CARNAVAL SOTEROPOLITANO: DIVERSIDADE CULTURAL E TURISMO

Armando Alexandre Castro
Universidade Federal da Bahia
Universidade Católica do Salvador
armandocastro@ufba.br

Resumo

Este trabalho discute o turismo no período do Carnaval soteropolitano (2006-2007), apresentando a diversidade cultural desta dinâmica como fator real e potencial para a gestão do Carnaval. Realça a necessidade de compreensão, por parte dos gestores, da heterogeneidade das dinâmicas, atores e sonoridades presentes nesta folia momesca, como discursos potencializadores de fluxos turísticos, assim como, alerta para o risco da estereotipização e essencialização que podem simplificar o fenômeno social. A metodologia contempla a análise dos dados oficiais, e um amplo levantamento do campo carnavalesco soteropolitano e sua convergência com o turismo.

Palavras-chave: Carnaval Soteropolitano. Turismo. Bahia.

Abstract

This paper discusses the tourism during the Carnival soteropolitano, presenting the cultural diversity of the dynamic factor as real and potential for promotion and dissemination of tourist flow. Emphasizes the need to understand the heterogeneity of the dynamics, actors and sounds in this fun momesca as speeches potentiators of tourism and, alert to the risk of stereotyping and essencialization that can simplify the social phenomenon. The methodology includes the analysis of official data, and a comprehensive survey of the field carnavalesco soteropolitano and its convergence with tourism.

Keywords: Soteropolitano's Carnival. Tourism. Bahia.

Introdução

A inscrição da narrativa Bahia no imaginário nacional e internacional, a partir da relação arte, cultura e sociedade, ganha contornos cada vez mais pulsantes, com destaque para fenômenos como a Bossa Nova, Tropicália, Cinema Novo, Carnaval e Axé Music. Ainda

assim, a produção cultural baiana é representada por estéticas diversas e constructos históricos repletos de (re)significações, conjugando registros ora consensuais, ora conflituosos, acerca de sua relevância e legitimação.

Não raro, novos textos e tessituras procuram disseminar a fixidez conceitual de algumas dinâmicas, empobrecendo-as com demasiado senso comum, num sentido político centrado na estereotipização e disposição do que Homi Bhabha compreende como "série de diferenças e discriminações que embasam as práticas discursivas e políticas da hierarquização racial e cultural" (1998, p. 133).

Nesta direção, o Carnaval soteropolitano é quase sempre compreendido e registrado a partir de alguns poucos elementos e intérpretes, ocultando diversidades e novas possibilidades de existência. Parte considerável dos registros aponta para o seu caráter homogêneo e massivo, corroborando, desta forma, para a não revelação de outros atores e fatores instauradores de multiplicidades de sentidos, sons, timbres e formas.

Ocultar as dessemelhanças e diversidade cultural presentes no Carnaval soteropolitano, e, dentre elas, sua relação com fatores do turismo nele impresso, implica solidificar a compreensão de um senso comum perverso, que pode corroborar com forças políticas, e complexos empresariais de outras regiões do país, também interessadas nas conseqüências positivas de maiores fluxos turísticos.

A dinâmica cultural, neste sentido, se constitui como elemento distintivo, tipificando sujeitos e suas representações sociais desejadas a partir deste encontro com o outro – o turismo. Sendo assim, o Carnaval Soteropolitano é marca e referencial de significação ativa no processo distintivo, mas, não raro, também opera discursivamente apoiada em sentidos e marcas comumente disseminados e aceitos na sociedade. No caso Salvador, o patrimônio histórico-cultural, e, dentre eles, a diversidade cultural impressa no Carnaval, alicerça identidades, mas também proporciona o encontro com aquele – turista – que sente a necessidade da experiência da fruição turística, a partir da cultura e marcos simbólicos do outro.

Apoiando-se nas concepções de Castoriadis sobre o simbólico, Norberto Silva (2004) afirma que marcas se alimentam do imaginário. Poder-se-ia perguntar, então, como se cria uma marca. Para Norberto Silva (2004), uma marca é um campo simbólico que se alimenta do real (o histórico de seus produtos e obras) e do imaginário (através da comunicação).

O Carnaval soteropolitano é marca estruturada a partir dos seus próprios sentidos – alegria, exacerbação do comum e do cotidiano, zombaria, esculhambação, música, do turismo e de seus personagens mais vivos no imaginário do residente. Sim porque residente também tem memória, imaginário e desejo de conhecer aquele que vem, também, com seus tantos universos simbólicos.

O Carnaval e o produto "música popular" podem ser analisados pela lógica do objeto de consumo descrito por Baudrillard (1995), estando subjugados à lógica formal da moda, do mercantil, e submetidos à sua renovação permanente, ou, já inserido no que Schumpeter operacionalizava como "(...) processo de rejuvenescimento intermitente da maquinaria econômica" (1984, p. 32).

Para tal, as relações com a mídia são essenciais e imprescindíveis. Não basta criar; é preciso colocar o novo produto no horizonte de sentidos do consumidor, enquadrando, essencializando, e fazendo com que ele seja percebido como superior ao produto concorrente. Sendo assim, a luta concorrencial se estabelece também na esfera simbólica.

A construção e a manutenção da imagem e marca estatal, assim como de outros territórios e sentidos, perpassa tais questões de essencialização e institucionalização. No caso baiano, a música e o Carnaval soteropolitano corroboram significativamente.

Neste sentido, pode-se tomar o campo político como a arena dos conflitos e das tensões que discursam prevendo bens e benefícios comunitários, assim como atua promovendo sentidos e silêncios necessários para a permanência e manutenção do crédito, ou seja, do capital político das dinâmicas simbólicas. Nesta linha de pensamento, Bhabha (2003) opera agregando, contemporaneamente, o sentido político ao simbólico:

> De fato, o exercício do poder pode ser ao mesmo tempo politicamente eficaz e psiquicamente afetivo, pois a liminaridade discursiva, através da qual ele é representado, pode dar maior alcance para manobras e negociações estratégicas (BHABHA, 2003, p. 206).

Bhabha amplia e corrobora, neste sentido, com a lógica de Foucault acerca do poder e sua inscrição "num campo de possibilidade esparso que se apóia sobre estruturas permanentes" (FOUCAULT, 2000).

O simbólico produz reconhecimento, afetividade, representatividade – política, inclusive – e ignora o arbitrário, o desacreditado e o ilegítimo. Ainda assim, compreendendo desta forma o campo simbólico, não se pode excluir as outras forças e poderes nele inscritas. Eis que surge, novamente, o campo político como campo simbólico estruturado em seus próprios sistemas de valores, signos e crenças.

Em sua sociologia, Weber enfatiza os aspectos subjetivos e simbólicos das relações sociais, delimitando o campo da sociologia dentro da noção de "ação social", negando, desta forma, que o conhecimento seja cópia ou reprodução fiel da realidade do fato social, tanto na extensão quanto na compreensão. Mera aproximação. Dentre os maiores estudiosos da vida e obra de Weber, Julien Freund (1987) afirma, a partir do conceitual weberiano, que "nenhum sistema é capaz de reproduzir integralmente a infinidade do real e nenhum conceito é capaz de reproduzir integralmente a diversidade intensiva de um fenômeno particular" (*idem*, p. 48).

Essencializar o Carnaval soteropolitano como dinâmica violenta, com pouca diversidade em suas formas estéticas e sonoridades, pode realçar incipiente compreensão sobre este, mas, também, pode evidenciar discursos com silenciosas intencionalidades que visam a manutenção dos elementos simbólicos dispostos nesta marca. Sendo assim, inúmeras conseqüências poderiam se apresentar, e, dentre elas, um impacto considerável, na Bahia, do seu fluxo anual de turistas nacionais e internacionais.

Este trabalho discute o turismo no período do Carnaval soteropolitano, 2006/2007, apresentando a diversidade cultural desta dinâmica como fator real e potencial na promoção e divulgação do fluxo turístico. Realça a necessidade de compreensão da heterogeneidade das dinâmicas, atores e sonoridades presentes nesta folia momesca, como discursos potencializadores de fluxos turísticos. A metodologia contempla dados oficiais e amplo levantamento do campo carnavalesco soteropolitano.

Diversidade cultural no Carnaval Soteropolitano

Nas últimas quatro décadas, com a ascensão e acentuada mercantilização dos chamados blocos de trio – entidades carnavalescas que têm como representação máxima, artistas e seus universos simbólicos – e dos blocos afro – entidades carnavalescas que têm como maior representação as questões vinculadas à população negro-mestiça soteropolitana, seus anseios e conquistas sociais, e as relações de pertencimento às inscrições afrobrasileiras, entre outras –,

o Carnaval soteropolitano tem sofrido reconfigurações que reiteram sua dinamicidade e relevância no campo do patrimônio cultural que propicia deslocamentos, inclusive turísticos.

Em Salvador, o período momesco atual agrega em sua fruição, música, entretenimento, estética, profissionalização, precarização do trabalho, turismo, movimentos sociais, manifestações políticas, articulações mercadológicas e de gestão governamental, entre outras, e, dada sua amplitude e diversidade, acaba por conferir sentidos diversos às suas interpretações. Tais sentidos, não raro, se solidificam e se cristalizam em disseminações constantes que desembocam em essencializações partidarizadas com – e para – o senso comum, corroborando, sem a devida percepção, com estratégias sutis de sedução e encantamento de outras dinâmicas e territórios já formatados pelas indústrias do entretenimento e do turismo nacional e internacional.

Na lógica competitiva entre os Estados nacionais, a disseminação e essencialização dos aspectos negativos é estratégia recorrente. Daí derivam questões como audiência, formação e manutenção de público, *royalties* artísticos, força política partidária, entre outros. Neste sentido, a mercantilização do Carnaval soteropolitano advém da relação entre a indústria turística globalizada e a produção cultural local, numa hábil negociação intermediada por governantes, artistas e gestores artísticos locais.

O Carnaval do Rio de Janeiro, por exemplo, lastreado musicalmente em escolas de samba que se desdobram, repetitivamente, em quase duas horas de espetáculo, encontra força e apoio midiático de parte relevante das maiores redes de comunicação do Brasil e Mundo, assim como da indústria turística. A aparição midiática precisa da essencialização para a rápida identificação e consumo do político fantasiado em simbólico.

Essencializações compreendidas enquanto conflito para a compreensão deste fenômeno social, posto que não representa uma realidade mais inclusiva, mas a exacerbação de algumas partes dela. Para tanto, e complementando, as afirmativas de Serra (1999) se revelam pertinentes para a compreensão do objetivo deste ensaio: "(…) é muito difícil fugir de certas simplificações (...). Não podemos esquecer que não há um carnaval na Bahia. Há muitos".

Composto por três circuitos – Batatinha, Osmar e Dodô –, seis dias de folia, dois milhões de participantes/dia distribuídos em 25 quilômetros é dinâmica sociocultural acompanhada pela mídia nacional e internacional, espaço de divulgação de marcas, artistas, políticos, celebridades e anônimos. Além dos três circuitos da festa e do Palco do Rock, conta também com apresentações musicais em palcos fixos e trios elétricos em bairros populares e

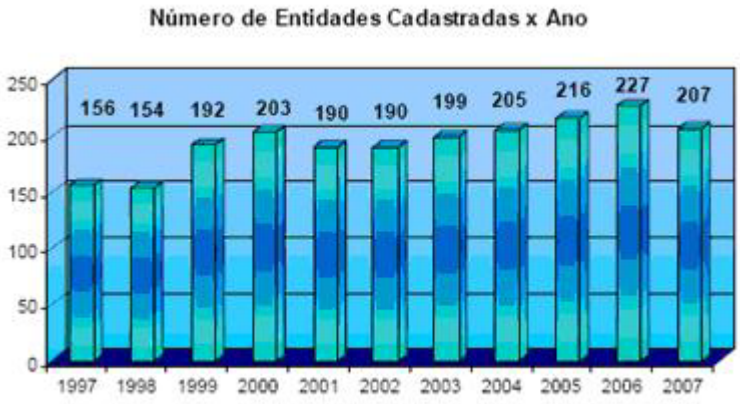
distantes da folia, numa ação estratégica de proporcionar entretenimento e retenção de parte populacional.

É a música, mais uma vez, que protagoniza a mais relevante das essencializações relativas ao Carnaval Soteropolitano: seria este fenômeno configurado apenas pela Axé Music, acentuando a recorrência contida na citação acima? Para esta, fica a percepção de que a dinâmica do Carnaval soteropolitano só é representada por seus repertórios. Ademais, ainda neste momento, não raro surge outra essencialização, exacerbada em simplificações e agrupamentos, sugerindo dúvidas acerca da qualidade deste gênero, seus artistas e executantes.

Quanto à primeira afirmativa, ressalta-se que o Carnaval soteropolitano agrega em sua composição diversos segmentos de blocos que terminam por articular, por sua vez, gêneros e repertórios musicais diversos. A música é o elemento identitário e distintivo de blocos afros, afoxés, blocos de trio, travestidos, panfletários – Mudança do Garcia, por exemplo –, dentre tantos outros coletivos de artistas, repertórios e aparições autônomas nos circuitos da festa. Neste último, então, é que reina a multiplicidade de sons, ritmos e gêneros musicais.

Miguez (2008) pontua esta diversidade carnavalesca local, a partir de sua "rica ecologia organizacional", inscrevendo, inclusive, amplo quadro informativo destas segmentações. Para este autor, o Carnaval soteropolitano deve ser compreendido a partir dos afoxés, trios elétricos independentes, blocos afro, de trio, de travestidos, de índios, de percussão e sopro, alternativos, infantis, especiais, de samba e pequenos blocos. É desta diversidade de organizações que também se pode perceber uma multiplicidade de repertórios que jamais estão restritos à Axé Music (ver quadro 01).

Quadro 01 – Quadro evolutivo de entidades carnavalescas –Salvador (BA)



Fonte: EMTURSA, 2009.

Dentre as entidades carnavalescas integrantes do quadro acima, destaque para o afoxé Filhos de Gandhi, que apresenta um repertório próprio de canções, cânticos e louvores religiosos afro-brasileiros. Os blocos de sopro e percussão que se apresentam nas ruas e praças do Centro Histórico de Salvador e Pelourinho – Circuito Batatinha – exibem canções de carnavais cariocas entre os anos 1930 e 1960 com notável entusiasmo e participação de público.

O rock também se apresenta no Carnaval de Salvador. Dedicação, profissionalismo e amor ao rock fizeram surgir na cena soteropolitana a Associação Cultural Clube do Rock da Bahia – ACCRBA, em 1991. Exemplo emblemático no Brasil, esta associação sem fins lucrativos atua incisivamente na produção e organização de eventos culturais, prestação de serviços em forma de cooperativa, captação de convênios e assessoria junto às bandas de rock.

Pioneira dentre as associações de rock no Brasil, são de sua responsabilidade ações que se solidificam na realização do Primeiro Festival de Rock do Carnaval do Brasil (1994); Primeiro Dia Municipal do Rock do Brasil – 28 de junho, em homenagem a Raul Seixas –, através da Lei Municipal 5404/98.

Articulada e intransigente quando o assunto é desrespeito ao rock na Bahia, assim como, quando se trata de reivindicar maiores espaços para este segmento, a ACCRBA conta com site, rádio/podcast, comunidade virtual de relacionamento, *messenger*, *fotolog*, vídeos no *youtub*e e grupos de discussão na rede. Dentre suas realizações, destaque para o Palco do Rock – realizado no Carnaval de Salvador, no bairro de Piatã, onde se registra uma frequência superior a oito mil pessoas durante os dias da festa.

Outras iniciativas, de ordens estéticas diferenciadas, também se apresentam no Carnaval. O Cortejo Afro – iniciativa do produtor e artista plástico baiano Alberto Pita –, tem sua banda formada quase exclusivamente por percussionistas estrangeiros devidamente cientes da estética e rítmica percussiva na festa.

É a legitimação das afirmações de Miguez (1996) acerca da dinamicidade e diversidade da festa momesca, onde para este autor o Carnaval Soteropolitano é o "momento privilegiado de afirmação cultural (...) Tem revelado uma capacidade singular de transformar-se e auto-renovar-se continuamente, produzindo, assim, e sempre, a sua contemporaneidade". Nesta contemporaneidade momesca soteropolitana, há, ainda, demanda popular para gêneros

musicais distintos como o forró, o reggae, o arrocha, o partido alto, o pagode, iê-iê-iês da Jovem Guarda, *beats* e *djs* internacionais do mundo eletrônico, entre outros.

A música eletrônica, em bloco próprio – patrocinado por uma das mais reconhecidas cervejarias do país –, ou em camarotes, por sua vez, também encontra seu espaço no Carnaval soteropolitano a partir da incursão de inúmeros DJs nacionais e internacionalmente reconhecidos, como Fatboy Slim e David Guetta, que vêm participando de carnavais em Salvador.

Na própria cena multifacetada da Axé Music, parte relevante de seus artistas se incumbe de produzir encontros e hibridismos com antigos e novos parceiros musicais. É o caso de Carlinhos Brown e Daniela Mercury, que fundem temporalidades em distintos encontros de sons e ritmos, que não raro desembocam em hits deste cenário.

Carlinhos Brown, compositor, músico e cantor inventivo, não se intimida com o fato de estar em um verão conectado com um ex-integrante do grupo musical Tincoãs, formado em Cachoeira na década de 1970 –, e, no outro, ter como parceiro o DJ Nero, na interpretação da música de sua autoria *Maria Caipirinha* – obra que teve seu *clip* produzido em Barcelona, com trio elétrico, cerca de 400 mil pessoas e dezenas de músicos baianos, numa reprodução, em menor escala, do que acontece em Salvador.

Daniela Mercury é, quiçá, uma das artistas mais criativas e provocativas no cenário carnavalesco. Com uma carreira lastreada por inúmeras canções com temáticas vinculadas ao universo afro – fruto de seu diálogo com alguns destes blocos, em especial, o Ilê Aiyê –, procurou construir sua imagem e repertório não somente a partir deste elemento discursivo, mas de incursões por outras plagas musicais, sendo o carnaval um momento especial para convites e recepções.

Em 2007, convidou o pianista e maestro baiano Ricardo Castro e, em muitos momentos do percurso do trio-elétrico o público pôde apreciar a música de concerto. A trajetória de anfitriã desta artista inclui o percussionista argentino Ramiro Mussoto, DJs e a música eletrônica, Cicinho de Assis – sanfoneiro baiano com reconhecimento internacional –, e tantos outros artistas e intérpretes.

A presença do repertório instrumental de tradição européia não é novidade no Carnaval de Salvador, uma vez que, já na década de 1980, Ademar e Banda Furta Cor, e, ainda hoje, Armandinho, Dodô & Osmar e Luis Caldas, executam boleros, trechos de sinfonias e peças musicais eruditas.

Ainda no campo estético, outra essencialização presente abrange a percepção homogênea dos blocos afro, seus campos discursivos e identitários. Não raro, boa parte destes blocos transformou-se em organizações não-governamentais, realizando trabalhos sociais em seus bairros e comunidades, tais como cursos, oficinas de profissionalização, encontros e discussões de sensibilização étnica, concursos de beleza negra, entre outros.

Internacionalmente conhecido, o Ilê Aiyê ressalta a relação umbilical Bahia-África em textos e musicalidades que apontam para um samba-reggae marcadamente percussivo, sem participação de instrumentos de cordas, sopro ou eletrônicos. A temática composicional de suas letras envolve África, Salvador, segregação racial, Zumbi, Palmares, Bahia e Candomblé. Parcela considerável de suas canções incorpora em suas letras e refrões, palavras e expressões em língua iorubá, tendo incorporado, mais recentemente, elementos de línguas banto.

Do outro lado, o Grupo Cultural Olodum, que incorporou instrumentos de cordas, sopro e eletrônicos, mantendo a centralidade de sua percussividade inicial nos arranjos e agregando um amplo conjunto de músicos integrantes da banda, num envolvente e dinamogênico[1] volume sonoro. Em suas letras, a relação Bahia-África também se apresenta, mas suas composições trazem nas letras, nos arranjos e na performance e execução dos músicos, elementos do pop internacional, a partir do encontro entre guitarra, contrabaixo, teclados e instrumentos percussivos que logo remetem à ao território e balneário mítico-paradisíaco chamado Bahia.

Assim como o Olodum, o Araketu – pioneiro na inserção e fusão de instrumentos musicais não-percussivos – imprimiu certa moderação neste encontro, numa equalização entre timbres e freqüências sonoras. Seu repertório inclui os elementos acima citados, e enfoca parte relevante de suas canções ao tema amor.

Estes três blocos integram uma lista de quase cinqüenta entidades e organizações carnavalescas inspiradas em temas étnicos e afro, com desfile garantido no Carnaval (MIGUEZ, 2008). Com repertórios, discursos e identidade visual distintos, corroboram com a fruição plena do Carnaval nos planos estético, econômico e de sensibilização cidadã de uma população negromestiça, e o discurso que defende o isomorfismo estético destas organizações é tido, aqui, como essencialização – fato que reduz a compreensão e força do fenômeno social.

[1] Dinamogenia é o processo de resposta corporal aos estímulos sonoros.

O Carnaval soteropolitano – críticas

O Lado B(usiness) também contempla um discurso simplificador amplamente disseminado pelo senso comum, envolvendo supostas questões sociais do Carnaval Soteropolitano – violência, exclusão, precarização do trabalho, entre outras. Para tanto, cabe trazer nesta discussão a necessidade de compreensão das inter-relações nas tessituras sociais. Geertz (1988) alerta, neste sentido, para a relevância da compreensão do(s) contexto(s) sócio-histórico(s) na recepção e interpretação do texto cultural, e da possibilidade de conflitantes interpretações acerca desta. Neste sentido, a essencialização simplifica e favorece olhares reducionistas sobre o fenômeno social.

As questões referentes à precarização do trabalho, trabalho infantil, exclusão social e violência sempre apresentam o Carnaval numa ótica negativa, como que o institucionalizando como *locus* e temporalidade responsável por mazelas sociais que a cidade não experimentaria em seu cotidiano anual. Distante do intuito de esconder seus dissabores e, dentre eles, a incipiente regulação governamental, este ensaio apresenta o Carnaval de Salvador como dinâmica repleta de sentidos e estruturas complexas. Os problemas sociais citados não têm sua gênese nesta dinâmica. Eles integram os problemas diários de uma cidade e de um Estado, que teve sua estrutura produtiva profundamente transformada nas últimas quatro décadas.

Da condição agro-mercantil à inserção no mundo pós-industrial, é a partir do setor terciário de sua economia que a Bahia é inserida no amplo e competitivo cenário nacional e internacional contemporâneo, e é a partir desta inserção que se apresentam oportunidades de melhoria nas condições de trabalho e de vida. Uma Bahia que apresenta altos índices de concentração de sua produção na capital e nos municípios formadores de sua região metropolitana, realçando, desta forma, seus maiores desafios: descentralidade do eixo produtivo para outros territórios e municípios baianos. Tal aspecto se apresenta no Carnaval, é bem verdade, mas não lhe é exclusivo.

Mas por que exaltá-los desta forma? Na hipercompetitiva sociedade contemporânea, surgem os meios de comunicação articulados com a indústria cultural, acompanhadas pela guerra fiscal protagonizada pelos Estados; são manchetes e matérias jornalísticas que impulsionam e orientam inúmeros deslocamentos turísticos. Em 2007, por exemplo, a suposta excessiva veiculação midiática de pontos de violência no Carnaval levou Jacques Wagner,

recém-empossado como governador da Bahia, a sinalizar com a possibilidade de questionar a alta direção da Rede Globo.

Por outro lado, pouca visibilidade midiática – quase nenhuma – tem sido oportunizada aos critérios organizativos do Carnaval. Percorrendo alguns países e divulgando sua forma de atuação, planejamento e organização no evento, a Polícia Militar do Estado da Bahia vem se configurando como referência no tocante à segurança pública em eventos massivos. A integração entre os serviços públicos responsáveis pela segurança pública, suas pesquisas e estratégias de atuação, prevenção e contenção de desordens no Carnaval, tampouco aparece. Não obstante, é desnecessário citar que tempos diferenciados de exposição são destinados às chamadas das coberturas carnavalescas do Rio de Janeiro, São Paulo, Recife, Olinda e Bahia.

Clímaco Dias, um dos maiores opositores ao atual modelo do Carnaval soteropolitano, considera que este passa por uma séria crise oportunizada pelos empresários – música e turismo – e políticos locais. Para o autor (2007), a partir da compreensão da gestão neoliberal, o Carnaval de Salvador tornou-se:

> [...] uma festa repetitiva, sem oportunidades de aparecimento de grandes entidades populares, esvaziamento de blocos, conflitos entre estas entidades e os camarotes, esvaziamentos e congestionamentos de áreas do desfile, além de muitos outros problemas que não apresentam possibilidades de solução a curto prazo (DIAS, 2007, p. 06).

Problemas existem, é bem verdade, mas a compreensão do evento não pode ser oportunizada a partir do olhar e das imagens dos editores e diretores das emissoras de televisão local e nacional. Estes profissionais, em muitos casos, se apóiam nos estereótipos, emblemas e essencializações percebidas na sociedade. E os outros carnavais, não existem porque não foram televisionados o bastante?

Num outro momento, o surgimento dos camarotes também elenca equívocos. Para Clímaco Dias (2007), representa a apropriação do espaço público pelas elites empresariais carnavalescas. Suas críticas estão lastreadas numa comparação entre o poder de captação de recursos dos empresários e dos gestores governamentais. Além de gerar emprego e receita, os camarotes se configuram como espaços receptivos de celebridades, patrocinadores, artistas,

políticos, entre outros, representando novas possibilidades para o Carnaval Soteropolitano, fato que ressalta e acentua sua dinamicidade e diversidade.

O governo, por outro lado, deve criar maior proximidade com as instâncias e ferramentas mercadológicas de captação e gerenciamento de recursos publicitários, e, caso não se mostre capaz de tanto, posto que se sustenta, não raro, de clientelismos políticos e patrimonialismos, deve terceirizar tais tarefas[2].

A corda de isolamento dos blocos é outro momento tenso nos debates – momentos sempre tensionados pela tendência ao discurso contrário à exclusão social. Deve-se compreender, entretanto, e mais uma vez, que é a sociedade e a cidade que são excludentes, não devendo ser atribuído ao Carnaval tal paternidade. Para Moura, há outras mensagens nesta compreensão, onde a exclusão a partir da corda do bloco representa:

> (...) por incrível e indesejável que isso possa nos parecer, é também uma teatralização incrível do carnaval. É muito importante compreender isso também, para não se pensar que todo mundo que vai ao carnaval é um guerreiro em vias de se insurgir. Se é verdade que essa sociedade é partida, é dilacerada por antinomias irredutíveis, ela também vive de uma sedução entre os pólos, que contribui, que é um fator importantíssimo para que essa sociedade não exploda (1999, p. 109).

É o conflito em sua possibilidade construtiva, positiva, enriquecedora, para aquilo que Lebel conceituou como "fonte de enriquecimento mútuo potencial; ocasião de fecundação" (1984, p. 134). Nesta direção, o Carnaval soteropolitano está associado essencializações que corroboram com lógicas, territórios, atores e interesses diversos numa sociabilidade contemporânea, ora marcada por avanços tecnológicos e competitivos de uma sociedade neoliberal e desigual, mas, também, compreendida como experiência cultural ímpar, onde turistas podem apreciar, musicar e corroborar com a composição de novos cenários econômicos e identitários, via turismo cultural.

[2] A partir de contrato assinado com a Prefeitura Municipal de Salvador, período de dois anos (2008 e 2009), está sob a responsabilidade da agência paulista Tudo - de propriedade de Nizan Guanaes -, a captação de recursos privados em troca da comercialização de espaços publicitários do Carnaval de Salvador. Em 2009, as expectativas de arrecadação chegam a R$ 11 milhões. Após o Carnaval de 2009, o publicitário Nizan Guanaes anunciou que não mais participaria desta atividade, alegando entraves políticos que, não raro, inviabilizam atividades de captação de recursos e promoção da referida festa.

O Turismo cultural e o carnaval soteropolitano

A análise dos dados e relatórios oficiais acerca do receptivo nacional e internacional apresenta a Bahia como líder entre os estados nordestinos (EMBRATUR, 2008). Internamente, Salvador é a cidade que mais registra este fluxo, e a partir de seu amplo patrimônio histórico-cultural e de recentes melhorias no setor de serviços e infra-estrutura, também se configura como entre as cinco cidades brasileiras mais visitadas por estrangeiros (ver Tabela 01).

Tabela 01 - Perfil da demanda turística internacional - 2005/2007

Lazer - Destinos mais visitados (%)

	2005	2006	2007
Rio de Janeiro – RJ	31,5	30,2	30,2
Foz do Iguaçu – PR	17,0	17,1	16,1
Florianópolis – SC	12,1	15,1	15,3
São Paulo – SP	13,6	12,6	13,7
Salvador - BA	11,5	11,4	10,2

Fonte: Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2005-2007

O turismo na capital baiana tem a cultura como um considerável fator motivacional de deslocamento (tabela 02), perdendo apenas para o segmento "Sol e Praia".

Tabela 02 - Perfil da demanda turística internacional 2005-2007

Destinos mais visitados: Salvador (BA) - Motivação da viagem a Lazer (%)

	2005	2006	2007
Sol e Praia	55,1	45,1	50,1
Cultura	23,5	30,3	25,3
Natureza, Ecoturismo ou Aventura	13,2	15,8	17,9
Esportes	1,1	3,0	0,8
Diversão Noturna	0,9	0,6	1,6
Viagem de incentivo	1,1	1,81	1,5
Outros	5,1	3,4	2,8

Fonte: EMBRATUR e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, 2009.

Compreendendo o turismo cultural enquanto as atividades turísticas relacionadas à experiência do "conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos

culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura" (BRASIL, 2008, p. 16), pode-se afirmar que o Carnaval soteropolitano – com suas centenas de entidades carnavalescas, inúmeros eventos paralelos, centenas de artistas e experimentações estéticas –, se configura, para os nele se aventuram, como dinâmica de grande representatividade simbólica[3].

O que dizer, por exemplo, do bloco Cortejo Afro, onde parcela relevante de seus músicos é composta por turistas estrangeiros(as)? É o engajamento dos turistas no processo, nas atividades, num modelo de turismo cultural que mais se assemelha a um diálogo com a economia da experiência (BENI, 2008). Neste sentido, os fazeres e saberes mais tradicionais são também compreendidos como dinâmicas relevantes na interação sociocultural. A interação sociocultural no Carnaval soteropolitano entre turistas e residentes é diversa. Turbilhão de possibilidades onde, não raro, se pode achar um turista que entende mais de determinados vetores culturais da cidade e seu Carnaval, que seu próprio residente. E vice-versa. Com média populacional superior a um milhão de turistas e visitantes, além dos residentes (ver Gráficos 01 e 02), o Carnaval soteropolitano é o espaço multifacetado do encontro entre pessoas, sonoridades, intenções e saberes.

Gráfico 01 – Origem dos Turistas (2006)

FONTE: EMTURSA, 2009.

Gráfico 02 – Origem dos Turistas (2007)

[3] O conceito de turismo cultural aqui apresentado é resultado da articulação entre o Ministério do Turismo, o Ministério da Cultura e o IPHAN.

FONTE: EMTURSA, 2009.

A participação de turistas no Carnaval soteropolitano é visível não somente nos gráficos acima, mas nas ruas durante o evento. Solitário ou em grupo, "pipoca" ou com "abadá"[4], solteiro(a) ou acompanhado(a), o turista encontra no Carnaval soteropolitano a possibilidade maior de vivenciar os artistas, suas canções, e a perspectiva bakhtiniana da festa, do encontro com o momento da inversão dos sentidos, da galhofa, da esculhambação, do lúdico, da exacerbação e da sexualidade.

Considerações finais

A Axé Music e o processo de profissionalização que envolve boa parte dos atores do Carnaval de Salvador instituíram uma ampla rede de artistas, promotores de shows, agenciadores artísticos, entre outros, que se articulam em mensagens disseminadoras de repertórios, opções estéticas, mas também do próprio Carnaval soteropolitano.

O Carnaval soteropolitano encontra na Axé Music, em especial, a divulgação necessária para o surgimento e disseminação de centenas de carnavais fora de época – comumente chamados de micaretas – no Brasil e exterior, inclusive. E vice-versa, uma vez que estas, intencionalmente ou não, acabam divulgando e impulsionando o Carnaval soteropolitano, enquanto exemplo maior deste modelo de sociabilidade festiva que atrai turistas nacionais, e de boa parte do mundo.

Identificar e compreender a força política, econômica e estética, assim como os estereótipos e o senso comum presentes nas análises acerca do Carnaval de Salvador atual, é o primeiro passo para a construção de novos modelos de compreensão e relação com outros textos também reais de Bahia e – por que não? – com outras identidades que tensionam e podem reforçar a(s) identidade(s) que integra(m) o discurso nacional. Por outro lado, é relevante (re)conhecer o percentual e origem de turistas no Carnaval soteropolitano, de modo a elencar e selecionar os principais centros emissivos de turistas, suas perspectivas e interesses, entre outros.

Os registros, até então, apontam discursos governamentais e campanhas publicitárias acerca do turismo na Bahia, no período do Carnaval, que ainda não atentaram para a

[4] Pipoca é o folião que sai às ruas sem bloco carnavalesco. Abadás são as vestimentas que identificam os integrantes dos blocos.

diversidade cultural disposta no Carnaval soteropolitano. Não raro, repetem artistas, falas, oportunidades, refrões e situações de outras campanhas.

No campo do desenvolvimento empresarial, os artistas baianos são os maiores responsáveis pela estética e direcionamento dos negócios envolvidos no Carnaval soteropolitano. Se há concentração, esta se verifica na própria Bahia, gerando potencialidades, novos mercados e possibilidades que, se não estivessem em mãos de baianos, estariam com alguma organização sediada em outro centro, como se pode perceber nas maiores redes componentes do *trade* turístico local.

O turismo cultural no Carnaval soteropolitano, livre e desimpedido de preconceito pode evidenciar outras estéticas, circuitos e momentos presentes no próprio carnaval, como, por exemplo, em 1998, quando alguns participantes do histórico e panfletário bloco Mudança do Garcia empunhavam estandartes e faixas com trocadilhos sobre o tema do carnaval daquele ano: "de Tropicalistas para Tropicarlistas". A leitura essencializada do Carnaval jamais registraria outro episódio, detectado em 2006, quando alguns integrantes do maior bloco carnavalesco de travestidos – As Muquiranas – logo providenciaram faixas de apoio ao lendário padre Pinto: "Estamos com você, amiga!"[5].

As percepções equivocadas acerca do Carnaval soteropolitano, não raro, ensejam desconhecimento e preconceito. Tais sistemas devem ser reconfigurados em objetos de estudo, proporcionando, desta forma, sistemáticas suficientes acerca desta festa e das rupturas epistemológicas que pode propiciar, realçando a histórica e indispensável relação entre cultura e turismo.

Referências

BAKHTIN, M. *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento.* Brasília: UnB, 1987.

Brasil. Ministério do Turismo. *Turismo cultural: orientações básicas.* Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

DIAS, Clímaco. Mundialização Soteropolitana: turismo, carnaval e venda da cidade. In.: *Cadernos de Geociências*. Salvador: EDUFBa, 2001. Pgs. 81 - 97.

_____. Carnaval de Salvador: a crise da cultura-mercadoria. *Revista VeraCidade*. Ano 02, num. 02, Jul. 2007. Salvador: PMS, 2007.

[5] Trata-se de um sacerdote católico que se apresentou publicamente, diversas vezes, travestido.

EMBRATUR. *Anuário estatístico EMBRATUR 2008*. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

EMBRATUR; Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2005-2007. Brasília, Ministério do Turismo, 2009.

EMTURSA. Empresa de Turismo de Salvador. *Relatório de Indicadores do Carnaval 2007*. Disponível em www.salvadordabahia.ba.gov.br. Acesso em: 11 de julho de 2009.

EMTURSA. Empresa de Turismo de Salvador. *Relatório de Indicadores do Carnaval 2006*. Disponível em www.salvadordabahia.ba.gov.br. Acesso em: 11 de julho de 2009.

FREUND, Julien. *Sociologia de Max Weber.* Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.

GANDARA, J.M.G.G.; CAMPOS, C. J.; CAMARGO, L. A. R.; BRUNELLI, L.H. *Viabilizando a Relação entre Cultura e Turismo: diretrizes para o estabelecimento de políticas públicas entre os dois setores.* Anais do VIII Encontro Nacional de Turismo com Base Local (cd-rom). Curitiba: 3 a 6 de novembro de 2004.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

INFOCULTURA. *Carnaval 2007: uma festa de meio bilhão de reais.* V.1, n.1 (set. 2007). Salvador: Secretaria de Cultura do Estado, Fundação Pedro Calmon Centro de Memória e Arquivo Público da Bahia, 2007.

_____. A emergência do carnaval afro-elétrico empresarial. In.: IX CONGRESSO INTERNACIONAL DA BRASA – Brazilian Studies Association, 2008, New Orleans. *Trabalho apresentado.* Tulane University, 2008.

_____. Corda e cordão no carnaval da Bahia. In.: *Seminários de Carnaval – Seminários de Verão II – Folia Universitária*. Salvador: Pró-Reitoria de Extensão da UFBA, 1999.

MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina (Org.). *Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar.* Belo Horizonte: Ed. UFMG, Território Brasilis, 2002.

NORBERTO SILVA, Elaine. Estratégias corporativas de marcas e estratégias sociais de diferenciação: uma análise a partir do automóvel. In.: *Tempo Social, Revista de Sociologia da USP*, v. 16, nº 02. 2004.

SANTOS, Boaventura de Sousa. *O Fórum Social Mundial: manual de uso*. São Paulo: Cortez, 2005.

_____. *Introdução a uma Ciência Pós-Moderna.* Rio de Janeiro: Graal, 1989.

SCHUMPETER, J. *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Rio de Janeiro: Zahar, 1984. [Ed. orig. 1942]

YÚDICE, George. *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

Recebido em 11.08.2009. Aprovado em 11.09.2009.