

UMA ABORDAGEM URBANA SOBRE O CARNAVAL DE SALVADOR¹

Fabio Antonio Moura Costa de Souza²

1. INTRODUÇÃO

Foi-se o tempo em que o Carnaval de Salvador era um fato social lastreado por uma cultura européia, em princípio, e com influência africana, posteriormente, quando famílias, grupos e entidades se reuniam espontaneamente em recintos fechados ou abertos (ruas) com os fins precípuos da prática de brincadeiras, danças, desfiles, manifestações artísticas ou até mesmo protestos.

Trazido ao Brasil pelos portugueses e conhecido inicialmente como *Entrudo*, já na segunda metade do século XIX se tem notícias (com críticas) dessa manifestação popular. Contudo, apesar de mais de um século e meio de aprontes carnavalescos em que o formato Entrudo cede lugar ao Carnaval propriamente dito, é só a partir dos anos 80 do século XX que tem início a transformação para o “modelo” de Carnaval hodierno que “brincamos”. A passagem do Entrudo para o Carnaval não foi tranqüila. O Entrudo foi proibido pelas autoridades várias vezes, e houve um momento em que conviveu com o Carnaval.

Refletir sobre o Carnaval da Bahia e estudá-lo pode ser algo mais profundo e enriquecedor do que a maioria das pessoas possa imaginar. Para quem acha que abordá-lo é simplesmente um ato de quem aprecia a fuzarca e somente trabalha as amenidades superficiais da sociedade pode, e vai, certamente, se surpreender com toda a gama de informações e aspectos sociais, econômicos, artísticos e de caráter urbano que estão por detrás dos dias da grande festa baiana.

Para se compreender o carnaval baiano, com ele é atualmente, é necessário olhá-lo holisticamente, e também, mais atrás no tempo, antes que simplesmente apreciá-lo diante da televisão ou mesmo apreciá-lo do meio-fio da rua ou dentro de luxuosos camarotes, se não se é folião de bloco ou “pipoca”.³ Se, basicamente, do início dos anos 90 para cá, a festa se realiza num mesmo formato e modelo empresarial, isso não foi por acaso. Tem-se que analisar os aspectos que delinearam a festa assim como a vemos hoje.

Toda a cara da cidade, a sua imagem urbana, se modifica em função da apoteose que ela vive nos atuais seis dias oficiais da festa. Os órgãos oficiais (são mais de vinte, os órgãos públicos envolvidos na festa) – que no passado recente (até os anos 80) apenas forneciam uma estrutura básica para o acontecimento, atualmente montam uma infra-estrutura muito profissional e coerente com a magnitude do evento.

O carnaval de Salvador, por si só, requer exclusividade. No passado em menor dimensão, é verdade, quando o comércio praticamente não fechava as portas durante os dias da festa. Entretanto, com o progressivo crescimento da festa e mais dias sendo incorporados ao calendário carnavalesco, as casas comerciais, escritórios, repartições e bancos foram sendo, praticamente, obrigados a se submeter à lógica que norteia o sentido original da celebração: que é a transgressão dos valores sociais vigentes e, até mesmo, à inversão de alguns deles (ALMANDRADE, 1996). Deste modo vive-se nas ruas da cidade nos dias festivos aquilo que não é possível ou permitido ao longo do ano, visto que se troca a atividade laboral, pelas festas e bailes; a tranqüilidade e silêncio, pela aglomeração e barulho; as economias e poupanças, por gastos supérfluos e lazer.

Em relação à segregação urbana dos espaços da cidade por onde acontecem os desfiles e shows, é verdade afirmar que isto sempre ocorreu de um modo separatista entre os grupos e classes

¹ Estudo elaborado na disciplina Sociologia Urbana do Curso de Urbanismo da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), sob orientação do Professor Clímaco Dias.

² Acadêmico do Curso de Urbanismo da Universidade do Estado da Bahia (UNEB).

³ Folião que brinca solto, pulando fora dos blocos ou dos camarotes.

sociais de Salvador. Não é mais do que um rebatimento, na festa, da estrutura da sociedade baiana, historicamente elitista, segregadora e permeada de preconceitos.

Com a abolição da escravatura, e, mesmo, um pouco antes, teve início a separação das moradias entre os negros/mestiços que passaram a constituir as favelas e ocupações informais de áreas de encosta e baixadas da cidade e entre os brancos que, da habitação no Pelourinho, passaram a morar nas cumeadas dos morros a partir do processo de expansão de Salvador no final do séc. XIX e início do séc. XX, ocupando novos espaços como o Campo Grande, Vitória e Graça.

No Carnaval sempre se conseguiu, e se consegue até hoje, delinear a separação entre negros/mestiços e brancos, e entre ricos e pobres. Mesmo quando dividiram, no final do séc. XIX, o mesmo espaço de desfile nas ruas e na própria sucessão hodierna dos blocos de trio nos circuitos da folia. É histórico. Até o final dos gloriosos bailes carnavalescos nos refinados clubes, os afrodescendentes e brancos pobres nunca tiveram acesso a esses eventos. E assim mesmo, numa fase intermediária do processo, quando a festa ganhou as ruas (por volta da década de 20), eles desfilavam na região da Baixa dos Sapateiros (Rua J. J. Seabra), enquanto que a população branca e rica desfilava pelas ruas do centro (LOIOLA; MIGUEZ, 1996).

A partir dos anos 90, o que se observa é a elitização da festa nos espaços da orla, marcadamente no circuito Barra-Ondina, tentando afastar os menos favorecidos para os carnavais de bairros (Liberdade – Cajazeiras – Periperi – Itapoã) fora do eixo da grande festa ou procurando mantê-los na, desde sempre, praça do “povão”: a Praça Castro Alves e suas imediações, que, aliás, nem contou com o tão famoso encontro de trios no Carnaval deste ano de 2003.

Além da segregação física dos espaços urbanos da cidade, ainda temos a separação da população nos espaços dos desfiles apropriados pelas cordas dos blocos de trio, que foi a forma que eles encontraram para garantir os espaços antes públicos que são as ruas: os de maior poder aquisitivo dentro das cordas, e os que não o têm fora delas, ao longo do meio-fio.

A última palavra em segregação sócio-espacial no Carnaval é o *camarote* que, de alguns anos para cá, tomou a cena, quando Daniela Mercury montou o “seu” espaço no Circuito Dodô. Neste ponto é interessante ponderar como a realidade da industrialização brasileira e seus reflexos na sociedade ao longo de 70 anos, aproximadamente, é passível de ser comparada ao que aconteceu no carnaval de Salvador: se esta industrialização se deu de forma concentrada e centralizada, afastando paulatinamente os ricos dos pobres – criando e assim uma camada social intermediária denominada de classe média –, na capital baiana não foi diferente, pois o Carnaval, inicialmente bipolarizado entre brancos e negros/mestiços; ricos e pobres; estar dentro dos blocos ou fora deles, nos anos 90 assume uma outra condição. Agora se tem as elites soteropolitanas (ou não) alojadas confortavelmente nos camarotes, a classe média disputando lugares e *status* nos blocos de trio de ponta e a grande parcela da população carente de recursos financeiros e sócio-culturais, engalfinhando-se nas calçadas e sarjetas ou se divertindo nos blocos de terceiro escalão ao som de bandas de pagode (em pleno Carnaval).

Também a atividade econômica inerente e decorrente dos dias de momo que MIGUEZ (1996) definiu, acertadamente, como “Economia do Lúdico” é outro ponto importante na análise da imagem urbana criada pelo carnaval de Salvador. É a chamada “Indústria do Axé” (autor desconhecido). São comércios que ocorrem de forma sazonal ou que se prolongam por todo o ano. Como exemplos podemos citar: a indústria hoteleira (com picos no verão); mercado de bebidas e gelo; confecções de fantasias e adereços; vendas de carnês dos abadá dos blocos; a indústria fonográfica baiana com repercussão nacional e internacional, que emprega diretamente 5 mil pessoas (estimativa de empresários do setor em 2000); festas e shows por todo o ano; micaretas por todo o Brasil; atividade publicitária, os empregos ligados à própria festa (segurança, fiscalização, etc) e tantas outras atividades menos “nobres”, mas que caracterizam os contrastes sociais da cidade, a exemplo dos catadores de latinhas de alumínio e flanelinhas de carros e dos “cordeiros”.

O carnaval da Bahia já virou mercadoria, e mercadoria cara, visto que a mercantilização foi tão intensa que – para se ter retorno financeiro ao investimento a Prefeitura, o Governo do Estado e as entidades carnavalescas – tiveram que empreender ao longo dos anos um profissionalismo jamais visto antes de 1994 (COSTA, 1996), e que já havia começado no início da década de 80. Dessa

forma, o Carnaval, como vitrine da cultura e do modo de ser dos baianos, pode ser facilmente exportado para outras cidades do Brasil em face de todo um aparato de estratégias e técnicas de marketing (DIAS, 1996).

Apesar de tudo, o sucesso do carnaval baiano se deve a todo o contexto em que ele se formou: a grande influência da cultura negra, os ritmos, as músicas, a uma formação heterogênea dos indivíduos na sociedade baiana; além disso a espontaneidade e o famoso jeito de ser do baiano são conhecidos no Brasil e fora dele. E como diz Moura (1996): “[...] o gosto pela novidade [...]”. É como se a festa, a celebração estivesse no sangue do baiano.

E foi justamente sobre a influência da matriz negra, a partir do final dos anos 80, que o carnaval deu o salto para o sucesso que se tornou até estes últimos anos, que se iniciaram em 99, e que apontam para uma provável estagnação do evento – se nada de novo for elucubrado pelos planejadores do evento e pelos artistas.

2. OBJETIVOS

É cabível perguntar aqui: como a imagem urbana de Salvador é transformada pelo Carnaval?

E, mais interessante ainda: como a dinâmica urbana de Salvador – endógena a ela ou não – alterou os padrões da festa?

Além destes, outros questionamentos surgem à margem do que se esperaria de um estudo sobre uma festa, por exemplo: como a partida da planta da Petrobras, na década de 50, refletiu-se sobre o carnaval de Salvador? E a onda de manifestações sócio-político-culturais, marcadamente nos anos 60, batizadas de Movimentos de Contracultura? E a implantação do Pólo Petroquímico de Camaçari, nos anos 70? E toda uma produção étnico-cultural presente desde a abolição da escravidão no séc. XIX?

Analisar essa festa a fundo é fazer um Raio-X das relações sociais dos indivíduos baianos do final do século XIX até os dias de hoje.

Este estudo procura levantar os aspectos socioeconômicos, culturais e urbanos que fazem parte da transformação pela qual passou o Carnaval de Salvador, citando as suas características mais intrínsecas; portanto, não se trata de estudar o Carnaval como objetivo principal, numa abordagem histórica com relato de acontecimentos e personagens. Este estudo procura dar ênfase a como este fenômeno social causa mudanças na paisagem urbana da cidade, tanto de dentro quanto de fora dela, em todos os seus setores e até mesmo na época em que não se dá a sua ocorrência. E também procura fazer o caminho inverso: como a dimensão urbana Salvador-Bahia se rebateu na sociedade e configurou o Carnaval.

Na esfera institucional, o estudo busca também, delinear as tendências apontadas para o setor carnavalesco, visto a sua inserção, maior do que antes, nas estratégias elaboradas pelos órgãos governamentais para o setor turístico a partir de 1991, tendo como exemplos disto o Programa de Desenvolvimento do Turismo da Bahia (PRODETUR) e o Cluster de Entretenimento que é a “estratégia adotada para o século XXI” segundo a Secretaria de Cultura e Turismo do Estado da Bahia (SCT).

No âmbito do Carnaval enquanto manifestação da cultura baiana em todas suas vertentes, o estudo tenta detectar, a partir da formatação atual, quais seriam as tendências para os próximos anos e, dentro deste embate, abordar o tão propalado tema “Crise do Carnaval de Salvador”, que à época da festa ganha a mídia local.

Esses últimos tópicos já não podem deixar de ser discutidos em face da envergadura social da indústria carnavalesca e das relações de sobrevivência dela decorrentes: segundos dados controversos da Bahiatursa, a estimativa é que foram gerados cerca de 180 mil empregos temporários no Carnaval 2003 e movimentados R\$ 27 milhões, somente no mercado informal, segundo dados do jornal *A Tarde*.

3. METODOLOGIA

3.1 Tipo de Pesquisa

Este estudo deve ser desenvolvido na forma de uma pesquisa empírica devido às próprias características ligadas ao tema Carnaval. Este é fortemente atrelado aos fatos e fenômenos sociais da vida cotidiana. Quanto aos objetivos, a pesquisa se conforma no tipo descritiva, pois visa observar os fatos, registrá-los e analisá-los, fazendo uma interpretação sobre eles.

3.2 Procedimentos

São utilizados os métodos monográfico e histórico em conjunto, sobretudo o primeiro. Este é utilizado no fito de delimitar adequadamente todos os aspectos referentes ao carnaval de Salvador. Ele propiciará um melhor aprofundamento sobre o tema. O histórico também se faz necessário, entretanto não fechado no fato em si, mas conectado à temática carnavalesca e urbana de Salvador.

3.3 Documentos Utilizados

Foram coletados dados em órgãos e empresas públicas, como a BAHIATURSA, Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI) e Prefeitura Municipal do Salvador com o intuito de quantificar determinados aspectos do tema que poderiam fornecer uma visão mais sistêmica e formal de uma festa como o Carnaval. Da mesma forma, de posse desses dados, é possível correlacionar o acontecimento do carnaval de Salvador a vários outros fatos e movimentos nos âmbitos econômicos, sociais e urbanos da capital e do Estado.

Assim foram pesquisados textos sobre a história do Carnaval de Salvador encontrados no site da BAHIATURSA; documentos sobre o PRODETUR de várias fontes; o texto Desempenho do Turismo Baiano: 1991 – 2001 da Secretaria de Cultura e Turismo; a Pesquisa de Demanda Turística (jan/01) da BAHIATURSA; dados estatísticos extraídos do site da EMTURSA, BAHIATURSA e da PMS (Prefeitura Municipal do Salvador); estudos e artigos sobre a temática extraídos da publicação *Bahia Análise & Dados* (vários números); foi consultado um trabalho (em site) sobre os movimentos de contracultura denominado de *Projeto Metáfora*; assim como diversas matérias e notícias do jornais impressos *A Tarde* e *Correio da Bahia* e de sites especializados em carnaval como o *iBahia*, a sites de órgãos governamentais incluindo, além dos já citados, a Secretaria de Cultura e Turismo e o site sobre o Cluster de Entretenimento.

Não poderia faltar uma observação direta intensiva assistemática, não-participante e individual neste estudo.

4. RESULTADOS/CONCLUSÕES

Em decorrência do estudo empreendido, sobretudo nos artigos de Antonio Albino Rubim (2000), Cristina Serra (1999) e Paulo Miguez (1998), é possível elencar, em linhas gerais, alguns resultados e/ou conclusões parciais sobre o tema abordado, podendo considerá-los como vetores, os mais pertinentes, à transformação do Carnaval de Salvador:

- a) Invenção e criação do Trio Elétrico por Dodô e Osmar em 1950, que revolucionou a maneira de se brincar o carnaval de rua posteriormente;
- b) A presença de Edgar Santos como reitor da Universidade da Bahia (atual UFBA), que alavancou a cultura baiana a partir das criações das Escolas de Teatro, Música e Dança e do CEAO (Centro de Estudos Afro-Orientais), entre outras ações, nos anos 50;

- c) o papel consolidador desempenhado pelo *Trio Tapajós*, que foi o responsável pela divulgação e expansão desta nova estrutura, levando o seu Trio Elétrico para várias cidades da Bahia e do Brasil a partir de 1957;
- d) as influências do Movimento de Contracultura surgidos nos anos 60/70 sobre a classe artística baiana;
- e) as mudanças institucionais realizadas pelo Governo do Estado e Prefeitura de Salvador englobando estratégias de marketing, órgãos de coordenação e planejamento do Carnaval e do Turismo, criação da Secretaria de Cultura e Turismo, entre muitas outras ações empreendidas sobretudo a partir dos anos 70;
- f) desfile do Bloco Afro *Ilê Aiyê* em 1975, levando às ruas toda a força da cultura afrobaiana e resistência negra existente, mas não divulgada, na cidade;
- g) fundação do *Bloco Camaleão* em 1978 – que empreendeu um profissionalismo, ainda ausente, entre os blocos existentes, concebendo os blocos como empresas;
- h) encontro do Trio Elétrico com o afoxé por meio da música *Assim pintou Moçambique* de Moraes Moreira e Antonio Risério – que deu início ao *afoxé eletrizado*, em 1979, apesar de tantos anos passados desde a criação do Trio Elétrico;
- i) algumas inovações tecnológicas introduzidas pelos blocos Traz os Montes e Eva no início dos anos 80 fizeram com que os Trios Elétricos passassem a ter uma alta performance, tanto em potência como em qualidade de som;
- j) a Prefeitura Municipal cria, através do decreto nº 6.985, o *Grupo Executivo do Carnaval* (GEC), que conjuntamente com a BAHIATURSA passa a planejar o Carnaval de Salvador a partir de 1984;
- k) o papel fundamental de nomes como Luis Caldas e a *Banda Acordes Verdes* – que lançaram um novo jeito de pular o carnaval com ritmo e danças então inovadores; da *Banda Olodum*, do cantor Jerônimo, da *Banda Reflexus* que trouxeram a tona letras, ritmos, batidas de origem africana mesclados com o *swing* baiano, traduzindo em músicas uma identidade cultural baiana – tudo isso a partir de 1985;
- l) nascimento da indústria fonográfica baiana capitaneada pelo proprietário da gravadora WR, quando lança seu primeiro produto: Luis Caldas, em 1985;
- m) a explosão da *Axé Music* no início dos anos 90, que promoveu uma aceitação nacional ao produto cultural baiano. Daí inicia-se uma intensa profissionalização ao Carnaval, transformando-o numa indústria. A Bahia passa a exportar tanto os artistas locais como a própria estrutura do carnaval, num formato Prêt-à-Porter (DIAS, 1996) na forma das micaretas e carnavais fora de época por todo o Brasil;
- n) utilização e consolidação do novo Circuito Barra-Ondina e explosão dos blocos “alternativos” a partir de 1992/93 face à necessidade de mais espaço físico para o acontecimento do Carnaval. Devido às próprias características do uso e ocupação do solo desta área da cidade, logo este circuito concentrou a elite branca e universitária de Salvador, e não é por acaso que tenham surgido em escala empresarial os camarotes justamente neste lugar;

o) a intensa profissionalização do Carnaval, no âmbito da globalização, o torna paulatinamente suscetível às oscilações de mercado da conjuntura internacional e às crises conjunturais específicas, pois se rebatem no turismo internacional e doméstico (Crise Asiática, da Rússia; desvalorização cambial do Real em 99; Crise da Argentina; Atentado de 11 de Setembro);

p) torna-se um grande risco a indicação sugerida pela empresa norte-americana *Monitor Group* de dispensar menos atenção ao Carnaval de Salvador em detrimento a outros setores do turismo no Estado, notadamente a interiorização do turismo, sob o ônus de vir a sucumbir enquanto grande indutor da indústria turística num tempo de “crise” de criatividade pela qual esta festa e seus artistas passam.

A partir do exposto acima, percebe-se uma situação de estagnação do carnaval de Salvador, com grandes discussões entre organizadores, entidades carnavalescas, *trade* turístico e imprensa, com o intuito de se reverter este quadro. Tratam da possível mudança do lugar da realização da festa, da questão dos camarotes, das taxações sobre os blocos, da divulgação e *marketing* do evento, etc. Somente não fazem o principal: escutar a voz de quem brinca o Carnaval e por isso mesmo quem mais entende sobre o que está bom ou não, e o que pode ser melhorado.

5. REFERÊNCIAS

- ALMANDRADE. O Carnaval e a Imagem Urbana. **BAHIA Análise & Dados**, Salvador, SEI, v.5, n.4, p.110-112, mar./96.
- COSTA, Luiz Afonso. Um Salto Planejado. **BAHIA Análise & Dados**, Salvador, SEI, v.5, n.4, p.5-12, mar./96.
- DIAS, Climaco. Carnaval Prêt-à-Porter. **BAHIA Análise & Dados**, Salvador, SEI, v.5, n.4, p.113-115, mar./96.
- LOIOLA, Elizabeth, MIGUEZ, Paulo. Lúdicos Mistérios da Economia do Carnaval Baiano: Trama de redes e inovações. **BAHIA Análise & Dados**, Salvador, SEI, v.5, n.4, p.45-55, mar./96.
- MIGUEZ, Paulo. “Yes, Nós temos (Chiclete com) Banana”. **BAHIA Análise & Dados**, Salvador, SEI, v.5, n.4, p.75-84, mar./96.
- _____. A Contemporaneidade Cultural na Cidade da Bahia. **BAHIA Análise & Dados**, Salvador, SEI, v.8, n.1, p.50-53, jun./98.
- MOURA, Milton. Quem quer Comprar a Cara desta Cidade. **BAHIA Análise & Dados**, Salvador, SEI, v.8, n.1, p.25-32, jun./98.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. Comunicação, mídia e cultura na Bahia contemporânea. **BAHIA Análise & Dados**, Salvador, SEI, v.9, n.4, p.74-89, mar/2000.
- SERRA, Cristina. Consumo Cultural na Bahia. **BAHIA Análise & Dados**, Salvador, SEI, v.9, n.2, p. 47-49, Set./99.
- SPÍNOLA, Carolina. O Prodetur e a Descentralização do Turismo Baiano. **Revista de Desenvolvimento Econômico**, Salvador, ano II, n. 3, p. 35-46, jan/2000.