



ALGUMAS NOTAS SOBRE A ECONOMIA DO CARNAVAL DA BAHIA

Paulo Miguez*

* Professor, UFBA

RESUMO

Even though there are many important differences that make each Brazilian carnival unique, it's nowadays possible to identify an important common trait among them. It is the emergency of an organization of economy practices that ended up making of the carnival in Rio, Pernambuco and Bahia huge markets. The aim is to map the complex economy that involves various businesses and a large number of public and private agents in Bahia in the last 25 years.

Brasil, um país de muitos carnavais

A expressão o "país do carnaval" se serve à medida para dar conta de uma das dimensões simbólico-culturais que melhor expressam a vida brasileira, mais esconde que revela o panorama da festa carnavalesca propriamente no Brasil. Isto porque, como afirma acertadamente o poeta e ensaísta baiano Antonio Risério, "O Brasil não é o 'país do carnaval', como se lê no título do romance de Jorge Amado, e sim um país de 'muitos carnavais', como se ouve na canção de Caetano Veloso"¹. É que, para além das cores e sons de um imaginário que conquistou o mundo e dos traços comuns que levam muitos estudiosos, nacionais e estrangeiros, a classificá-lo como um "símbolo nacional", o carnaval brasileiro apresenta dimensões específicas e particulares, substancialmente diferentes entre si, qualquer que seja a cidade brasileira onde a tradição dos festejos carnavalescos tenha alguma importância.

Assim, abandonando a imprecisa idéia de um "carnaval brasileiro", podemos e devemos falar do carnaval carioca, do carnaval pernambucano ou do carnaval baiano, isto para ficarmos apenas nas três mais vigorosas e conhecidas formas que assumem os festejos carnavalescos no Brasil.

O carnaval carioca, por exemplo, caracteriza-se, especialmente, pela sua condição de espetáculo. Já o carnaval pernambucano tem sua marca mais sonante associada às idéias de tradição e participação popular. O carnaval baiano, por sua vez, é reconhecidamente uma festa também de grande participação popular, embora muito mais afeita a hibridações e ao trânsito entre tradições e inovações do que, por exemplo, a folia carnavalesca pernambucana.

Mas, atenção! Se é imprecisa a expressão "carnaval brasileiro", também imprecisas são as expressões carnaval carioca, carnaval pernambucano, carnaval baiano. Sim, pois, ainda aqui, quando aproximamos nossas lentes de um destes que, podemos concordar, são os mais famosos carnavais brasileiros, a imprecisão continua presente e é certa a possibilidade de não conseguirmos capturar, num só lance, a diversidade da festa e suas sensíveis e importantes diferenças. Tomemos, por exemplo, o carnaval do Rio de Janeiro. Certamente que sua expressão mais conhecida é o desfile das Escolas de Samba. Todavia, o carnaval carioca não se restringe ao desfile das Escolas de Samba. Cidade afora, distante da lógica que informa o espetáculo midiático-turístico dos desfiles no Sambódromo, circulam, numa quantidade que

1. RISÉRIO, Antônio. Carnaval: As cores da mudança. Afro-Ásia, Salvador, Centro de Estudos Afro-Orientais da Universidade Federal da Bahia, n.16, set. 1995. p.90.

2. PRESTES FILHO, Luiz Carlos (Coord.). Cadeia produtiva da economia do carnaval (RJ). In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL EM ECONOMIA DA CULTURA, 1, 2007, Recife. *Textos ...* Recife (Pernambuco, Brasil): Fundação Joaquim Nabuco, 2007. Disponível em: <http://www.fundaj.gov.br/geral/asc om / economia_carnaval.pdf>. Acesso em: 30 set. 2007.

3. CARNAVAL no Recife. *Guia do Recife e Pernambuco*. Disponível em: <<http://www.recifeguide.com/brasil/cultura/visitantes.html>>. Acesso em: 30 set. 2007.

vem aumentando significativamente nos últimos dez últimos anos, inúmeros blocos, bandas e milhares de foliões anônimos que bem lembram o carnaval mais participativo e muito próprio do que acontecia na cidade até os anos 1960.

Contudo, em que pesem especificidades e particularidades, é possível identificarmos traços que são comuns aos muitos carnavais brasileiros; isto tanto do ponto de vista das suas trajetórias históricas, quanto no que diz respeito às suas configurações contemporâneas.

De um ponto de vista histórico, por exemplo, os carnavais brasileiros têm sua origem no Entrudo lusitano, trazido pelo colonizador português. Comuns aos carnavais brasileiros são, também, os conflitos e disputas que marcaram, no final do Século XIX, a substituição forçada do Entrudo pelo carnaval europeizado que, com seus bailes e préstitos, melhor representaria, na visão das elites, a imagem de um país que, abolida a escravidão e proclamada a República, procurava um lugar entre as "nações civilizadas".

Já numa perspectiva mais contemporânea, o traço comum aos festejos carnavalescos no Brasil, entretanto, fica por conta da emergência, em larga escala, de práticas mercantis que acabaram por

garantir à festa, muito especialmente aos carnavais carioca, pernambucano e baiano, a condição de um grande negócio que é, hoje, responsável pela movimentação de uma portentosa e complexa economia.

"Chegou a hora da *Escola de Samba S.A.*", anota o estudioso Prestes Filho sobre o carnaval carioca que, segundo estima, em 2006, movimentou mais de R\$ 700 milhões e exigiu a mobilização de um número aproximado de trabalhadores não inferior a 500 mil pessoas².

Com números menores, mas não menos significativos, é possível identificar-se a existência de um mercado da festa também no carnaval de Pernambuco, este, intensamente atrelado aos interesses da economia do turismo. Dados publicados sobre o carnaval de 2005, por exemplo, indicam que "a máquina do carnaval pernambucano, movida no compasso do frevo, maracatu, caboclinhos e outros ritmos locais, movimentou R\$ 204 milhões", garantiu uma taxa de ocupação da rede hoteleira de 100% e gerou algo como "42 mil postos [de trabalho] diretos e 120 mil indiretos"³.

Não é diferente, o caso do carnaval baiano. Nesta festa, da qual nos ocuparemos mais detalhadamente a partir de

agora, um grande mercado estabeleceu-se, a partir da metade dos anos 1980, como eixo impulsionador e organizador de uma robusta e multifacetada economia da cultura.

A constituição da economia do carnaval baiano

Na tessitura da cultura baiana contemporânea, um aspecto salta à vista: a existência de um mercado de bens e serviços simbólicos, alimentado por articulações que, ancoradas na rica experiência simbólica dos seus habitantes; particularmente do seu segmento populacional negro mestiço, entre si estabelecem a festa - que, registremos, inscreve-se como elemento central do corpus da cultura baiana ainda que, como é óbvio, não esgote a totalidade da sua produção -, a indústria fonográfica, a economia do lazer e do turismo e mais um conjunto variado de atividades lúdico-econômicas. Aqui, não há lugar para dúvidas. É o carnaval, com sua rica ecologia organizacional onde pontuam Blocos de vários tipos, Afoxés, Trios Elétricos, além, é claro, dos foliões-pipoca, o elemento que constrói e dá suporte ao exuberante mercado de bens e serviços simbólico-culturais que vem caracterizando a cidade nos últimos vinte e cinco

anos.

A rigor, não é estranha ao carnaval a convivência com práticas mercantis. Já antes do carnaval propriamente dito, durante o Entrudo, escravos e negros libertos fabricavam e comercializavam os "limões" de cera que serviam de munição aos "combates" travados nas ruas pelos foliões. Nos carnavais da primeira metade do Século XX, ainda que organizados e realizados sob o predomínio de um espírito eminentemente lúdico, podemos observar alguns eventos carnavalescos, tais como: os "gritos de carnaval", concursos musicais, de fantasias e de mascarados, patrocinados por grandes casas comerciais, emissoras de rádio e jornais que se utilizavam da popularidade da festa para promoverem a divulgação e expansão dos seus negócios.

No entanto, são os anos mais recentes que vão agregar à festa carnavalesca baiana, em definitivo, dinâmicas típicas do mundo dos negócios, dando lugar à configuração do que pode ser chamado de "carnaval-negócio", marca registrada que particulariza a configuração contemporânea do carnaval da Bahia.

Com efeito, é à volta do carnaval que Salvador, realinhando tradição e contemporaneidade, vai assistir, a partir dos anos 80 do século passado, à aproximação

4. GÓES, Fred de. *O país do carnaval elétrico*. Salvador: Corrupio, 1982. p.19.

5. Até o surgimento do Trio Elétrico, portanto, durante a primeira metade do século XX, o carnaval baiano dividia-se entre dois. Um, o carnaval "oficial", organizado e patrocinado pela aristocrática elite local, que consistia, basicamente, nos suntuosos desfiles dos prêmios, do corso e das pranchas pelas avenidas centrais da cidade e, também, nos bailes privados realizados em clubes fechados. O outro, um carnaval popular, de extração negromestiça, com seus afoxés, batucadas, cordões e blocos, praticamente impedido de ocupar as avenidas nobres do centro da cidade e que transitava tão somente pelos bairros populares e ruas próximas ao centro. É esse carnaval popular que, a partir de 1950, com o surgimento do Trio Elétrico invade as zonas centrais da cidade e, assim, promove a deshierarquização do espaço social da festa.

mação entre a festa e a lógica de indústria cultural. Este fato, absoluta novidade, resulta da conjunção de três cortes importantes experimentados pela festa carnavalesca nos últimos cinquenta anos, embora distintos culturalmente e distantes entre si no tempo.

O primeiro deles é a criação/invenção do Trio Elétrico, no carnaval de 1950, por dois baianos, Dodô e Osmar, fato que marcou de forma original e única, a partir de então, a história do carnaval baiano. Na 4ª feira anterior ao carnaval de 1950, o Clube Carnavalesco Misto Vassourinhas do Recife, famosa orquestra de frevos do carnaval pernambucano, de passagem para o Rio de Janeiro, faz escala Salvador e uma apresentação pública. Aproveitando o sucesso desta apresentação, Osmar Macedo, rádio-técnico, e Adolfo Nascimento (Dodô), dono de uma oficina mecânica, ambos instrumentistas nas horas vagas, improvisaram o primeiro desfile do que viria a ser o Trio Elétrico. Utilizando um velho Ford "Bigode", ano 1929, a famosa "fobica", Osmar no cavaquinho e Dodô no violão - a Dupla Elétrica que no ano seguinte se transformaria em Trio Elétrico, com a incorporação de mais um músico -; apoiados por um grupo de amigos encarregados dos instrumentos de per-

cussão, enveredaram pelo meio do "corso", o desfile carnavalesco das famílias aristocráticas da cidade, arrastando, ao som eletrificado de frevos pernambucanos, "200 metros de povo que pulava e se divertia como nunca ocorrera antes na Bahia", conforme as palavras do próprio Osmar⁴.

O Trio Elétrico promove, com seu caráter inovador/renovador, uma profunda e definitiva transformação do carnaval da Bahia. Redefine e torna comum a todos, sem divisões de qualquer natureza, o espaço da rua como lugar privilegiado da festa - é que numa festa historicamente segmentada do ponto de vista sócio-racial, o Trio Elétrico surge inaugurando um espaço absolutamente igualitário, fazendo valer, por onde passa, uma espécie de "democracia do lúdico".

De invenção transforma-se rapidamente em inovação, no mais puro sentido schumpeteriano, e faz nascer, vinculada a ela, uma nova lógica de organização da festa, que, paulatinamente, conduz a uma nova configuração dos atores que fazem o Carnaval da Bahia. Com certeza são muitas, e de grande alcance, as inovações introduzidas no carnaval da Bahia pelo aparecimento do Trio Elétrico, inovações que redefiniram a festa nos seus aspectos artístico-

musical, gestual, territorial, organizativo e tecnológico.

Do ponto de vista tecnológico, por exemplo, Dodô e Osmar, com seus "paus elétricos"⁶, construídos alguns anos antes da aparição do Trio Elétrico, devem ser considerados precursores da guitarra elétrica, que já havia sido inventada nos Estados Unidos, mas que ainda era desconhecida no Brasil. No plano artístico-musical, a eletrificação do frevo pernambucano acabou criando um novo gênero musical, abrindo uma linha evolutiva que levaria a um hibridismo musical sem precedentes na música popular brasileira, com a incorporação de estilos variados como o rock, o reggae, o ijexá, etc. e que resultaria, nos anos 1980, no estilo que ficou conhecido como axé music.

Quanto ao carnaval propriamente dito, o Trio Elétrico, além de transformar radicalmente o espaço da festa, criou novas formas de participação nos festejos. Primeiro, os foliões passaram a "pular carnaval" - o que quer dizer dançar com movimentos simples e livres - ao som das músicas executadas pelo Trio Elétrico. Segundo, sendo o Trio Elétrico uma espécie de "palco móvel", que se desloca pelas ruas da cidade, sua presença praticamente eliminou a dualidade palco-

platéia, até então hegemônica na festa, e, assim, definiu o caráter participativo como traço distintivo, desde então, do carnaval baiano.

Revelando-se um excelente veículo de propaganda e, portanto, alvo privilegiado de patrocínios, o Trio Elétrico vai riscar os primeiros contornos empresariais do carnaval, abrindo espaço para a difusão de uma lógica mercantil, que marcou daí por diante a organização e a realização da festa. Desde então, a participação no carnaval passou a demandar, de forma cada vez mais acentuada, uma escala de investimento que não pode mais ser suportada pelo esquema de contribuições espontâneas ou patrocínios eventuais, que garantiam a sua realização.

O segundo dos cortes atrás referidos vai estar localizado nos meados da década de 70 do século passado, vinte e cinco anos após o surgimento do Trio Elétrico. Trata-se do processo batizado de "reafricanização" do carnaval⁷. Caracterizou-se pelo ressurgimento dos Afoxés e, particularmente, pela emergência dos Blocos Afro - estes, uma nova forma de participação organizada da juventude negro mestiça no carnaval, que experimentavam, na altura, o impacto das profundas transformações do mundo da

6. A utilização de madeira maciça na fabricação dos instrumentos, em substituição ao violão elétrico tradicional, permitiu superar o fenômeno da microfonia, principal problema técnico da inovação.

7. Cf. RISÉRIO, Antônio. *Carnaval ijexá; notas sobre afoxés e blocos do novo carnaval afrobaiano*. Salvador: Corrupio, 1981. 156p. Este autor utiliza o termo "africanização" para caracterizar a forte presença de organizações e clubes negros nos carnavais da Bahia, na virada do Século XIX para o XX, retirando-lhe o sentido pejorativo comumente empregue pela imprensa da época, e contrapondo-o ao espírito de "europeização" que, oficialmente, marcava a festa. Identificando fenômeno semelhante na metade dos anos 1970, com a emergência dos blocos afro e o ressurgimento dos afoxés, Risério vai caracterizar tal momento como o da "reafricanização" do carnaval baiano.

cultura e da informação, então, em curso e das conseqüências da reconfiguração produtiva da economia do Estado.

Assim como o surgimento do Trio Elétrico, em 1950, veio revolucionar e particularizar o carnaval da Bahia, o processo de "reafricanização", especialmente com a entrada em cena dos Blocos Afro, transforma radicalmente a trama carnavalesca baiana.

Os marcos fundamentais deste processo foram o "renascimento" do Afoxé Filhos de Gandhi, um dos símbolos do carnaval baiano - organização carnavalesca fundada, em 1949, por trabalhadores da estiva do Porto de Salvador, um ano antes, portanto, do aparecimento do Trio Elétrico, e que, no início do dos anos 1970, praticamente desaparecera - e o surgimento do Ilê Ayiê, o primeiro dos muitos Blocos Afro surgidos no período.

É importante ressaltar a transcendência do foco e dos objetivos destas novas organizações, que extrapolam os limites de uma mera participação no carnaval. Com efeito, explicitando marcadamente um caráter étnico, os Blocos Afro hegemonomizam, do ponto de vista estético, musical e gestual, os festejos, produzem níveis de inserção, na sociedade, imbricando cultura, política e mercado; assentam, com seu repertório

estético-político de matriz afro baiana, as bases para o *boom* da indústria cultural e a conseqüente constituição de uma economia cultural, que vai caracterizar a cena baiana, a partir da metade dos anos 1980.

Os anos 1980 vão dar lugar ao terceiro e último dos cortes referidos. Trata-se do aparecimento dos Blocos de Trio. Com suas cordas, privatizam o trio elétrico e reintroduzem uma hierarquia social na ocupação do espaço público da festa. Dessa forma, realizam um movimento inverso ao registrado em 1950, quando essa mesma hierarquia foi desarticulada pela aparição do Trio Elétrico. Do ponto de vista estético, com base no repertório criado pelo processo de "reafricanização" do carnaval, estas organizações constituem o palco privilegiado para o nascimento da chamada "axé music", nome pelo qual ficou conhecido o gênero musical que, partir do carnaval da Bahia, conquistou espaços na mídia televisiva e posições expressivas no mercado fonográfico brasileiro. Ao organizarem-se empresarialmente, privilegiando a dimensão de mercado, os Blocos de Trio vão ocasionar um importante salto de escala; contribuindo não apenas para a transformação do carnaval baiano em um produto com um ciclo de

realização, que ultrapassa os limites da festa e da cidade - são os Blocos de Trio os responsáveis pela "exportação" do modelo carnavalesco baiano para dezenas de cidades brasileiras, que realizam seus carnavais fora do período tradicional da festa -; mas também para o estímulo de outras organizações carnavalescas, particularmente os Blocos Afro, a arriscarem-se em aventuras organizacionais semelhantes, particularmente, no que diz respeito ao jogo do mercado.

A esses três importantes marcos da festa, cuja conjunção determina o desenho atual da festa, devem ser agregados alguns outros importantes elementos potencializadores da transformação do carnaval em grande negócio. Inscrevem-se, aqui, variadas ações empresariais privadas na área da indústria cultural (gravadoras, editoras, emissoras de rádio FM, espaços para grandes shows etc.); significativos avanços tecnológicos (do Trio Elétrico, dos estúdios de gravação etc.); ações político-administrativas de grande relevância (como, por exemplo, uma agressividade mercadológica na política de fomento ao turismo e o necessário provimento de infra-estrutura e serviços públicos de qualidade, que viabilizam a realização da festa carnavalesca na cidade); e ações político-culturais (como as realizadas pelos

Blocos Afro), elementos que, em conjunto, articulam a produção e amplificação do carnaval baiano, seus produtos e mercados.

É, pois, apoiada na conjunção desses elementos que a festa afro-elétrico-carnavalesca adentra os anos 1990, requalificada como um megaevento e transformada em produto e mercado. Com uma capacidade impressionante de gerar, transformar e realizar seus múltiplos produtos (música, artistas, organizações e o próprio Trio Elétrico) e de articular-se, de forma multifacetada, com a indústria cultural (rádio, televisão, indústria fonográfica), com a indústria do turismo e do lazer e com a economia de serviços da cidade; o carnaval passa a exibir uma estrutura e uma lógica organizacional crescentemente complexa; uma economia e uma indústria plenamente desenvolvidas e consolidadas; e imensas e diversificadas possibilidades de negócios significativamente representativas enquanto fonte de emprego e renda para a cidade.

Os negócios da festa

O carnaval baiano transformou-se, na linguagem do show business, num megaevento. Uma rápida olhada sobre alguns dos números da festa apresentados no Quadro I confirma esta condição.

Quadro I
Indicadores Gerais do Carnaval Baiano
2006-2007

Item	Discriminação
Duração dos festejos	6 (seis) dias
Público estimado	800 mil pessoas / dia (moradores) 100 mil pessoas / dia (turistas nacionais e estrangeiros)
Espaço urbano ocupado pela festa	25 km de avenidas, ruas e praças e 30 mil m ² de espaços alternativos para shows e outros eventos
Número de organizações carnavalescas	227
Ocupações temporárias (setor privado)	97 mil
Ocupações temporárias (setor público)	34 mil
Pernoites na rede hoteleira	115 mil
Taxa média de ocupação hoteleira	72,9%
Fluxo de passageiros (transporte rodoviário)	156 mil
Fluxo de passageiros (aéreo)	446 mil
Fluxo de passageiros (<i>ferry boat</i>)	238 mil
Profissionais de imprensa credenciados	2.531

Fontes: Emtursa; Infocultura⁸.

Como os números acima bem sugerem, o carnaval passou a exigir do governo da cidade uma mudança radical no seu posicionamento institucional, técnico e operativo de forma a permitir o enfrentamento e a solução de questões centrais - planejamento, organização, gerenciamento, montagem de infra-estruturas e equipamentos, fornecimento de serviços e treinamento de pessoal - indispensáveis à realização da festa.

8. EMTURSA. Relatório - Indicadores. Salvador: Emtursa S.A.; Prefeitura Municipal de Salvador, 2006. 28p. e INFOCULTURA. Carnaval 2007: uma festa de meio bilhão de Reais. Salvador: Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, n.1, set. 2007. 26p.

E não poderia ser diferente face ao tamanho físico da festa que ocupa uma área considerável do ponto de vista da malha urbana da cidade. A rigor, o carnaval acontece nos três circuitos por onde desfilam as mais de duas centenas de entidades carnavalescas e a multidão de foliões que as acompanham: o circuito "Osmar"- também conhecido como circuito da "Avenida", é o mais tradicional, remontando aos primeiros carnavais da cidade; o circuito "Batatinha" - que ocupa um pequeno trecho da cidade entre a Praça Castro Alves, famosa nos carnavais dos anos 1970, a zona do chamado Centro Histórico e o circuito "Dodô" - incorporado aos festejos a partir do expressivo crescimento experimentado pela festa no início dos anos 1990, margeia a orla da cidade entre a Barra e a Ondina.

Mas não se restringe exclusivamente aos 11,5 km dos três circuitos a área ocupada pelo carnaval. As ruas e avenidas no seu entorno recebem multi-dões de foliões e uma infinidade de barracas, onde são comercializados todo tipo de alimentos e bebidas, em muitos bairros da cidade, distantes do centro nervoso da festa, são armados palcos para a apresentação de bandas e cantores.

Assim, trata-se, afinal, para a máquina administrativa da Prefeitura, de enfrentar o desafio de planejar e gerir uma cidade transfigurada, em sua lógica cotidiana, pela festa; desafio que se estende, também, a vários setores do Governo Estadual, em especial, a aqueles que respondem pela segurança pública e saúde e às empresas privadas, que operam concessões de serviços públicos urbanos (energia elétrica, telefonia, saneamento etc.). Nessa medida, compreende-se que o poder público tenha assumido, a partir das últimas duas décadas, a condição de ator dos mais importantes do carnaval, particularmente como provedor e gerenciador de infra-estruturas e serviços.

Por outro lado, tratado como um negócio estratégico pela multiplicidade de atores e arranjos institucionais, tanto públicos como privados, que se desenvolvem à sua volta, o carnaval baiano adquiriu, nesta sua nova configuração, significação de grandes proporções para a vida social e econômica da cidade. Com efeito, a festa amplifica as oportunidades de negócio de agentes produtivos os mais diversos e produz resultados de grande magnitude, conforme os números apresentados no Quadro II.

Quadro II
Indicadores Econômicos do Carnaval Baiano
2007

Item	Reais
Movimento financeiro direto	302,1 milhões
Cenário I – conservador (multiplicador = 1,4)	423,0 milhões
Cenário II – moderado (multiplicador = 1,5)	453,2 milhões
Cenário III – otimista (multiplicador = 1,6)	483,4 milhões
Receita Pública	5,8 milhões
Impostos	1,6 milhão
Taxas	1,3 milhão
Cotas de patrocínio	2,9 milhão
Receita Privada	171,1 milhões
Organizações carnavalescas (blocos, afoxés, etc.)	69,3 milhões
Hotéis	59,9 milhões
Camarotes	17,0 milhões
Transporte Rodoviário	5,3 milhões
<i>Ferry Boat</i>	1,7 milhão
Infra-estrutura (montagem, energia, limpeza, etc.)	14,6 milhões
Comunicação / Publicidade	3,5 milhão
Despesas Públicas	49,1 milhões
Prefeitura Municipal de Salvador	20,6 milhões
Governo do Estado da Bahia	27,7 milhões
Ministério da Cultura	0,9 milhão
Despesa Privada (estimativa)	125,0 milhões
Patrocínio às entidades privadas (estimativa)	30,0 milhões
Despesas dos Foliões	223,0 milhões

Fonte: Infocultura ⁹

Um primeiro e importante conjunto de atividades diz respeito à festa propriamente dita. Trata-se da economia articulada pelos blocos e entidades carnavalescas que passaram, majoritariamente, de simples agremiações lúdicas a empresas altamente lucrativas. Totalizando, hoje, um número superior a duas centenas, os blocos demandam um sem número de atividades. Os grandes blocos, por exemplo, chegam a empregar à volta de 2.000 pessoas durante o carnaval, recrutadas entre os trabalhadores autônomos e o exército de subempregados e desempregados, para prestarem serviço como músicos, dançarinos, garçons, pessoal de saúde, motoristas, seguranças, "cordeiros"¹⁰, estilistas, eletricitas, carpinteiros, técnicos de som e iluminação etc. A este numeroso conjunto de prestadores de serviços devem ser agregados os serviços contratados pelos blocos a terceiras empresas, responsáveis, por exemplo, pela montagem de Trios Elétricos e de veículos de apoio, confecção de abadá¹¹, produção de faixas e placas, aplicações de silk-screen, etc.

Embora numa escala menor e bem menos profissionalizada, os pequenos blocos também recorrem a variados prestadores de serviços, mobilizando costureiras, carpinteiros, pintores, ele-

tricistas etc., muitos dos quais são associados à própria entidade, morando e exercendo suas atividades informais junto à comunidade de origem do bloco ou afoxé.

Mas são os grandes blocos que, certamente, liderando a exploração do carnaval-negócio, corporificam e põem em movimento essa economia do carnaval. A sua carteira de negócios dá conta de um sem-número de atividades ligadas à produção e comercialização de produtos simbólico-culturais, tipicamente carnavalescos, tais como:

- a venda de abadá;
- a montagem e exploração de camarotes;
- a captação de patrocínios para o desfile, que, em muitos casos, se estende a outros eventos vinculados ao bloco, como a participação em carnavais fora de Salvador e a realização de festas e shows durante todo o ano Brasil afora;
- a comercialização de bebidas e alimentos durante o desfile e nos eventos que realiza;
- a propriedade ou co-propriedade de outros blocos;
- franquias da marca do bloco operadas nas muitas cidades brasileiras que realizam carnavais fora de época; e
- a parceria empresarial com cantores e bandas que dá lugar a negócios variados

10. São assim denominados os milhares de trabalhadores, regra geral, negros e pobres, encarregados de segurar as cordas que delimitam o espaço dos blocos durante o desfile.

11. Nome que se dá à vestimenta utilizada pelos integrantes da maior parte dos blocos.

como a exploração de trios elétricos, a participação nos carnavais fora de época e nas micaretas, a promoção e realização de shows. Aqui, vale registrar, profundamente associado ao crescimento dos blocos está o sucesso artístico e empresarial alcançado por cantores e bandas musicais que ocupam, hoje, um lugar destacado no espaço mercantilizado do carnaval. De simples cantores de bloco, muitos, inclusive, lançados no mercado pelos próprios blocos, estes cantores e bandas tornaram-se grandes estrelas do show business carnavalesco: criaram suas produtoras e editoras para cuidarem das carreiras que vendem centenas de milhares de discos, implantaram estúdios de gravação e, principalmente, entraram de forma decidida no mercado do carnaval-negócio, criando seus próprios blocos ou tornando-se co-proprietários de blocos já existentes, montando seus trios elétricos, participando dos carnavais fora de época e micaretas em muitas cidades brasileiras.

Um segundo e expressivo conjunto de atividades imbricadas com o carnaval-negócio corresponde aos serviços e produtos ligados, direta e indiretamente, à economia do turismo: a rede hoteleira, as transportadoras aéreas, as agências de viagens, as operadoras de turismo, o setor de restaurantes, bares, boates e casas de

espetáculos, as locadoras de automóveis, as frotas de táxis e de transportes públicos coletivos, as indústrias de bebidas e alimentos etc.

Num terceiro conjunto, igualmente importante, situam-se as atividades típicas da indústria cultural e do lazer, especialmente vinculadas ao show business e à indústria fonográfica, e que aciona artistas, músicos, produtores, técnicos das mais diversas especialidades, bem como gravadoras, produtoras, editoras e emissoras de radiodifusão.

Outro conjunto de atividades, que representa um elemento importante da economia do carnaval, é o comércio de rua com o seu significativo contingente de pessoas ocupadas temporariamente. Presença constante na história e no cotidiano das ruas da velha cidade de Salvador, as atividades desse comércio exibem um colorido especial durante o carnaval. São as famosas e tradicionais baianas de acarajé, os barraqueiros, os vendedores ambulantes de toda sorte de produtos (cervejas, bebidas típicas, água mineral, gelo, pipoca, picolé, queijinho, churrasquinhos, sanduíches, cachorro-quentes, amendoim, cigarros, cafezinho, adereços, colares, apitos etc.), os catadores de papel e de latas de alumínio, os guardadores de carro, todos integrando um

incrível exército de pequenos vendedores dispostos ao trabalho que a festa lhes proporciona e que somam algo em torno de 25 mil pessoas.

Desafios da Festa

O carnaval baiano, em que pese o tamanho e a pujança da sua economia, ainda não teve a oportunidade de se constituir, efetivamente, como um espaço onde as várias alternativas de sobrevivência, experimentadas por expressivo contingente da população de Salvador, possam transformar-se em um projeto de desenvolvimento; devidamente sintonizado com o que podemos chamar de vocação pós-industrial da cidade de Salvador.

Com efeito, a repartição da riqueza, gerada pela grande festa baiana, é absolutamente desigual. Os maiores benefícios financeiros concentram-se quase que exclusivamente nas mãos das poucas empresas, que atuam nos segmentos dominados pelos grandes capitais responsáveis pelos múltiplos negócios dos grandes blocos e pelo parque hoteleiro. Na outra ponta desta economia, micro e pequenas empresas e um exército de trabalhadores informais disputam alguma renda, num ambiente altamente competitivo e com baixíssimas margens de lucro.

Por outro lado, o poder público

arrecada pouco em termos de tributos seja por conta da elevada sonegação, seja, também, pelo grau de informalidade com que muitos dos negócios são realizados, mas é obrigado a arcar com gastos consideráveis em áreas vitais para a realização da festa como, por exemplo, infraestrutura, serviços públicos e segurança. Ator fundamental para o sucesso do carnaval, sua presença é indispensável, tanto para a regulação do mercado carnavalesco, quanto para o exercício de uma governança efetiva da festa; sem o que, a tendência é a ampliação e o aprofundamento do quadro de desigualdade que vem excluindo os atores e os setores mais frágeis de uma melhor repartição dos benefícios econômicos gerados pela festa.

Vale a pena sinalizar, contudo, que, em se tratando do carnaval, um fenômeno acima de tudo simbólico-cultural, o desafio é ainda maior. A questão, aqui, impõe soluções que ultrapassam o plano da economia da festa. Nessa medida, ao poder público, se é importante que avance, no sentido do desenvolvimento de metodologias adequadas ao mapeamento rigoroso dos fluxos, que dão corpo à economia do carnaval, particularmente para que seja capaz de acionar as medidas regulatórias indispensáveis à definição de

limites e regras, balizadora das práticas mercantis, que o carnaval comporta, e se é absolutamente indispensável que assuma o papel que lhe cabe na governança da festa - papel do qual, ao longo dos últimos anos, tem aberto mão em favor dos grandes capitais, que atuam na economia do carnaval - é ainda mais urgente e fundamental que, partindo do reconhecimento do significado que esta festa tem, enquanto patrimônio imaterial da cidade; este acione políticas culturais que garantam a prevalência da diversidade de manifestações, do espírito popular e do caráter participativo, que fizeram do carnaval baiano uma grande festa.