

**CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE
CULTURA E COMUNICAÇÃO
ALEXANDRE CÉSAR SANTOS MOREIRA**

**AFRÓDROMO: ENTRE A CULTURA E O MERCADO -
DISPUTA POR ESPAÇOS NO CARNAVAL DE SALVADOR**

**São Paulo
2014**

**CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE
CULTURA E COMUNICAÇÃO
ALEXANDRE CÉSAR SANTOS MOREIRA**

**AFRÓDROMO: ENTRE A CULTURA E O MERCADO -
DISPUTA POR ESPAÇOS NO CARNAVAL DE SALVADOR**

Trabalho de conclusão do curso de pós-graduação
em Gestão de Projetos Culturais e Organização de
Eventos, produzido sob a orientação da Prof.^a
Fabiana Amaral.

**São Paulo
2014**

RESUMO

O objetivo deste artigo consiste em analisar o Afródromo, movimento cultural idealizado por lideranças das comunidades de raiz africana no Carnaval de Salvador, no contexto de disputa por espaços na festa soteropolitana.

Ao buscar possíveis razões e implicações envolvidas na criação e implantação do Afródromo, o artigo procura compreendê-lo como possível movimento de ruptura e/ou acomodação diante da lógica que determina a organização do Carnaval de rua contemporâneo de Salvador.

Palavras-chave: Afródromo, Carnaval da Bahia, Cultura Popular, Território e Cultura, Mercantilização e Mídiação do Carnaval.

ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze the "Afródromo" - cultural movement idealized by afro-descendant communities leaderships at Carnival of Salvador, Brazil, in context of dispute for better conditions to participate in this festival.

By searching for reasons and impacts regarding the foundation and implementation of Afródromo, this article intends to comprehend it as a possibility of rupture and / or contentment given the logic that determines the organization of contemporaneous street Carnival of Salvador.

Keywords: Afródromo, Carnival of Bahia, Popular Culture, Territory and Culture, Commodification and Mediatization of Carnival.

RESUMEN

El propósito de este artículo es analizar el Afródromo, movimiento cultural concebido por líderes de la comunidad de origen africana en el Carnaval de Salvador, Brasil, en el contexto de la lucha por los espacios en la fiesta.

En la búsqueda de posibles razones e implicaciones involucradas en la creación y implementación de Afródromo, el artículo trata de entenderlo como un posible movimiento de ruptura y/o acomodación en la lógica que determina la organización de Carnaval contemporáneo en las calles de Salvador, Bahía.

Palabras clave: Afródromo, Carnaval de Bahía, Cultura Popular, Territorio y Cultura, Mercantilización y Mediatización Carnaval.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
TÉCNICA E CULTURA: INOVAÇÃO E TRADIÇÃO	10
ESPAÇO: POPULAR E PRIVADO	11
FESTA: CULTURA E NEGÓCIO	13
AFRÓDROMO: TRADIÇÃO E MODERNIDADE	15
CONSIDERAÇÕES FINAIS - Afródromo: baiano, brasileiro, global	20
BIBLIOGRAFIA	25
Webgrafia	26

INTRODUÇÃO

Em 2012, alguns dos principais blocos afros e afoxés de Salvador, liderados pelo músico Carlinhos Brown, deram início ao projeto do Afródromo, com o propósito de inaugurar um novo circuito de desfiles exclusivamente destinado à exibição da cultura negra no Carnaval baiano. Em 2013, importantes blocos afros e afoxés, como Filhos de Gandhi, Ilê Ayê e Timbalada, desfilaram no centro da cidade, em local provisório, mas já nomeado de Afródromo.

Os organizadores do projeto do Afródromo alegavam que os circuitos tradicionais do Carnaval soteropolitano não permitiam a expressão plena do potencial da cultura negra. Vozes contrárias diziam que ao se retirarem destes circuitos, os grupos afros aceitariam ser colocados de lado, para acomodarem-se em gueto. Os conciliadores acreditavam que permaneceria a possibilidade da escolha de onde os blocos poderiam se apresentar, em mais de um espaço, inclusive, se preferissem, e, naturalmente, se tivessem condições.

Em 2014, o prefeito de Salvador Antônio Carlos Peixoto de Magalhães Neto - ACM Neto - iniciou a implantação de mudanças no formato do Carnaval da cidade. Contrária à criação de um espaço exclusivo para a apresentação dos blocos afros e afoxés, a prefeitura de Salvador propôs que o Afródromo se realizasse com apresentações em horário nobre no circuito de desfiles do Campo Grande, o mais tradicional. Neste ano, os blocos afros foram os homenageados oficiais durante o reinado de Momo.

Os grupos carnavalescos de matriz africana, por representarem a tradição negra da festa, através da herança cultural, dos ritmos, do culto à mitologia, da espiritualidade dançante e musical, do colorido exótico, da sensualidade e da alegria, são considerados alicerces da cultura popular local, e desfrutam de prestígio como parte indispensável dos festejos. Não estão apenas relacionados aos dias de folia, mas possuem relações estreitas com as suas comunidades e atuam de formas diversas no âmbito da cultura negra baiana e brasileira. Legitimam o caráter popular e nacional da festa, e conferem à Bahia a simbologia da identidade construída através dos signos de origem africana.

O Carnaval de Salvador, desde a segunda metade do século XX, passou por grandes transformações, tornando-se a maior festa de rua do Brasil. A criação de vários grupos carnavalescos de matriz africana, a partir dos anos mil novecentos e setenta, faz parte da dinâmica dos festejos que incluem conflitos relacionados a aspectos da tradição e da modernização da festa de rua.

O processo recente de modernização do Carnaval de Salvador foi marcado, sobretudo, pela invenção do trio elétrico, fato que promoveu uma revolução técnica na configuração da festa baiana, alterando a sua organização e os lugares sociais nos festejos.

A técnica, apropriada pelo mercado, alterou o espaço físico do Carnaval de rua da cidade, promovendo um processo de privatização, de acordo com as novas regras de organização dos festejos, cuja natureza passou por rápido e intenso processo de mercantilização, tornando-se negócio lucrativo tanto para empresários da indústria do Carnaval e do turismo, quanto para governos estadual e municipal.

O crescente movimento de mercantilização da festa carnavalesca baiana contemporânea criou impasses que colocaram em conflito interesses culturais, econômicos e políticos.

Os investimentos para a realização do Carnaval soteropolitano são majoritariamente privados e a festa é o carro-chefe dos governos locais para guiarem o calendário de eventos turísticos de verão que movimentam a economia do estado e da cidade.

Encaixados até 2013 em horários menos nobres da disputada agenda dos desfiles dos circuitos tradicionais, os blocos afros e afoxés enfrentavam dificuldades para captar patrocínios junto à iniciativa privada, com as verbas publicitárias preferencialmente destinadas aos artistas com poder de atração midiática, além de terem suas apresentações ofuscadas pelas produções dos trios mais ricos, que despertam maior interesse da mídia e do público.

O trio elétrico provocou, a princípio, uma renovação técnica, marcando o início de mudanças expressivas na festa baiana. A eletrificação do violão e amplificação da sonoridade

com a apresentação de artistas em carros seguidos pelos foliões representaram uma verdadeira revolução formal no Carnaval baiano, gerando conflitos e disputas.

No decorrer da história do Carnaval de Salvador, entre disputas e assimilações, muitos blocos afros incorporaram aspectos da técnica dos trios, e estes absorveram a influência cultural afro-baiana, sobretudo musical, alimentando-se das misturas entre ijexá, tambores de candomblé, samba, soul e reggae jamaicano. Entretanto, o recente projeto do Afródromo evidencia a disputa por formato e espaço dentro da estrutura da festa mercantilizada, entre forças hegemônicas mais próximas da modernização por via das leis de mercado, e forças contra-hegemônicas, mais ligadas à tradição.

A presente pesquisa analisou o projeto do Afródromo como possível movimento de resistência às forças hegemônicas que redirecionaram a festa carnavalesca de rua de Salvador, e modificaram a ordem de ocupação do espaço público no qual ela se dá, além de discutir o papel dos grupos de matriz africana na realidade dos festejos contemporâneos, como questionadores ou participantes apoiadores do modelo atual, sendo este resultante de um processo histórico, com inovações técnicas e ações dos homens sobre elas.

Como estratégia metodológica optou-se pela pesquisa participante, em que a relação entre o pesquisador e os sujeitos da pesquisa se constitui em uma conduta mediada e não determinante dos fatos.

Compondo a pesquisa-participante, foram realizadas as seguintes estratégias: acompanhamento da consolidação do Afródromo, tanto na sua primeira apresentação em 2013, como no desfile oficial de 2014; análise do material de comunicação e expressão do movimento; e análise de textos de jornais e reportagens na internet com declarações, entrevistas e opiniões de alguns dos principais atores que participaram ou discutiram o projeto e sua implementação.

O percurso de análise escolhido foi o de compreender o processo de criação e implementação do Afródromo, com o objetivo de estabelecer relações dialéticas entre o passado e o presente dos festejos carnavalescos em Salvador, entre o peso da tradição da cultura negra na festa e sua necessidade de renovação, e entre a cultura popular carnavalesca e

a sua mercantilização, além da influência de características específicas regionais, nacionais e globais, a partir de uma perspectiva histórica.

Na proposta de uma definição da geografia, Milton Santos declara que “o espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá.” (SANTOS, 2006, p. 63)

TÉCNICA E CULTURA: INOVAÇÃO E TRADIÇÃO

O trio elétrico foi criado em Salvador, em 1949, por Dodô e Osmar, quando eletrificaram o frevo pernambucano e começaram a se apresentar em um carro pelas ruas da cidade durante os dias de Carnaval. A fobica (o carro), o pau-elétrico (a guitarra baiana) e o frevo modificado (o frevo baiano) mudaram radicalmente o Carnaval soteropolitano. A cultura local fundiu o tradicional e o moderno, o nacional e o internacional, guitarras e tambores africanos, e amplificou o som da festa, que se espalhou por todo país.

Também em 1949, foi fundado por estivadores de Salvador o afoxé Filhos de Gandhi. Segundo Antonio Risério, os grupos de afoxés presentes no Carnaval baiano desde o final do século XIX, gradativamente perderam força até meados dos anos 1970, quando teve início o processo de “reafricanização” da cultura e do Carnaval baianos.

O processo de “reafricanização” da cultura e do Carnaval baianos nos anos 1970, como apontado por Risério (1981), tem obviamente origem na herança cultural da cidade de Salvador que conta com população majoritariamente negra e mestiça, e também em movimentos externos que chegaram ao Brasil e adquiriram contornos específicos na Bahia. Foi através do intercâmbio entre a riqueza da cultura negra local e reflexos do movimento negro norte-americano, tanto políticos quanto culturais, além dos processos de independência das antigas colônias africanas, que impulsionou-se a valorização e a renovação da cultura negro-mestiça genuinamente baiana. Sobretudo, foi por meio do renascimento dos afoxés e aparecimento de novos blocos afros como o Ilê Ayê (1974) e o Olodum (1979), atuais ícones da cultura negra brasileira, que a negritude local expressou a fusão do antigo com o moderno em novos ritmos, danças, penteados, roupas e atitudes no Carnaval da cidade. Artistas consagrados como Gilberto Gil e Caetano Veloso reconheceram e potencializaram a força destes grupos, no Carnaval e fora dele.

O Carnaval de Salvador, a partir da criação do trio elétrico, passou por inúmeras transformações que o levaram a se tornar a maior e mais influente festa de rua do país, até o recente e expressivo crescimento do Carnaval de blocos de rua do Rio de Janeiro. A cultura local criou a maneira baiana, original, de brincar na festa.

ESPAÇO: POPULAR E PRIVADO

Desde a criação do trio em 1949, com a pequena fobica, até os dias atuais, quando um carro de trio-elétrico pesa em média 60 toneladas, muita coisa mudou no Carnaval baiano. O que chamamos de trio elétrico transformou-se em um conjunto de “peças” que incluem o carro do artista, que pode ter vários andares para acomodar camarins, banda, grupo de baile e convidados especiais, carros de apoio para bares e banheiros, balões ou outras formas de promoção para divulgar as empresas públicas ou privadas patrocinadoras, além das equipes de seguranças e das cordas.

São as cordas que delimitam o espaço do trio elétrico na rua. Para garantir a segurança e o conforto dos foliões que compraram o abadá, uma barreira humana é contratada para segurar a corda. Os chamados “cordeiros” são os responsáveis por criarem um “muro” para separar quem está dentro de quem está fora do bloco. Assim, durante a passagem dos trios, o espaço público torna-se privado, em forma de “salão de baile de Carnaval ambulante”.

O espaço do salão projeta-se para além dos limites da via pública, em camarotes debruçados sobre a passagem dos trios, pagos ou exclusivos para convidados. Semanas antes do início do Carnaval, no circuito à beira mar, Barra-Ondina, começam a ser construídos luxuosos camarotes em todos os locais disponíveis e privilegiados para assistir aos desfiles.

A arquitetura do espaço do Carnaval no circuito Barra-Ondina, o que mais cresceu nos últimos anos e também atualmente o mais famoso, consiste na ocupação da rua pelos trios e blocos: no “andar de cima” estão os camarotes, e nas estreitas calçadas e ruas de acesso à avenida da praia se aglomeram os foliões da festa gratuita. Os espaços do Carnaval baiano obviamente não são opções, mas territórios marcados pelas divisões sociais.

A rua, na história do Carnaval, é tradicionalmente o espaço da festa popular onde se expressa uma concepção particular da sociedade e da vida, e onde encontra-se uma relação mais profunda com as origens dos festejos. Mikhail Bakhtin, sobre o Carnaval popular na Idade Média, diz:

Ao longo dos séculos de evolução, o carnaval da Idade Média, preparado pelos ritos cômicos anteriores, velhos de milhares de anos (incluindo, na Antiguidade, as

saturnais), originou uma linguagem própria de grande riqueza, capaz de expressar as formas e símbolos do carnaval e de transmitir a percepção carnavalesca do mundo, peculiar, porém complexa, do povo. (2010, p. 09)

Desde o século XVI, com o entrudo, embrião do Carnaval brasileiro trazido pelos portugueses, a rua é o espaço dos festejos carnavalescos populares. Enquanto as elites brincavam em círculos domésticos e posteriormente em desfiles e bailes de fantasias à moda europeia, o espaço público mantinha-se como território dos festejos das classes populares, onde o caráter popular e livre de regulamentação permitiu a mistura de inúmeras influências e expressões culturais que se somaram para enriquecer e tornar a festa brasileira única e reconhecida internacionalmente.

Com o advento do trio elétrico e, posteriormente, com o processo de “reafricanização” do Carnaval através dos blocos afros, Salvador apresentou para o país outro modelo para a festa, diferente dos carnavais do Rio de Janeiro e de Pernambuco. A Bahia combinou renovação técnica com tradição, e com isso arrastou multidões de foliões para as ruas, inclusive públicos da elite local que abandonaram os salões.

Estabelecendo relações com o presente e com o passado, o Carnaval brasileiro revela-se como uma festa viva. Renovação e tradição são elementos presentes na história dos festejos, entretanto, ao alterar a qualidade técnica e formal da festa, a criação do trio elétrico desencadeou outras técnicas que a mercantilizaram e modificaram os espaços por ela ocupados e seus lugares sociais: a rua deixou de ser apenas o espaço do Carnaval desorganizado, popular, e passou a ser ordenado e disputado por interesses diversos.

FESTA: CULTURA E NEGÓCIO

A criação do trio elétrico e a alteração de lugares sociais nos festejos possibilitou o crescente processo de mercantilização da festa de rua baiana. No entanto, a história de uma expressão cultural como o Carnaval, com origens imprecisas na Antiguidade e crescimento espetacular no Brasil, faz-se através de muitas camadas que se misturam com a história do país. Foi no Brasil e em Salvador que o trio elétrico ajudou a reformular a festa baiana. Segundo Milton Santos: “Tomada isoladamente, uma técnica é uma virtualidade em estado puro, uma virtualidade máxima, aguardando a sua historização. Os lugares, já vimos, redefinam as técnicas”. (SANTOS, 2006, p. 59)

As políticas públicas adotadas por seguidos governos municipais e estaduais que acompanharam o crescimento do Carnaval de Salvador compactuaram com a atuação da iniciativa privada na alteração da configuração do espaço da festa carnavalesca.

A Bahia é tradicionalmente um dos destinos turísticos mais importantes do Brasil. É parte da criação da ideia de brasilidade. E Salvador apresenta para o mundo a cultura forte da cidade mais negra fora da África. Os encantos baianos são rimados em inúmeras canções e versos, e também em campanhas publicitárias. As políticas públicas que visam atrair as receitas geradas pelo lucrativo mercado turístico local apostam nas qualidades do Estado para vender os eventos de verão, sobretudo o Carnaval, não apenas como evento de data estabelecida de acordo com a quaresma, mas também como razão para séries de outros eventos paralelos que marcam o calendário de atrações da alta temporada turística, como os ensaios dos blocos carnavalescos que acontecem antes e após os dias oficiais da festa momesca.

Para atrair milhares de turistas para a festa de Salvador e fazer durante anos o maior Carnaval do Brasil, as políticas públicas locais apoiaram o modelo mercantilista que gradativamente privatizou parte dos espaços públicos do Carnaval da cidade.

O Carnaval de rua de Salvador, ao longo das últimas décadas, passou por um processo de privatização do espaço público, avalizado por políticas culturais que privilegiaram o financiamento da festa por empresas interessadas em retornos publicitários, e

empresários da indústria do entretenimento focados no lucro financeiro¹. Aspectos culturais e a preocupação de inclusão da população da cidade nos festejos, com frequência, ficaram em segundo plano.

Em Salvador, fecharam-se os espaços mais tradicionais da festa através da ocupação pelos desfiles de trios de foliões de abadás comprados e pelas plateias dos camarotes, restringindo ano após ano o acesso aos melhores locais para participar dos festejos.

Autodenominando-se “Estado da Alegria”, os governos baianos “vendem”, através dos encantos de uma Bahia mítica, a vocação da terra e do seu povo para a festa e para a alegria. No entanto, o Carnaval de rua de Salvador também é excludente, violento, autoritário e reflete as ações, ou omissões, das políticas públicas locais.

¹ Para o Carnaval de 2014, a prefeitura de Salvador arrecadou R\$ 45 milhões em valores brutos, através de cotas de patrocínio adquiridas pelas cervejarias Schin e Itaipava, Banco Itaú, Petrobras e operadora NET, com lucro para o município de R\$ 10 milhões. Estima-se que o Carnaval de Salvador tenha movimentado, em recursos financeiros, neste ano, cerca de R\$ 1 bilhão. Disponível em: <http://www.correio24horas.com.br/detalhe/noticia/carnaval-tera-patrocinio-privado-de-r-45-milhoes-e-dara-lucro-de-r-10-milhoes-diz-prefeitura/?cHash=e1929f0ef506af732cdca0e792d26936>, acesso 30/07/2014, e disponível em: <http://www.abec.org.br/tag/carnaval/>, acesso 30/07/2014.

AFRÓDROMO: TRADIÇÃO E MODERNIDADE

Através da mercantilização e midiaticização do Carnaval de Salvador, as relações de conflito, próprias do processo cultural, como pensado por Gramsci, passam a ser intermediadas pelo mercado e pela comunicação, criando espaços diferenciados na estrutura da festa. Forma-se, assim, uma hierarquia de possibilidades entre os atores na disputa por espaços físico, temporal e simbólico nos festejos. Ao se mercantilizar a festa de rua de Salvador, cria-se um novo espaço de conflito social regido pela lógica da economia de mercado.

A privatização do espaço público transforma a rua, espaço para exercício da cidadania, em objeto de consumo, e os participantes da festa popular do Carnaval em público consumidor de cultura popular e de massa, repercutindo desta forma as desigualdades próprias do sistema capitalista tanto no âmbito de foliões/consumidores, como nas relações entre os produtores dos festejos. Segundo Milton Santos: “O território é a arena da oposição entre o mercado - que singulariza – com as técnicas da produção, a “geografia da produção” e a sociedade civil – que generaliza – e desse modo envolve, sem distinção, todas as pessoas.” (2006, p. 259)

Atualmente, diante do modelo de Carnaval de rua baiano, mercantilizado e midiaticizado, os grupos de matriz africana enfrentam desafios para assegurarem espaços dentro do modelo controlado, sobretudo, por forças ligadas à “economia da alegria”: empresas do ramo do entretenimento, do turismo, da comunicação de massa que inclui os meios de comunicação, os conglomerados de propaganda e marketing, as empresas interessadas em retornos publicitários, e órgãos públicos, supostamente interessados no desenvolvimento econômico do estado da Bahia. A disputa por espaços entre os principais atores do Carnaval de Salvador inclui a luta pelos melhores locais e horários para os desfiles, maior visibilidade através de exposição nos meios de comunicação, e, assim, acesso às melhores cotas de patrocínio.

Com o sucesso do gênero musical axé nos anos 1980 e a combinação da fórmula que reunia trios elétricos, astros da música baiana e venda de abadás em blocos de rua fechados por cordas, o Carnaval de Salvador adquiriu sucesso de público e de cifras milionárias, sendo

copiado em todo Brasil, inclusive em datas fora do calendário oficial da festa, sobrepondo-se às outras manifestações carnavalescas e consolidando um novo modelo de organização para os festejos.

A disputa dos grupos de matriz africana por espaço na festa provavelmente se dá, sobretudo, no campo da visibilidade. Ao longo das últimas décadas, os afoxés e blocos afros viram-se obrigados a se enquadrarem no modelo de espetáculo midiático. À maioria destes grupos, desconhecidos do grande público, foram destinados os lugares menos privilegiados para exposição nos festejos, como o Circuito Batatinha, realizado no Pelourinho. Grupos de maior expressão midiática como Ilê Ayê, Filhos de Gandhi, Timbalada, Olodum, Cortejo Afro, etc, têm espaço garantido nos maiores circuitos da Barra ou do Campo Grande, entretanto, necessitam enfrentar disputas por horários e verbas publicitárias com trios de astros como Ivete Sangalo, Claudia Leite, Daniela Mercury e até mesmo com DJs de fama internacional, contratados para tocar nos trios eletrônicos.

O prefeito ACM Neto declarou que no Carnaval de 2014, Salvador receberia 600 mil turistas e movimentaria R\$ 1,3 bilhão. Os números da festa de rua baiana são vultosos e o interesse em torno deles obviamente altos. Neste ano, todo o gasto público municipal com o Carnaval, segundo o prefeito e o secretário de Desenvolvimento, Turismo e Cultura, Guilherme Belliante, em entrevista concedida à TV Bandeirantes, seria pago pela iniciativa privada, cabendo ao poder público nenhum investimento para realização da festa ou para apoio aos grupos carnavalescos. Portanto, a disputa por espaço no Carnaval de rua soteropolitano se dá no ambiente dos recursos privados, movidos por processos de comunicação. A celebração da festa popular como espetáculo da sociedade de consumo tem nos bastidores o ambiente de jogo de disputas pela sobrevivência, entre atores produtores dos festejos.

A idealização de um espaço de espetáculo para a apresentação exclusiva da cultura negra no Carnaval, como pensado por lideranças do projeto do Afródromo, com nomes influentes do cenário cultural baiano, incluindo Vovô do Ilê, presidente do Ilê Ayê, Alberto Pitta, presidente do Cortejo Afro e da Liga dos Blocos Afro e Carlinhos Brown, sinaliza-o tanto como movimento de resistência na luta por melhores espaços, quanto o torna

participante do modelo de Carnaval dentro da realidade contemporânea dos festejos de Salvador, de acordo com os princípios fundamentais da festa de mercado.

No site oficial do Afródromo lê-se o slogan: *Afródromo. Viva esse espetáculo*. Dois de seus principais idealizadores, Carlinhos Brown, Diretor de Arte do Afródromo, e Alberto Pitta assinam a seguinte definição: “O Afródromo nasceu de um movimento “afrodescendente” alinhado com o poder da miscigenação, recuperando as cores perdidas do Carnaval baiano, sob o signo da dúplice aliança: a ética e a estética”. (informação pessoal)²

O projeto do Afródromo consolidou-se oficialmente em 2014, depois de discussões polêmicas entre lideranças de movimentos negros, prós e contras. Alguns de seus idealizadores mais influentes ainda defendem a criação de um espaço exclusivo para a expressão plena da cultura negra nos festejos carnavalescos e também fora deles, não apenas uma faixa de horário nobre no circuito de desfiles do Campo Grande, como ocorreu em 2014.

Em nota divulgada com o título “O Afródromo que nós queremos”, Antonio Carlos Santos Vovô, presidente da Associação Cultural Bloco Carnavalesco Ilê Ayê, defende a implantação do Afródromo em local próprio, na Cidade Baixa, e para finalidades que vão além do Carnaval e do seu período. Segundo ele, “as pessoas têm que perceber que o Afródromo, além de proporcionar um resgate cultural, também é um negócio”.

Importantes lideranças de movimentos negros de Salvador também se posicionaram contrárias ao projeto do Afródromo. João Jorge Rodrigues, presidente do bloco afro de maior projeção internacional do Brasil, o Olodum, disse: “Olodum tem brigado muito para sair mais cedo e poder ser visto pela televisão. Para que empresas patrocinem de forma equitativa os blocos afros³”. E sobre o Afródromo, declarou que “o que a sociedade mais quer é que os

² Entrevista publicada. <http://afrodromo.com.br/imprensa/release>. (Acesso em: 02/05/2014)

³ Entrevista publicada em: <http://jornalggn.com.br/blog/luisnassif/presidente-do-olodum-diz-que-afrodromo-criaria-gueto>. (Acesso em: 02/05/2014)

negros escolham um gueto para ir e se afastem da disputa com eles. É como se soubéssemos o lugar em que deveríamos ficar, em vez de aparecemos na Barra ou no Campo Grande⁴”.

Quando ameaçaram abandonar os circuitos tradicionais, os grupos afros desafiaram o formato imposto de cima para baixo para organizar os festejos. Com eles, também saíam da festa a tradição, o popular, o nacional e o típico da Bahia. Com a autoridade de guardiões da herança cultural africana, resistiram à ideia de unidade desigual do Carnaval de rua. “Sob o signo da dúplice aliança: a ética e a estética”, estes grupos procuram espaço dentro do modelo de Carnaval mercantilizado de Salvador. Segundo Carlinhos Brown⁵, não existe o objetivo de dissidência por parte dos grupos de matriz africana do Carnaval da cidade, mas um desejo de também “miscigenar economicamente”.

Sobre o papel do Estado na condução da cultura, Canclini diz que a modernização da cultura de massa ou de vanguarda destinada às elites está a cargo do setor privado “enquanto o patrimônio tradicional continua sendo responsabilidade dos Estados”. (2013, p. 89).

Identificada como representação típica da cultura baiana no Carnaval de rua, a movimentação por conquistas de novos espaços pelos blocos afros torna-se, também, um problema da política oficial. Coube, naturalmente, à prefeitura de Salvador autorizar onde, quando e como seria consolidado o projeto do Afródromo.

Atuando como guardiões da herança negra da festa carnavalesca baiana, e simultaneamente buscando alternativas por melhores espaços a partir da lógica da cultura hegemônica e das leis de mercado, os grupos de raiz africana, através do projeto do Afródromo, criaram um impasse que os colocou simultaneamente como dissidentes e participantes indispensáveis para assegurar o peso da tradição baiana nos principais circuitos dos festejos. Se a herança cultural destes grupos lhes permite terem voz ouvida e respeitada no âmbito da festa carnavalesca, ela também limita o seu espaço de movimentação, pois

⁴ Entrevista publicada em: <http://jornalggn.com.br/blog/luisnassif/presidente-do-olodum-diz-que-afródromo-criaria-gueto>. (Acesso em: 02/05/2014)

⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xAwnWFNqBZY>, acessado em 20/7/2014),

conferem ao país e especialmente à Bahia, aquilo que definimos como identidade nacional. De acordo com Renato Ortiz, “à medida que a sociedade se apropria das manifestações de cor e as integra no discurso unívoco do nacional, tem-se que elas perdem sua especificidade”. (ORTIZ, p. 43).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Afródromo: baiano, brasileiro, global

A história do Carnaval no Brasil é repleta de disputas, conflitos e assimilações, antes mesmo do início da transformação da festa em medalhão simbólico da cultura nacional no governo de Getúlio Vargas. Desde o entrudo, trazido pelos portugueses, passando no século XIX pelas festas de rua populares, em cordões e blocos que deram origem às escolas de samba, até as celebrações das elites em salões, corsos e bailes de máscaras, com marcação social definida tanto de espaço quanto de formato para viver os dias de folia.

Em Salvador, a partir do crescimento espetacular do Carnaval de rua da cidade, este espaço, a rua, passou a ter outro significado no contexto dos festejos baianos. O espaço público e o lugar das classes sociais dentro da lógica da festa alteraram-se diante de nova ordem para a sua organização. Gradativamente, o trio elétrico modificou a natureza da rua como espaço do Carnaval popular, que passou, nos dias de reinado de Momo, por um processo de privatização.

Apesar do sucesso dos trios e do *axé music*, o Carnaval baiano alimenta-se da rica tradição afro-brasileira. A história do Carnaval no Brasil também passa pelas festas dos terreiros de candomblé e pelo samba de roda do Recôncavo. Os afoxés e blocos afros são os representantes desta tradição nos festejos carnavalescos de Salvador. Se o trio elétrico representou a revolução técnica do Carnaval, os blocos afros foram os responsáveis pelo resgate da tradição negra da cultura popular baiana.

O modelo do Carnaval baiano pode estar chegando a exaustão. Os circuitos estão cada vez mais cheios, com uma parcela grande da população excluída dos espaços mais desejados, o que aumenta a cobrança para que os artistas se disponham a sair pelo menos um dia com trio sem cordas, gratuito. O coro de insatisfeitos com os rumos do Carnaval da cidade parece engrossar, e os governos eventualmente terão que rever suas políticas, ou omissões, com relação aos festejos.

A exclusão de grande parte da população da cidade dos circuitos mais concorridos gera segregação e violência, fazendo-se necessária a presença numerosa de batalhões policiais para assegurar os limites que permitem uns estarem dentro e muitos fora dos melhores lugares da festa privatizada que desfila pela via pública.

A cultura de matriz africana representa para a Bahia, em termos simbólicos, o mesmo que o Carnaval representa para o Brasil. Ambos são signos de identidade e patrimônio cultural, regional e nacional, portanto, são também assuntos de Estado e de políticas públicas.

A convivência com os processos de mercantilização, ou a omissão do poder público na condução dos rumos do Carnaval de Salvador possibilitou a criação de uma festa segregada, e ameaçadora para manifestações culturais menos adaptadas à realidade atual dos festejos. O mercado se apropriou do espaço da política oficial, e esta aderiu à sua lógica.

Na modernidade líquida de Sygmunt Baumam (2001), o crescente predomínio do individual sobre o coletivo esvaziou o espaço da política, ocupado pelos interesses despertados pela sociedade de consumo e seus principais protagonistas: as celebridades e os mundos de privilégios. O processo de midiaticização do Carnaval de Salvador inclui a montagem de luxuosos camarotes, rica produção para a apresentação dos astros baianos, blocos fechados de abadás com valores que se comparam ao de passagens aéreas internacionais, além de festas privadas, transporte e hospedagem sofisticados para atrair as personalidades famosas, nacionais e internacionais, que divulgarão a festa baiana em todos os meios de comunicação da sociedade de consumo, em sintonia com o discurso ideológico dominante.

A originalidade do Carnaval baiano e a sua riqueza cultural convivem com movimentos de comportamento de ordem global da sociedade de consumo neoliberal, que colocam a democracia sob o jugo das regras de mercado.

O recente projeto do Afródromo parece contribuir para potencializar a discussão acerca do caráter antidemocrático do Carnaval de Salvador, além de discutir a problemática do enfraquecimento da participação de manifestações carnavalescas tradicionais, vulneráveis na ordem contemporânea dos festejos.

A ideia original de criação do Afródromo, se por um lado, permite ser interpretada como ato de fraqueza, quando propõe a retirada dos blocos de matriz africana dos circuitos principais, também sinaliza a capacidade de resistência destes grupos, não como dissidentes do modelo de Carnaval baiano, porém, enfrentando as forças hegemônicas que decidem o formato da festa, para a conquista de maior espaço.

O dilema do Carnaval de Salvador, talvez, consista no embate entre forças regionais e globais, culturais e de mercado, que caminharam juntas para transformar a festa da cidade em uma das maiores do país, mas que também disputam, com a omissão ou apoio das políticas públicas locais, formatos distintos para os festejos e para a ocupação do espaço.

O Carnaval, apesar de parecer acontecer em tempo e espaço fora da normalidade do cotidiano não está apartado da realidade dos que dele participam. Os festejos refletem a sociedade brasileira no que ela tem de bom e também de ruim, como a enorme desigualdade entre classes sociais e a falta de consciência e respeito acerca dos limites entre o público e o privado. Ele também é resultado das escolhas das políticas públicas e as suas atuações de parceria e de controle das iniciativas de mercado.

A midiaticização e a mercantilização do Carnaval de rua encontraram no Brasil e na Bahia condições históricas e culturais específicas que permitiram a apropriação pelo mercado do espaço de exercício da cidadania, sobrepondo forças hegemônicas privadas à natureza democrática do espaço público. Na obra de 1936, *Raízes do Brasil*, Sérgio Buarque de Holanda, levando em consideração as origens históricas e psicológicas do comportamento do povo brasileiro para justificar o predomínio do particular sobre o geral, declara na abertura do capítulo: “O Homem Cordial” que “o Estado não é uma ampliação do círculo familiar e, ainda menos, uma integração de certos agrupamentos, de certas vontades particularistas”. (2002, - .1044)

Como desafio para o Estado, há o dever de administrar o peso de forças hegemônicas de mercado sobre aspectos da cultura popular emblemática, da qual ele se posiciona como guardião. Cabe ao poder público levar em consideração, como no caso do Carnaval, a relação paradoxal da festa com os tempos presente e passado, a sua modernização e a sua essência que atravessa séculos. Bakthin (2010), sobre a festa carnavalesca medieval diz que “ao

contrário da festa oficial, o Carnaval era o triunfo de uma espécie de libertação temporária da verdade dominante e do regime vigente, de abolição provisória de todas as relações hierárquicas, privilégios, regras e tabus.” (p. 08).

O projeto do Afródromo pode ser interpretado como a tentativa de convivência entre concepções distintas para a compreensão de cultura popular, como apontadas por Marilena Chaui (1994), entre o tradicional e comunitário, e o inovador e racional. Entretanto, se considerado como movimento contra-hegemônico, “(...) a oposição, a resistência, a defesa contra a hegemonia, de um lado, e a cumplicidade, a interiorização e a subordinação à hegemonia, de outro lado, tornam impossível manter tanto a perspectiva Romântica quanto a Ilustrada” (1994, p.23).

Diante da realidade atual do Carnaval de Salvador, os grupos responsáveis por levarem para a rua a herança afro-brasileira deparam-se com desafios que exigem combinar a tradição com meios que permitam a sua existência de acordo com o modelo de festa popular contemporânea, sujeita às regras da democracia conduzida pelas leis de mercado da sociedade de consumo. Resistência e conformismo fazem, assim, parte do mesmo movimento que reivindica direitos dentro de um sistema desigual, mas do qual faz-se como parte constituinte, e de onde não se deseja afastar completamente. Segundo Néstor Garcia Canclini (1988), as transgressões e experiências alternativas das culturas subalternas se dão no contexto hegemônico do qual elas participam, como “fenômenos transgressores” adaptáveis. Para Bakhtin “a negação pura e simples é quase sempre alheia à cultura popular”. (BAKHTIN, 2010, p. 10)

O Afródromo materializa tanto o dilema do Carnaval de rua de Salvador, entre a grandeza original da sua história na festa brasileira e o seu caráter contemporâneo antidemocrático, autoritário e violento, quanto o paradoxo dos blocos afros com o compromisso de manter viva a tradição negra dos festejos e, simultaneamente, garantir a sobrevivência dentro do modelo vigente. Estes grupos situam-se na fronteira entre a resistência e o conformismo, desfrutando da autoridade simbólica que lhes atribui armas para resistir, mas com pouca autonomia, ou desejo, para mudar a ordem de organização estabelecida para a festa, nas mãos das iniciativas de mercado que contam com o apoio, ou com a omissão do Estado.

A criação do Afródromo, embora atualmente distante do projeto inicial, pode ter, ou não, sinalizado para um tempo de renovação no Carnaval soteropolitano. Talvez seja apenas mais um capítulo recente na história do Carnaval brasileiro, repetindo os movimentos de confronto, assimilação e evolução. Talvez possa também ser compreendido como espelho local de um movimento maior, global, que posiciona atores, produtores e gerentes da cultura popular em conflito de interesses e de pontos de vista antagônicos, sem a intermediação necessária e eficaz do Estado, enfraquecido pelo poder do capital e pelo esvaziamento do espaço político público. Na Bahia e no Brasil, espaço marcado por características, ainda válidas, como apontadas por Holanda (2002).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKTHIN, Mikhail. A cultura popular na Idade Média e no Renascimento. O contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

CHAUI, Marilena. Conformismo e resistência. Aspectos da cultura popular no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CANCLINI, Néstor García e RONCAGLIOLO, Rafael (Editores). Cultura transnacional y culturas populares. Lima, Peru: IPAL, 1988.

CANCLINI, Néstor García. Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2013.

DA MATTA, Roberto. Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

INTÉRPRETES DO BRASIL. Coordenação, seleção de livros e prefácio, Silvano Santiago. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 2002.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. Carnaval Brasileiro. O vivido e o mito. São Paulo: Brasiliense, 1992.

ORTIZ, Renato. Cultura brasileira e identidade nacional. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SANTOS, Milton. A Natureza do Espaço. Técnica e Tempo, Razão e Emoção. São Paulo: Edusp, 2006.

RISÉRIO, Antônio. Carnaval Ijexá. Salvador: Corrupio, 1981.

Webgrafia

AFRÓDROMO. Disponível em: <http://afrodromo.com.br/imprensa/release>. Acesso em: 02/05/2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. Disponível: <http://www.abeoc.org.br/tag/carnaval/>. Acesso em: 30/07/2014.

BROWN, Carlinhos. ENTREVISTA. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xAwnWFNqBZY>. Acesso em: 20/7/2014.

ENTREVISTA PREFEITO DE SALVADOR ACM NETO. R7 Entretenimento. Disponível em: <http://entretenimento.r7.com/carnaval-2014/apartheid-no-carnaval-entenda-a-polemica-do-afrodromo-em-salvador-01032014>. Acesso em: 02/05/2014.

ENTREVISTA PRESIDENTE DO OLODUM JOÃO JORGE RODRIGUES. Jornal GGN, Luis Nassif Online. Disponível em: <http://jornalgggn.com.br/blog/luisnassif/presidente-do-olodum-diz-que-afrodromo-criaria-gueto>. Acesso em: 02/05/2014.

ENTREVISTA SECRETÁRIO DA CULTURA DE SALVADOR GUILHERME BELLIANTE. TV Bandeirantes. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WTiu6fgus8o>. Acesso em: 20/07/2014.

JORNAL CORREIO 24 HORAS. Disponível em: <http://www.correio24horas.com.br/detalhe/noticia/carnaval-tera-patrocinio-privado-de-r-45-milhoes-e-dara-lucro-de-r-10-milhoes-diz-prefeitura/?cHash=e1929f0ef506af732cdca0e792d26936>. Acesso em: 30/07/2014.