda são muito expressivos. Em

---

<sup>25</sup> Segundo Moura (2001), (...) Esse termo, que nomeia a túnica tradicional e distintiva dos iorubás e de várias etnias da África Ocidental, vem designar agora, de preferência, a blusa esportiva, quase sempre de tecido sintético, que quase todos os blocos passam a usar no cortejo, inclusive o Araketu, o Muzenza e o Olodum.

2001, podia-se verificar no site [www.carnaxe.com.br](http://www.carnaxe.com.br), a programação de 60 micaretas, sendo que, destas, vinte e seis contavam com a presença de artistas ou bandas baianos.

Esses artistas e bandas acumularam durante toda década de 1990 um grande poder, e, atualmente, eles se constituem no segmento que tem a hegemonia da produção do espaço carnavalesco, e são identificados por Moura (2001), na seguinte passagem:

*No quadro atual, podemos destacar alguns grupos poderosos no mundo da produção artística do carnaval. Desde os anos oitenta, o Cheiro de Amor tem uma produtora homônima. No início dos anos noventa, formaram-se a Manzana, que gerencia principalmente o Chiclete, e a Perto da Selva, que administra o sucesso do Araketu e do Eva, entre outros, e o Canto da Cidade, de Daniela Mercury. Mais recentemente, temos A ME, que produz Netinho desde o início de sua carreira solo, e a Caco de Telha, que produz Ivete Sangalo desde que se descolou do Eva. São grupos estáveis, com invejável infra-estrutura, dotados de uma rede complexa de profissionais especializados em produzir e assegurar o sucesso. Sucesso que tem algumas receitas infalíveis, como a inclusão de uma faixa na trilha sonora de uma novela (...) (p. 359)*

Ou ainda no depoimento de Rodrigues (1999), diretor do bloco Olodum:

*Hoje as micaretas do Brasil estão dominadas por cinco ou seis grupos. Economicamente, as micaretas dão dinheiro, dão lucro. Os grupos que dominam essas micaretas, basicamente, são os grupos do carnaval de Salvador. e elas são dominadas pelas seguintes bandas: chiclete com banana, Netinho, Daniela, Asa de Águia e Eva. Correm por fora como coadjuvantes, o Ara Ketu e a Timbalada (...) (p. 65-6)*

A capacidade do bloco de trio de se mover no espaço da cultura-mercadoria é notável. Quando um pequeno bloco, por exemplo, não consegue patrocínio ou venda de abadá suficientes para cobrir os custos e obter algum lucro ele pode se fundir com outro às vésperas do carnaval, fazendo com que seus diretores fujam de um possível prejuízo, e que tenham até mesmo algum lucro. O mercado é o território deste segmento, no entanto, é importante registrar a existência de blocos de trio que abrigam segmentos de classe média-baixa, mas que diante da profissionalização acelerada vêm perdendo espaço ano após ano. As bandas que acompanham essas entidades normalmente não conhecem a fama, e os seus trios elétricos participam de raríssimas micaretas pelo Brasil.

O depoimento de um dos diretores do Bloco Eva, André Silveira, ao jornal *Correio da Bahia*, publicado em 14 de julho de 2001, refere-se às promoções para o carnaval de 2002, sendo explicativa da caracterização feita até então:

*(...) Pra começar, o bloco Eva sairá os três dias de Carnaval, no circuito Osmar Macedo (Campo Grande/Avenida) com a banda Eva. Outra novidade diz respeito à beca<sup>26</sup> produzida pela Unique, que convidou as marcas Cavalera, Chilli Bean e A Mulher do Padre<sup>27</sup>, que farão uma criação para cada dia. Também vamos ter um camarote móvel para 60 a 70 pessoas e outro fixo na Casa D'Itália (só para convidados), produzido por Lícia Fábio<sup>28</sup>; seguro de vida, jurídico e médico para os associados; serviço médico com carteira personalizada durante o período do Carnaval; pacotes turísticos exclusivos com a TAM; serviço de bar e lanchonete a cargo da Subway e o Eva Delivery, que entregará a beca em qualquer lugar do Brasil, numa parceria com a Pronto Express (...) A gente vai vender o bloco Eva como um todo,*

---

<sup>26</sup> O Bloco Eva que foi o primeiro a adotar o abadá, buscando dar continuidade à sua “característica inovadora”, de dois anos para cá, sempre que se referem ao abadá, os seus diretores nomeiam-no de beca. (N.A.)

<sup>27</sup> Grifes do ramo de confecções. (N.A.)

*incluindo o ambiente, a atração, as inovações. A gente sempre fez isso. Na verdade estamos nos reposicionando no mercado (...)*



**Figura 7: OUTDOOR EXIBIDO NAS PRINCIPAIS VIAS PÚBLICAS DE SALVADOR EM SETEMBRO DE 2001 COMO PUBLICIDADE DO BLOCO EVA PARA O CARNAVAL DE 2002. (Foto: Jussara Dias, 2001)**

Levantamentos efetuados por esta pesquisa, nos relatórios do carnaval publicados pela EMTURSA, apontam o bloco de trio como o módulo que mais tempo permaneceu nos dois principais circuitos do carnaval de Salvador de 2000, obtendo uma participação de 53,21% do tempo total de permanência de todos os grupos organizados que desfilam na festa.

O espaço de mídia, seja ela rádio, televisão ou jornal, também é quase que totalmente absorvido pelos blocos de trio. O exemplo da televisão é emblemático, pois ela organiza sua programação de acordo com a passagem desse módulo, situação bem observada por Moura (2001) ao afirmar que:

---

<sup>28</sup> No momento, a mais famosa *promoter* da Bahia. (N.A.)

*Este padrão de espetáculo coloca um problema insolúvel para os pequenos blocos e afoxés. Seu impacto passa a ser quase nulo, pois elementos do estilo de que eram depositários e guardiões foram incorporados por entidades fortes, armadas com possantes auto-falantes, guarnecidas de muitos cordeiros durante o cortejo, com presença na imprensa, tendo como interlocutores artistas famosos. A partir daí, declinam consideravelmente estes remanescentes do Carnaval doméstico de Salvador. (p. 357)*

Esta análise de Milton Moura se mostra correta quando identifica o pequeno impacto dos pequenos blocos e afoxés, porém, quando esse diz que as grandes entidades incorporaram as pequenas pelos melhores recursos técnicos, obscurece sobremaneira o entendimento da realidade, pois, visto desta forma, o desaparecimento ou exclusão dos pequenos grupos não seria problemático, na medida em que de alguma forma eles estariam “incorporados” às entidades maiores. Na verdade, os pequenos grupos desaparecem ou são segregados pela lógica de mercado, tendo por instrumento o desenvolvimento da técnica. A grande maioria sai sem deixar nada em seu lugar.

O espaço de mídia se restringe até para um grupo reconhecido internacionalmente como o Olodum, que já teve cancelamento de apresentação na Rede Globo de Televisão, conforme argumenta Rodrigues (1999), diretor do bloco:

*(...) Há pouco tempo, nós lançamos o disco Liberdade, em Salvador para cento e vinte mil pessoas, um disco que tem uma música de reggae muito bonita chamada I miss her, feita por Lazzo, saímos pelo Brasil fazendo shows (...) Fizemos vários programas de televisão em São Paulo, e estávamos programados para fazer a Xuxa. E Marlene Matos ligou para a gravadora e disse: “olha, não vamos fazer o show com o Olodum, não, porque*

*o Olodum não se enquadra muito bem nessa programação de baianos que está vindo aqui. Faz uma música reggae e o cantor é um negro careca, meio coisa; então a gente não quer isso aqui. Nós queremos gente alegre e bonita. O Olodum não se encaixa muito nisso. Eu vi o programa de vocês na televisão e eu queria dizer que nós cancelamos o programa”. E nós viemos embora (...)*  
(p. 64-5)

### **O Bloco de Índio Luta para Sobreviver na Selva do Mercado e do Preconceito**

Os grupos carnavalescos que utilizam a temática indígena nascem junto com o carnaval de Salvador, entretanto, as organizações anteriores à segunda metade do século XX são obliteradas da historiografia do carnaval. O motivo desta ausência é de difícil apreensão, por este fato poder abrigar um amplo leque de causas.

A explicação mais provável é que a maior parte dos estudiosos faça a agregação deste segmento, classificando tudo como afoxé por associar as manifestações indígenas do passado ao candomblé de caboclo, mas o fato é que as referências à presença dos grupos com motivação indígena na primeira metade do século praticamente não existem. Vieira Filho (1995), no entanto, se constitui em uma das exceções ao afirmar que:

*Nos carnavais das primeiras décadas do século XX, temos a reaparição de clubes de temática indígena. Falamos em reaparição, pois encontramos na década de 1890 diversas notas do clube **Filhos da Aldeia**, que tomavam como tema os aborígenes. (p. 130)*

Os registros referidos pelo autor são notas dos jornais soteropolitanos, a exemplo do *Jornal de Notícias*, de 23 de fevereiro de 1898, que faz a seguinte descrição:

*(...) Filhos da Aldeia – Trajavam como os nossos aborígenes, tendo bonitos cocares de plumas multicores (...) (p. 130)*

A partir da década de 1910, se multiplicam os registros encontrados pelo autor em jornais locais. A causa mais provável para este fato, pode ser encontrada na repressão policial, da primeira década do século XX, ao *candomblé* e, por extensão, aos *afoxés*, segmento carnavalesco mais diretamente vinculado a esta religião, sendo os blocos indígenas, uma forma dos negros burlarem a repressão.

A partir da década de 1940, os blocos indígenas que adotavam um modelo vindo desde o final do século XIX, entram em declínio, ressurgindo na década de 1960 com um outro formato. A inspiração agora é buscada nos *Westerns* produzidos por Hollywood, originando blocos como: *Apaches*, *Navajos*, *Cheyenes*, *Comanches*, *Sioux* e *Peles Vermelhas*. Risério (1981) tenta compreender esta mudança, afirmando que:

*Seja como for, os pretos baianos estenderam sua identidade em direção ao indígena do oeste ianque, tomando de empréstimo a imagem ou a figura desse índio, para nela se fundir e se confundir, em justaposições de variado matiz (...) (p. 68)*

A pecha de violentos e arruaceiros colocada nos blocos de índio pela classe média e elites dirigentes, sem dúvida, foi um contributo significativo para o seu declínio a partir da década de 1980, como pode ser observado no fragmento a seguir, de Félix e Nery (1993):

*Em 1977, após homenagem ao então governador Roberto Santos, o Apaches, com cerca de quatro mil homens, foi dissolvido com vários componentes presos e espancados pela*

*Polícia Militar, acusados de agressão ao “Lá Vem Elas”<sup>29</sup>, com aproximadamente 500 mulheres, na quase totalidade casadas, noivas ou parentes de oficiais policiais (...) A fúria policialesca deveu-se ao fato de que muitos integrantes do apaches eram humildes operários, oriundos de bairros pobres, segundo seus dirigentes. (p. 170)*

Embora a repressão policial e o estigma de violentos tenham marcado boa parte da trajetória dos blocos de índios, muitos estudiosos, a exemplo de Antônio Risério, minimizam ou até omitem a importância destes fatos, e apontam como causa da crise uma nova busca identitária dos negros participantes dessas entidades, como pode ser comprovado em Risério (1981):

*(...) Pode-se dizer, tranqüilamente, que o surgimento do Ilê Aiyê e o ressurgimento do afoxé filhos de Gandhi colocaram em crise o carnaval indígena. Em outras palavras, o interesse sempre maior pelas coisas da África Negra, pelo panafricanismo e pela afrobaianidade, obrigaram os blocos de índio a ensaiar uma reciclagem (...) (p. 69)*

Em alguns desfiles dos anos 90 do século XX, os blocos de índios deixaram de realizar o seu cortejo, e alguns nomes importantes do atual carnaval de Salvador, como Carlinhos Brow, Daniela Mercury, Caetano Veloso e Gilberto Gil, iniciaram uma campanha de revitalização dos blocos de índio, colocando estes como os maiores depositários do patrimônio percussivo da cidade, o que provocou um retorno tímido de algumas entidades. Este argumento pode ser comprovado no Relatório do Carnaval de 2001, à página 86, que registra a presença de apenas duas entidades com essas características nos cinco últimos

---

<sup>29</sup> Bloco composto só de mulheres. (N.A).

carnavais, entidades que participaram com apenas 1,57% do total das horas desfiladas por todas entidades carnavalescas. (Tabela 2)

O Bloco de Índio é um outro módulo carnavalesco que não se adapta à estrutura mercantil do carnaval atual, pois a grande maioria dos seus participantes é oriunda das camadas populares sem capacidade de consumo, sendo, portanto, excluída e segregada do espaço carnavalesco atual.

### ***Bloco de Travestidos, Pequenos Grupos e Percussão: quem viu?***

Os Blocos Travestidos, embora tenham adquirido esta denominação em finais da década de 1980, são encontrados no carnaval de Salvador desde o ano de 1908, com o aparecimento do bloco Cozinha Baiana de Exportação, conforme registro de Menezes (1994):

*Esses incansáveis foliões desempenham cabalmente o papel que representavam, fazendo a bom rir, tal o espírito com que foi organizada a aludida crítica (...) Seguia-se um arauto, abalisado cozinheiro, empunhando grandiosa colher e comandando suas ajudantes, que eram representados por seis alentados rapazes, vestidos de aventais (...) Viam-se em seguida dois carros com cozinheiros que empunhavam grandes trinchetes, seguindo-se após o carro do estandarte, um homem travestido de mulata velha que em uma grande panela mexia o seu vatapá (...) (Diário de Notícias, 2 de março de 1908 apud Menezes 1994, p. 47).*

Os grupos de travestidos continuaram a crescer durante as décadas de 1920 e 1930 a ponto de incomodar bastante as elites locais, que no início da década de 1940 desencadeiam uma campanha nos jornais da cidade, campanha esta que Menezes (1994) registra de forma acurada:

*Recordações boas, más e péssimas. Exteriorizações de subconscientes que continuam recalçados mas que é preciso*

*fazê-los aos olhos dos seus autômatos. Trata-se de uma quantidade exagerada de homens vestidos de mulher, contrastando com os raríssimos casos de uma calça masculina servindo de traje às damas de todas as idades. Chamou a atenção do bom senso este prodígio cuja explicação poderia ser motivo de uma análise endócrino-sociológica (...)* (A Tarde, 10 de março de 1943, apud Menezes 1994, p. 72)

Durante todo este período foi esta a forma de abordagem dos blocos de travestidos pela imprensa conservadora local, e outro trecho extraído de Menezes (1994) talvez ofereça um panorama das campanhas contra os travestidos em toda a década de 1940:

*Sempre houve, estamos certos, homens que se fantasiassem com trajes femininos, animados tão somente por um espírito de pilhéria, de brincadeira. Mas uma observação crítica dos últimos carnavais, inclusive o deste ano, mostra outros aspectos dos homens travestidos, verdadeiramente dolorosos. Raro hoje em dia o homem que se fantasia com outros trajes, que não sejam os femininos. E não ficam apenas nas vestimentas; os gestos as atitudes, aliadas a uma bem estudada voz de falsete, tornam difícil senão impossível, a distinção entre homem e mulher (...)* (A Tarde, 20 de fevereiro de 1947, apud Menezes 1994, p. 73)

Os acontecimentos posteriores parecem demonstrar que essas campanhas alcançaram os seus objetivos, pois na década subsequente, os blocos de travestidos praticamente desapareceram, e talvez o marco do ressurgimento dessas agremiações seja o ano de 1966, ano de nascimento de As Muquiranas. A partir de então, esse módulo conheceu um crescimento significativo, sendo que hoje o segmento de travestidos passa por um dos momentos de maior

expressividade na sua trajetória no carnaval de Salvador, e isto ocorre justamente no período de intensa profissionalização e mercantilização da festa.

A primeira vista, o crescimento dos blocos de travestidos poderia parecer um paradoxo, todavia este segmento assim se comporta pelo fato de a mercantilização, que é impeditiva para o crescimento de outros grupos, como afoxés e blocos afro, não exercer a mesma influência sobre eles.

O bloco de travestidos, na sua grande maioria, tem custos de desfile muito baixos, não se sente na obrigação de cumprir o trajeto estabelecido para desfile, geralmente não tem acompanhamento de trio elétrico, e utiliza todos os ritmos ao longo do seu cortejo.

Tudo isto faz com que o bloco de travestido tenha uma capacidade de resistência bem maior do que os demais módulos segregados do carnaval, mas, mesmo assim, a expressão deste segmento se dá muito mais pelo número de blocos do que pelo tempo de permanência nas ruas.

Segundo dados elaborados por esta pesquisa a partir do relatório do carnaval de 2000, os blocos de travestidos participaram com apenas 1,09% do tempo de permanência total de todos os módulos nos dois circuitos principais, num claro indicativo de que o crescimento no número de blocos significa a resistência de um segmento não incorporado à lógica mercantil. O aumento da quantidade dos blocos de travestidos não se traduz no tempo de permanência destes nas ruas da cidade.

Os Pequenos Grupos são ajuntamentos de foliões sem caracterização definida. Eles tanto podem ser um cortejo de hóspedes de um hotel, um grupo de funcionários de hospital, um cortejo de moradores de uma rua, um pequeno conjunto de travestidos que, pelo seu número reduzido não pode ser denominado

de bloco, bandinhas, que também pelo tamanho reduzido não podem ser classificadas como orquestras, e mais do que isso, não têm estilo musical definido. Os trajetos a serem percorridos por estes grupos, mesmo que na maioria das vezes sejam previamente definidos, normalmente não são obedecidos por problemas de fluidez. Eles são freqüentemente desterritorializados pela força avassaladora da hegemonia mercantil.

Os exemplos de grupos desterritorializados pululam em toda a década de 1990, mas os exemplos do bloco “O Povo Pediu” e o “Paroano sai Milhó” são paradigmáticos. O Povo Pediu é uma pequena banda composta de cordas e percussão que até meados da década de 1990 fazia o percurso do Campo Grande até a Praça Castro Alves, e no seu trajeto era acompanhada principalmente de foliões pipoca que afluíam ao local com o propósito de seguir no cortejo, sem excluir a participação do folião que o acompanhava quando da sua passagem, mesmo que este não tivesse ido à rua com este propósito. O bloco não tem cordas e, inicialmente, a sexta-feira era um dos dias definidos para o seu cortejo. No entanto, quando é decretado o feriado na sexta-feira, o grupo passa a se apresentar na quinta-feira, sempre por volta das 23 horas, sendo que o motivo principal para esta mudança no dia da apresentação foi o adensamento da população carnavalesca na sexta-feira.

Com a crescente mercantilização, muitos grupos que se apresentavam de sábado a terça-feira foram compelidos a se apresentarem na quinta-feira, provocando novo adensamento. O Povo Pediu não mais pode solucionar o seu problema transferindo o dia desta apresentação, sendo assim, ele simplesmente transferiu o local da concentração, saindo do entorno da estátua do Caboclo na Praça do Campo Grande, para o Largo do Carmo.

O Campo Grande e a estátua do Caboclo, entretanto, não eram meros locais de ajuntamento. Eles eram símbolos da territorialização e identidade do grupo, que diante dessas bruscas transformações se tornou uma entidade evanescente.

Processo similar ocorreu com o “Paroano sai Milhó”, grupo que nos últimos anos passou por vários processos de desterritorialização e reterritorialização dentro do espaço carnavalesco. Nascido em fevereiro de 1964, o Paroano é um grupo acústico de percussão e cordas, que, desde o início da década de 1980, vem sendo desterritorializado.

Inicialmente, o grupo se apresentava na rua Carlos Gomes, pelo fato de esta não ser local de passagem de entidades que utilizavam som mecânico, pois o desfile era realizado em dois sentidos na Avenida Sete, ficando a Carlos Gomes restrita ao descanso e deslocamento dos foliões. A partir da década de 1980, a rua Carlos Gomes passa a ser incorporada como espaço de desfile, criando obstáculos para o cortejo do Paroano, pelo fato de ser praticamente impossível para um grupo acústico conviver no mesmo espaço que os trios elétricos, verdadeiras máquinas de som.

Na década de 1990, esse processo se aprofunda com o aumento dos territórios privados dos blocos de trio, que, além de aumentar expressivamente o seu número (de 33, em 1984, para 65, em 1997), aumentou consideravelmente o número de foliões e a infra-estrutura de apoio que os acompanha, o que fez com que houvesse uma impressionante expansão da área ocupada por eles. Com isso, o Paroano, a exemplo de muitos blocos afro, buscou sua reterritorialização, transferindo o seu horário de apresentação para a madrugada, mas não logrou êxito pelo fato de os seus seguidores não aceitarem acompanhá-lo nesse horário.

Logo depois, tentou por dois anos se fixar na Barra, um ano experimentou o espaço da Ondina, voltou à Carlos Gomes, sendo todos os experimentos fracassados. Hoje, o Paroano se reterritorializou no Pelourinho, mas novamente começa a ser desterritorializado, pois um número significativo de grupos e foliões excluídos dos circuitos principais nos últimos anos afluiu para o Pelourinho, trazendo antigos e novos problemas para o grupo.

Segundo levantamentos realizados por esta pesquisa nos relatórios do Carnaval 2000, a despeito de terem crescido em número, esses pequenos grupos tiveram uma participação de apenas 3,79% do tempo de permanência de todas as organizações que se apresentam nos dois principais espaços de desfile das entidades que participam do carnaval de Salvador.

Os grupos de percussão geralmente são pequenas entidades que saem às ruas com um grupo de percussionistas, geralmente sem corda e, na maioria das vezes, os seus acompanhantes são as pessoas que vão sendo integradas ao cortejo durante a sua passagem.

Muitos desses grupos remontam ao Entrudo, sendo denominados de “batuques” e por muitos anos sofreram uma intensa repressão por trazerem sons africanos e estarem vinculados ao candomblé.

Com as transformações ocorridas no carnaval ao longo deste século, esses grupos foram denominados de batucadas durante um certo tempo, e hoje ganharam a denominação de grupos de percussão.

Os conflitos que atingem esses grupos são praticamente da mesma natureza daqueles analisados anteriormente. Os grupos de percussão têm muitas dificuldades para realizar o seu cortejo em razão de não terem cordas, produzirem um som acústico e não terem nenhuma estrutura profissional, em um carnaval

cada vez mais profissionalizado. A batucada não resiste às cordas dos blocos e à potência de som do grande número de trios elétricos, e assim como os pequenos grupos referenciados acima vão encontrar refúgio no Pelourinho. Ali não há cordas nem o som dos trios, mas também não há a televisão, os jornais, os artistas famosos. Ali, muito mais do que um circuito carnavalesco, durante o período do carnaval, é um acantonamento de grupos desterritorializados.

### ***O Folião Pipoca: a desterritorialização do soberano do território***

O Pipoca no carnaval de Salvador é aquele folião que não está vinculado a nenhum bloco, não usa fantasia, não obedece a nenhuma regra quanto ao tempo de permanência na rua ou à distância a ser percorrida. O pipoca, embora normalmente não esteja fantasiado, é um ser mutante no carnaval. Em determinados momentos ele pode ser espectador, em outros ele pode ser um folião. O pipoca preenche os espaços vazios, historicamente ele pulava atrás do trio, e é difícil situá-lo em um segmento social específico, embora majoritariamente seja oriundo das classes populares. Ele foi o principal protagonista do carnaval de 1950 a 1990.

O aparecimento do trio elétrico em 1950 foi um fenômeno que incorporou de forma massiva este folião e o tornou o principal protagonista do carnaval, a ponto de, em determinados momentos da década de 1980, pela grande presença de pipocas na rua como foliões, a propaganda oficial do carnaval de Salvador destacar a todo o momento as “vantagens comparativas” da festa soteropolitana, pelo fato de esta ser uma “festa da participação”. O grande crescimento dos blocos de trio na década de 1990 e a multiplicação dos camarotes retiraram de forma dramática o espaço do pipoca, pois este se move no espaço público,

enquanto essas organizações e equipamentos apropriam-se desses espaços, privatizando-os.

A transmissão da televisão contribui sobremaneira para que o papel do pipoca na festa seja cada vez mais evanescente, na medida em que esta não encontra no folião Pipoca apelos “estéticos” ou comerciais que atraiam os patrocinadores de suas transmissões, o que contribui para a exclusão e segregação crescente desse grupo que foi o principal segmento do carnaval de Salvador durante, pelo menos, quatro décadas.

Esta discussão sobre a perda do espaço do Pipoca, na maior parte das vezes é carregada de ideologia, principalmente quando é feito o contraponto, argumentando-se que, nos últimos dez anos, o espaço destinado ao carnaval teve um aumento mais que proporcional ao número de foliões, com a incorporação dos circuitos Barra-Ondina e Pelourinho.

Ora, embora o Pipoca ocupe vários territórios no espaço do carnaval, que vão desde os lugares de descanso aos lugares de alimentação, é inegável que o território que dá significado ao Pipoca é o entorno do trio, sendo que a demarcação se dá pelo som. Até onde for audível um som de trio elétrico, este é o território do Pipoca. Ou sempre foi.

Não se pode, portanto, entender o pipoca sem a espacialidade do trio. Por isso, na medida em que a corda alcança o limite do som tanto na frente como atrás do trio, o Pipoca é desterritorializado no carnaval. Resta a ele pular em exíguos espaços nos passeios durante a passagem do trio, sendo freqüentemente pressionado pelos cordeiros dos blocos, policiais, vendedores ambulantes que escapam da repressão, e pela violência que a própria compressão do espaço desencadeia.

O Pipoca, na atualidade, vem sendo chamado pelo poder público através de apelos na mídia, a ocupar arquibancadas, camarotes, blocos de corda, ou quando, como é o caso da maioria, não tendo dinheiro para consumir nenhum destes espaços, ficar no seu bairro, participando de carnavais sem nenhuma história ou significado, o que demonstra de forma inequívoca que a sua participação já não é tão indispensável como foi no passado.

## A NOVA PRODUÇÃO DO ESPAÇO DO CARNAVAL MERCANTIL

O carnaval atual de Salvador é uma grande festa que se espalha por três espaços: Campo Grande (denominado pela prefeitura de circuito Osmar<sup>30</sup>), Barra-Ondina (denominado de circuito Dodô<sup>31</sup>) e Praça Municipal e Pelourinho (denominado pela prefeitura de circuito Batatinha<sup>32</sup>). Os números do carnaval de 2001 publicados pela EMTURSA dão conta de que o trajeto percorrido nesses circuitos pelas centenas de entidades e trios elétricos é de 11,5 Km, no entanto, são interditados 25 Km de ruas, existindo ainda uma programação especial em alguns bairros da cidade<sup>33</sup>. Em 2001 houve a participação de 190 entidades, com 277 atrações e 209 mil foliões. Estima-se em 125.177 o número de empregos gerados, e em R\$ 536.782.582,00 o volume de negócios gerados. Registra-se também (carnaval de 2001) a presença de 952 mil visitantes no período carnavalesco, distribuídos em 401 mil brasileiros (87%) e estrangeiros (13%), os demais sendo moradores de cidades que distam em até 150 Km de Salvador, presença que provoca a ocupação de 98% das unidades hoteleiras. São 169 horas de transmissão de TV em rede local, 82 horas e 22 minutos em rede nacional e 104 horas e 43 minutos em rede internacional, sendo 50 países através do canal da emissora Bandeirantes, 29 países pela Directv e 12 países através da Globo Internacional. Foram credenciados *3.832 profissionais de imprensa, sendo 425 estrangeiros (de 36 países e de 148 órgãos da imprensa internacional, 728 nacionais, 2.459 locais e 220 do estado da Bahia) os brasileiros representaram um total de 843 órgãos de imprensa de todo país*, de acordo com a EMTURSA (2001:).

---

<sup>30</sup> Homenagem a um dos inventores do trio elétrico.

<sup>31</sup> Outro inventor do trio elétrico.

<sup>32</sup> Homenagem a um importante compositor baiano de samba e marchas carnavalescas.

<sup>33</sup> No carnaval de 2001 foram assim distribuídos: Itapuã, Liberdade, Periperi e Cajazeiras, afora um palco de rock na praia de Piatã.

Os números (mesmo que parte deles seja questionável) revelam uma dimensão impressionante, não só na sua abrangência física, mas também na dimensão econômica e simbólica da festa sobre a população da cidade de Salvador e do estado da Bahia.

Essa dimensão, entretanto, é um resultado de um processo de produção do espaço cada vez mais articulado entre o poder público e os grupos privados de maior poder econômico, ligados à produção cultural, que tende a produzir um espaço cada vez mais homogeneizado e que se funda em processos capitalistas anteriores, conforme é observado por Lefebvre (1999):

*A produção do espaço, em si, não é nova. Os grupos dominantes sempre produziram este ou aquele espaço particular, o das cidades antigas, o dos campos (aí incluídas as paisagens que em seguida parecem “naturais”). O novo é a produção global e total do espaço social. Essa extensão enorme da atividade produtiva realiza-se em função dos interesses dos que a inventam, dos que a gerem, dos que dela se beneficiam (largamente). (p. 142-3)*

Santos (1988) trilha nessa direção e agrega novos elementos ao considerar o espaço:

*(...) como uma instância da sociedade, ao mesmo título que a instância econômica e a instância cultural-ideológica. Isso significa que, como instância, ele contém e é contido pelas demais instâncias, assim como cada uma delas o contém e é por ele contida. A economia está no espaço, assim como o espaço está na economia. O mesmo se dá com o político-institucional e com o cultural ideológico. Isso quer dizer que a essência do espaço é social. Nesse caso o espaço não pode ser apenas formado pelas coisas, os objetos geográficos, naturais e artificiais,*

*cujo conjunto nos dá a natureza. O espaço é tudo isso, mais a sociedade atual (...)* (p. 1)

A transformação do carnaval de Salvador em um espaço hegemonizado pelo mercado encontra suas raízes em meados da década de 1980, quando já existia um discurso articulado por muitos segmentos vinculados aos governos municipal e estadual que enfatizavam a necessidade de transformação do carnaval em produto para enfrentar as crescentes dificuldades do município.

A questão central aí colocada, e já discutida em capítulo anterior deste trabalho, é a possibilidade de fazer do carnaval uma alternativa para a crise econômica da cidade e, para isso, se desenvolve aquilo que Soja (1997), quando analisa a dinâmica urbana mundial, chama de ideologia do crescimento, que pode ser expressa na forma com que as elites dominantes desenvolvem um discurso unificador tendo como ponto de apoio o crescimento econômico, ou seja, na medida em que qualquer atividade humana tivesse como consequência um crescimento econômico, esta atividade não poderia ser contestada, pois a única forma de desenvolvimento da humanidade é através do crescimento econômico.

Assim é que as oposições à mercantilização do carnaval de Salvador, de forma geral, foram tímidas. Como se poderia ir de encontro a uma proposta que viesse a trazer crescimento econômico e empregos ao mesmo tempo? Além disso, a própria acumulação pós-fordista (Harvey, 1998), que já estava em franca expansão no mundo, e que começara a se implantar no Brasil a partir do governo Collor (1990), propugnava um consumo cultural que, em princípio, derrubava as muralhas étnicas e sexistas. O que interessava a esta nova forma de acumulação era a realização de lucros de forma rápida, não importando, como ficou provado mais tarde, se o lucro vem de tambores africanos, timbaus brasileiros ou dos sons

dos aborígines australianos. Isto fazia com que até mesmo intelectuais de esquerda fossem seduzidos por este discurso, que afirmava que:

*As potencialidades deste evento, visto mesmo como um produto estavam muito longe de serem exploradas. O carnaval apenas acontecia. (Relatório do Carnaval, 1984, s.p.)*

Estas proposições fazem parte de um discurso ainda tímido, pelo fato de naquele momento ainda não ter havido a descentralização financeira da União para Estados e Municípios, e principalmente por não ter acontecido a liberalização em marcha forçada, iniciada no governo Collor e concluída no de Fernando Henrique Cardoso. Ainda assim, as providências para a mercantilização e privatização do carnaval de Salvador foram devidamente tomadas, como podem ser observadas no Relatório do Carnaval de 1984, descrito a seguir:

*A venda de espaços para a publicidade no eixo Praça da Sé – Campo Grande, do Porto ao Farol da Barra e nos palanques das arquibancadas é talvez a única fonte de renda que a prefeitura/BAHIATURSA podem obter para fazer frente às despesas de decoração e organização do carnaval em Salvador. Sendo esta a primeira vez que se propõe tal empreendimento. (grifo nosso) (p. 28, Anexo IV)*

Para o carnaval de 1985<sup>34</sup>, dentre algumas das medidas que visaram à profissionalização, foi contratada a empresa de publicidade D&E como responsável por toda a comercialização da festa. Mas, os resultados não foram os esperados pelo poder público municipal, que além de condenar a ineficiência da empresa, criticava duramente a Federação dos Clubes Carnavalescos de Salvador e o Sindicato dos Músicos da Bahia por criarem “problemas” à

---

<sup>34</sup> Carnaval que prestou homenagem a Jorge Amado.

implantação do modelo proposto. O Relatório do Carnaval de 1985 explicita esta posição de forma clara, ao dizer que:

*A empresa de publicidade responsável pela comercialização do evento, de longe, decepcionou e não cumpriu os prazos e determinações, a federação dos clubes carnavalescos é totalmente desestruturada, e o sindicato dos Músicos do Estado da Bahia, que foi chamado a colaborar de forma a mais democrática possível, criou problemas e forneceu um repertório de baixa qualidade e mau gosto. (p. 2)*

Adiante, mas ainda sobre a agência de publicidade, o mesmo relatório é ainda mais enfático:

*(...) Lamentavelmente as mortalhas tiveram que sair com a arte final da D&E (...)*

A profissionalização pelo visto, mesmo que fosse um objetivo que a administração pública tivesse como algo absolutamente claro, dava os seus primeiros passos de forma ainda cambaleante, pois, além dos problemas levantados anteriormente, a administração pública identificava outros em vários segmentos, como, por exemplo, o desempenho da Polícia Militar, que se mostrava bastante desarticulado da produção do espaço que o poder público pretendia fazer no carnaval. O trecho extraído do Relatório do Carnaval de 1985 é revelador desta situação:

*De acordo com a portaria número 039 da STU, para o carnaval de 85, o tráfego no Centro da cidade deveria estar fechado, a partir de 19:00 h do dia 14/02 (...) No entanto, no dia 15, as 8:00 h, o tráfego ainda continuava aberto no Campo Grande, Av. Sete, Praça Castro Alves, Rua Chile, Rua Carlos Gomes, Rua Senador Costa Pinto (...) As 9:40 a PM informa que o fechamento dependia*

*dos cavaletes, solicitados à Prefeitura. Informação que o GEC<sup>35</sup> não tinha conhecimento. E as ruas não foram fechadas. (p. 9)*

Outras intervenções, entretanto, já começavam a render os frutos esperados, a exemplo do ordenamento de barracas e ambulantes, ação das mais nevrálgicas na produção do espaço carnavalesco, que por alterar a apropriação do espaço de obtenção de alguma renda pela população pobre, trazia uma carga de conflitos muito grande. Mas, ao poder público pouco interessava o tamanho do conflito desencadeado por esta ação, pois a meta final justificaria possíveis embates com alguns segmentos. E a ação desencadeada em 1984 e continuada em 1985 é saudada no Relatório do Carnaval de 1985 (s.p.):

*Todo o serviço foi feito pela SESP que repetiu o feito de 84 quanto à não permissão de ambulantes e barracas nos passeios ou esquinas (...) A fiscalização operou com bastante eficiência.*

A intervenção no espaço do Campo Grande que veio sendo feita desde aquela época até o momento atual, começa com a busca da ocupação das ainda incipientes arquibancadas, que de 1984 para 1985 teve um expressivo crescimento de 58%, e ainda no ano de 1985 têm início as vistorias de veículos e arquibancadas. Neste momento estava começando um processo ainda lento de deslocamento da centralidade<sup>36</sup> do carnaval da praça Castro Alves para o Campo Grande. Os comentários contidos em documentos oficiais são elucidativos, como, por exemplo, o trecho que se segue, do Relatório do Carnaval de 1985: *quanto à estrutura do Campo Grande é preciso dar uma guinada de 180 graus. O ideal seria montar um esquema idêntico ao existente nos estádios de futebol. (p. 16)*

---

<sup>35</sup> Grupo Executivo do Carnaval. (N.A)

<sup>36</sup> O termo *centralidade*, neste trabalho, é concebido como o atributo de um espaço que concentra a maioria dos fluxos.

A preocupação com a venda dos espaços do carnaval, que pode ser verificado em quase todos os documentos oficiais que tratavam do tema, é quase obsessiva, buscando-se que as ações do planejamento do carnaval passassem a ser executadas durante todo o ano. O documento supracitado é também esclarecedor ao afirmar que:

*Considerando que todas grandes empresas com possibilidades de adquirirem quotas de promoção, encerraram suas projeções financeiras para 86, em julho de 85, propomos que a partir de agora seja iniciada a proposta de comercialização para tal fim, ao mesmo tempo em que se concebe o esquema promocional de 86.*  
(s.p.)

Os anos de 1984 e 1985, embora devam ser considerados os marcos de um novo processo de produção do espaço carnavalesco em Salvador por terem conseguido promover algumas significativas reestruturações do espaço, no geral, não conseguiram obter os resultados esperados pelos governos estadual e municipal. A avaliação do processo feita pela coordenadora do carnaval, Eliana Dumêt (Relatório do Carnaval de 1985), corrobora com esta afirmativa:

*Considerando que a experiência de 85 de promoção não atendeu as expectativas propostas, propõe-se que este assunto seja trabalhado diretamente pela Prefeitura Municipal do Salvador e BAHIA TURSA que poderão alcançar o objetivo desejado.* (s.p.)

O projeto de mercantilização do carnaval, desencadeado nos anos de 1984 e 1985, teve um período de interrupção em virtude das transformações políticas ocorridas em 1986 na prefeitura e em 1987 no governo do estado. Na prefeitura, assume Mário Kertesz que nomeia um cantor e compositor baiano, conhecido nacionalmente, Gilberto Gil, para presidente da Fundação Gregório de Matos,

entidade que naquele momento gozava do *status* de uma Secretaria Municipal de Cultura. O discurso da profissionalização do carnaval através do processo de mercantilização sofreu um retrocesso, que pode ser verificado no fragmento a seguir, extraído do Projeto do Carnaval de 1988, que oferece uma nova postura da administração pública em relação a dois equipamentos que simbolizavam o espaço do carnaval comercial: as arquibancadas e os camarotes:

*Se por um lado as arquibancadas roubam espaço e, por vários fatores é um referencial de paradas obrigatórias, aumentando o congestionamento, por outro, resolve o problema de um público sobretudo idoso ou deficiente físico (...) Os camarotes serão apenas de serviços: neles funcionarão o Comando da Coordenação do Carnaval, Central de Rádio, Central de Telefones receptivo para turistas e autoridades. Não haverá unidades para comercialização. (grifo nosso) (p. 26)*

Registre-se que o Presidente da Fundação Gregório de Matos, daquela época (Gilberto Gil), responsável pela elaboração de diretrizes e políticas de restrições aos camarotes, empresta hoje o seu nome para um dos camarotes mais destacados e concorridos do carnaval da Barra.

A coordenação do carnaval neste período ficou sob a responsabilidade do poeta, também conhecido nacionalmente, Walli Salomão, que imprimiu uma outra direção para as políticas públicas do carnaval de Salvador, como pode ser observado no trecho do Plano de comercialização do carnaval de 1988 (EMTURSA), a seguir:

*Com efeito, a partir deste ano pode-se pensar o Carnaval de Salvador tendo em vista não apenas os aspectos físicos de organização, segurança, cronogramas, etc., mas principalmente pensou-se no carnaval como um bem cultural da cidade que se*

*movimenta entre, e movimenta outros inúmeros bens culturais da cidade (...) Por isso os objetivos foram traçados prioritariamente, para respeitar e revalorizar estes bens culturais existentes na cidade. (s.p.)*

Este tipo de coordenação foi um duro golpe no projeto de mercantilização, pois os elementos mais caros ao projeto de produção do espaço mercantil, foram sendo durante o período deste governo municipal gradativamente rechaçados, na medida em que as proposições falavam a todo o momento em “manter a tradição de brasilidade”, “recuperação cultural”, tornando vazio todo o esforço desenvolvido no período anterior.

Um indicador desse novo momento pode ser localizado na importância que a nova coordenação do carnaval passa a dar à Mudança do Garcia e no cancelamento de uma iniciativa da administração anterior de investir no carnaval do Rio Vermelho. Muitas vezes os registros são eivados de um autoritarismo inominável, como pode ser registrado no Projeto do Carnaval 1988, no trecho destacado a seguir:

*Recuperação cultural, valorizando-se os eventos e manifestações que realmente tenham a ver com a tradição do carnaval baiano, resgatando-se e emulando-se o que se enquadra nesta preocupação e descartando-se novas concepções que estão dissociadas desta tradição (...) seguir-se-á o estabelecido no ano passado, sendo as principais alterações a valorização do carnaval do Garcia (e da Mudança do Garcia) e o cancelamento das programações do Rio Vermelho. (s.p.)*

Mesmo considerando que a administração do prefeito Mário Kertész (1986-1988), com a coordenação do carnaval sob a responsabilidade do poeta Walli Salomão, tenha sido um retrocesso no projeto de mercantilização da

administração anterior, não se pode deixar de registrar que algumas ações foram tomadas nessa direção, como pode ser verificado no trecho a seguir, extraído do Planejamento do Carnaval de 1989, publicado pela EMTURSA:

*Dentro dos espaços referidos, já foram feitas experiências com sucesso, com peças publicitárias em forma de balões infláveis, standartes, painaux, painéis publicitários (...) A Prefeitura de Salvador, preocupada em disciplinar o uso da publicidade no período momesco, permitindo somente às empresas credenciadas, a utilização do merchandising, no espaço onde acontece o carnaval, em todo seu período, ficando assim resguardado o direito de terceiros. (s.p)*

As contradições desse período foram várias, porém, a principal marca do discurso do poder público municipal foi a desprivatização do espaço público, e o reforço ao folião pipoca, que, aliás, teve na administração desse período uma aliada, ao menos no plano da intenção. O futuro viria demonstrar o quão discursivos foram esses objetivos, pois a administração em questão, reiteradas vezes, foi acusada de comprometer as finanças públicas com as grandes empreiteiras, em obras desnecessárias ou de utilidade social duvidosa.

Porém, em relação ao carnaval, o discurso e muitas ações na maioria das vezes eram claros, a ponto de colocar como as duas metas a serem perseguidas pela administração municipal, a “desprivatização do espaço carnavalesco” e a eliminação do engarrafamento. Os detalhamentos dessas metas estão registrados no Planejamento do Carnaval de 1987:

*Distribuir, diversificar, escalonar, coordenar, e estabelecer horário para o desfile das várias entidades no Centro, na Barra na Liberdade principalmente, e também nos demais Bairros, possibilitando deste modo que sempre haja espaço para o folião*

*independente (...) Negociação com as emissoras de televisão para encontrar fórmulas de se evitar que os trios parem quatro ou cinco vezes em cada percurso, e ante as câmeras dêem shows de longa duração. (p. 4)*

Algumas conclusões podem ser retiradas desta citação: uma delas é que essa administração não via no carnaval um elemento estratégico para o desenvolvimento socioeconômico da população da cidade, pelo fato de também não enxergar o turismo como esse vetor. Nos relatórios e planos para o carnaval desse período, praticamente não existe referência ao turismo<sup>37</sup>, o que reforça sobremaneira a proposição argumentada no capítulo anterior, de que a produção atual do espaço carnavalesco, tem uma imbricação profunda com os objetivos definidos para o turismo, que, por seu lado, está ligado ao Planejamento Estratégico de Cidades e à competição entre elas provocada pela globalização. Sendo assim, na medida em que a administração do período 1986-1988 não fez essa opção, a sua ação na produção do espaço se deu de uma outra forma. Ou seja, a privatização do espaço carnavalesco podia ser, e realmente o era, combatida pela coordenação do carnaval, ao mesmo tempo em que outras esferas administrativas privatizavam grandes espaços do cotidiano.

No período posterior, a cidade foi governada pelo prefeito Fernando José, candidato apoiado pela administração anterior. Esse período foi marcado por uma ausência crescente do poder público no espaço carnavalesco. Do período de 1984 a 2001, essa é a única fase sobre a qual não existe documentação, fato que a administração posterior registra ao afirmar que,

---

<sup>37</sup> Nesse período, o turismo em Salvador estava em franco declínio. A cidade havia caído para o oitavo lugar nos destinos turísticos do país, quando historicamente sempre ocupou as posições de segundo a quarto.

*Não foi encontrada memória dos carnavais anteriores nem controle das atuações dos músicos – onde e quando haviam tocado, quanto tinham recebido. O improviso e a desorganização campeavam na alocação das atrações. (Planejamento do Carnaval de 1994, p. 13)*

A ausência da memória é um indicativo não somente da falta de organização da administração pública municipal, mas revela, sobretudo, a opacidade que marcou essa gestão em todas as esferas administrativas.

A falta de uma intervenção pública mais decidida, no entanto, não foi impedimento para a aceleração do processo de privatização do espaço público, e da comercialização do carnaval como uma mercadoria, ao contrário, o descaso com o planejamento foi fator acelerador da privatização do espaço público. A ausência de regulação do Estado no Brasil historicamente sempre significou a abertura para grupos de maior poder avançarem no espaço público, e foi desta forma que se deu no carnaval de Salvador nesse momento.

É nesse período que explode a *axé music* no espaço regional e o seu módulo veiculador, o Bloco de Trio, que Moura (2001) assim descreve:

*No que diz respeito à emergência e solidificação de um mercado musical em Salvador, a opinião pública funciona como um agente fundamental, indicando o que gostava e o que queria ouvir, contribuindo para construir o sucesso e o mercado do que a partir de 1987 passou a ser chamado de *axé music*. (p. 341)*

Os grupos organizados principalmente em torno da *axé music* assumem a hegemonia na produção do espaço carnavalesco, dispondo da quase totalidade da cobertura da televisão e do rádio, tendo músicas tocadas nas rádios durante todo ano, e os seus produtores e artistas a cada ano criando novas “danças”, que eram, na verdade, peças de Marketing que buscavam, como buscam até hoje, “a

novidade” como um fim, sendo que os grupos que não aderem a essa “cultura novidadeira”, não conseguem projeção por serem considerados ultrapassados.

Albergaria (2001), depois de fazer um histórico da construção da baianidade desde os anos de 1960, faz a ponte entre esta e a axé music, colocando os representantes deste estilo como ícones da baianidade atual, ao se pronunciar da seguinte forma:

*(...) Tem o estúdio de Wesley Rangel, a produção do primeiro grande produto local, a axé music, os novos ícones da baianidade, Chatiela Mercury, Aporrinhete Menezes<sup>38</sup>, agora Ivete Sangalo (...) São ícones da baianidade. Ivete é muito significativa disso, é uma baianinha interessante, engraçadinha, desbocada, molequinha, muito interessante para se contrapor àquela loura seca paulista. Depois a indústria do carnaval, hoje já é a indústria dos sites e dos portais. Então temos várias camadas superpostas de imagens, que vão se acrescentando e se intensificando. Por isso, o mito da Bahia é tão forte. (...)* (p. 50-1)

Outra ação que merece ser destacada nesse período é a organização do desfile por ordem de fundação<sup>39</sup>, o que, em um primeiro momento, poderia parecer uma forma democrática de organização, mais tarde se transformaria em objeto de especulação, com acirradas disputas judiciais entre artistas, produtoras e empresários pelo controle dos primeiros blocos da fila, a exemplo do bloco Coruja, disputado por Ricardo Chaves e Ivete Sangalo, ou a liminar concedida ao bloco Beijo no carnaval de 2000, dando-lhe direito de ficar na frente dos blocos Mel e Frenesi. É importante frisar que os dois últimos blocos têm os seus quadros de associados preenchidos basicamente por um público classe média-baixa,

---

<sup>38</sup> O autor da entrevista se refere às cantoras Daniela Mercury e Margareth Menezes, respectivamente. (N.A)

<sup>39</sup> Segundo Moura 2001, Esta decisão foi tomada em reunião acontecida em 1986 no auditório TV Itapuã, orquestrada pelo radialista e produtor Cristóvão Rodrigues (...) (p. 362)

enquanto os associados do Beijo são majoritariamente de classe média-alta. Em suma, fica provado que qualquer ordenamento do desfile que queira ser democrático não pode apenas se apoiar em uma lei democrática, mais do que isso, tem de criar mecanismo de controle dos agentes que a todo o momento buscam formas de burlar, não só uma lei, mas todas as regulamentações que não interessem a esses grupos de poder.

A separação dos blocos de trio dos blocos afro, afoxés e de percussão também é dessa época (início da década 1990). Esse fato que tornou possível a segregação espacial, pois as entidades orientadas hegemonicamente pela lógica mercantil passaram a ser agrupadas no circuito Campo Grande, principalmente no período vespertino, enquanto que as demais passaram a realizar o seu cortejo no período da noite, sempre avançavam pelas madrugadas sem público e sem televisão. Registre-se que, no circuito Barra-Ondina, o período noturno é o horário nobre das emissoras de TV.

Sobre isso é importante destacar que em pesquisa realizada pela EMTURSA em fevereiro de 1996, as repostas dos entrevistados para a pergunta: *deveria haver ainda mais blocos do que já existe? Foram as seguintes: concorda 23%, discorda 74%, não sabe ou não respondeu 3%.*

O circuito Barra-Ondina, no final de década de 1980, se fixa prioritariamente como um local dos blocos alternativos, atraindo a maior parte dos fluxos de turistas e da juventude de classe média, reconfigurando sobremaneira a espacialidade do carnaval. Ao mesmo tempo em que a Barra nasce e cresce de forma vigorosa, a Praça Castro Alves vai entrando em franca decadência, pois até os artistas famosos que normalmente para ali afluíam, deixam de freqüentar o lugar, e, paulatinamente, se reterritorializam na

Barra. Atualmente, nem a Televisão faz a cobertura da Praça, e os trios elétricos que vão ao local são grupos sem a mínima expressão no contexto do carnaval.

Como consequência dessa dinâmica, o crescimento dos blocos de trio nesse período foi deveras significativo, não em relação ao seu número, mas, sobretudo, tendo como referência o seu porte. Muitas entidades conhecem saltos na quantidade de associados, passando, às vezes, de mil para quatro mil, e mais que do isso, apropriando-se de quase todo patrocínio das empresas, já que estas, como quaisquer empresas do mundo, dirigem o seu patrocínio para segmentos que têm capacidade de consumo, e o valor mais baixo pago por abadá normalmente gira em torno de um salário mínimo. No carnaval de Salvador, o segmento que apresenta essa característica de forma mais completa tem uma denominação: Bloco de Trio.

Isso não quer dizer, que os outros segmentos não tenham nenhum potencial de consumo, mas é difícil imaginar o conjunto do empresariado deslocando seu patrocínio para travestidos, negros ou pobres, como foi demonstrado de forma explícita com o passar do tempo.

Quando a prefeita Lídice da Mata assume, em 1993, o espaço carnavalesco estava quase que completamente dominado pela lógica mercantil, e ao contrário do que se poderia esperar, as diretrizes apresentadas foram ao encontro da profissionalização e da venda do espaço carnavalesco.

O argumento central para a mercantilização e a venda do espaço era o “alívio” do ônus financeiro que a festa poderia trazer para a prefeitura, que se debatia com crescentes faltas de recursos, desta forma a profissionalização passa a ser vista como a fórmula mágica que daria solução a este problema, o que pode

ser verificado no Projeto do Carnaval de 1994, elaborado por aquela administração:

*O que pretendemos com estes indicativos, trabalho da Coordenação do Projeto do Carnaval, é a realização dos estudos, projetos e discussões necessárias a todos os processos, de forma objetiva e realística que resultem em providências práticas visando a realização de um carnaval totalmente profissionalizado sem entretanto perder a espontaneidade e alegria, com menos desgaste para EMTURSA, órgão executor, e conseqüentemente para a administração municipal como um todo. (s.p.)*

A despeito dessa opção tão clara, às vezes parecia que a administração municipal caminhava em outra direção, a exemplo da eleição do Presidente do afoxé Filhos de Gandhi, Dalvadísio Fonseca de Melo, como coordenador do carnaval de 1993, e do tema do carnaval que refletiu uma busca das “raízes”. Todavia, um comentário, registrado no Projeto do Carnaval de 1993, não deixa dúvidas quanto às intenções dessas ações:

*Ao ser eleito Coordenador do Carnaval 1993, o sr. Dalvadísio Fonseca de Melo preocupou-se de imediato com a confecção do projeto, para isto pesquisou de que forma Salvador poderia suplantar as expectativas a nível de atrativos para o turista que fluirá em massa devido ao excelente trabalho que vem invadindo o sul através da nossa música (...) Após inúmeras discussões com a assessoria geral da Coordenação, sra. Rosângela Guimarães, chegou-se à conclusão que somente o apelo a nossa raiz cultural africana seria o gancho adequado a nível de marketing, nascendo então o tema “SALVADOR TERRA DOS ORIXÁS” numa homenagem merecida à nossa ancestralidade. (s.p.)*

Adiante, no mesmo documento, volta-se a abordar a questão, o fragmento a seguir talvez seja a expressão da consolidação de um pensamento transformado, mais tarde, em estratégia de produção do espaço: *A coerência com os nossos aspectos culturais que servem como chamariz para a área de turismo faz do tema escolhido um acabamento perfeito em todos os matizes.* (s. p.)

Nesse ano, todos os lugares do circuito carnavalesco passaram a ter uma denominação provisória, com o nome de um orixá. O Pelourinho como Praça de Exu, Terreiro de Jesus como Praça D'Ogun, Praça da Sé como Praça D'Ossain, Praça Castro Alves como Praça D'Oxossi, a Barra como Praça de Iemanjá, e todos os outros lugares carnavalescos sendo devidamente nomeados; mas, como foi visto, a intenção primeira era a atração dos turistas para a festa.

A administração municipal, além de deixar às claras as suas intenções, ainda fazia críticas às administrações anteriores por não terem se preocupado com essa questão. Emília Silva, presidente da EMTURSA, diz no documento já citado que:

*(...) a venda do espaço publicitário no Carnaval não representa nenhuma novidade. Apenas nunca foi levada a sério, apesar dos dispositivos legais em que está apoiada (...) O que ocorre é que os dispositivos legais estavam em vigor, mas não eram aplicados. Com a disposição da prefeita em profissionalizar o carnaval, essa postura muda agora.* (p. 2)

A euforia com que a administração municipal encarava a profissionalização e a nova produção do espaço carnavalesco pode ser auferida na avaliação da procura por camarotes:

*Este ano, a procura pelos camarotes foi tão grande que a EMTURSA que, inicialmente havia previsto a construção de 28,*

*decidiu instalar mais 24. Como justifica o assessor de marketing, Gorgônio Loureiro, os camarotes estão sendo uma fonte de receita para a Prefeitura, que a partir de 94 deverá fazer um Carnaval a custo zero, apostando na iniciativa privada. Empresas como a Antarctica e a Brahma decidiram apostar no marketing, através dos camarotes e, com antecedência, mostraram seu interesse em reservar os equipamentos. (...)*

Outro aspecto em que a administração desse período investe é o reordenamento das barracas, e uma palavra fartamente utilizada para descrever a organização das barracas e isopores, era *favelização*, sendo, portanto, colocado como objetivo do governo municipal, a “desfavelização do espaço carnavalesco”. A fiscalização assume um rigor até então desconhecido, limitando o uso do espaço aos barraqueiros e ambulantes que se multiplicam a cada ano, devido a situação socioeconômica da cidade. Este conflito espacial, resultante de uma produção do espaço que visava a torná-lo cada vez mais adaptado a uma fluidez e lógicas mercantis, pode ser retratado na (...) *padronização dos equipamentos licenciados em logradouros públicos, de modo a se obter um melhor visual para a festa e se evitar a “favelização” da cidade.* (Planejamento do Carnaval de 1993, s.p.)

Ou então nos,

*Mais de 400 homens da Secretaria Municipal de Serviços Públicos (Sesp) estarão nas ruas durante o carnaval para impedir que os ambulantes invadam as áreas de circulação de pedestres e que pessoas não licenciadas exerçam atividades comerciais.* (Planejamento do Carnaval de 1993, EMTURSA, p. 48)

As conseqüências, ao longo do tempo, dessa política de padronização em marcha forçada, foram decididamente danosas à diversidade. Isso faz com que, mais tarde, Espinheira (1999) se pronuncie da seguinte maneira:

*Eu fico pensando nessa história toda de padronizar o carnaval, de organizar a festa, e lembrando de Bosco: “não ponha corda no meu bloco, não dê ordem ao pessoal”. E eu fico revoltadíssimo com bloco com corda, eu tenho verdadeiro horror. Todo ano eu faço um protesto, seja pelo jornal, seja em conferências, em qualquer canto em que eu esteja, contra esta privatização do espaço público, essa apropriação, em proveito próprio, de grupos econômicos fortes, que negociam o carnaval (...). (p. 148)*

A avaliação do carnaval, realizada pela prefeitura, demonstrava, a todo o instante, a euforia pelo momento de transformação da festa em um acontecimento nacional, e, mais uma vez, essa empolgação é justificada pelo número de turistas que chegavam para o carnaval, “entre 600 e 700 mil turistas nacionais e estrangeiros”, ressaltando o quanto isso era significativo em uma cidade *onde existe o maior contingente atuando na economia informal* (Relatório do Carnaval 1993) (s.p) , e por isso:

*Avançar e consolidar o carnaval da Bahia como a festa brasileira e mundial significa tratá-la profissionalmente, prepará-la durante todo ano e integrá-la num projeto turístico integrado que especialize Salvador nos ramos de lazer e serviços, como é a tendência internacional da terceirização da economia, além de garantir a retaguarda com a criação de pólos de micro-indústria<sup>40</sup> e serviços para trilhar esse caminho. (Relatório Sintético do Carnaval da Bahia, 1993, EMTURSA, p. 2)*

---

<sup>40</sup> É importante registrar que nunca foi feito qualquer programa para alcançar este objetivo.

Depois desse grande esforço na busca da venda do espaço, a prefeitura comprova que os resultados não foram os esperados, e, surpreendentemente, constata que os blocos de trios ganharam a competição com o poder público pela verba publicitária. Isso é registrado de maneira clara no Planejamento do Carnaval de 1994:

*O carnaval de 1993 caracterizou-se operacionalmente (...) pela consolidação dos blocos de trio como verdadeiras empresas, com lucros substanciais auferidos com a venda de 30% a 50% de suas mortalhas aos turistas por preços que variaram de 350 a 800 dólares de acordo com declarações prestadas a jornais de nossa capital. Além disso estes concorreram com o poder público pelo acesso ao financiamento das empresas privadas. Passam a se constituir como verdadeiros poderes paralelos no carnaval (...) pela parceria do poder público com empresas privadas no financiamento da festa. Embora esta ainda seja pequena, fala-se em cerca de 15% das despesas globais (...) (Relatório Sintético sobre o Carnaval da Bahia, 1993, p. 4)*

Algumas considerações poderão ser formuladas a partir dessa avaliação produzida pelo governo municipal. A primeira é a falta de compreensão da surpresa demonstrada pelo poder público municipal com os resultados da “guerra publicitária” que ali começara a ser travada. Ora, não era preciso ser um especialista para antever que os empresários iriam preferir uma forma de publicidade móvel, foco das câmeras das transmissões televisivas, e que ainda trazia em torno de si um séquito de, às vezes, quatro mil consumidores, que atestavam de maneira veemente a veracidade da mensagem, ao invés de placas fixas que as transmissões televisivas buscavam e muitas vezes conseguiam retirar do seu enquadramento, além do fato de que à sua volta podia não estar a “gente bonita” dos blocos de trio que daria o vigor que a mensagem necessitava.

Quanto aos resultados pífios alcançados pela venda do espaço do carnaval, pode-se dizer, desde já, que a meta colocada pela administração pública de uma festa auto-sustentável, se mostrou muito “amadora” para uma equipe de dirigentes que encarava a profissionalização do carnaval como uma obsessão. Talvez uma constatação da administração seguinte, contida no Relatório do Carnaval de 1997, seja a evidência mais eloqüente do que aqui se afirma:

*Após assinatura dos contratos, a Coordenação tomou conhecimento de que a legislação vigente poderia autorizar a colocação de peças de propaganda nos circuitos a preços irrisórios, sem considerar os contratos de patrocínio, o que poderia possibilitar que um produto concorrente dos patrocinadores, por um valor muito baixo, pudesse ter mais espaço de exposição da marca do seu produto que os parceiros da Prefeitura Municipal de Salvador. (p. 17)*

O modelo empresarial que havia sido alcançado pelos blocos de trio era visto pela administração pública municipal como possível de ser estendido às demais entidades, em uma demonstração de que se acreditava que a ausência do patrocínio para as pequenas entidades seria apenas uma questão de capacitação empresarial, conforme se pode verificar no trecho a seguir:

*Criação de um “organismo” que possa orientar e assessorar entidades carnavalescas de pequeno e médio porte (a exemplo do trabalho do SEBRAE) no sentido de estimular seu crescimento (...) Elaboração de uma “cartilha” bem didática que oriente as entidades a elaborarem projetos bem consistentes e bem elaborados com vistas à obtenção de patrocínios. (Projeto do Carnaval de 1994, Plano de Trabalho, EMTURSA, p. 4)*

Apesar dos revezes sofridos no ano anterior, a prefeitura não mudou absolutamente nada nos objetivos que havia definido para a festa, e, às vésperas do carnaval de 1994, programa um lançamento do carnaval de Salvador em Madri, dentro de uma “estratégia” de internacionalização da festa. E, mais uma vez, as palavras “venda” e “produto” são utilizadas fartamente, como pode ser verificado em outro trecho do documento citado anteriormente:

*A proposta é fazer o lançamento simbólico do carnaval de Salvador, no exterior, e um grande evento patrocinado pela BBTUR e com o apoio da Varig (...) Nesse evento, pretendemos vender o carnaval de Salvador para os europeus como um produto da melhor qualidade, como a maior e mais alegre festa popular do mundo. (s.p.)*

A produção do espaço carnavalesco por parte da prefeitura, que buscava atingir os seus propósitos, ganha uma nova dimensão no ano de 1994, quando o número de camarotes passa de 35 para 72, e o número de lugares nas arquibancadas salta de 800 para 2000.

O circuito Barra-Ondina recebe um tratamento privilegiado, pois ali era o lugar em que o carnaval mercantil tinha mais condições de prosperar. O rebatimento dessa questão pode ser verificado em uma pesquisa de opinião pública realizada pelo governo municipal, na qual se perguntava aos foliões em que lugares eles haviam brincado o carnaval, não havendo limites para o número de lugares. Os percentuais de respostas e os seus respectivos lugares ficaram organizados da seguinte maneira: Campo Grande 64,4%, Barra 42,6%, Castro Alves 33,3%, Ondina 17,4 %, Pelourinho 16,3% e Praça Municipal 14,3%.

Esta pesquisa se constitui em um referencial muito importante, pelo fato de registrar uma maior presença de foliões na Barra do que na Histórica Praça

Castro Alves, numa demonstração eloqüente de que o espaço carnavalesco não havia apenas mudado pela ampliação dos circuitos; ele mudou, sobretudo, pelo fato de os produtores do espaço, a partir dos investimentos econômicos e simbólicos, conseguirem promover a ascensão de espaços comprometidos com o “carnaval produto”, a exemplo da Barra, e o declínio da Praça Castro Alves, que não expressava qualquer vocação mercantil, pelo fato de que o módulo da vanguarda dos negócios, o bloco de trio, há muito havia deixado de passar por ali. Registre-se também que o número maior de pessoas que brincou em Ondina, em contraposição àquele que foi à Praça Municipal, também é um indicativo de que este local estava em franco processo de derrelição.

Outro dado que merece destaque na pesquisa mencionada é o número expressivo dos foliões que saíram em blocos, 26,0%, pois o folião de bloco é aquele que mais tempo permanece nas ruas.

O Planejamento Estratégico, que foi objeto de comentário em capítulo anterior, foi implementado em toda a administração municipal, e toda coordenação do carnaval adota este procedimento, que é explicitado no Relatório do Carnaval de 1994 a seguir:

*Aplicação, à casa do Carnaval, da metodologia de Planejamento Estratégico pela qual passaram todos os demais órgãos da PMS, quando seria definida a missão, feito o diagnóstico da atuação em 1994, identificados seus pontos fortes e fracos, definidos seus objetivos gerais, suas metas e atividades a serem desenvolvidas; com um cronograma cobrindo o período de MAR.94/MAR.95, definição de funções, sistemática de acompanhamento e avaliação da Prefeitura, tratando o Carnaval como um processo que poderá atingir um grau de qualidade cada vez maior. (s.p.)*

O esforço de venda do espaço com o objetivo de cobertura dos custos, embora tenha dobrado em relação ao ano anterior, não foi, nem de longe, capaz de atingir o objetivo do carnaval autofinanciável a partir da venda de publicidade. Se em 1993 a venda dos espaços publicitários havia representado 15% dos custos totais da festa, esses números alcançaram 30% em 1994, mas mesmo assim o clima de euforia continuava presente nas avaliações do governo municipal, como pode ser verificado no seguinte trecho do Relatório do Carnaval de 1994:

*O carnaval é um produto sem paralelo no mercado de lazer e diversão, é negócio para todos: as organizações carnavalescas, o trade turístico, o comércio, o setor público, a área informal (...) os 630 mil turistas que aportaram no carnaval de 1994 ficaram na cidade 8 dias, em média, com um gasto médio individual de US\$ 16/dia para os brasileiros e de US\$ 70/dia para os estrangeiros. (p. 7)*

A indiferença aos resultados alcançados em todos os documentos produzidos pela administração municipal parecia não conhecer limites, e o entusiasmo com as perspectivas da mercantilização cultural do início da administração pareciam inabaláveis, pois se continuava afirmando que:

*A cultura como mercadoria é a referencia desses novos tempos de explosão musical, profissionalização e internacionalização do Carnaval de Salvador, consolidando-o como produto único, com diferenciais inigualáveis. (p. 9) (...) 1994 foi o ano que consagrou e consolidou o profissionalismo na gestão do carnaval de Salvador. Passou-se a trabalhar o carnaval o ano inteiro, com o entendimento do evento como um produto (...) (Relatório do Carnaval, 1994, p. 21).*

A prefeita Lídice da Mata participava diretamente deste clima de euforia e competição cidadina e, numa entrevista dada à *Folha de São Paulo*, ela explicita os objetivos mercantis e estimula a competição com o carnaval do Rio de Janeiro:

*Conseguimos agir rapidamente e pela primeira vez cobrar pelos espaços publicitários. Foi preciso uma prefeita socialista para que a cidade tirasse proveito do capitalismo (...) É óbvio que Salvador manteve a hegemonia. Sempre tivemos o melhor carnaval. A novidade foi que a imprensa do sul descobriu isso, com uma pequena ajuda do César Maia<sup>41</sup>, não podemos negar. (Relatório do Carnaval de 1994, s.p.)*

O carnaval de 1995 significou um retrocesso para os objetivos do poder público enquanto que para os segmentos privados representados por todas as formas de empresariamento do carnaval foi um momento de grande avanço, pois todas as intervenções espaciais vieram ao encontro dos seus interesses. No Relatório do Carnaval de 1995 pode ser encontrado um fragmento que sintetiza as ações da administração municipal neste ano:

*As barracas padronizadas constituíram-se, junto com a consolidação do carnaval Barra/Ondina, o Decibelímetro<sup>42</sup> do Campo Grande e o Relógio Cronômetro do Campo Grande, as novidades do Carnaval/95. Não faltaram elogios à atitude e coragem da Prefeitura de investir em um dos aspectos que mais contribuía para o chamado efeito “favelização”; os barraqueiros ao se utilizarem de materiais diversos e inadequados, contribuía para que o resultado estético da festa ficasse totalmente comprometido. (s.p.)*

---

<sup>41</sup> Prefeito do Rio de Janeiro à época, e que no carnaval de 1994 travou uma “guerra” com a Prefeita de Salvador e a Presidente da Emtursa, pelo privilégio do reconhecimento do melhor carnaval do Brasil, com o objetivo de atrair mais turistas para sua cidade.

<sup>42</sup> Aparelho usado para medir a potência do som dos trios elétricos. N.A

Entretanto, todas essas modificações apresentaram resultados duvidosos. O resultado da padronização das barracas é questionado na avaliação da própria prefeitura, que chega à conclusão de que o formato adotado de 6mx6m era insuficiente, concluindo que para atender às necessidades dos barraqueiros o formato ideal seria no mínimo 10mx10m, requisito que a prefeitura considerava impossível de ser atendido. Afora isso, em pesquisa realizada pela EMTURSA<sup>43</sup> para saber a opinião da população quanto às modificações realizadas no espaço do carnaval naquele ano, apenas 4% apontou a padronização das barracas como o ponto de destaque dessas modificações, e o tamanho reduzido das barracas, segundo avaliação da própria administração municipal, ficou muito distante dos objetivos inicialmente traçados, como pode ser observado no Relatório do Carnaval de 1995:

*O resultado foi o que se chamou de Casa Grande e Senzala, onde as mesas ficaram sob as barracas padronizadas e a cozinha, e o quarto, nos fundos, mantendo a configuração dos anos anteriores. (s.p.)*

Mas o apelo estético visual iria atender aos apelos televisivos e de um motor mercantil que carrega em si uma tendência de uniformização do espaço, além de encarar a diversidade das barracas como algo que deva ser eliminado. No entanto, Serra (1999) apresenta argumentos que vão de encontro a essa concepção:

*Por isso é que dei o exemplo das barracas. Isso mostra uma burrice estética extraordinária. Um planejador com cabeça de MacDonald's vai e castra, porque ele tem um desprezo profundo por este povo extremamente criativo. Ele é incapaz de enxergar a*

---

<sup>43</sup> Pesquisa de opinião pública realizada pela Emtursa em fevereiro de 1996.

*beleza maravilhosa da pintura das barracas baianas, ele não quer aceitar que essa gente, que ele despreza, é mais culta esteticamente, é mais culta do ponto de vista da linguagem visual do que o MacDonal'd's que está para ele no ápice da glória estética. (p. 114)*

O movimento de uniformização das barracas resultou na padronização de 322 barracas, conforme a seguinte tabela:

**Tabela 3: DISTRIBUIÇÃO DAS BARRACAS PADRONIZADAS NO CARNAVAL DE 95**

LOCALIZAÇÃO	Nº DE BARRACAS
Campo Grande	83
Piedade	19
Relógio de São Pedro	12
Largo de São Bento	5
Praça Castro Alves	40
Praça Municipal	12
Praça da Sé	31
Terreiro de Jesus	18
Farol da Barra	22
Centro Espanhol	30
Ondina	26
São Raimundo	24
TOTAL	322

Fonte: EMTURSA/95

Essa padronização do espaço carnavalesco se mostrou mais presente e eficiente no circuito Barra-Ondina, que por ser mais recente não trazia as rugosidades (Santos, 1999) que normalmente oferecem resistência às inovações, o que, no caso em análise, ocorreria com todas as entidades e organizações anteriores ao processo de mercantilização que, por estarem territorializadas no circuito Campo Grande, ofereceriam resistência ao processo. Mas não se pode

dizer que a homogeneização foi uma intervenção apenas restrita à Barra, pois o relógio cronômetro instalado no Campo Grande vai ao encontro da fluidez, que era uma das principais exigências dos grupos de maior poder econômico. As intervenções espaço-temporais são o que dão o sentido da padronização proposta, e que pode ser resumida em horários diferentes de desfile dos blocos de trio em relação às outras entidades, na inadequação do espaço e do tempo da Mudança do Garcia na segunda-feira, na padronização das barracas e na repressão aos vendedores ambulantes no espaço que passa a ficar reservado à fluidez.

A padronização do espaço é um resultado paradoxal, posto que, se no discurso do poder público o atributo mais destacado do carnaval de Salvador é a sua diversidade, as ações deste mesmo poder são homogeneizadoras, pois facilitam o crescimento de alguns segmentos.

Este tipo de intervenção espaço-temporal foi o traço da administração “socialista” da prefeita Lídice da Mata, e talvez a maior síntese desse momento seja um comentário assinado por um importante assessor dessa administração, C. Roberto G. Cerqueira:

*(...) O carnaval é um produto. E como tal, tem que ser embalado com embalagem moderna, acessível, de forte impacto como é comum nos produtos que todos os dias chegam para o consumo ou mesmo aqueles que se reciclam (...) se temos o ouro, vamos vender aos interessados. E onde carregamos o ouro? Em meia dúzia de xerox coloridas de equipamentos e praças que não dizem nada a um presidente da Arisco, da Pepsi, ou de qualquer outro grupo econômico interessado no carnaval? (...) É preciso levar a sério o fato de que novos parceiros precisam ser acessados e que eles não são baianos nem são geridos por agências de baianos. Mais do que nunca é preciso “embalar bem”*

*o produto Carnaval.* (s.p.)(Planejamento Estratégico do Carnaval de 1995)

Essa forma apelativa, e até patética, de tratar a questão, demonstrava mais do que tudo a impaciência de um governo municipal, que nesse instante era apontado pelas pesquisas de opinião pública como um dos piores entre as capitais brasileiras, e que, especificamente no caso do carnaval, refletia o naufrágio de uma meta que talvez só aquela administração pudesse acreditar: o carnaval autofinanciável a partir da venda de espaços publicitários com possibilidades de sobras para aplicação em programas sociais, sem problematizar, em nenhum momento, a venda desse espaço para os grupos privados, pois até no momento em que alcançou o maior volume de recursos privados (30% das despesas totais no carnaval de 1994), a administração pública não conseguiu chegar perto do “sonho” insistentemente perseguido durante toda sua gestão.

A administração seguinte, apesar de formular muitas críticas à gestão anterior, no fundamental segue os caminhos trilhados por esta, principalmente em relação à produção do espaço carnavalesco, colocando também o objetivo da auto-sustentabilidade do carnaval dentro dos propósitos da administração anterior, mesmo que isso fosse apenas uma quimera. A avaliação do plano de comercialização do carnaval parece uma repetição monótona das lamúrias que o governo Lídice da Mata produzia nos seus documentos toda vez que era preciso avaliar o seu plano de venda publicitária, afirmando, desta forma, que,

*Ainda está longe de ser satisfatória a comercialização do carnaval, através de patrocínios. Há produtos potenciais, mas que ainda não se integraram no espírito de parceria na festa de carnaval da Bahia. Podemos ter como referência a venda de*

*cervejas, durante os dias de carnaval, que em 96 estimou-se ser de 5 milhões de litros. As cervejarias que deveriam ser as grandes parceiras do carnaval, não participam proporcionalmente do que faturam (...) Salvador, no verão, deve ser das cidades que mais consome bronzeadores, as gravadoras lançam seus discos no mercado da Bahia e vendem milhões de cópias, analgésicos e antiácidos (...)* (Projeto para o Carnaval de 1997, p. 11).

A arrecadação com a venda dos espaços para publicidade em 1997, segundo o Relatório do Carnaval, foi de R\$ 984.500,00, somando ainda a cessão de produtos e serviços, que ficou em R\$ 150.000,00 (p. 16), no entanto, os custos da prefeitura com a festa foram de R\$ 4.362.083,30 (p. 61), ou seja, os ganhos da prefeitura municipal com patrocínios alcançaram a marca de apenas 26,50%, em uma demonstração inequívoca de que os objetivos altruístas acoplados à venda do espaço jamais foram alcançados. Em 1998 esse desempenho é praticamente repetido.

A auto-sustentabilidade do carnaval a partir da venda de espaços para publicidade é algo tão perseguido pelo fato de esta justificar, por exemplo, a falta de uma maior regulamentação para o crescimento desordenado dos blocos de trio, ou uma maior discussão sobre a presença dos camarotes, pois na medida em que se alcançasse a auto-sustentabilidade estariam justificadas todas as ações encetadas na produção e na venda do espaço, que, na maioria das vezes, restringe o espaço público. O papel dos camarotes e das cordas dos blocos é obliterado na ação do poder público enquanto elementos que privatizam o espaço público e segregam a maioria da população em espaços perigosos ou marginais.

**Figura 8: PLACAS PUBLICITÁRIAS EXPOSTAS NAS PRINCIPAIS VIAS PÚBLICAS DE SALVADOR, 2000/01. (Fotos: Jussara Dias, 2001)**

**Figura 9: CAMAROTES DISPOSTOS AO LONGO DA AVENIDA OCEÂNICA (CIRCUITO BARRA-ONDINA). (Fotos: Jussara Dias, 2001)**

O mito da auto-sustentabilidade do carnaval através da venda do espaço é o suporte da homogeneização do espaço carnavalesco em Salvador, e, para isso, a cada ano são “inventadas” estratégias mirabolantes, que sempre carregam a promessa do sucesso da empresa, para no ano seguinte se constatar que os objetivos não foram alcançados. Talvez o maior exemplo desta afirmativa seja a avaliação da comercialização do Carnaval de 1999, quando a EMTURSA afirma que:

*Para o Carnaval de 1999 se buscou um tratamento diferenciado para o processo de comercialização do evento, imaginando-se que assim, obteríamos melhores resultados, diminuindo o desembolso dos cofres públicos (...) desta forma, entregou-se o processo de comercialização a profissionais da área, sediados em São Paulo, cidade centro das decisões dos grandes Departamentos de Marketing, possíveis interessados no produto carnaval de Salvador (...) porém tal fato não gerou bons resultados, pois em 97, com um trabalho da equipe interna e em apenas 01 mês, se conseguiu um patrocínio de R\$ 1.100.000,00. Já em 99, no carnaval dos 450 anos, um produto já solidificado comercialmente, face ao trabalho dos anos anteriores, a comercialização por profissionais resultou na captação de apenas R\$ 925.000,00. (Relatório do Carnaval de 1999, p. 23)*

A partir desse diagnóstico, a comercialização do carnaval novamente volta para a equipe da EMTURSA e, em 2001, o resultado não ficou muito distante dos anos anteriores, pois, se a venda das cotas de patrocínio conseguiu chegar a 1.250.000,00 reais, os custos superaram a casa dos 5 milhões. Mais de uma centena de empresas foi contatada, mas apenas 7 responderam positivamente, conforme se observa no quadro a seguir:

**Tabela 4: DISTRIBUIÇÃO DO PATROCÍNIO DO CARNAVAL À PREFEITURA MUNICIPAL, POR SEGMENTOS DA ECONOMIA, QUANTIDADE DE EMPRESAS CADASTRADAS, COTAS VENDIDAS E EMPRESAS COMPRADORAS, NO CARNAVAL DE 1999.**

Segmentos	Quantidade	Cotas vendidas	Empresa
Bebidas	14	01	Schincariol
Serviços	18	01	Credicard
Alimentos	10	-	
Comércio Varejista	11	02	Bompreço
Telecomunicação	08	-	Telemar
Instituição Financeira	07	02	Banco do Brasil
Internet	06	01	Zip Net
Automotivo	05	-	
Outros	26	02	L.G.

Fonte: EMTURSA, Relatório do Carnaval de 1999

O conflito de patrocínio entre o poder público e os grupos privados em nenhum momento é colocado como uma das principais causas para este desempenho praticamente estacionário, mas em alguns momentos esse problema aflora da mesma forma como acontecia na administração da prefeita Lídice da Mata. O patrocínio para os blocos de trios hoje é tão expressivo que esse segmento, no ano 2000, pode disponibilizar como cortesia 36,2% dos seus abadás (Relatório do Carnaval de 2000) e, no ano 2001, o número de foliões que desfilou em blocos alcançou 32% (Relatório do Carnaval de 2001), um salto espetacular, se for considerado que essa participação esteve, historicamente, entre 19% e 23%.

*Dentre as empresas contactadas, muitas justificaram a sua ausência alegando que já estavam patrocinando blocos de trios e camarotes particulares, estes últimos substituindo os antigos bailes de clubes carnavalescos. Estes últimos foram nossos maiores concorrentes no processo de comercialização (...)* (Relatório do Carnaval de 1999, p. 18)

Destaque-se, ainda, na avaliação sobre a comercialização dos espaços no ano de 2001, o fato de uma empresa como a Zip Net ter adquirido cotas de patrocínio apenas no circuito Barra-Ondina, fato que pode ser um indicativo de um cenário caracterizado por uma demanda de compra de espaços bem maior naquele circuito, por ali estar concentrada a parcela da população de maior poder aquisitivo, e haver também uma tendência de concentração das imagens televisivas.

A tabela 5 demonstra, de forma cabal, o pressuposto anterior, se for observado o número de blocos de trio em relação às demais entidades. E se, mais uma vez, for lembrado que todos os pequenos grupos aqui relacionados podem caber em um único bloco de trio, a homogeneização ficará ainda mais evidenciada. Os 40 blocos alternativos da tabela abaixo, na sua quase totalidade, desfilam no circuito Barra-Ondina, que é o espaço onde mais se reflete a ação homogeneizadora do poder público, de artistas famosos e dos grupos econômicos privados no carnaval de Salvador.

**Tabela 5: GRUPOS DE ENTIDADES PARTICIPANTES DO CARNAVAL DE SALVADOR, EM 1997, E OS RESPECTIVOS PERCENTUAIS DE PARTICIPAÇÃO SOBRE O TOTAL**

<b>Categoria</b>	<b>Quantitativo</b>	<b>%</b>
Blocos Alternativos	40	24,69
Blocos de Trio	25	15,43
Trios Independentes	21	12,96
Blocos de Percussão/ Travestido	18	11,11
Blocos de Percussão	17	10,49
Pequenos Grupos	16	9,87
Blocos Afro	9	5,55
Afoxés	7	4,32
Bloco de Trios Infantis	4	2,46
Blocos de Trio/Travestidos	2	1,23
Bloco de Índio	2	1,23
Especial <sup>44</sup>	1	0,61
<b>Total</b>	<b>162</b>	

Fonte: Adaptado de EMTURSA, 1997 (p. 35)

<sup>44</sup> A categoria “especial” refere-se a homenagem à Jorge Amado.

Tabela 6: CUSTO DO CARNAVAL DE 1997

RUBRICA	VALOR (R\$)	%
01. PESSOAL		
COORDENAÇÃO	148.134,00	3,40
SESP	190.061,53	4,36
SEAD	423,50	0,01
SAÚDE	99.682,00	2,29
SUMAC	61.300,00	1,41
SUAVE	19.393,89	0,44
SEFAZ	1.000,00	0,02
Fundação Gregório de Matos	650,00	0,01
SECOM	22.988,00	0,53
Ação social	2.991,00	0,07
IPS	393,36	0,01
CODESAL	28.455,00	0,65
PRODASAL	2.749,88	0,06
SEMEA/ SPDE	18.260,80	0,42
Assistência Militar	24.350,00	0,56
SUCOM	30.530,00	0,70
<b>Sub Total</b>	<b>651.362,96</b>	<b>14,93</b>
02. SONORIZAÇÃO		
Campo Grande	15.000,00	0,34
Centro Histórico	9.700,00	0,22
Palcos	139.200,00	3,19
<b>Sub Total</b>	<b>163.900,00</b>	<b>3,76</b>
03. ESTRUTURA DO PALCO DO ROCK	22.000,00	0,50
04. ILUMINAÇÃO		
COELBA	130.000,00	2,98
Decorat / cordão	390.534,00	8,95
Laser / sky	50.000,00	1,15
Palcos	68.000,00	1,56
<b>Sub Total</b>	<b>638.534,00</b>	<b>14,64</b>
05. ESTRUTURA DE POSTOS E TAMPUMES	134.398,68	3,08
06. BARRACAS PADRONIZADAS	220.461,00	5,05
07. RÁDIOS	27.000,00	0,62
08. INSTRUMENTOS MUSICAIS	11.600,00	0,27
09. ARTISTAS	1.253.900,00	28,75
10. DESMONTE DECORAÇÃO	8.400,00	0,19
11. DOCUMENTAÇÃO/ PESQUISA	72.500,00	1,66
12. FOGOS	4.000,00	0,09
13. HOTEL DA BAHIA	22.780,89	0,52
14. PELOURINHO	300.000,00	6,88
15. FEDERAÇÃO DE CLUBES CARNAVALESCOS	157.450,00	3,61
16. REI MOMO	15.000,00	0,34
17. RAINHA DO CARNAVAL	12.000,00	0,28
18. TRIOS INDEPENDENTES: Osmar, Tapajós, 20 Vê, Skulaxo, Tripodão, Distak, Traz A Massa, Espacial	565.000,00	12,95
19. PRODUÇÃO DE TIETA	8.000,00	0,18
20. BLOCO JORGE AMADO (camiseta/produção)	17.100,00	0,14
21. SEGURANÇA PALCO	2.856,00	0,07
22. RELÓGIO DIGITAL	6.000,00	0,14
23. ABASTECIMENTO/ATENDIMENTO: CAMAROTES, TRIOS E PALCOS	20.240,00	0,46
24. Diversos (Ilha De Maré/ Peru Esperto/ Baile dos Artistas/ Baile de Itapoã	26.000,00	0,11
24. FESTA POPULARES: Bonfim, R. Vermelho, Itapoã	23.150,00	0,53
<b>TOTAL</b>	<b>4.362.083,30</b>	<b>100,00</b>

Fonte: EMTURSA, 1997 (p. 60-2)

Outro aspecto dos gastos públicos que merece ser destacado, como pode ser verificado na tabela 6, é o fato de 41,70% das despesas públicas serem concentradas no pagamento de trios elétricos independentes e artistas. Ora, em uma festa que movimenta, segundo a própria prefeitura, mais de 500 milhões de reais, qual a razão de a prefeitura destinar uma fatia tão grande dos seus recursos para trios elétricos e artistas? Além disso, cabe ainda sublinhar que na elaboração do balanço financeiro aqui indicado, os salários dos funcionários estaduais e municipais, como policiais, médicos, motoristas, etc. são obliterados da contabilidade, fato que nos faz presumir que as despesas públicas sejam bem maiores do que está aqui demonstrado.

Fluidez é uma palavra que compete com a auto-sustentabilidade no jargão do poder público, desta forma, muitas das ações são voltadas no sentido de se tornar o espaço mais veloz. O discurso se organiza de modo que a produção do espaço da fluidez, ou a homogeneização como aqui é denominada essa prática, seja justificada pelo aumento do espaço físico para o folião pipoca, resultado que raras vezes pôde ser percebido em qualquer dos dois circuitos. A padronização do espaço carnavalesco, na verdade, buscou implementar uma estética que fosse acoplada com a modernidade-mundo, tornando o espaço cada vez mais parecido com o mundo dos turistas e dos milhões de telespectadores do Brasil ou do mundo.

Ressalte-se que este padrão homogeneizador não fica restrito ao espaço carnavalesco, ele se estende por toda a cidade assumindo a forma de política municipal. Como comprovação deste fato, tomem-se como exemplo as observações de Serpa sobre as ações municipais que buscam a padronização. Suas conclusões constam de um trabalho no qual analisa as intervenções

urbanísticas no Parque da Lagoa do Abaeté (Serpa,1999), e de uma pesquisa, realizada juntamente com Nascimento (Nascimento e Serpa, 2001) sobre a padronização das baianas de acarajé, na qual, ao estudarem os conflitos entre as baianas de acarajé do Rio Vermelho, os autores observam:

*Os territórios do acarajé do Rio Vermelho são também resultado de um processo cada vez mais acentuado de “funcionalização” do espaço urbano de Salvador, como estratégia de marketing turístico(...) (p. 114)*

As barracas uniformizadas do carnaval não têm basicamente nenhuma diferença das barracas de qualquer espetáculo que possa se montar pelo mundo, elas também podem servir para qualquer atividade, mesmo àquelas que não tenham nenhuma relação com o carnaval. Elas representam uma estética que torna Salvador um lugar cada vez mais parecido com o mundo. Desta forma, a intervenção do poder público tem sido decisiva para produzir esta forma de espaço, reprimindo de maneira severa os grupos que tentam subverter essa ação, como pode ser observado a seguir:

*Um ponto considerado importante, foi a questão da fiscalização durante os dias de carnaval, que tem por finalidade impedir as invasões em locais proibidos e fazer cumprir o que ficou estabelecido para o zoneamento (...) A fiscalização durante o carnaval, que contou com cerca de 1.000 homens, foi muito atuante, apreendendo, neste período, o seguinte quantitativo: carrinho de mão 65, carrinho de lanche 35, isopor 102, barraca de capeta 40, Garrafa de bebida em vidro 144, mesa 27, cadeira 84, sombreiro 11, carrinho de caldo de cana 01, traller 01 (...) A apreensão de material que estava em local irregular, não foi maior em função da dificuldade de acesso dos caminhões responsáveis nas áreas do desfile das entidades carnavalescas, o que nos leva*

*a conceber nova estratégia de ação. (Relatório do Carnaval de 1997, p. 47)*

A rapidez na implementação da última proposição é deveras surpreendente, pois, já no carnaval de 1998, aprimoram-se os instrumentos de repressão aos ambulantes. Sobre isto, a EMTURSA revela que:

*Foram ao todo 18 caminhões de mercadorias e equipamentos apreendidos pertencentes a ambulantes instalados nos circuitos carnavalescos em locais não permitidos (...) (p.74) (Relatório do Carnaval de 1998)*

A forma diligente com que o poder público agiu na repressão aos ambulantes ilegais, durante toda a década de 1990, não teve o mesmo vigor quando se tratou da poluição sonora provocada pelos trios elétricos. Só no ano de 1997 é que tem início uma fiscalização mais sistemática, que estabeleceu o limite de 110 decibéis para os trios elétricos e 85 decibéis para as barracas, sendo que, em 1998, o limite máximo das barracas passou para 100 decibéis.

A fiscalização sobre a intensidade do som emitido pelos trios elétricos sempre foi pouco efetiva, por causa dos argumentos já colocados em várias partes deste trabalho; o trio elétrico, sobretudo o trio que conduz o bloco, por ser o módulo que incorporou os maiores poderes no carnaval de Salvador nos últimos tempos, esteve sempre imune aos “rigores da lei”, a ponto de, no carnaval de 1997, 80 deles terem sido autuados, ou seja, quase a totalidade dos trios de Salvador apresentavam um som acima do limite de suportabilidade do ouvido humano, o que, ao longo dos anos, provocou uma verdadeira tragédia social, registrada em um parágrafo de três linhas de um relatório de centenas de páginas:

*Um dado importante para este trabalho é que 40% das pessoas que trabalham com trio elétrico apresentam problemas de surdez, quando se considera também os cordeiros dos blocos, este número sobe para 80%. (Relatório do Carnaval de 1998, p. 75)*

As providências adotadas pela Prefeitura a partir dessa constatação foram: realizar uma fiscalização mais rigorosa e obrigar o uso de protetores auriculares pelos cordeiros e pessoas que trabalham nas proximidades do ruído, melhorando sensivelmente a situação. Um indicador que comprova essa melhora é a redução do número de denúncias de poluição sonora recebidas pela Sucom em 2000, que foi de 118, enquanto que em 1999 fora de mais de 400. Registre-se, no entanto, que no ano 2001 esse número voltou a subir de forma expressiva (278), indicando que este problema ainda não pode ser considerado como solucionado.

Um estudo sobre as Perdas Auditivas Induzidas por Ruído (PAIR), realizado por Miranda e Dias (1997), e tendo como objeto os músicos e o pessoal de apoio do trio elétrico, revelou que este público é muito mais vulnerável aos efeitos do ruído do que os músicos de rock ou de orquestra sinfônica, e estabeleceu que 40% da amostra pesquisada (170) sofria algum tipo de perda auditiva.

Como os níveis máximos de ruídos permitidos são estabelecidos tendo como referência um padrão dos espetáculos em geral, e levando-se em consideração que o trio elétrico apresenta especificidades em relação aos demais espetáculos, é de se supor que os níveis estabelecidos como máximos estão acima de um patamar aceitável.

Outro fator que merece atenção é a crença de que os protetores auriculares assegurariam a proteção aos trabalhadores, fato que não se confirma, pois, segundo o estudo referido, o protetor auricular bloquearia entre 15 a 20

decibéis, e, considerando que alguns trios chegam a emitir 130 decibéis de ruído, essa proteção se tornaria inócua. Miranda e Dias vão ao encontro dessas considerações ao proporem a

*Redução nos volumes dos auto-falantes conectados em microfone e instrumentos musicais (é recomendável não ultrapassar o limite de 100 decibéis). (s.p)*

Músicos, produtores, foliões e cordeiros são grupos de risco da PAIR, mas note-se também que os cordeiros, maior contingente de trabalhadores do carnaval, durante o período da festa, são os mais expostos a esses riscos, pois os mesmos trabalham durante os seis dias da festa.

### **O Território de Discriminação, Exclusão e Segregação**

Os blocos de trio de classe média, ao longo do tempo, construíram uma espacialidade que se configurou como um território eivado de discriminações. Ao elencar um conjunto de atributos de que seus associados deveriam ser portadores, como, por exemplo, um determinado padrão de beleza, essas entidades abriram caminho para que ali se desenvolvesse uma exclusão que só pode encontrar precedentes nos antigos bailes de carnaval dos clubes de Salvador.

Em 09 de fevereiro de 1999, um programa da Rede Globo de Televisão (Fantástico), veiculou uma denúncia em rede nacional, em que várias pessoas apontavam a prática de racismo em muitos blocos de Salvador. A partir dessa denúncia foi criada uma comissão de inquérito na Câmara Municipal (15-03-1999), que produziu inicialmente um relatório que deixou clara a disseminação da prática do racismo dentro dos blocos de classe média. Ao final, os grupos conservadores da Câmara de Vereadores, aliados aos grupos que fazem o empresariamento do carnaval, conseguiram impor um outro relatório em que as denúncias produzidas no primeiro são transformadas em indícios de discriminação.

No primeiro relatório, o motivo para a instalação da Comissão Especial de Inquérito é explicitado da seguinte forma:

*A denúncia, estampada em cadeia nacional de televisão, ao ultrapassar a soleira da casa, propiciou-nos uma oportunidade valiosa para levar adiante a nossa luta em defesa da cidadania e dos valores mais essenciais da gente baiana. A Câmara Municipal de Salvador percebeu, naquele momento, que se abria um espaço para a continuação de suas campanhas contra o racismo.*

*E mais: por se tratar de fato expressivo da nossa atual conjuntura carnavalesca, permitir-nos-ia repensar a nossa festa maior, em toda sua densidade cultural e relevância sócio-econômica. (Publicação do Mandato do Vereador Juca Ferreira, PV, Setembro de 1999, p. 8)*

Através de proposição do vereador Juca Ferreira, do Partido Verde, foi instaurada a comissão responsável pela apuração das denúncias e formulação de propostas de encaminhamento para a solução dos problemas. Em um segundo momento, a comissão passou a ouvir o depoimento das pessoas que fazem relatos veementes e inquestionáveis da prática de várias discriminações ocorridas dentro dos blocos de trio, conforme pode ser verificado a seguir:

*Neste passo, merecem destaque os depoimentos de envolvidos em atos discriminatórios. São denúncias claras, com testemunhas, queixas prestadas nas delegacias e identificação dos membros dirigentes e/ou “comissários” dos blocos. Embora algumas destas entidades tenham sido claramente citadas, como os blocos “A Barca”, “Cheiro de Amor”, “Eva”, “Nu Outro Eva”, “Pinel”, “Beijo”, o que se observa é que esta vem sendo uma prática (...) (p. 9)*

No relatório final, o relator João Carlos Bacelar, altera a redação desse trecho da seguinte forma:

*Neste passo, merecem destaque os depoimentos de envolvidos em possíveis atos discriminatórios (...) (Publicação do Mandato do Vereador Juca Ferreira, PV, Setembro de 1999, p. 9)*

Como pode ser observado, o relator relativiza a prática de racismo, colocando os contundentes depoimentos dados pelos discriminados apenas como

“possíveis atos discriminatórios” (Publicação do Mandato do Vereador Juca Ferreira, PV, Setembro de 1999, p. 8)

São dezenas de contundentes depoimentos prestados por jovens à comissão de inquérito, em que ficava evidenciada uma prática que abala profundamente o discurso da democracia racial e da convivência pacífica entre classes e etnias. Vários são os depoimentos que revelam esse conflito, como por exemplo, este prestado por uma jovem:

*A primeira que tinha era a minha ficha. É tão engraçado o que vou falar. Ele, quando viu minha ficha, perguntou a Adriana: Você é louca? Você está querendo sujar o bloco? Adriana fez 'não estou entendendo'. Aí ele fez assim: Adriana, o Bloco A Barca é um dos mais rígidos, não aceita preto. Quando ele tirou a outra ficha, ele viu a ficha de Roberta, que é loura e disse: 'canhão também não aceita'. Roberta, apesar de não ser negra, foi tachada de canhão. Então, o bloco, ele além de selecionar pela cor, seleciona pelo padrão de beleza, não é? Aí Adriana fez assim: 'eu não acredito no que estou ouvindo'. Ele deu risada e disse: 'Você ainda passa, mas elas duas não passam' (...) (Publicação do Mandato do Vereador Juca Ferreira, PV, Setembro de 1999, p. 9)*

Do lado dos dirigentes dos blocos de trio, todos diziam que não tinham conhecimento e transferiam as responsabilidades para os comissários ou outros prepostos.

Depois de ouvir esses depoimentos, a Comissão Especial de Inquérito concluiu que no carnaval de Salvador existem três tipos de discriminações, a saber: a discriminação racial, a discriminação estética e a discriminação geográfica, dispostas de forma entrelaçada, mas também hierárquica, obedecendo a seqüência exposta. O relator suprimiu as discriminações estéticas

e geográficas. A citação a seguir contempla os trechos do primeiro relatório, sendo que a parte em negrito é a parte suprimida pelo relator:

*A discriminação racial é, obviamente, a que tem como critério de exclusão a cor da pele. Indivíduos são impedidos de se divertir numa determinada organização carnavalesca em consequência de sua aparência cromática. Temos exemplos desse tipo de discriminação (ênfatisada nacionalmente, pelo programa “Fantástico” – denunciadas através de depoimentos prestados à Comissão) em alguns blocos de Salvador, como “Eva”, “Nu Outro Eva”, “A Barca”, “Pinel”, “Cheiro de Amor”, “Beijo”. **Mas é certo que discriminações dessa mesma espécie podem ser encontradas em outras entidades do carnaval (...)** O que estamos denominando de “discriminação estética”, por sua vez, embora possa se vincular à questão racial, não se prende, necessariamente, a ela. A referência é, na verdade, um certo modelo ou pattern de beleza, derivado de standards veiculados pela mídia com sua obsessão por peso, compleição, maciez capilar (...) Quanto a discriminação geográfica, que também não deixa de estar vinculada à questão racial, o que está em jogo é o local da residência. **Morar fora de um certo “polígono branco/mestiço” da cidade é, certamente, condição que desabona a inscrição em certos blocos de elite. Daí o expediente largamente utilizado pelos candidatos a folião nesses blocos que, embora atendendo aos requisitos cor e padrão estético, são obrigados a dar endereços falsos.** (Publicação do Mandato do Vereador Juca Ferreira, PV, Setembro de 1999, p. 9)*

As proposições feitas no primeiro relatório não se restringiram apenas às questões do racismo, foram levantadas questões que envolviam pequenas entidades, fila do desfile e organização do carnaval em geral, mas o relator

também alterou essas proposições no relatório final, e mesmo as propostas aprovadas não foram implementadas pelo executivo municipal.

A síntese desses conflitos talvez seja melhor retratada por Bacelar (2001), quando este afirma que:

*No atual carnaval se estrutura um sistema altamente preocupado com as gradações e hierarquias. A própria organização oficial do desfile pauta-se em linhas marcantes de distinção social articuladas com o critério racial na formação de grupos: de um lado, os “blocos de trio” (popularmente conhecidos como blocos de “barões”, de brancos); do outro, os blocos dos pobres e negros, ou seja, os afoxés, os blocos-afro, os blocos de índio etc. (...) (p. 196)*

A ocupação dos circuitos carnavalescos também foi profundamente modificada com a mercantilização da festa. A Praça Castro Alves, um dos maiores símbolos do carnaval de Salvador, foi gradativamente perdendo a sua importância, primeiro (década de 1970), porque a maioria dos blocos deixou de passar por lá depois que se começou a fazer a volta pela rua Carlos Gomes, depois, pela gradativa transferência dos artistas que faziam o famoso encontro dos trios para o Farol da Barra.

Em 1998, em pesquisa por amostragem encomendada pela EMTURSA, a Praça Castro Alves foi referenciada como local onde apenas 2% dos foliões locais e 15,4% dos turistas nacionais e estrangeiros brincaram o carnaval.

A partir de 1999, segundo dados de pesquisas semelhantes, também encomendadas pela EMTURSA, houve um aumento na frequência da Praça pelos foliões locais, estabilizando-se em torno de 4%, enquanto que o percentual de turistas que foram até lá passou para 25,5% em 2001. Essa participação dos turistas pode induzir a erros pelo fato de o percentual ser expressivo, mas quando

se compara com os percentuais de participação de outros locais, esse número tem o seu significado reduzido. O circuito Barra-Ondina foi citado por 82%, o Campo Grande, por 65,9%, e o Pelourinho, por 52,1%, ou seja, a Praça Castro Alves, ainda que tenha uma significativa frequência de turistas, é o local menos freqüentado por eles.

Ainda sobre os resultados dessa pesquisa, sublinhe-se que o Pelourinho, que tem um carnaval muito recente, foi freqüentado pelo dobro do número de turistas que esteve na Praça, ao passo que a Barra atingiu índices que comprovam o que até aqui vem sendo argumentado: A forma da produção do espaço realizada pela Administração Pública e pelos grupos ligados à produção cultural vem criando uma segregação espacial crescente, separando turistas, classes sociais, etnias e vários outros grupos sociais.

Os resultados das pesquisas realizadas por encomenda da EMTURSA revelam que, guardadas as devidas proporções, ocorreu com os turistas o mesmo movimento verificado em relação aos foliões locais. Em 1999, a resposta para a pergunta 'Onde mais brincou carnaval?' apresentou os seguintes resultados: Circuito Osmar (Campo Grande) - 52,2%; Circuito Dodô (Barra-Ondina) - 38,8%; Pelourinho - 4,8%; e Praça Castro Alves - 4,2%. Em 2001 esses números foram: 49% no Campo Grande, 40,5% na Barra-Ondina, 5,1% no Pelourinho, 4,1% na Praça Castro Alves e 0,6% nos Bairros.

Algumas importantes conclusões podem ser retiradas dessas informações. A primeira delas é que a Barra vem crescendo na preferência dos foliões como opção para brincar o carnaval, em detrimento do Campo Grande, que é o local do desfile oficial das entidades, e onde os blocos e artistas mais importantes da cidade se apresentam de domingo a terça-feira. Outra evidência é o fato de o

Pelourinho ser um local muito pouco freqüentado pelos foliões locais, o que agrava ainda mais a possibilidade de permanência das bandinhas, afoxés, blocos afro e grupos de percussão que ali se apresentam, pelo fato de, além de não serem vistos pelas lentes da televisão, também não o são pelos olhos dos seus conterrâneos.

Note-se também, que a vertiginosa ascensão do circuito Barra-Ondina não aconteceu sem a produção de múltiplos conflitos, principalmente aqueles relacionados aos moradores dos dois bairros e os foliões, trabalhadores do carnaval e poder público municipal. Sobre isso o trecho de um editorial do jornal *A Tarde* de 04 de março de 2000, intitulado “Repensar o Carnaval”, é bastante esclarecedor:

*Há ainda, a considerar, tratar-se desse aspecto do Carnaval, que nem sempre os espaços negociados são os desocupados, os presumivelmente disponíveis, para que sua utilização não venha a causar inevitável o conflito entre os que se julgam atingidos em seu direito de ir e vir na cidade, entrar ou sair das suas residências quando melhor lhes aprouver, dormir ou repousar, em suas próprias moradias, livre da ação danosa dos altos decibéis gerados pelos sistemas amplificadores de som dos blocos e trios. Isto vindo a acontecer em razão da necessidade de ampliação, a cada ano, do espaço destinado aos festejos, já agora atingindo áreas até antes predominantemente residenciais, tais como as ruas da Barra e de Ondina, cujos moradores se sentem prejudicados pela invasão autorizada do seu espaço, pelas autoridades monitoras do Carnaval baiano (...)*

O Carnaval de Bairros, que no passado foi um elemento importante na consolidação de muitas entidades, nos últimos anos sobrevive apenas por duas razões: a primeira é a demanda de líderes políticos que tiram proveitos da sua

realização, e a segunda vêm de uma antiga intenção da administração municipal de manter a população, sobretudo as camadas mais pobres, afastada dos espaços principais da festa. A pesquisa em análise, no entanto, demonstra que esses objetivos estão muito longe de serem alcançados, como comprova o fato de que, em 2001, apenas 0,6% da população participou de carnaval de bairros.

As pesquisas que vêm sendo realizadas desde o ano de 1998 até o momento atual apontam os artistas que têm grande exposição na mídia, como os preferidos pelo público, não havendo nenhuma exceção para esta situação. Em 2000 as atrações declaradas pelo público como preferenciais foram: Chiclete com Banana 21,1%; Harmonia do Samba 18,8%; Ivete Sangalo 5,3%; Ara Ketu e Armandinho 4,6%; Timbalada e É o Tchan 4,3%; Durval Lélis 4%; Banda Beijo 3,6% e Filhos de Gandhi e Olodum 3,3%. Os demais ficaram entre 1 e 2 pontos percentuais. Esses resultados pode ser interpretado, excluindo-se as exceções, como um domínio quase completo da Axé Music. Essas posições se alteram de ano para ano, a depender do sucesso que faz determinado grupo ou artista, a exemplo do ano de 1999 que mostrava Daniela Mercury (a Rainha do Axé) com 4,2% da preferência, no ano de 2000, no entanto, ela fica entre 1 a 2 pontos percentuais. O mesmo se pode dizer em relação a Ivete Sangalo, que em 1999 obteve 11,5%, e em 2000 caiu para 5,3%. Essa crise pode ser explicitada no depoimento de um proprietário de estúdio fonográfico, quando diz que:

*O axé não conseguiu se reformular para uma mudança... para o novo...hoje a febre é pagode, atualmente o maior movimento musical da Bahia é o pagode... O axé está raspando o prato que estava cheio, e neste momento, eles estão passando a língua no prato... estão querendo bater em uma tecla que já foi, o Axé já foi. (entrevista dada em 12-09-2000)*

## **Os Negócios do Carnaval**

Os negócios do carnaval freqüentemente são referenciados pelo poder público, mídia e grupos privados da produção cultural, como algo bastante significativo para a economia não só da cidade como do Estado, e, na verdade, eles estão certos, pois o volume dos negócios carnavalescos, como pode ser observado nas tabelas a seguir, são realmente expressivos.

**Tabela 7: INDICADORES DO CARNAVAL/2001: GERAÇÃO DE EMPREGOS TEMPORÁRIOS**

<b>DESCRIÇÃO DO EMPREGO</b>	<b>NÚMERO</b>
Pessoal Operacional	30.932
EMTURSA	850
Polícia Militar	15.000
Polícia Civil	4.750
Corpo de Bombeiros	1.238
Secretarias Municipal e Estadual da Saúde e do Departamento de Vigilância da Saúde	1.000
Juizado de Menores	1.000
Codesal	122
Limpurb	1.908
Sesp	1.800
Sucom	204
Embasa	130
SPJ	40
Prodesal	41
Detran	176
Telemar	300
SMTU (SET E STP)	1.777
Setrads	48
Sumac	328
Coelba	120
Polícia Técnica	10
Artistas	5.800
Técnicos de Iluminação	410
Técnicos de Som	400
Cordeiros	50.000
Seguranças de Blocos	15.000
Seguranças e Pessoal de Limpeza de Estruturas Particulares	2.200
Recepcionistas e Garçons de Estruturas Particulares	480
Motoristas	440
Barraqueiros, Ambulantes e Baianas de Acarajé	17.600
Pessoal de Montadoras	730
Pessoal de Decoração	130
Pessoal de Alimentação e Comercialização de Bebidas em Blocos	700
Pessoal Encaminhado por Empresas Privadas de Recursos Humanos	80
Corretores de Imóveis para Aluguel	75
Imprensa	200
<b>Total de Empregos Gerados</b>	<b>125.177</b>

Fonte: EMTURSA, 2001

**Tabela 8: INDICADORES DO CARNAVAL/2001: GERAÇÃO DE NEGÓCIOS**

DESCRIÇÃO DO TIPO DE NEGÓCIO	VALOR (R\$)
650 Festas entre Outubro e Fevereiro	39.000.000,00
Investimentos das Entidades Carnavalescas	109.000.000,00
Vendas de Abadás	74.205.000,00
Aluguel de Carros de Apoio	3.570.000,00
Comercialização de Bebidas e Comidas em Blocos	414.000,00
Cervejas e Refrigerantes	38.870.000,00
Reciclagem de Latas de Cervejas e Refrigerantes	1.380.000,00
Água Mineral	7.873.000,00
Camarotes, Mesas de Pista e Arquibancadas	1.500.000,00
Camarotes Particulares (Ingressos)	3.104.000,00
Hospedagem	15.688.000,00
Aluguel de Imóveis	640.000.000,00
Restaurantes, Bares e Lanchonetes	40.000.000,00
Ambulantes, Barraqueiros e Baianas de Acarajé	21.400.000,00
Passagens Aéreas	44.142.000,00
Passagens Terrestres	14.021.500,00
Passagens Hidroviárias	1.295.000,00
Táxis	1.610.000,00
Aluguel de Veículos	2.016.000,00
Mídia	2.000.000,00
Indústria Fonográfica	70.000.000,00
Patrocínio Oficial	1.124.000,00
Prefeitura Municipal de Salvador e Governo do Estado	10.000.000,00
Maiores Investidores Privados (LG, Zip.net, Ambev, Credidard, Sony/Premium, Schicariol, Iguatemi, Bompreço, Unilever, Extra, Terra, Gesy Lever, Seda Keraforce):	10.930.000,00
<b>Total</b>	<b>536.782.500,00</b>

Fonte: EMTURSA, 2001

**Tabela 9: OUTROS INDICADORES DO CARNAVAL/2001: LOCALIZAÇÃO DE ESTRUTURAS**

DESCRIÇÃO DA ESTRUTURA	NÚMERO
Camarotes	116
Mesas de Pista	38
Arquibancadas Pagas	2.280
Arquibancadas Gratuitas	1.913

Fonte: EMTURSA, 2001

Esses números revelam também algumas imprecisões, como, por exemplo, considerar os empregos dos policiais militares e civis, corpo de bombeiros e os empregados da prefeitura que trabalham no carnaval, como geração de emprego do carnaval. Suprimindo-se os policiais militares e civis e corpo de bombeiros, o número de empregos ficaria reduzido para 104.189. Quanto ao pessoal fixo da prefeitura, no entanto, não foi possível fazer a separação daqueles contratados, pelo fato de não se ter disponível essa informação. Diante disso, optou-se por considerar a informação da EMTURSA da forma como foi publicada.

A geração de empregos no carnaval sempre é ressaltada nos discursos do poder público como algo que assume um grande significado, sobretudo para a população de baixa renda da cidade. Realmente, 79,41% dos empregos gerados no carnaval são ocupados pelas camadas mais pobres da população, representadas pelos cordeiros, seguranças de bloco, catadores de lata, ambulantes, barraqueiros e baianas de acarajé, no entanto, quando se faz a relação desses números com o volume de negócios, pode se verificar a desigualdade na apropriação dos recursos desses negócios. O cruzamento dos dados das tabelas 7 e 8 indicam que apenas 5,13% dos negócios gerados pelo carnaval são apropriados por esses segmentos de baixa renda.

As entrevistas realizadas com os ambulantes, por esta pesquisa, demonstram a diversidade dos conflitos que envolvem este segmento e a Prefeitura Municipal:

Sobre lucros:

*Eu paguei 47 reais de licença, gasto todo dia 6 reais com transporte, e ontem vendi apenas 20 reais. (J.C., 38 anos, moradora do bairro Paripe). Paguei 47 reais, e ontem ganhei 10 reais. (S.A, 40 anos, morador do bairro Lobato). Tem muito vendedor e pouco comprador. (L. R , 45 anos, morador do bairro Cidade Nova)*

Sobre os conflitos com a Prefeitura:

*O lugar é o que eles querem... ...deveriam botar a gente na avenida e não nos becos. (E. 44 anos moradora do bairro Cajazeiras). Emprego tá difícil e a prefeitura não dá opção de escolha. (J. 22 anos, Cajazeiras) Eu perdi várias noites para obter uma licença (A.P , 38 anos, morador do bairro Alto de Coutos).*

Um cordeiro no carnaval trabalha em média 5 horas por dia, segurando as cordas dos blocos que separam os sócios destas entidades carnavalescas de todo o conjunto da população que está fora do bloco. O cordeiro cumpre um papel de segurança particular, pois ele tem a responsabilidade de não permitir invasões na área do bloco por qualquer pessoa ou grupo que não sejam seus associados. Essa função não se processa de forma tranqüila, sobretudo nos blocos que têm artistas famosos, em razão de geralmente haver um grande número de foliões pipoca que tentam se aproximar do trio, criando um contato que, via de regra, deságua em algum tipo de atrito entre o cordeiro e o folião, o que faz esta atividade tornar-se algo deveras perigoso. Atualmente, grande parte das ocorrências de violência no carnaval tem relação com as brigas entre cordeiros e foliões pipocas. Mas, além da periculosidade, o cordeiro, como foi referido anteriormente, tem também outra parte bastante insalubre no seu trabalho, que é o fato de ele exposto ao som em volume excessivo de alguns trios elétricos. Os 50.000 cordeiros do carnaval de Salvador que representam 47,98% dos “empregos” gerados pela festa, ganham de 8 a 12 reais por dia, sem qualquer garantia trabalhista, além desempenhar uma função perigosa e insalubre. O volume de salários dos cordeiros representa 0,55 % dos negócios carnavalescos, enquanto que só a venda de abadás dos blocos representa 13,82% desses negócios.

Alguns trechos de entrevistas realizadas com cordeiros, por esta pesquisa, reforçam as análises até então efetuadas de 21-02-2001 a 27-02-2001. Respondendo à pergunta sobre quanto ia receber:

*Não sei, pois os donos do trabalho não falaram. (P., 21 anos, morador do bairro Castelo Branco). Não, não sei quanto vou receber. (A.C, 20 anos, morador do Bairro Cosme de Farias). 8*

*reais! (D., 19 anos, morador do Bairro Mata Escura). Trabalho no Interasa no Centro e no Alô Inter na Barra, mas não sei quanto vou receber.(D., 24 anos, Morador do Bairro jardim Cruzeiro). Vou ganhar 12 reais aqui nos Apaches. (I., 20 anos, morador do Bairro Mussurunga).*

Sobre a alimentação:

*Temos lanche, mas não é bom. (A., 21 anos, morador do Bairro Cosme de Farias). Água quente, refrigerante quente, um pão duro dormido, e queijo mofado.(R., 23 anos, morador do Bairro Fazenda Grande)*

Sobre a violência:

*A violência pra gente está aumentando.(E.20 anos, morador do Bairro Mussurunga). O folião pipoca tem muito preconceito contra segurança de corda e quer bater na gente. (B. 23 anos, morador do Bairro de Pau da Lima)*

A participação direta dos blocos de trio nos negócios do carnaval é de 22,35%, mas esse número, embora significativo, não expressa toda a dimensão que esse segmento representa para a economia do carnaval. Hoje, quase todos os grandes negócios carnavalescos orbitam em torno dos blocos de trio. Camarotes, arquibancadas, hospedagem em hotéis, passagens aéreas, mídia, indústria fonográfica, patrocínios e outros itens, são vinculados diretamente à estrutura dos blocos de trio que abrigam a classe média.

A partir dos dados oficiais aqui apresentados, pode-se perfeitamente deduzir que da forma como se realizam os negócios carnavalescos de Salvador, não existe qualquer possibilidade de modificação na exclusão social existente na cidade em qualquer nível.

Outra questão já abordada anteriormente, mas que neste ponto reclama um retorno, é a relação entre despesas e receitas do poder público municipal com o carnaval. Uma pesquisa realizada pelo vereador Emiliano José revelou que a Prefeitura recupera apenas 14% dos gastos realizados em função da festa. Esses resultados foram publicados pelo jornal *A Tarde* de 17 de setembro de 2001, e os trechos da reportagem aqui transcritos expõem de maneira clara o problema:

*A prefeitura Municipal de Salvador gastou R\$ 5 milhões com os festejos do carnaval de 2001, de acordo com dados publicados no Diário Oficial do município. No entanto, a arrecadação com o evento foi de apenas R\$ 680 mil em aquisições de cotas de participação e R\$ 131 mil em exploração de barracas e outros pontos comerciais. Ou seja, arrecadou cerca de 14% do que gastou.*

Os dados foram levantados por uma pesquisa minuciosa feita pelo vereador Emiliano José (PT), entre os meses de janeiro e março deste ano. Essas informações são muito importantes, pois desmontam o discurso da festa autofinanciável, objetivo que sempre funcionou como justificativa para todas as ações que resultaram nas segregações, exclusões e conflitos aqui levantadas. A arrecadação da Prefeitura com cotas de participação, que de 1997 até 2000, oscilou em torno de R\$ 900 mil e R\$ 1 milhão de reais, o que já era reduzido frente às despesas, conheceu uma abrupta queda em 2001, demonstrando de maneira inequívoca que a auto-sustentabilidade da festa não passa de um mito.

## CONCLUSÃO

As análises desenvolvidas até aqui permitem que, neste momento, se alinhem alguns pontos conclusivos desta pesquisa, objetivando contribuir para um maior entendimento do carnaval de Salvador, que a cada ano se torna mais excludente pelo fato de se orientar por uma lógica de consumo, em uma cidade onde mais de 20% das famílias têm uma renda inferior a 2 salários mínimos (figura 2).

Trabalhar com a produção do espaço carnavalesco, analisando conflitos, segregações e exclusões percebidas nesse espaço, foi uma escolha que se deveu ao fato de esses aspectos terem assumido uma dimensão, em muitos momentos, maior do que a própria espetacularidade do carnaval.

Para encetar essas modificações, iniciadas em meados da década de 1980, o poder público municipal teve um papel decisivo através de proibições e repressões de determinados segmentos – como os barraqueiros, os ambulantes e o bloco Mudança do Garcia – e uma excessiva tolerância com outros segmentos – como, por exemplo, o volume do som dos trios, as práticas racistas dos blocos de classe média, a privatização do espaço público pelas cordas dos blocos e dos camarotes e a prática de pagamentos às rádios da cidade para que estas executassem um determinado tipo de música.

Os conflitos no carnaval nasceram junto com a festa e foram muito bem registrados por Vieira Filho (1995), que aborda a presença negra no carnaval do final do século XIX até a década de 1930; Félix & Nery (1993), que estudaram da década de 1920 até a de 1990, abordando aspectos gerais do carnaval, detendo-se principalmente nas transformações ocorridas nesse tempo; Menezes (1994), quando aborda as transgressões carnavalescas dos foliões e das entidades, e as reações conservadoras expressas nos jornais da cidade; e Risério (1981), que

debruçou-se principalmente sobre a questão do papel dos blocos afro e afoxés de meados da década de 1970 até o início da década de 1980.

Ainda no Entrudo português, encontra-se uma profusão de registros que denotam uma completa intolerância das elites baianas frente a essa manifestação, por tal motivo, foram vários os decretos tentando proibi-la, como, por exemplo, o de 25 de janeiro de 1831, o de 13 de maio 1842 e o de 21 de janeiro de 1884. Essas reincidentes tentativas demonstram, de forma inequívoca, que o poder público sempre teve excessiva preocupação com essa festa, pelo fato de ela conter uma dose muito grande de violência, e por se tratar de um jogo de bolas de cera, contendo líquidos que iam desde a água de cheiro até urina. Entretanto, a principal preocupação das elites daquela época era de que, a partir do Entrudo, eclodisse mais uma das muitas revoltas escravas que ocorreram em quase todo século XIX.

Com o surgimento do carnaval, festa de inspiração européia, em 1884, o Entrudo perde a força, mas a população negra passa a se manifestar através de batuques e de agrupamentos que, mais tarde, viriam a ser denominados de Afoxés, além de clubes de inspiração africana, a exemplo da entidade A Embaixada Africana, embora tenha sido saudada pelos jornais da época, trazia reivindicações em seus manifestos, não muito distantes daquelas das organizações negras atuais. No início, esse tipo de entidade foi tolerada, mas, em 1905, foram proibidos.

O primeiro período do governador J.J. Seabra (1912-1916) aprofunda essa repressão e, conseqüentemente, os conflitos, pois as proibições já não se restringiam ao espaço carnavalesco. Elas alcançavam o candomblé e outras

manifestações populares, e as entidades carnavalescas passaram a adotar as mais variadas estratégias para garantir sua permanência nas ruas.

Na década de 1940, os homens travestidos conhecem uma repressão que até então não haviam sofrido. Nessa época, há uma mobilização dos setores conservadores que envolve políticos, imprensa e governantes, culminando com algumas proibições à manifestação dos homens que se vestiam de mulher no carnaval, conforme foi observado por Menezes (1994).

Poder-se-ia continuar a elencar uma série de conflitos que perpassaram a história do Carnaval de Salvador. No entanto, a referência a eles objetiva apenas demonstrar a sua natureza para que se possa apresentar uma das conclusões desta pesquisa: a de que, embora haja significativos conflitos durante toda a história do carnaval de Salvador, esses ganham uma dimensão jamais conhecida, a partir de meados da década de 1980, que se estende até o momento atual. Esses conflitos podem ser reconhecidos a partir da constatação de que aproximadamente 5% da população que se encontra nas ruas durante os dias de carnaval é composta por forças policiais e seguranças privadas. Isso cria configurações territoriais que se alteram, às vezes, com intensa velocidade. A rapidez de movimentos de desterritorializações e reterritorializações (Haesbaert, 1997) de classes sociais, grupos e entidades carnavalescas, verificadas no carnaval de hoje, é outro indicador de que os conflitos atuais são mais acentuados do que no passado.

A visão do carnaval-produto, iniciada em 1984, e a posterior transformação desse em elemento da política econômica cidadina, criaram um conjunto de conflitos muitos maiores e mais complexos, de natureza e dimensão distintos daquelas existentes anteriormente.

A defesa do Planejamento Estratégico de Cidades por significativos segmentos acadêmicos locais, a partir de formulações como a de Borja (1996), por exemplo, criou condições para a imposição de um “consenso” que permitiu ao poder público municipal agir junto aos setores ligados à produção cultural e ao turismo, para a transformação do carnaval de Salvador em um espaço de produção mercantil. Como consequência disso, apenas uma reduzida parcela da população participa dos ganhos materiais ou desfruta, sem problemas, da espetacularidade da festa. Ainda na esteira dos pressupostos do Planejamento Estratégico, estimulou-se ao longo da última década, uma acirrada competição entre Salvador e as principais cidades turísticas nacionais, notadamente aquelas que realizam carnavais de dimensões semelhantes, como Rio de Janeiro e Recife, gerando um localismo que quase sempre promove *a guerra dos lugares* (Santos, 2000).

No carnaval de Salvador, os pressupostos do Planejamento Estratégico de Cidades, quando aplicados na forma de ação governamental, ensejaram muitas exclusões e conflitos, os quais estão diretamente vinculados à adequação da cidade por parte de políticos e planejadores, para ser mais um nó da rede mundial de cidades. Nesta pesquisa, esta ação recebeu a denominação de mundialização soteropolitana.

A mundialização soteropolitana pode ser perfeitamente compreendida a partir das formulações de Vainer (2000) quando este critica de forma contundente o Planejamento Estratégico de Cidades, enfeixando-o em três vertentes, a saber: a Cidade-Empresa, a Cidade-Mercadoria e a Cidade-Pátria, designativos que subsidiam a compreensão, tanto das políticas públicas quanto de uma expressiva corrente de pensamento local.

A Cidade-Empresa pode ser visualizada, por exemplo, no enquadramento do Pelourinho em uma lógica empresarial, recebendo prêmios empresariais como local de diversão noturna, sendo transformado em *Shopping Center a céu aberto* (Silva, 1999); *ilha de fantasia histórica a guisa de Shopping Center* (Magnavita, 1995); e local de reprodução de *estereótipos baianos* (Arantes, 1998).

Em relação ao carnaval, a Cidade-Empresa pode ser encontrada nos objetivos discursivos do poder público municipal, que visavam (e continuam a perseguir esses objetivos) a alcançar um carnaval auto-sustentável, que, na realidade, nunca foi alcançado, e a cada dia fica mais distante, principalmente se for observado o fato de que em 2001 a prefeitura recuperou apenas 14% das despesas totais feitas com o carnaval, conforme registra a pesquisa do Professor e Vereador Emiliano José.

A Cidade-Mercadoria se expressa em um modelo de padronização, que pode ser identificado nos estudos de Serpa (1999), quando este analisa as intervenções da Prefeitura no Parque da Lagoa do Abaeté; nos seus registros de Serra (1999) sobre a padronização das barracas do carnaval; ou ainda em Nascimento e Serpa (2001) quando estudam os conflitos territoriais das baianas de acarajé do Rio Vermelho e a intervenção regulacionista da prefeitura na questão. Também vai ao encontro dessas proposições, as argumentações de Carlos (1999), que vê a atividade turística como produtora de *não-lugares*; Harvey (1996), que enxerga o turismo, o consumo de espetáculos e a produção de eventos efêmeros, como *remédios favoritos para economias moribundas*; ou ainda Silveira (2001), quando associa a mercantilização cultural à *prestação de serviços exóticos ao turismo internacional*. Essas formulações contribuíram sobremaneira para que, nesta pesquisa, se pudesse afirmar que a ênfase no

turismo e na cultura, colocando-os como prioridade das políticas econômicas e sociais do poder público estadual e municipal, fomentou uma produção do espaço carnavalesco que tem característica homogeneizante, e que, por isso mesmo, produz fragmentações que se expressam na forma de conflitos, segregações e exclusões, tanto em relação às entidades carnavalescas e aos trabalhadores, como em relação ao folião, o qual não participa de nenhuma organização.

Ainda se podem identificar outras ações que modelam este discurso cidadão, como, por exemplo, o fato de a BAHIATURSA, empresa de turismo estadual, se colocar na 14ª colocação dos anunciantes estatais de todo Brasil, ficando à frente de muitos ministérios do Governo Federal e do governo do Estado de São Paulo, o mais rico do país.

Outra dessas ações modeladoras é a venda ou cessão do espaço público carnavalesco para os grupos de “maior relevância estratégica”, ou seja: os blocos de trio de classe média, os produtores culturais e o *trade* turístico como um todo, apoiados em um discurso que organiza o consenso de que os negócios do carnaval beneficiariam a todos de forma indistinta, emulando-se desse discurso o trabalho precarizado de 50.000 cordeiros, sujeitos a exposições sonoras que ultrapassam o limite de suportabilidade do ouvido humano e ao constante atrito com o público pelo fato de esses se constituírem em “soldados de fronteira”.

Nesta mesma vertente, encontra-se o fato de ser consideravelmente grande o número de crianças presentes nas ruas, realizando o trabalho de recolhimento das latas de cervejas e refrigerantes consumidas no carnaval, atividade que, além de ilegal, é perigosa e insalubre. Pode-se também lembrar as precárias condições dos ambulantes, que durante o carnaval, em sua grande

maioria, passam a ser moradores de rua, expostos às variações climáticas e ao assédio repressivo dos fiscais da prefeitura.

A análise da produção do espaço carnavalesco, nesta pesquisa, buscou se amparar em outro neologismo de Vainer (2000), que é o conceito de Cidade-Pátria, pois este tipo de procedimento vai ao encontro das propagandas dos governantes que a todo o momento justificam suas ações, baseados no “amor” que dedicam à Bahia, ou nas teses da “baianidade”, que enxergam o carnaval como um espaço confirmador da suas proposições, na medida em que este cumpriria um papel de integrador de classes sociais através de um ‘trânsito interétnico’ continuado. Essas conjecturas foram contestadas por esta pesquisa, principalmente quando se apresentaram as conclusões da Comissão de Inquérito da Câmara Municipal de Salvador sobre o racismo no carnaval, que identificou práticas marcadamente racistas na admissão de associados por muitos blocos de trio, além de outros tipos de discriminações, denominados pela Comissão como discriminação estética, quando o proponente é rejeitado pelos atributos físicos; e geográfica, quando a rejeição se dá pelo fato de o proponente habitar os espaços periféricos da cidade.

Em oposição às teses da baianidade pode também ser elencada a rígida ocupação do espaço carnavalesco, baseada sobretudo na capacidade de consumo dos grupos que participam da festa, sendo os exemplos mais ressaltados, os blocos de classe média e os camarotes.

Outro componente importante das teses de baianidade ou da idéia de Bahia é o papel que o *enigma baiano* (designação dada ao período de estagnação econômica – 1870 a 1950 – pelo qual passou a cidade de Salvador) teria na constituição de uma particularidade cultural que diferencia

hierarquicamente a Bahia dos demais locais do Brasil. O enigma é decifrado de forma brilhante por Oliveira (2000), principalmente no momento em que este destaca essa concepção como um *mito* criado pelas elites locais para fugir das explicitações das causas da estagnação, da qual elas eram responsáveis. Além disso, esta pesquisa se apoiou em Santos (1988), Mitchell (1999), Cosgrove (1998) e Connor (1996) para contestar a cultura como um domínio separado da economia, da ideologia ou da política, que é um traço quase sempre presente nas teses da baianidade.

Destacou-se aqui o papel desempenhado pela Mudança do Garcia no carnaval atual, colocando-a como um dos principais segmentos de resistência à produção do carnaval mercantil, e identificando este módulo dentro daquilo que Santos (1999) classifica como o *tempo lento*, ou classificando-o como o segmento bakhtiniano, a partir das análises de Bakhtin (1996) sobre o carnaval medieval.

A Mudança do Garcia, nos últimos anos, subverte a organização da segunda-feira de carnaval, na medida em que não se incorpora aos padrões estabelecidos pela Prefeitura Municipal, pois chega a ocupar até 60 minutos da passarela oficial do Campo Grande, com seus protestos prenhes de humor, trazendo em seus cartazes críticas à política nacional, regional e municipal, e incomodando, sobremaneira, os governantes do estado e do município.

A partir da constatação de que a Mudança, ao longo desses anos, tem sido um receptáculo dos grupos que enfrentam problemas para realizar o seu desfile, a exemplo do Munzenza e o Male Debalê, que já participaram da Mudança em anos em que estas entidades não conseguiram realizar os seus cortejos, chegou-se à conclusão de que a Mudança, na última década, se transformou em um ícone de resistência para todos os grupos participantes do carnaval de Salvador, operando

como um espaço de reterritorialização, e por isso, criando um pertencimento que ultrapassa as fronteiras do Bairro do Garcia. As fronteiras da Mudança são todos os espaços de desterritorialização que surgem com a nova produção do espaço. Sendo assim, o território da Mudança, hoje, é a própria cidade.

Os negócios carnavalescos aliados aos negócios turísticos como um todo, embora sejam constantemente saudados como uma panacéia para os problemas sociais da cidade, parece que não cumpriram o prometido, pois, segundo o IBGE, para a Região Metropolitana de Salvador, se em 1987 as famílias que ganhavam até 3 salários mínimos representavam 23,52% do total, em 1996 esse número passa para 34,42%, enquanto que, em todas as faixas das famílias que ganhavam mais de 6 salários mínimos, houve decréscimos de 1987 para 1996. Sendo assim, nos questionamos: como é que negócios tão grandiosos não apresentam reflexos na base material da vida das famílias da cidade?

Talvez a explicação, pelo menos em termos de carnaval, esteja em fatos como a remuneração dos cordeiros, por exemplo, que representam um contingente de 50.000 trabalhadores, e ganham por dia de trabalho, cada um, entre 8 e 12 reais, ou então nos catadores de latas que precisam recolher em torno de 60 latas para alcançar um quilo pelo qual são pagos valores que variam entre 1 e 1,5 reais. Em contrapartida a isso, tem-se o fato de que um cantor ou cantora com fama regional ou nacional, que representam menos de duas dezenas do total de trabalhadores do carnaval, receber por dia de apresentação, algo entre 100 e 150 mil reais.

Os circuitos carnavalescos surgidos a partir de meados da década de 1980 também foram fatores de aprofundamento da segregação existente, pois conforme foi comprovado nesta pesquisa, a Barra é um espaço quase que

totalmente dominado pelos blocos de trio de classe média e camarotes, além de hoje ser um local privilegiado das transmissões televisas, principalmente no período noturno, enquanto que o circuito Batatinha, sobretudo no trecho do entorno da Praça Municipal, é um local em que grande parte dos blocos afro e afoxés ficam confinados, pelo fato de estes não apresentarem condições financeiras para competir com as grandes entidades nos circuitos de percurso longo.

Esta segmentação tem provocado conseqüências danosas no presente, e projeta um quadro sombrio para o futuro, pois em 31 entrevistas realizadas aleatoriamente com foliões nos circuitos Campo Grande e Barra-Ondina, quando instados a responder sobre os nomes dos blocos afro e afoxés que tinham na memória, nenhum lembrou de qualquer entidade que não fossem os grandes blocos afro e afoxés, e, mesmo assim, em uma quantidade ínfima (menos de meia dúzia). Por outro lado, quando as mesmas pessoas foram perguntadas sobre quais os blocos de trio de que lembravam, os nomes ultrapassaram as duas dezenas.

O bloco de trio, nesta pesquisa, é considerado como o segmento que incorporou de forma absoluta a lógica mercantil ao adotar várias formas de discriminações dos candidatos a sócio para se adequar a esta lógica, como por exemplo, àquelas identificadas pelo primeiro relatório da Comissão de Inquérito da Câmara Municipal e classificadas como: discriminações raciais, estética, e geográfica, publicizada em Ferreira (1999).

Este segmento também tem uma orientação que busca pessoas com um padrão de consumo articulado em torno de uma *modernidade-mundo* (Ortiz, 2000) e que, no caso dos blocos de trio do carnaval de Salvador, pode ser

expressa no consumo de *griffes* de vestuário, alimentos, empresas aéreas ou qualquer mercadoria mundial, aliando a isso uma abertura para o exótico regional, que no caso do carnaval local, pode ser expressa na aceitação dos ritmos afro, ou outras formas de manifestações da cultura popular.

O bloco de trio operou uma profunda transformação no espaço carnavalesco de Salvador, por ter tido, no período estudado, um crescimento exponencial, tanto em número de entidades, quanto em número de associados. As cordas dessas entidades, por sua vez, privatizaram o espaço público de tal forma, que o folião pipoca, essência do “carnaval participação” que a propaganda oficial utilizava como contraponto ao carnaval do Rio de Janeiro, virou praticamente um espectador, restrito a áreas periféricas dos circuitos carnavalescos, ou um folião das suas áreas perigosas. Os blocos de trios, hoje controlados por *grupos econômicos fortes, que negociam o carnaval* (Espinheira, 1999), através do seu poder, conseguem até sentenças judiciais classificadas como inéditas no Brasil, a exemplo daquela proferida por uma Juíza da Primeira Vara Cível, que condenou as empresas responsáveis pela montagem dos camarotes a pagarem 30% do seu faturamento a todos os blocos que desfilaram no circuito Barra-Ondina.

O folião pipoca, que nasceu acompanhando o trio elétrico quando este surgiu na década de 1950, talvez seja o segmento mais segregado neste modelo atual do carnaval, pois as cordas dos blocos, os camarotes, na medida em que privatizam o espaço reduzem drasticamente o espaço dos mesmos, afora isso, o pipoca é o segmento mais exposto à violência por só contar com a força policial do estado, enquanto que os associados dos blocos e freqüentadores dos camarotes, além de contarem com o efetivo policial estatal, ainda têm ao seu

serviço, um séquito de 50 mil cordeiros e um número muito expressivo de seguranças, que fazem o papel de polícia privada exclusiva para esses segmentos.

Esse foi o resultado desta pesquisa que procurou desvendar a produção do espaço carnavalesco de Salvador identificando as suas exclusões, segregações e conflitos, que alcançam a grande maioria das entidades carnavalescas e a população em geral. A produção do espaço realizada pelos poderes públicos municipal e estadual, e pelos grupos econômicos ligados à produção cultural da cidade, adotou um modelo homogeneizante que fragmentou o espaço carnavalesco de tal forma, que a própria dimensão da festa e a sua pluralidade estão definitivamente ameaçadas. Todavia, é difícil fazer previsões para uma festa que hoje está completamente imbricada a segmentos como o turismo nacional e internacional, a indústria fonográfica, os poderes políticos estadual e municipal, a globalização econômica, a espetacularização da cultura no mundo, e, por outra vertente, também ligada aos movimentos sociais de oposição a essas forças hegemônicas. Qualquer modificação em qualquer desses segmentos poderá ter o poder de modificar essa configuração atual, a exemplo da vertiginosa queda nas vendas dos discos da Axé Music em todo Brasil, e os reflexos negativos deste fato sobre os blocos de trio desde o carnaval de 2001. O bloco de trio nos últimos anos passou a ser um escravo da moda. A crise do Axé faz, portanto, aflorar a pergunta: Como sobreviverá o Bloco de trio sem a moda?

Por isso, e por tudo que foi aqui exposto, a geografia futura do carnaval de Salvador, ainda é uma história a ser dissertada.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERGARIA, Roberto (2001). Entrevista. Revista SBPC Cultural: Bahia, Bahia, Que Lugar é Este? REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA PARA O PROGRESSO DA CIÊNCIA, LIII, Universidade Federal da Bahia – Pró-Reitoria de Extensão, Salvador, 13 a 18 de julho de 2001.
- ARANTES, Otilia (2000). Uma Estratégia Fatal: A Cultura nas Novas Gestões Urbanas. In: ARANTES, Otilia, VAINER, Carlos, MARICATO Ermínia. *A Cidade do Pensamento Único*. Petrópolis: Vozes.
- ARANTES, Otilia (1998). *Urbanismo em Fim de Linha*. São Paulo: EDUSP.
- BAHIA (1991) Reconstrução e Integração Dinâmica. SEPLANTEC/FUNDAÇÃO CPE.
- BAHIA (1984). BAHIATURSA. Bahia, Cem Anos de Folia: 1884 – 1984. Relatório do Carnaval 84. Grupo Executivo do Carnaval. Salvador
- BAHIA (1985). BAHIATURSA. Bahia Terra da Felicidade. Projeto Gritos de Carnaval. Salvador.
- BAHIA (1986) EMTURSA. *Documentos do Carnaval de 86*. Salvador. (mimeo)
- BAHIA (1987) EMTURSA. *Documentos do Carnaval de 87*. Salvador (mimeo)
- BAHIA (1988) EMTURSA. *Projeto Carnaval 88*. Salvador.
- BAHIA (1989) EMTURSA. *Documentos do Carnaval de 89*. Salvador. (mimeo)
- BAHIA (1993) EMTURSA.. *Salvador, Terra dos Orixás*. Projeto do Carnaval 93. Salvador.
- BAHIA (1994) EMTURSA. *Projeto do Carnaval 94*. Salvador.
- BAHIA (1995) EMTURSA. Planejamento Estratégico do Carnaval 95. Salvador.
- BAHIA (1997) EMTURSA. *Êta Carnaval Porreta*. Relatório Carnaval 97. v. 1. Salvador (mimeo)
- BAHIA (1998) EMTURSA. *Tropicália – 30 Anos*. Relatório do Carnaval. Salvador (mimeo).
- BAHIA (1999) EMTURSA. Carnaval dos 450 Anos de Salvador da Bahia, a Capital da Alegria. Relatório, v. 1. Salvador (mimeo).
- BAHIA (1999) EMTURSA. Carnaval dos 450 Anos de Salvador da Bahia, a Capital da Alegria. Relatório, v. 2. Salvador (mimeo).
- BAHIA (2000) EMTURSA. *Carnaval dos 500 Anos*. Relatório do. Carnaval 2000. v. 1. Salvador (mimeo).

- BAHIA (2000) EMTURSA. *Carnaval dos 500 Anos*. Relatório do. Carnaval 2000. v. 2. Salvador (mimeo).
- BAHIA (2001) EMTURSA. *Carnaval da Paz: Salvador – Bahia, Capital da Alegria*. Relatório de Tempo de Desfile de Entidades por Circuitos. Carnaval 2001. Salvador (mimeo).
- BAHIA (2001) EMTURSA. *Carnaval da Paz: Salvador – Bahia, Capital da Alegria*. Relatório do. Carnaval 2001. v. 1. Salvador (mimeo).
- BACELAR, Jefferson (1995). *Folha de São Paulo*, Editoria Cotidiano, página especial A-2. São Paulo 28 de setembro 1995.
- BACELAR, Jefferson (2001). *A Hierarquia das Raças*. Rio de Janeiro: Pallas,
- BAKHTIN, Mikhail (1996). *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento*. 3 ed. São Paulo: Hucitec.
- BASTIDE, Roger (2001). *O Candomblé da Bahia*. São Paulo: Companhia das Letras/ Schwartz.
- Bloco satiriza disputa entre ACM e o Presidente. *Folha de São Paulo*. Editoria Cotidiano, p. C1, 27 de fevereiro de 2001. Repensar o Carnaval. *A Tarde*. Editorial. 04 de março de 2000.
- BORJA, Jordi (1996). *As Cidades e o Planejamento estratégico: Uma Reflexão Européia e Latino-Americana*. In: FISCHER, Tânia (Org). *Gestão Contemporânea: cidades estratégicas e organizações locais*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- BRANDÃO, Maria (1999). *Carnaval, Carnavais: Cultura e Identidade Nacional*. *Revista Seminários de Carnaval II*. Salvador: EDUFBA.
- BURKE, Peter (1995). *Cultura Popular na Idade Moderna*. São Paulo: Companhia das Letras.
- CAMUS, Albert (s.d.). *Diário de Viagem*. Rio de Janeiro: Record.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri (1999). *O Turismo e a Produção do Não-Lugar*. In: YÁSIGI, Eduardo. CARLOS, Ana Fani Alessandri e, CRUZ, Rita de Cássia Ariza da (Orgs.). *Turismo, espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: Hucitec.
- CASTELLS, Manuel (1999). *A Sociedade em Rede*. v.1. 2 ed. São Paulo: Paz e Terra.
- CARNEIRO, Edison (1948). *Candomblés da Bahia*. *Publicações do Museu do Estado*, n. 8, Salvador, Secretaria de Educação e Saúde.
- CASCUDO, Luís da Câmara (2000). *Dicionário do Folclore Brasileiro*. 9 ed. São Paulo: Global.
- CONNOR, Steven (1996). *Cultura Pós-Moderna*. 3 ed. São Paulo: Loyola.

- COSGROVE, Denis (1998). Em direção a uma geografia cultural radical: problemas da teoria. *Revista Espaço e Cultura*, n. 5, Rio de Janeiro, UERJ/NEPEC, jan./jun.
- COSGROVE, Denis (1999). Idéias e cultura: uma resposta a don mitchell. *Revista Espaço e Cultura*, n. 8, Rio de Janeiro: UERJ/NEPEC, ago./dez.
- CUNHA, Euclides (1998). *Os Sertões*. Edição crítica de Walnice Nogueira Galvão. São Paulo: Ática.
- DA MATTA, Roberto da (1990). *Carnavais, malandros e heróis*. 5 ed Rio de Janeiro: Guanabara.
- DANTAS, Marcelo (1999). Os blocos afros, o mercado cultural e a identidade étnica. *Revista Seminários de Carnaval II*. Salvador: EDUFBA.
- DEBORD, Guy (1998). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- ESPINHEIRA, Gey (1999). Carnaval: o lugar no tempo. *Revista Seminários de Carnaval II*. Salvador: EDUFBA.
- FÉLIX, Anísio e NERY, Moacir (1993). *Bahia, Carnaval*. Salvador: Artes Gráficas.
- FERNANDES, Ana e GOMES, Marco Aurélio Filgueiras (1993). *O passado tem futuro? Os (des)caminhos da requalificação do Pelourinho*. Salvador (mimeo).
- FERREIRA, Juca (1999). *Tudo sobre a CPI do racismo*. Publicação do Mandato do Vereador Juca Ferreira – PV. Câmara Municipal, Anexo Ib Matos, gabinete 23, Praça Municipal, s.n.. Salvador, setembro.
- FISCHER, Tânia. HEBER, Florence. MOURA Suzana. TEIXEIRA, Angela. SIQUEIRA, Maria de Lourdes (1996). Centro Histórico de Salvador: a gestão em parceria de novos tempos e novos espaços. In: FISCHER, Tânia. (Org.). *Gestão Contemporânea: cidades estratégicas e organizações locais*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- FISCHER, Tânia (1996). Gestão contemporânea, cidades estratégicas: aprendendo com fragmentos e reconfigurações do local. In: FISCHER, Tânia. (Org.). *Gestão Contemporânea: cidades estratégicas e organizações locais*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- Folha de São Paulo*, 23 de fevereiro de 2001.
- GÓES, Fred de (1982). *O país do carnaval elétrico*. Salvador: Corrupio.
- GÓES, Fred de (2000). 50 anos do trio elétrico. Salvador: Corrupio.
- HAESBAERT, Rogério (1997). *Des-territorialização e identidade: a rede gaúcha no nordeste*. Niterói: EDUFF.
- HALL, Peter (1995). *Cidades do amanhã*. São Paulo: Perspectiva.

- HARVEY, David (1996). Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio. *Revista Espaço & Debates*. n. 39. São Paulo: Núcleo de Estudos Regionais e Urbanos.
- HARVEY, David (1998). *Condição Pós-Moderna*. 7 ed. São Paulo: Loyola.
- KURZ, Robert (2001). *Folha de São Paulo*, 22 de fevereiro de 2001.
- LEFEBVRE, Henri (1999). *A Revolução Urbana*. Belo Horizonte: EDUFMG.
- LENCIONI, Sandra (1999). *Região e Geografia*. São Paulo: EDUSP
- MAGNAVITA, Pasqualino (1995). Quando a história vira espetáculo de poder. A pós-modernidade na preservação de centros históricos: o caso do Pelourinho. ENCONTRO NACIONAL DA ANPUR, 7. Brasília, maio 1995.
- MATTOSO, Kátia M. de Queirós (1992). *Bahia – Século XIX*. 2 ed. São Paulo: Nova Fronteira.
- MELLO E SILVA, Sylvio Bandeira de (1999). Geografia, Turismo e Crescimento: O Exemplo do Estado da Bahia. In: RODRIGUES, Adyr A. B. (Org.). *Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. 2 ed. São Paulo: Hucitec.
- MENEZES, Rogério (1994). Um povo a mais de mil: os frenéticos carnavais de baianos e caetanos. São Paulo: Scritta.
- MIGUEZ, Paulo (1998). A contemporaneidade cultural na cidade da Bahia. *Bahia Análise & Dados*, v. 8, n. 1, Salvador: SEI.
- MIRANDA, Carlos Roberto e DIAS, Carlos Roberto (1997). Perda auditiva induzida pelo ruído em trabalhadores em bandas e em trios elétricos de Salvador, Bahia: Arquivo internet.
- MITCHELL, Don (1999). Não existe aquilo que chamamos de cultura: para uma reconceitualização da idéia de cultura em Geografia. *Revista Espaço e Cultura*, n. 8, UERJ/NEPEC, Rio de Janeiro, ago./dez.
- MOURA, Milton (1998). Quem quer comprar a cara dessa cidade?. *Bahia Análise & Dados*, v. 8, n. 1. Salvador: SEI.
- MOURA, Milton (1999). Corda e Cordão no Carnaval da Bahia. *Revista Seminários de Carnaval II*. Salvador: UFBA.
- MOURA, Milton (2001). Carnaval e Baianidade: Arestas e curvas na coreografia de textos identitários do carnaval de Salvador. (Tese de Doutorado), FACOM/UFBA, 2001.
- Mudança do Garcia mantém tradição e mostra desgosto com os políticos. *A Tarde*. 27 de fevereiro de 2001.

- NASCIMENTO, Francesca Rêgo e SERPA, Angelo (2001). A Geografia das redes de produção e consumo do acarajé em Salvador: estratégias e conflitos na territorialização das baianas empresárias no bairro do Rio Vermelho. In: *Cultura Vozes*, n. 2, ano 95, v. 95, Petrópolis: Vozes.
- NETO, Ricardo Bonalume (1997). Viagem incluiu o Brasil. Texto especial para *Folha de São Paulo*, Editoria MAIS!, São Paulo, 11 de junho de 1997.
- OLIVEIRA, Nelson (2000). Sob o manto da concórdia: Bahia como contrafação do moderno. In: *A outra face da moeda*. Comissão de Justiça e Paz da Arquidiocese de Salvador, Salvador.
- Olodum pede apoio cultural e político a ACM. *Correio da Bahia*. Caderno Poder, p. 3, 26 de março de 1997.
- ORTIZ, Renato (1996). Carnaval: sagrado e profano/sagrado e político. *Bahia Análise & Dados*, v. 5, n. 4. Salvador: SEI.
- ORTIZ, Renato (2000). *Mundialização e Cultura*. 4ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense.
- Os blocos de Salvador esqueceram o folião baiano. *Correio da Bahia*. Marrom, Papo Axé. 14 de julho de 2001.
- PINHO, Osmundo S. de Araújo (1998). A Bahia no fundamental: notas para uma interpretação do discurso ideológico da baianidade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 13, n. 36, São Paulo, fev.
- Prefeitura Gasta R\$ 5 milhões com o Carnaval e arrecada 14%. *A Tarde*. 19 de setembro de 2001.
- SALVADOR. Prefeitura Municipal do Salvador. *Relatório do Carnaval*. Salvador, 1986.
- QUERINO, Manuel (1938). Costumes africanos no Brasil. *Bibliotheca de Divulgação Científica*, v. 15, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- RAFFESTIN, Claude (1993). *Por uma geografia do Poder*. São Paulo: Ática.
- RISÉRIO, Antônio (1981). *Carnaval Ijexá*. Salvador: Corrupio.
- RODRIGUES, João Jorge (1999). É preciso pensar o carnaval no âmbito da cidade. *Revista Seminários de Carnaval II.*, Salvador: EDUFBA.
- SANTOS, Milton (1988). *Espaço & Método*. São Paulo: Nobel.
- SANTOS, Milton (1996). *O Espaço do cidadão*. 3 ed. São Paulo: Nobel.
- SANTOS, Milton (1998). Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional. 4 ed. São Paulo: Hucitec.

- SANTOS, Milton (1999). *A natureza do espaço: técnica e tempo – razão e emoção*. 3 ed. São Paulo: Hucitec.
- SANTOS, Milton (2000). *Por uma outra globalização* São Paulo: Record.
- SANTOS, Milton e SILVEIRA, Maria Laura (2001). *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro/São Paulo: Record.
- SEBE, José Carlos (1986). *Carnaval, Carnavais*. São Paulo: Ática.
- SALVADOR, Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo. *Salvador: uma alternativa pós industrial: cultura turismo e alta tecnologia*. Coord. Marcus Alban Suarez.
- SERPA, Angelo (1999). Clonagem de paisagens: como alguns projetos de intervenção transformam as paisagens urbanas em não-lugares. In: VASCONCELOS, Pedro de Almeida e SILVA, Sylvio Bandeira de Mello (Orgs.). *Novos estudos de geografia urbana brasileira*. Mestrado em Geografia/UFBA/EDUFBA. Salvador.
- SERRA, Ordep (1999). Carnaval e identidade cultural na Bahia, hoje identidade e reflexão crítica. *Revista Seminários de Carnaval II*. Salvador: UFBA.
- SERRA, Ordep (1982). Monumentos negros da Bahia: uma proposta de abordagem. Salvador: PMS/OCEPLAN.
- SILVA, Maria Auxiliadora da (1999). A Evolução urbana do centro histórico de Salvador e a preservação funcional do bairro de Santo Antonio Além do Carmo. In: VASCONCELOS, Pedro de Almeida e SILVA, Sylvio Bandeira de Mello (Orgs.). *Novos estudos de geografia urbana brasileira*. Mestrado em Geografia/UFBA/EDUFBA. Salvador.
- SILVEIRA, Renato da (2001). Entrevista. *Revista SBPC Cultural: Bahia, Bahia, que lugar é este?* 53<sup>a</sup> Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, Universidade Federal da Bahia – Pró-Reitoria de Extensão, Salvador, 13 a 18 de julho de 2001.
- SOJA, Edward W (1997). *Geografias pós-moderna: a reafirmação do espaço na teoria social crítica*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- SOUZA, Marcelo Lopes (2000). *O desafio metropolitano*. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil.
- STAM, Robert (1993). Mikhail Bakhtin e a crítica cultural de esquerda. In: KAPLAN, E. Ann (Org.). *O mal-estar no pós-modernismo: teorias, práticas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Turismo do estado gasta mais do que ministérios. *Estado de São Paulo*. Caderno Política. 25 de março de 2001.
- VAINER, Carlos (2000). Pátria, empresa e mercadoria, notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbano. In: ARANTES, Otilia, VAINER,

Carlos e MARICATO, Ermínia. *A cidade do pensamento único*. Petrópolis: Vozes.

VERGER, Pierre (1987). *Fluxo e refluxo*. São Paulo: Corrupio.

VIEIRA FILHO, Raphael Rodrigues (1995). *A africanização do carnaval de Salvador, BA – a re-criação do espaço carnavalesco (1876-1030)*. (Dissertação de Mestrado em História)/PUC-SP. São Paulo. (mimeo.).

[www.carnaxe.com.br](http://www.carnaxe.com.br)

[www.uol.com.br/chicletecombanana](http://www.uol.com.br/chicletecombanana)

## ÍNDICE REMISSIVO POR REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

### A

A TARDE, 72  
ARANTES, 38, 40, 48, 171  
ARANTES ET AL, 40

### B

BACELAR, 88, 157  
BAHIATURSA, 34, 55, 78, 114, 117, 172  
BAKHTIN, 14, 15, 16, 70, 174  
BASTIDE, 80, 81  
BORJA, 40, 41, 42, 170  
BRANDÃO, 60  
BURKE, 15, 17

### C

CAMUS, 33  
CARLOS, 36, 59, 63, 91, 106, 107, 115, 157, 171  
CARNEIRO, 79, 80, 81, 82  
CASCUDO, 79, 83, 87  
CASTELLS, 30, 171  
CONNOR, 23, 24, 174  
COSGROVE, 19, 20, 22, 23, 174  
CUNHA, 27

### D

DA MATA, 18  
DANTAS, 47, 52  
DEBORD, 46, 55

### E

EMTURSA, 3, 5, 7, 43, 44, 64, 71, 72, 77, 78, 82, 84,  
88, 94, 97, 111, 118, 120, 124, 126, 127, 128, 129,  
131, 135, 136, 137, 144, 145, 146, 147, 150, 157,  
158, 161, 162  
ESPINHEIRA, 129

### F

FÉLIX E NERY, 83, 100, 167  
FERNANDES E GOMES, 45  
FISCHER, 42, 46, 47  
FISCHER ET AL, 46  
FOLHA DE SÃO PAULO, 63, 64, 87, 88, 135

### G

GÓES, 74, 75, 84

### H

HAESBAERT, 28, 169  
HALL, 38, 39, 40

HARVEY, 44, 54, 59, 113, 171

### J

JACKSON, 23, 86  
JORNAL ESTADO DE SÃO PAULO, 56  
JUCA FERREIRA, 154, 155, 156

### K

KURZ, 23, 24

### L

LEFEBVRE, 112  
LENCIONI, 61

### M

MAGNAVITA, 45, 47, 171  
MATTOSO, 32  
MELLO E SILVA, 30, 34  
MENEZES, 102, 103, 167, 169  
MIGUEZ, 51  
MIRANDA E DIAS, 151, 152  
MITCHEL, 174  
MITCHELL, 19, 22, 23  
MOURA, 31, 46, 50, 51, 68, 70, 89, 90, 93, 95, 98,  
122, 123, 187

### N

NETO, 31

### O

OLIVEIRA, 26, 59, 174  
ORTIZ, 18, 21, 92, 170

### P

PINHO, 25

### Q

QUERINO, 79, 80

### R

RAFFESTIN, 27  
RELATÓRIO, 43, 71, 72, 84, 101, 114, 115, 116, 129,  
130, 131, 133, 134, 135, 136, 140, 144, 145, 150,  
151  
RELATÓRIO DO CARNAVAL DE 1985, 115, 116  
RISÉRIO, 26, 27, 73, 79, 80, 81, 84, 85, 100, 101, 168  
RODRIGUES, 78, 80, 88, 91, 95, 98, 123

### S

SANTOS, 20, 22, 35, 43, 46, 64, 91, 92, 101, 112, 137,  
170, 171, 174  
SEBE, 14, 17, 19

*SECRETARIA DA INDÚSTRIA COMÉRCIO E  
TURISMO, 35  
SERPA, 149, 171  
SERRA, 136, 171  
SILVA, 43, 45, 48, 75, 127, 171  
SILVEIRA, 43, 54, 96  
SOJA, 40, 113  
SOUZA, 58  
STAM, 70*

**V**

*VAINER, 43, 49, 55, 56, 57, 59, 170, 173*

*VERGER, 32, 81  
VIEIRA FILHO, 79, 80, 81, 82, 99, 167*

**W**

*WWW.CARNAXE.COM.BR, 94  
WWW.UOL.COM.BR/CHICETECOMBANANANA, 76*

## ÍNDICE REMISSIVO POR ASSUNTO

### A

ABADÁ(S), 96, 125, 164  
AFOXÉ(S), 2, 10, 11, 45, 78, 79, 80, 81, 82, 83,  
84, 85, 87, 88, 98, 99, 100, 101, 104, 124, 126,  
146, 157, 159, 168, 176, 79, 85, 99, 101,  
AMBULANTES, 7, 10, 11, 13, 62, 109, 116, 128,  
138, 150, 163, 167, 172  
AXÉ MUSIC, 11, 89, 94, 122, 160

### B

BAIANIDADE, 19, 22, 27, 45, 59, 60, 61, 68, 123,  
173, 174  
BARRAQUEIROS, 10, 128, 135, 136, 163, 167  
BLOCO DE PERCUSSÃO, 10  
BLOCO DE TRAVESTIDO, 10, 104  
BLOCO(S) AFRO(S), 10, 11, 29, 62, 67, 71,  
73,84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 104, 106, 124,  
159, 168, 176  
BLOCOS DE TRAVESTIDOS, 19, 104  
BLOCO(S) DE TRIO, 7, 10, 17, 29, 57, 62,63, 64,  
67, 72, 78, 88, 89, 90, 91, 92, 94, 96, 97, 106,  
108, 124, 125, 130, 131, 133, 138, 140, 145,  
146, 153, 154, 155, 165, 176, 177, 178

### C

CAMAROTES, 29, 62, 64, 68, 84, 88, 96, 108,  
110, 118, 127, 132, 140, 145, 147, 162, 165,  
167, 173, 176, 177  
CARNAVAL MERCANTIL, 132, 174  
CIDADE-EMPRESA, 49, 170, 171  
CIDADE-MERCADORIA, 49, 170, 171  
CIDADE-PÁTRIA, 49, 170, 173  
COMPETIÇÃO ENTRE CIDADES, 41, 49  
CONFLITOS, 2, 11, 13, 17, 22, 29, 43, 46, 62, 64,  
71, 107, 116, 149, 157, 159, 163, 166, 167,  
168, 169, 170, 171, 172, 178  
CORDAS, 10, 27, 63, 72, 74, 76, 105, 106, 107,  
140, 164, 167, 177, 186  
CORDEIROS, 10, 11, 13, 62, 94, 98, 109, 151,  
152, 163, 164, 172, 175, 178  
CULTURA, 31, 37, 38, 40, 42, 47, 48, 50, 51, 55,  
60, 87, 96, 123, 134  
CULTURA BAIANA, 31, 60

### D

DESTERRITORIALIZAÇÃO(ÕES), 13, 21, 27,  
28, 106, 108, 169, 175

### E

ENIGMA BAIANO, 26, 27, 173  
EXCLUSÕES, 2, 11, 62, 166, 167, 170, 172, 178

### I

IDÉIA(S) DE BAHIA, 25, 27

INDÚSTRIA CULTURAL, 35, 51, 52, 64

### L

LUGAR, 32, 41, 45, 49, 55, 59, 61, 70, 97, 98,  
121, 124, 132, 149  
LUGARES, 14, 38, 43, 49, 61, 64, 109, 127, 132

### M

MERCANTILIZAÇÃO CULTURAL, 38, 43, 50,  
52, 54, 134, 171  
MICARETAS, 94, 96  
MUDANÇA, 23, 100, 105  
MUDANÇA, 10, 67, 68, 70, 90  
MUDANÇA DO GARCIA, 7, 10, 13, 17, 62, 63,  
64, 68, 70, 71, 72, 73, 119, 138, 167, 174, 186  
MUNDIALIZAÇÃO SOTEROPOLITANA 47, 48,  
49, 62, 170

### P

PEQUENOS GRUPOS, 10, 73, 98, 107, 146  
PERCUSSÃO, 73, 75, 76, 105, 106, 107, 124, 159  
PIPOCA (FOLIÃO), 27, 56, 73, 105, 108, 109,  
120, 148, 164, 165, 177  
PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE  
CIDADES, 55, 56, 57, 121, 170  
PRIVATIZAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO, 91,  
122, 129, 167  
PRODUÇÃO CULTURAL, 3, 20, 112, 158, 161,  
170  
PRODUÇÃO DO ESPAÇO, 95, 112, 115, 116,  
117, 119, 121, 122, 127, 128, 132, 139, 148,  
158  
PROIBIÇÕES, 167, 168, 169

### R

RACISMO, 60, 87, 153, 154, 156  
REGIÃO, 57, 59  
REGIÕES, 14, 35, 36, 44, 79, 94  
RETERRITORIZAÇÃO, 13, 106, 175  
RETERRITORIZAÇÕES, 169

### S

SEGREGAÇÕES, 2, 5, 11, 62, 166, 167, 172, 178

### T

TERRITORIALIZAÇÃO, 27, 106  
TERRITÓRIO(S), 10, 27, 28, 88, 96, 106, 108,  
109, 153, 186  
TRAVESTIDOS, 63, 70, 73, 102, 103, 104, 125,  
169  
TURISMO, 30, 31, 33, 34, 35, 36, 38, 42, 43, 47,  
50, 51, 52, 54, 55, 56, 64, 70, 121, 127

