

A EMERGÊNCIA DO CARNAVAL AFRO-ELÉTRICO EMPRESARIAL

Paulo Miguez

(Professor, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia – UFRB)

Resumo

O Brasil é o país dos muitos carnavais, um conjunto amplo e diferenciado de festejos que risca, em cores vivas, um dos traços mais vigorosos do tecido simbólico brasileiro. Ao lado das significativas diferenças que individualizam os muitos carnavais brasileiros, é possível, no entanto, identificarmos, contemporaneamente, um traço comum de grande importância. Trata-se da emergência de uma lógica e de práticas típicas do campo da economia que acabaram por garantir à festa, muito especialmente aos carnavais carioca, pernambucano e baiano, a condição de grandes mercados. Este artigo dedica-se a mapear os elementos que, nos últimos vinte cinco anos, configuraram, no carnaval baiano, uma complexa economia que envolve múltiplos negócios e um grande número de atores públicos e privados.

Palavras-chave

carnaval, carnavais brasileiros, carnaval baiano, carnaval-negócio, indústria cultural, economia da cultura, turismo.

Resumen

El Brasil es el país de muchos carnavales, un conjunto amplio y diferenciado de festejos que risca, en colores vivos, uno de los trazos mas vigorosos del tejido simbólico brasileño. Al lado de las significativas diferencias que individualizan los muchos carnavales brasileños, es posible, no obstante, identificarlos, contemporáneamente, un trazo común de gran importancia. Se trata de la emergencia de una lógica y de prácticas del campo de la economía que garantizan a la fiesta, muy especialmente a los carnavales carioca, pernambucano y baiano, la condición de grandes mercados. Este artículo se dedica a identificar los elementos que, en los últimos veinticinco años, configuraron, en el carnaval de Bahía, una compleja economía que envuelve múltiples negocios y un gran numero de actores públicos y privados.

Palabras claves

carnaval, carnavales brasileños, carnaval baiano, carnaval-negocio, industria cultural, economía de la cultura, turismo.

Abstract

Brazil is the country of many carnivals, an ample and differentiated set of festivals that scratch one of the most vigorous traces of the symbolic Brazilian life. By the side of the significant differences that individualize the many Brazilian carnivals, it is possible to identify, contemporaneously, a common trace of great importance. It is about the emergency of a logic and practices from the economics field that had guaranteed to the festivals, especially to the carnivals from Rio de Janeiro, Pernambuco and Bahia the condition of great markets. This article is dedicated to map the elements that, in the last twenty five years, had configured, in the Bahian carnival, a complex economy involving multiples businesses and a great number of public and private actors.

Keywords

carnival, Brazilian carnivals, Bahian carnival, business-carnival, cultural industry, economics of culture, tourism.

1. Brasil, um país de muitos carnavais

O carnaval é o “acontecimento religioso da raça [brasileira]”, afirmou o poeta e escritor Oswald de Andrade (Andrade, 2007). E não poderia ser mais preciso, este que foi um dos fundadores do Modernismo brasileiro. Com efeito, é bastante comum que uma simples menção ao Brasil remeta, sem mais, ao carnaval. Assim é que, somos, definitivamente, aos olhos do mundo, para o bem e para o mal – se é que algum mal possa existir em se caracterizar um povo como festeiro e alegre, “Afiml, louco não é o povo que para por quase uma semana para brincar, dançar e pular; louco, provavelmente, é o povo que nem pensa em parar...” (Cortella, 2006, p. 36) –, o país do carnaval.

Entretanto, esta 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 do 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" (Risério, 1995, p.90). 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, no Rio de Janeiro, do carnaval pernambucano, do Recife e Olinda, ou do carnaval baiano, em Salvador, isto para ficarmos apenas em algumas das 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.

Claramente imprecisa, a expressão carnaval brasileiro, como também imprecisas 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, uma vez mais como exemplo, o carnaval do Rio de Janeiro. Certamente que sua expressão mais conhecida e, na condição de mega-espetáculo, objeto privilegiado da mídia e da economia do turismo é o desfile das Escolas de Samba. Mas não fica restrito às Escolas de Samba, o carnaval do Rio de Janeiro. Cidade afora, distante da lógica que informa o espetáculo midiático-turístico dos desfiles no Sambódromo, circulam, numa quantidade que vem aumentando, significativamente, nos últimos dez últimos anos, inúmeros blocos e 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.

Todavia, 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 português¹. Comuns aos carnavais brasileiros são, também, os conflitos e

¹O Entrudo, cujos registros mais antigos, no Brasil, datam do Século XVII, eram jogos festivos que se realizavam nos quatro dias que antecediam à Quaresma (Queiroz, 1987). Tais jogos consistiam, basicamente, numa espécie de “guerra” em que os

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”².

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 (2007) 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 pessoas. E diz mais, este autor, sobre a festa carioca já agora configurada como negócio:

“A era romântica ficou para trás. Os barracões das escolas de samba funcionam hoje como linhas de produção de uma moderna fábrica. Softwares sofisticados garantem carros alegóricos com estruturas mais leves e resistentes. O computador controla os efeitos luminosos que encantam o público no Sambódromo. Os carnavalescos descobrem novos materiais para confecção de fantasias, alegorias e adereços. Não há mais espaço para amadorismo e improviso.”

Eficiência e eficácia, rentabilidade e adequação, receitas e custos, controle e qualidade são os atributos do desfile que agora devem prevalecer para atender ao deslumbramento freqüente de turistas estrangeiros e brasileiros que vêm assistir aos desfiles, aos interesses públicos da prefeitura com a arrecadação de impostos e taxas, aos interesses privados das indústrias e dos prestadores de serviços com a lucratividade dos produtos vendidos e dos serviços prestados, e aos interesses institucionais das escolas de samba, que devem preservar e resguardar a euforia dos aficionados figurantes do desfile, a tradição do grêmio, a glória da instituição e de seus responsáveis mais autorizados.” (Prestes Filho, 2007, f.4)

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” (Carnaval no..., 2007).

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.

2. A constituição da economia do carnaval baiano

contendores utilizavam como “armas” “limões” ou “laranjinhas” de cheiro – pequenas bisnagas de cera contendo água perfumada mas, também, outros líquidos não exatamente perfumados como, por exemplo, urina – e que, não raro, descambava para a violência. O destaque mais propriamente festivo ficava por conta da presença da população negra que ocupava as ruas com suas músicas e suas danças.

² Difícil precisar datas, mas são seguramente os últimos vinte anos do século XIX que delimitam o início do carnaval como um substituto do Entrudo. Este processo aponta particularmente no sentido da “europeização” da festa, com o objetivo de substituir a “barbárie” representada tanto pela violência e anarquia dos jogos do “entrudo” propriamente ditos (Risério, 1981; Queiroz, 1987), como pelo fato dos festejos servirem de oportunidade a manifestações públicas dos costumes da população de origem africana (Guerreiro, 1994; Menezes, 1994).

A Bahia ocupa, desde sempre, um espaço particularmente especial na cena cultural brasileira³. Território ancestral do Brasil⁴, desfruta da condição de tema arquetípico no conjunto da cultura brasileira, um lugar visitado de forma recorrente por criadores e criações da cultura popular, da cultura erudita e da cultura de massas. Desse ponto de vista os exemplos são muitos, percorrem todas as linguagens artístico-culturais e estão presentes em todas as épocas. É fato que, das criações do barroco colonial ao *show business* contemporâneo, não são poucos os criadores e as criações baianas que marcaram fundo e forte a dinâmica cultural brasileira. Basta que lembremos, por exemplo, nos últimos 50 anos, de João Gilberto, genial inventor da Bossa Nova, de Glauber Rocha, pai do Cinema Novo, e de Caetano Veloso e Gilberto Gil, criadores da Tropicália – os três, a Bossa Nova, o Cinema Novo e a Tropicália, verdadeiras revoluções culturais que transformaram profunda e radicalmente a cultura brasileira na segunda metade do Século XX.

Se ao longo do tempo muitas foram as tramas tecidas por sua história e sua cultura, na tessitura contemporânea da Bahia, no entanto, 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 negromestiço, 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 cultural –, a indústria fonográfica, a economia do lazer e do turismo e mais um conjunto variado de atividades lúdico-econômicas.

Aqui, de olho na Bahia contemporânea, não há lugar para dúvidas. É o carnaval, com sua rica ecologia organizacional onde pontuam Blocos⁵ de vários tipos, Afoxés, Trios Elétricos, além, é claro, dos foliões-pipoca⁶ (ver descrição no Quadro I) – é 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”⁷, concursos musicais, de fantasias e de mascarados, patrocinados por grandes casas comerciais,

³ Aqui, a referência à Bahia não corresponde ao território do Estado da Bahia, que nos seus 567,3 mil km² de território demarcado pelo federalismo republicano abriga uma grande diversidade de culturas por conta de distintos processo de formação histórica, mas sim a uma região ecológica e culturalmente bastante homogênea, nucleada do ponto de vista urbano por Salvador, a Cidade do Salvador da Bahia de Todos os Santos ou, simplesmente, a Cidade da Bahia - como costumeiramente é chamada há séculos – e que inclui as terras em volta das águas de sua grande Baía, conhecidas como Recôncavo Baiano.

⁴ O Brasil foi descoberto, em 1500, em terras baianas. Até finais do Século XVIII, Salvador foi a capital do Brasil Colônia, sua cidade mais rica e de maior dinamismo urbano e, também, a segunda cidade do Império Português, imediatamente a seguir à metrópole lisboeta.

⁵ A origem dos “blocos” carnavalescos antecede o surgimento do carnaval propriamente dito. É possível localizar organizações semelhantes tanto no Entrudo como em diversas festividades religiosas, bastante comuns na sociedade colonial. Seus prováveis antepassados são os grupos de mascarados conhecidos como “cucumbis”, formados por negros e escravos que participavam dos festejos do Entrudo. Tais grupos desfilavam cantando e dançando ao som de seus instrumentos musicais, sendo predominante o traço satírico com que retratavam, utilizando máscaras e fantasias, a sociedade branca. Esse espírito festivo transfere-se aos modernos “blocos de carnaval” que passam a representar, efetivamente, o contraponto popular nos festejos marcadamente europeizados dos bailes de máscaras e dos desfiles dos préstitos que caracterizaram os primeiros carnavais.

⁶ São assim chamadas as pessoas, os foliões, que participam do carnaval sem estarem vinculados às organizações carnavalescas. A expressão “pipoca” decorre do fato dos foliões dançarem aos pulos, o que lembra o movimento do milho durante a feitura da pipoca.

⁷ Os “gritos de carnaval”, espécies de bailes carnavalescos públicos, aconteciam em vários pontos da cidade no período imediatamente anterior ao carnaval propriamente dito.

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

Quadro I
Tipologia das Organizações do Carnaval Baiano

ORGANIZAÇÕES	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE (*)
Afoxés	Os afoxés, na Bahia, assim como os maracatus, em Pernambuco, são manifestações típicas das religiões afrobrasileiras, com suas origens remontando ao período colonial. Compunham as festividades de rua das confrarias religiosas, organizadas pelos negros e escravos. Migram para outras festividades de rua, primeiramente para o Entrudo, e, em seguida, para o Carnaval, à medida em que as festas católicas passam a adotar uma postura de maior recolhimento, restringindo-se ao seu caráter litúrgico e banindo, por insultuosas, o que eram consideradas expressões de "paganismo africano". O Afoxé, é, regra geral, vinculado a um terreiro de candomblé. Do ponto de vista musical, caracteriza-se por fazer uso de orquestras compostas de instrumentos percussivos leves como atabaques, agogôs e xequerês, e entoar cânticos da liturgia do candomblé. Nos finais dos anos 1960 chegam quase a desaparecer do Carnaval baiano. Com a emergência dos Blocos Afro, em meados dos anos 1970, ressurgem e voltam a marcar presença na cena carnavalesca, mantendo praticamente inalteradas as suas características básicas. Reúnem em torno de 500 participantes, à exceção do tradicional Afoxé Filhos de Gandhi que chega a desfilar com 8.000 foliões.	16
Trios Elétricos (independentes)	Enquadram-se nesta categoria os Trios Elétricos que mantêm a tradição inaugurada em 1950, quando sai às ruas, pela primeira vez, o Trio Elétrico criado pela dupla Dodô e Osmar. A participação é livre e, portanto, carrega atrás de si, ao longo do desfile, as grandes multidões de foliões do carnaval baiano.	30
Blocos Afro	Surgiram na metade dos anos 1970 inaugurando o processo conhecido como de "reafricanização" do carnaval baiano. São formados pela população negromestiça da cidade. Organizações de nítida inspiração étnica, manejam um repertório estético de matriz afrobaiana que, do ponto de vista cultural, hegemônica a festa. De um outro ponto de vista, colocam-se num plano cujo âmbito de atuação transcende a festa, produzindo arranjos que combinam cultura, política e negócios. Os maiores, como Olodum e Ilê Aiyê, desfilam com um número que varia de 3.000 a 5.000 de participantes.	41
Blocos de Trio	Sua denominação decorre do fato de utilizarem um Trio Elétrico como substituto das charangas e orquestras com instrumentos de percussão e sopro que caracterizavam os blocos tradicionais. Surgem na metade dos anos 1970, mas é na década seguinte que adquirem grande importância por capitanearem o processo de mercantilização do carnaval. Os maiores chegam a reunir 5.000 participantes.	45
Blocos de Travestidos	São formados por homens travestidos de mulheres, realizando, assim, um dos rituais de inversão de papéis, tão caros à festa carnavalesca. Bastante antigos, existem registros de sua presença nos festejos de rua desde os carnavais do início do Século XX.	12

Fonte: Miguez, 1996

(*) Os quantitativos referem-se aos carnavais de 2006 e 2007

(continuação do **Quadro I**)

ORGANIZAÇÕES	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE (*)
Blocos de Índios	Surgiram nos últimos carnavais dos anos 1960. Na sua origem estavam jovens da comunidade negromestiça da cidade, até então organizados em Escolas de Samba, Afoxés e pequenos Blocos dos bairros populares. Recorrendo aos "índios" dos filmes de <i>farwest</i> como fonte de inspiração, multiplicam-se e chegam a congregar, em alguns casos, milhares de participantes. Entretanto, em razão do clima de violência e agressividade que marcava sua participação no carnaval, acabam por tornarem-se alvo da repressão policial e entram em decadência. Em meados dos anos 1970, perdem completamente espaço para as novas organizações carnavalescas da comunidade negromestiça que começavam a surgir, os Blocos Afro.	2
Blocos de Percussão e Sopro	São o tipo de agremiação mais antiga do Carnaval baiano. Podem ser considerados os herdeiros diretos dos blocos, cordões e batucadas que enchem as ruas da cidade nos primeiros carnavais. Sua característica básica é a utilização, como suporte musical, de uma charanga com instrumentos de percussão, acrescidos de instrumentos de sopro. No geral, congregam, em média, entre 400 e 500 integrantes.	33
Blocos Alternativos	São assim chamados por conta do local e horário em que desfilam. Seguem, no entanto, o mesmo padrão estético-musical e organizativo dos Blocos de Trio	15
Blocos Infantis	São blocos cujos participantes são crianças. Adotam o mesmo padrão estético-musical e organizativo dos Blocos de Trio.	7
Blocos Especiais	São blocos que reúnem , por exemplo, foliões portadores de condições especiais ou que, organizados pelo Poder Público, desfilam em celebração a algum motivo ou efeméride específica.	3
Blocos de Samba	Caracterizam-se pelo fato de utilizarem exclusivamente um repertório musical composto de sambas. Têm crescido, numericamente, de forma significativa nos últimos anos.	
Pequenos Blocos	São pequenas organizações carnavalescas, regra geral formadas por grupos de amigos ou decorrente de relações de vizinhança.	17
Total		221

Fonte: Miguez, 1996

(*) Os quantitativos referem-se às entidades cadastradas pelo Governo Municipal entre os carnavais de 2006 e 2007.

O primeiro deles é a criação/invenção do Trio Elétrico, no carnaval de 1950, por dois baianos, Dodô e Osmar, fato que marcaria 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, escala Salvador e faz 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 percussão, 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 Osmar. (Góes, 1982, p.19).

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-racial⁸, 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, vinculado 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”⁹ construídos alguns anos antes da aparição do Trio Elétrico, podem ser considerados precursores da guitarra elétrica, que já havia sido inventada nos Estados Unidos mas que ainda era desconhecida no Brasil (Góes, 1982; Risério, 1981).

No plano artístico-musical, a eletrificação do frevo pernambucano representou “algo absolutamente original na arte brasileira” (Risério, 1981, p.113) e que 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 rock'n'roll, acid rock, reggae, 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

⁸ 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 préstitos, 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.

⁹ 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.

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.¹⁰

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 por Risério (1981) de “reafricanização” do carnaval¹¹. Caracterizou-se pelo ressurgimento dos Afoxés e, particularmente, pela emergência dos Blocos Afro – estes, uma nova forma de participação organizada da juventude negromestiça no carnaval e que experimentava, na altura, o impacto das profundas transformações do mundo da cultura e da informação então em curso e das consequências 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 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. Assim é que os Blocos Afro

ocupam física e culturalmente espaços da cidade, alguns, antes estigmatizados por serem “lugar de preto”, outros, hegemonzados desde sempre pelas elites. Fazem-se produtoras e produtos no mundo da cultura e das artes, assumindo o mercado como um fator importante da cultura de massas. Assumem e explicitam a matriz negra da cultura baiana numa dimensão nunca antes registrada. (Loiola e Miguez, 1995, p.344).

Explicitando marcadamente um caráter étnico, os Blocos Afro hegemonzam do ponto de vista estético, musical e gestual os festejos, produzem níveis de inserção na sociedade imbricando cultura, política e mercado e assentam, com seu repertório estético-político de matriz afrobaiana, as bases para o *boom* da indústria cultural e a conseqüente constituição de uma economia cultural que vai caracterizar a cultura baiana a partir da metade dos anos 1980.

¹⁰ Fred Góes, estudioso do fenômeno do Trio Elétrico, atribui a Orlando Campos, fundador em 1958 do famoso Trio Elétrico Tapajós, a percepção “das potencialidades do fenômeno enquanto meio de propaganda e não somente como expressão carnavalesca. [...] é Orlando quem cria a perspectiva de *negócio*, quem fixa a necessidade do patrocínio, quem primeiro vai utilizar o trio como meio de propaganda oficial, para lançamento de novos produtos ou como meio de propaganda política, comparecendo com seu carro aos comícios interioranos”. (Góes, 1982, p.61).

¹¹ Risério (1981) 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, esse mesmo autor vai caracterizar tal momento como o da “reafricanização” do carnaval baiano.

Os anos 1980 vão dar lugar ao terceiro e último dos cortes indicados. 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 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 – como, também, para estimular 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 competente 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.

3. 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 e apresentados no Quadro II confirma esta condição.

Quadro II
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, 2006; Infocultura, 2007.

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 – e indispensáveis à realização da festa.

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, entre Blocos, Afoxés e Trios Elétricos, e, claro, a multidão de foliões que os acompanham pulando e dançando: o circuito “Osmar”, o circuito “Dodô” e o circuito “Batatinha” – os dois primeiros batizados com o nome dos inventores do Trio Elétrico e o terceiro que homenageia um grande sambista baiano conhecido como Batatinha. O circuito “Osmar”, também conhecido como circuito da “Avenida”, é o mais tradicional, remontando aos primeiros carnavais da cidade. Nele desfilam Blocos Afro, como Ilê Aiyê, Olodum, Muzenza e Malê Debalê, Blocos de Trio, como Camaleão, Internacionais e Corujas, o famoso Afoxé Filhos de Gandhi e grande número de Trios Elétricos independentes. No seu ponto de partida, uma grande praça chamada Campo Grande, são

instalados camarotes, inclusive o camarote oficial da Prefeitura, e arquibancadas. No “Batatinha”, o menor dos três circuitos e que ocupa um pequeno trecho da cidade entre a Praça Castro Alves, famosa nos carnavais dos anos 1970, e a zona do chamado Centro Histórico, onde fica localizado o não menos famoso Pelourinho, desfilam apenas pequenos Blocos e Afoxés. Juntos, estes dois circuitos somam 7 km de avenidas e ruas. O circuito “Dodô”, incorporado aos festejos a partir do expressivo crescimento experimentado pela festa no início dos anos 1990, estende-se por 4,5 km da avenida que margeia a orla da cidade, zona em estão situados os grandes hotéis. Entre o Farol da Barra e a Ondina, respectivamente, ponto de partida e chegada do desfile, são instalados muitos camarotes privados, principalmente nos hotéis, bares e restaurantes. Aí desfilam blocos como a Timbalada, o Cortejo Afro, o Ara Ketu, os grandes Blocos capitaneados por estrelas da festa, a exemplo de Daniela Mercury, Margareth Menezes e Ivete Sangalo, e vários Trios Elétricos independentes, como o de Carlinhos Brown e o do cantor e atual Ministro da Cultura do Brasil, Gilberto Gil. Mas não se restringe exclusivamente aos três circuitos a área ocupada pelo carnaval. As ruas e avenidas no seu entorno recebem multidões de foliões e uma infinidade de barracas, onde são comercializados todo tipo de alimentos e bebidas, e 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 aqueles que respondem pela segurança pública, e às empresas privadas que operam concessões de serviços públicos urbanos (energia elétrica, telefonia, saneamento, etc.). Nessa medida, compreende-se que a Administração Municipal 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 III.

Quadro III
Indicadores Econômicos do Carnaval Baiano
2007

ITEM	VALOR Dólares Americanos*
Movimento financeiro direto	167,8 milhões
Cenário I – conservador (multiplicador = 1,4)	235,0 milhões
Cenário II – moderado (multiplicador = 1,5)	251,7 milhões
Cenário III – otimista (multiplicador = 1,6)	268,5 milhões
Receita Pública	3,2 milhões
Impostos	0,9 milhão
Taxas	0,7 milhão
Cotas de patrocínio	1,6 milhão
Receita Privada	95 milhões
Organizações carnavalescas (blocos, afoxés, etc.)	38,5 milhões
Hotéis	33,3 milhões
Camarotes	9,4 milhões
Transporte Rodoviário	2,9 milhões
<i>Ferry Boat</i>	0,9 milhão
Infra-estrutura (montagem, energia, limpeza, etc.)	8,1 milhões
Comunicação / Publicidade	1,9 milhão
Despesas Públicas	27,3 milhões
Prefeitura Municipal de Salvador	11,4 milhões
Governo do Estado da Bahia	15,4 milhões
Ministério da Cultura	0,5 milhão
Despesa Privada (estimativa)	69,4 milhões
Patrocínio às entidades privadas (estimativa)	16,7 milhões
Despesas dos Foliões	123,9 milhões

Fonte: Infocultura, 2007

* 1 US Dólar = 1,8 Real

Um primeiro e importante conjunto de atividades diz respeito à festa propriamente dita. Trata-se da economia articulada por entidades e grupos carnavalescos, os blocos carnavalescos. Com uma trajetória que se confunde com a própria história dos festejos carnavalescos os blocos passaram, majoritariamente, de simples agremiações lúdicas a empresas altamente lucrativas e capitanearam o conjunto de inovações organizacionais e tecnológicas experimentadas pela festa nos últimos vinte e cinco anos.

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 trabalhadores autônomos e o exército de subempregados e desempregados para prestarem serviço como músicos, dançarinos, garçons, pessoal de saúde, motoristas, seguranças, "cordeiros"¹², 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 construção de Trios Elétricos e montagem de veículos de apoio, confecção de abadá¹³, 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, eletricitas, etc. - muitos dos quais são associados da 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 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 em muitas das mais de 50 cidades brasileiras que realizam carnavais fora de época; e
- a parceria empresarial com cantores e bandas que dá lugar a negócios variados como a exploração de trios elétricos, a participação nos carnavais fora de época e micaretas, e 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 pelo 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.

¹² São assim denominados os milhares de trabalhadores, regra geral, negros e pobres, encarregados de carregarem as cordas que delimitam o espaço dos blocos durante o desfile carnavalesco.

¹³ Nome que se dá às fantasias utilizadas pelos integrantes da maior parte dos blocos.

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, e 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-quente, amendoim, cigarros, cafezinho, adereços, colares, apitos, etc.), os catadores de papel e de latas de alumínio, os guardadores de carro, todos compondo um incrível exército de pequenos vendedores dispostos ao trabalho que a festa lhes proporciona e que somam algo em torno de 25 mil pessoas (Emtursa, 2006).

4. Desafios da Festa

O carnaval baiano, em que pese o tamanho e a pujança da sua economia que, como apontado no Quadro III, movimenta, numa estimativa conservadora, algo como 235 milhões de Dólares, ainda não teve a oportunidade de constituir-se, 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 de fundamental importância, 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 tem vindo a excluir os atores e 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 balizadoras 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 para a alma da cidade e suas gentes, 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.

Referências Bibliográficas

- ANDRADE, Oswald. Manifesto da Poesia Pau-Brasil (1924). **Antropofagia**. Disponível em: <http://www.antropofagia.com.br/antropofagia/pt/man_paubrasil.html>. Acesso em: 30 set. 2007.
- Carnaval de Salvador 2008. Circuitos. Disponível em: <<http://www.carnaval.salvador.ba.gov.br/site2008/circuitos.asp>>. Acesso em: 30 set. 2007b.
- Carnaval de Salvador 2008. Disponível em: <<http://www.carnaval.salvador.ba.gov.br/site2008/index.asp>>. Acesso em: 30 set. 2007a.
- Carnaval no Recife. **Guia do Recife e Pernambuco**. Disponível em: <<http://www.recifeguide.com/brasil/cultura/visitantes.html>>. Acesso em: 30 set. 2007.
- CORTELLA, Mário Sérgio. **Não nascemos prontos**: provocações filosóficas. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.
- EMTURSA. Relatório - Indicadores. Salvador: Emtursa S.A.; Prefeitura Municipal de Salvador, 2006. 28p.
- FUNDAÇÃO CULTURAL DO ESTADO DA BAHIA. Casa da Música. Disponível em: <<http://www.fundacaocultural.ba.gov.br/02/casa.htm>>. Acesso em: 30 set. 2007.
- GÓES, Fred de. **O país do carnaval elétrico**. Salvador: Corrupio, 1982. 122p.
- GUERREIRO, Goli. História do carnaval da Bahia: o mito da democracia racial. **Bahia Análise & Dados**. O negro. Salvador, v.3, n.4, p.100-105, mar.1994.
- INFOCULTURA. Carnaval 2007: uma festa de meio bilhão de Reais. Salvador: Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, n.1, set. 2007. 26p.
- LOIOLA, Elizabete, MIGUEZ, Paulo. Lúdicos mistérios da economia do carnaval baiano: trama de redes e inovações. **Revista Brasileira de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v.1, n.1, p.335-351, set.1995.
- MENEZES, Rogério. **Um povo a mais de mil**; os frenéticos carnavais de baianos e caetanos. São Paulo: Scritta, 1994. 192p.
- MIGUEZ, Paulo. 'Que bloco é esse?'. In: FISCHER, Tânia (Org.). **O carnaval baiano, negócios e oportunidades**. Brasília: Edição SEBRAE. pp.75-103.
- 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/ascom/economia/economia_carnaval.pdf>. Acesso em: 30 set. 2007.
- QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. Carnaval brasileiro: da origem européia ao símbolo nacional. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v.39, n.8, p.717-729, ago.1987.
- RISÉRIO, Antônio. **Carnaval ijexá**; notas sobre afoxés e blocos do novo carnaval afrobaiano. Salvador: Corrupio, 1981. 156p.
- RISÉRIO, Antônio. Carnaval: As cores da mudança. **Afro-Ásia**, Salvador, Centro de Estudos Afro-Orientais da Universidade Federal da Bahia; EDUFBA, n.16, p.90-106, set.1995.