

MARGARETE FAGUNDES NUNES

**O TURBANTE DO FARAÓ:  
O Olodum no *mundo negro* de Salvador**

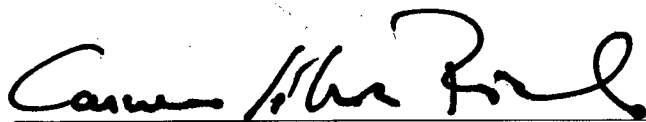
Dissertação apresentada como requisito  
parcial à obtenção do grau de Mestre.  
Pós-Graduação em Antropologia Social.  
Centro de Filosofia e Ciências Humanas.  
Universidade Federal de Santa Catarina.  
Orientadora: Dra. Carmen S. Rial.

Ilha de Santa Catarina  
07 de março de 1997

**O TURBANTE DO FARAÓ:  
O Olodum no *mundo negro* de Salvador**

**Margarete Fagundes Nunes**

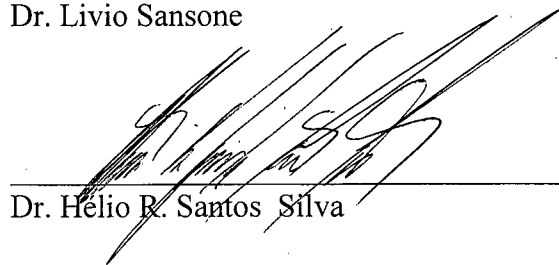
Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Antropologia Social. Aprovada pela Banca Examinadora composta pelos seguintes professores:



Dra. Carmen Sílvia Rial (Orientadora)




Dr. Livio Sansone



Dr. Hélio R. Santos Silva

07 de março de 1997



Prof.<sup>a</sup> ESTHER JEAN LANGDON  
Coordenadora do PPGAS/CFH/UFSC



*À Jô e ao Manoel, amigos de todos os dias nesta passagem pela Bahia.*

## **AGRADECIMENTOS**

### **NA CIDADE DE SALVADOR:**

Aos integrantes do Grupo Cultural Olodum, especialmente aos que aceitaram o diálogo. Da Boutique: Paulinho, Jorge, Stelinha, Rose, Patrícia - Da Fábrica de Carnaval: Sr. Edivaldo, Déo, Rasta, Lucas, Angela e Fátima - Da Escola Criativa: Manoel, Gerusa, Dora, Peter Leão, Roquinho - Da Casa do Olodum: Nil - Da Banda: Negão, André, Tóti, Mestre Memeu, Rene Veneno, Fernandinho de Itapuã - Registro ainda as contribuições de Joel Gonzaga, Alberto Pita, Euzébio Cardoso, Nelson Mendes, Walmir França, João Jorge e Maestro Neguinho do Samba.

Pela interlocução e valiosos esclarecimentos agradeço ao Vovô, diretor-presidente do Bloco Afro Ilê-Ayiê.

Minha participação no núcleo S.A.M.B.A. - Sócio-Antropologia da Música na Bahia - foi de extrema relevância para este trabalho. Agradeço o carinho e a atenção recebida de Ari Lima, Sirleide, Eliene, Petra, Maria do Carmo e, principalmente, de Milton Moura, excelente interlocutor na fase de escrita desta dissertação.

Pelo o auxílio na fase de realização do trabalho de campo, sou grata ao professor Livio Sansone.

À amiga Josiane, pela troca, incentivo e solidariedade.

### **NO EIXO SUDESTE/CAMPINAS:**

Agradeço a contribuição da doutoranda Regina Célia do Nascimento.

### **NO EIXO SUL/FLORIANÓPOLIS:**

Aos que navegaram comigo no mesmo barco, os colegas de Mestrado: Flávio, Lédson, Cristina e Maria Lúcia - aos que a nós foram se juntando: Carmen, Ângela e Patrícia.

Ao fiel representante da comunidade do Pântano do Sul, o meu pequeno grande amigo Jonas.

Ao Ivan, do Núcleo de Estudos Negros - NEN - pelo diálogo neste tempo de Mestrado.

Pela confiança e estímulo, sou muito grata a minha orientadora, a professora Carmen Sílvia Rial.

Aos professores Hélio R.S. Silva e Miriam P. Grossi, por suas tantas contribuições. Agradeço ainda a Ilka B. Leite, que na qualidade de coordenadora do NUER - Núcleo de Estudos de Identidade e Relações Interétnicas - da UFSC, incluiu-me no projeto de pesquisa apoiado pela Fundação Ford.

Ao principal órgão financiador dessa pesquisa, a CAPES, cuja bolsa de Mestrado pude contar durante todo o transcorrer do Curso.

#### **NO EIXO SUL/PORTO ALEGRE:**

Aos meus amigos de sempre, quero dizer aqueles que a gente nunca esquece: Márcio, Júlio, Stelamáris, Zeca e, a quem se fez neste tempo companheiro, o querido Marco Antônio. ^

À Gláucia, que me orientou sobre as "vírgulas fora de lugar".

Na Prefeitura de Porto Alegre, ao assessor de políticas públicas do negro na gestão 92/96, o amigo e colaborador Dilmair dos Santos. Na FESC, à amiga Neusa Santos.

#### **NO EIXO SUL/SÃO LEOPOLDO:**

Aos "velhos amigos" e a minha família, pelo constante apoio e afeto - de maneira muito especial agradeço aos meus pais, meus maiores Mestres, meus grandes amores.

## SUMÁRIO

RESUMO.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INTRODUÇÃO	
PARTE 1.....	02
PARTE 2.....	07
<b>I. A ESPETACULARIZAÇÃO DO MUNDO NEGRO</b>	
I.1. DA RELAÇÃO CULTURA & ECONOMIA.....	15
I.2. DA CIDADE DE SALVADOR.....	25
I.3. DA PERFORMANCE OLODUM.....	36
<b>II. O OLODUM E O MACIEL PELOURINHO</b>	
II.1. PELOURINHO NÃO É MAIS AQUELE.....	49
II.2. ESSA É NOSSA PRAIA.....	57
II.3. Ó PAÍ Ó!.....	62
II.4. BAI BAI PELÔ!.....	64
II.5. PELOURINHO OPEN TO THE WORLD.....	67
<b>III. O OLODUM NO CONTEXTO DOS BLOCOS AFRO E DA MÚSICA BAIANA</b>	
III.1. ERA UMA COISA DOS DEUSES.....	73
III.2. DOS ANOS 70 PRA CÁ.....	82
III.3. TODO MUNDO FOI <i>BROWN</i> .....	85
III.4. DAÍ NÓS COMEÇAMOS A DEIXAR O CABELO CAIR.....	88
III.5. EM VEZ DE CABELOS TRANÇADOS.... TURBANTES DE TUTHANKHAMON.....	92
III.6. É COMO SE FOSSE O SANGUE NO CORPO DO OLODUM.....	94
<b>IV. OLODUM - A GRIFE AFRO-BRASILEIRA</b>	
IV.1. PASSANDO A CULTURA ATRAVÉS DA GRIFE.....	101
IV.2. SÃO AS CORES DO PAN-AFRICANISMO.....	107
IV.3. MICHAEL JACKSON VESTIU A CAMISA.....	111
IV.4. OS GRINGOS SE APAIXONAM. ....	116
IV.5. ELES AJUDARAM A CONSTRUIR O NOSSO SONHO.....	124
IV.6. A NOVA CARA PRETA DO BRASIL.....	129
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	133
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	138

## RESUMO

Nesta dissertação, ocupo-me do estudo dos movimentos de negritude contemporâneos, privilegiando a sua relação com a sociedade de consumo. Tomo como ponto de partida para esta discussão, a experiência do Grupo Cultural Olodum, na cidade de Salvador. Desde 1987, quando, para o carnaval, o Grupo escolheu o tema *Egito* e a música *FARAÓ*, a *batida afro* passou a ser, cada vez mais, objeto de interesse de vários artistas, rádios e gravadoras locais. A partir daí, o sucesso obtido pela divulgação de sua música, o ritmo *samba-reggae*, já lhe garantiu parceria com grandes nomes da mídia internacional, além da oportunidade de realizar *shows business* no mundo inteiro. Atualmente, o Olodum se assume enquanto uma "empresa cultural" e se constitui como um forte representante das identidades negras que seguem uma perspectiva transnacional. Neste trabalho, busco analisar a presença do "produto Olodum" no mercado, levando em conta alguns fatores: a expansão da música *axé*; a crescente profissionalização e exportação do carnaval baiano; o desenvolvimento do turismo; a disputa de poder entre blocos afro e empresas de trios elétricos; a eleição de alguns signos que, para o Olodum, assinalam o *ser moderno*; a restauração do Pelourinho, que fez deste um importante *point* para o turismo cultural.

## ABSTRACT

In this dissertation I concern myself with the study of contemporary blackness movements, distinguishing their relation to the consumer society. I use the experience with the Olodum Cultural Group in Salvador as a starting point for this discussion. Since 1987, when the Group chose Egypt and *Faraó* song as theme, the afro beat became, more and more, an object of interest to many artists, radios and record companies. From then, the success the Group got from spreading its music, the samba-reggae rhythm, has already guaranteed its partnership with the greats of international media, besides the opportunity to perform business shows all over the world. Nowadays, Olodum takes on a Cultural Company and sets up as a strong representative of black identities that follow a transnational perspective. In this work, I try to analyze the presence of Olodum products in the market, taking into account some factors: the increasing professionalism and the export of Bahia's Carnival; the development of tourism; the dispute of power between afro groups and eletrict-trio companies; the election of some signs that mark the modern being to Olodum; the restoration of Pelourinho that made it an important point to the cultural tourism.

Dá licença, dá licença  
Meu senhor  
Dá licença, dá licença  
Pra iô, iô

Eu sou amante da gostosa Bahia  
Porém, pra saber seus segredos  
Serei baiano também  
Dá licença gostar  
Um pouquinho só  
A Bahia eu não vou roubar  
Tem dó  
E já disse o poeta que terra  
Mais linda não há  
Isso é velho do tempo  
Que se escrevia Bahia com H

Deixa ver  
Com meus olhos  
De amante saudoso  
A Bahia do meu coração  
Deixa ver  
Baixa do Sapateiro  
Xarriot, Barroquinha, Calçada, Taboão  
Sou amigo que volta feliz  
Aos teus braços abertos, Bahia  
Sou poeta e não quero ficar assim  
Longe da tua magia

Deixa ver teus sobrados  
Igrejas, teus santos  
Ladeiras e montes  
Tal qual um postal  
Dá licença de rezar  
Pro Senhor do Bonfim  
Salve a Santa Bahia imortal  
Bahia dos sonhos mil  
Eu fico contente da vida em saber  
Que a Bahia é Brasil.

## PARTE I.

A realização do trabalho de campo na cidade de Salvador não foi um mero acaso. É bem verdade que a Bahia para nós, sulistas, é revestida de uma certa aura, "um lugar que algum dia tem que se conhecer". E isto vale também para nós, jovens pesquisadoras, envolvidas no estudo das manifestações culturais negras no sul do Brasil. A viagem já estava marcada. Eu e Ângela<sup>1</sup> havíamos combinado, no verão/96 iríamos à Bahia. A intenção inicial de apenas passear, transformou-se, às vésperas da defesa do projeto de pesquisa, numa tarefa maior: realizar o trabalho de campo na cidade de Salvador.

A expectativa de sair para um lugar desconhecido encantava-me bem mais do que o retorno à cidade de Porto Alegre. Afinal, era a minha chance de praticar a *viagem* que, para os iniciandos em antropologia, serve como um *rito de passagem*.<sup>2</sup> DA MATTA (1987, p.51) fala disso, porém ressalta o aspecto do sacrifício e da solidão existencial desta experiência, pois, em "ambos os casos, antropólogo e noviço são retirados de sua sociedade; tornam-se a seguir invisíveis socialmente, realizando uma viagem para os limites do seu mundo diário e, em pleno isolamento num universo marginal e perigoso(...)." Ao fazer essas considerações, o autor está se referindo ao trabalho de campo entre grupos indígenas. Todavia, trago suas afirmações bastante convicta de que estas podem, igualmente, auxiliar na reflexão da *viagem* como *rito de passagem* no contexto da pesquisa etnográfica urbana, sem maiores prejuízos.

Minha viagem à Bahia não se caracterizou pelo isolamento e solidão. Vale lembrar, no entanto, que a banca de defesa do respectivo projeto de

---

<sup>1</sup> Colega no Mestrado em Antropologia Social na Universidade Federal de Santa Catarina, que também realiza estudos sobre movimentos de negritude.

<sup>2</sup> Alguns colegas do Mestrado que fizeram sua pesquisa na própria cidade de Florianópolis comentaram comigo sobre a falta do *rito de passagem* para demarcar uma e outra fase, alegando que isso teria trazido dificuldades para a finalização do campo. Não creio que a distância geográfica seja assim tão crucial. No meu caso, apesar da distância física, continuei mantendo contato com algumas pessoas de Salvador, que acabaram, durante a escrita do texto, marcando presença através de cartas, telefonemas etc. Algumas, inclusive, funcionaram como informantes 'pós-campo', atualizando dados e contando novidades.



pesquisa me havia alertado enfaticamente para os perigos que eu enfrentaria num campo desconhecido, pois além de "não dominar os códigos culturais" contava com outro agravante: estava diante de um *campo minado*, ou seja, um campo que historicamente atraiu muitos pesquisadores, portanto, corria o risco de não ser muito bem vista pelo fato de alguns grupos negros em Salvador já estarem cansados de servirem de objeto de estudo. E soma-se a tudo isso a minha identidade gaúcha que poderia pesar negativamente.

Diante da provável hostilidade que encontraria na cidade do São Salvador, alguns colegas do Mestrado, solidários, optaram por realizar meu *bota-fora* no dia 1º de novembro, "dia de todos os santos", para ver se um apoio espiritual amenizava, ao menos um pouco, as futuras agruras do campo. Dessa forma, deixei para trás o "alento" e o conforto das relações familiares para experimentar aquilo que DA MATTA convencionou denominar de *anthropological blues*:

Seria, então, possível iniciar a demarcação da área básica dos *anthropological blues* como aquela do elemento que se insinua na prática etnológica, mas que não estava sendo esperado. Como um *blue*, cuja melodia ganha força pela repetição das suas frases de modo a cada vez mais se tornar perceptível. Da mesma maneira que a tristeza e a saudade (também *blues*) se insinua no processo de trabalho de campo, causando surpresa ao etnólogo. É quando ele se pergunta, como fez Claude Lévi-Strauss, *que viemos fazer aqui? Com que esperança? Com que fim?* (1987, p.168).

Para o autor em questão, o exercício do trabalho de campo insere o antropólogo numa espécie de *liminaridade*<sup>3</sup>, de viagem ritual. Ao abandonar por um tempo os parentes e amigos e se colocar diante de um outro contexto, ele tem a possibilidade de construir novas relações sociais. Contudo, o processo de *transformar o exótico em familiar* ou vice-versa, requer distância social. O

---

<sup>3</sup>O autor remete-se aos trabalhos de VAN GENNEP e Victor TURNER sobre os *ritos de passagem* nas sociedades tribais. Neste caso, o antropólogo experimentaria, assim como o noviço, três fases: *morte* (separação), *liminaridade* (isolamento) e *ressurreição* (mudança de status). (DA MATTA, 1987, p.151) O conceito de *liminaridade* mereceu uma melhor explicação no cap.1. desta dissertação.

antropólogo nesta fase de *liminaridade* experimentaria o isolamento, a marginalidade e, por consequência disso, a solidão.<sup>4</sup> A riqueza de todo esse aprendizado concederia ao antropólogo em sua volta um novo *status*, seria um "movimento que nos leva para fora do nosso próprio mundo, mas que acaba por nos trazer mais para dentro dele." (p.153).

DA MATTA vai ainda mais longe: ao refletir acerca da proposta de *descrição densa* de Clifford GEERTZ afirma que "para distinguir o piscar mecânico e fisiológico de uma piscadela sutil e comunicativa, é preciso sentir a marginalidade, a solidão e a saudade." (1987, p.173)

Posso dizer que fiz um movimento completamente inverso. Foram raros os momentos de tristeza e solidão nos meses em que vivi na cidade de Salvador. Minha experiência de campo foi marcada por um forte sentimento de alegria e por uma intensa socialização. Ao voltar para o sul do Brasil depois de cinco meses em Salvador, sentia-me completamente "fora", deslocada do meu próprio lugar de origem. Ao transitar pelas ruas de Porto Alegre e Florianópolis, achava-as completamente tristes e as pessoas excessivamente sérias e, é claro, sentia uma vontade imensa de retornar à Bahia. Era como se a prática do trabalho de campo tivesse-me afastado do meu próprio mundo, ao invés de me trazer mais para dentro dele, como sugere DA MATTA.

A sensação de ter voltado impregnada desta cultura<sup>5</sup> me levou a contraverter o *anthropological blues*, pois, se a solidão não se fez presente no *estar lá*, foi uma constante no *estar aqui*. A saudade do lugar, das relações e de toda uma vivência compartilhada na experiência de campo é que me soou dessa forma repetida, como um *blue*. É por isso que, na hora da montagem do

<sup>4</sup>GEERTZ (s/d) indica algo semelhante: "Estar Lá é uma experiência de cartão postal, que afinal requer algo mais do que um caderno de anotações, a disposição de tolerar um certo grau de solidão e desconforto físico (...)"

<sup>5</sup> Na cidade de Salvador comuniquei a algumas pessoas que estranhava não sentir vontade de retornar para o sul. Euzébio Cardoso, vice-presidente do Olodum, informou: "Já acompanhei outras pesquisas, é quase sempre a mesma coisa, quer um conselho? fica!" Maestro Neguinho do Samba mais de uma vez comentou: "Não sei o que tem essa terra, quase todo mundo que vêm pra cá não quer mais voltar."

texto, dividido com CAIAFA a mesma preocupação: se estarei "à altura de evocar, com os recursos da escritura, a elegância de todas essas coisas que vivi com eles." (1985, p.24)

Mas pesquisador que faz a *viagem* "quase sempre volta"<sup>6</sup>, traz do campo muita coisa, mas existe "aquilo que o antropólogo não pode trazer de lá" (SILVA, H. 1996, p.87): são as pessoas com as quais ele convive e que, na hora de partir, cobram dele algo mais.<sup>7</sup>

O que o pesquisador doou em curiosidade intelectual, portanto humana, ele leva triplicado em descobertas, dados, textos, tese. Mas quem se doa apenas porque percebia uma difusa afetividade envolvendo perguntas, olhares detidos, interesse em escutar, naturalmente queria aliança, que exige presença e constância. Mas, o antropólogo é aquele que um dia vai embora. E quem vai embora, abandona. (SILVA, H. 1996, p.87)

Segundo DA MATTA, assim como o noviço tem o seu "padrinho" de iniciação, o antropólogo em campo deverá também achar o seu, "alguém que lhe ensinará os caminhos e desvios encontradiços na cidade que pretende estudar e que deverá socializá-lo como uma criança muito especial." (1987, p.152) Ao meu ver, isso não é uma ação deliberada, não se sai á cata de algum "padrinho", simplesmente se encontra, e muitas vezes percebemos a importância crucial que ele teve quando já estamos finalizando o campo. Os "padrinhos" são facilitadores, tanto da fase de inserção no campo como durante o transcorrer da pesquisa.

---

<sup>6</sup>PEIRANO (1995, p. 54) fala acerca da conversão religiosa de alguns antropólogos, segundo ela, "assunto tabu entre os especialistas". Para a autora, a experiência do trabalho de campo favoreceria, nesses casos, uma "reestruturação da visão de mundo desses pesquisadores". Podem-se citar, como exemplos de uma "conversão", os pesquisadores Pierre VERGER e Roger BASTIDE.

<sup>7</sup>Ouvi de uma interlocutora a célebre frase de Saint Exupéry: "És eternamente responsável por aqueles que cativas." Numa outra oportunidade, fui lembrada do seguinte: "Se você voltar para o sul e nos esquecer vamos achar que nos tratou somente como 'objetos.'" Ao chegar no sul demorei cerca de um mês para dar notícias e ao ligar ouvi uma reclamação: "Sua ingrata! Por que você demorou tanto para ligar?"

É impossível transformar em texto todas as imagens, todas as cenas. No entanto, algumas permanecem muito vivas nas lembranças, e, por algum motivo ou outro, acabamos dando a elas uma maior importância. Outras, não foram arquivadas somente na memória, mas no "velho amigo", o diário de campo. O que anotamos sem muita disciplina, sem nenhum rigor e, pode-se dizer, aquilo que muitas vezes parecia não ter alguma utilidade se transforma na hora da escrita numa fonte de matéria-prima, à qual recorreremos em busca de pedaços, fragmentos, a fim de montarmos o nosso "quebra-cabeça". As citações do diário de campo na montagem final do texto são insignificantes se considerarmos a importância que ele adquire durante todo o processo de trabalho, seja na organização das idéias, ou auxiliando a pesquisadora a recordar a *viagem* e a experiência de campo. Acredito que isto seja o seu principal mérito. No início, escrever alguma coisa no diário de campo soava como uma espécie de obrigação. Com o tempo fui tomando gosto e isso se tornou um hábito. Quando retornei, estava tão familiarizada com o tal diário de campo que desejava continuar escrevendo. No entanto, concluí que isso ficaria estranho, pois, se havia terminado o campo, porque eu iria continuar o diário? Comecei, então, a escrever cartas para os amigos que deixei em Salvador, e, depois de um certo tempo, relendo-as, percebi que, através delas, eu dava continuidade ao que costumava fazer no diário de campo. As cartas acabaram subsidiando também a construção do texto, pois traduziam de uma certa forma o estranhamento da volta e anunciavam que, no meu caso, o *anthropological blues* tinha sido no retorno.

As imagens contam a história de uma experiência que, na condição de texto, não deixam de revelar um certo "autoritarismo" da pesquisadora, pois agora, distante, monta o texto à sua maneira, mas nem por isso deseja transformar o diálogo em monólogo.<sup>8</sup> Talvez o mais correto seja dizer que na escritura construímos um "diálogo diferente".

---

<sup>8</sup> Faço alusão a uma discussão muito presente hoje no interior da disciplina. Para alguns antropólogos, a *metáfora do diálogo* viria a substituir a *metáfora do texto*, a partir do questionamento das relações de poder no exercício do fazer antropológico. Para TEDLOCK, (1986) os antropólogos estabelecem um diálogo no máximo durante o trabalho de campo, e, durante a escrita, transformam-no em um monólogo, o que viria, dessa forma, a reforçar o caráter autoritário do discurso científico. CRAPANZANO (1991), por sua vez, estabelece um debate com o autor, ressaltando que o diálogo não se dá apenas por fusão, aproximação e consenso; ele também pode provocar tensão e conflito.

## PARTE II.

Ao chegar na cidade de Salvador, constatei que de fato me encontrava diante de um *campo minado*.<sup>9</sup> Deparei-me com um grande número de pesquisadores; eu era mais uma curiosa sobre o *mundo negro*<sup>10</sup> de Salvador. Essa procura incessante por parte dos pesquisadores é objeto de críticas de algumas lideranças negras. Por exemplo, Vovô, diretor-presidente do Bloco Afro Ilê-Ayiê<sup>11</sup>, denuncia publicamente que:

Tudo na Bahia, essa efervescência cultural, essa musicalidade, tem a negrada por de trás, mas só produzindo. Os negros só fazem produzir, mas não sabem comercializar a sua arte. Hoje, o bloco afro tem sido reconhecido pelo mercado, mas eu não sei se ele é tão bem aceito. Eu acredito que, fora do Brasil, ele seja muito mais respeitado. Aqui na Bahia, nós somos ainda muito observados como

---

<sup>9</sup>Segundo um interlocutor, no início, eu estava sob observação e só me inseri no grupo porque fui, então, aprovada. Conforme ele: "quando não se gosta de um pesquisador, 'dá-se um gelo', até que ele (a) se flagra e vai 'espontaneamente' embora." Logo que cheguei na cidade, conheci um pesquisador europeu que estava realizando pesquisa na Escola Criativa Olodum. Ele reforçou as dificuldades de inserção no campo, advertindo: "há resistência porque costuma aparecer muito turista e viajante dizendo que é antropólogo para poder 'xeretar nos grupos.'" No caso específico da Escola Criativa Olodum, alguns professores informaram-me que, além dos pesquisadores, surgem muitos voluntários oferecendo-se para realizar algum tipo de trabalho, vindos das mais diferentes partes do mundo. Soma-se a isso o grande número de curiosos que desejam fotografar, filmar e que atrapalham o processo de aprendizado das crianças. Por causa desse tipo de problema, os professores da Escola Criativa vêm sentindo necessidade de realizar uma "seleção de pesquisadores."

<sup>10</sup>Pode-se caracterizar a expressão como uma categoria êmica. É muito presente nas letras das canções do Ilê-Ayiê e marca, inclusive, o seu primeiro carnaval. Segundo MOURA (1987, p.15) a tradução de "Ilê-Ayiê" em língua yorubá aproxima-se de *mundo negro*, ou *a casa da gente*. Michel AGIER (1992), quando se utiliza da expressão *mundo negro*, faz referência às diversas vozes que compõem um discurso "étnico-racial" na cidade de Salvador, nas décadas 70/80: os movimentos existentes em torno da arte e da música (dança, capoeira, artes plásticas, poesia etc), a manifestação carnavalesca (blocos afro), religiosa (candomblé) e os movimentos sociais, sindicais etc. O autor vê uma certa *unidade e correspondência* nas diversas vozes que compõem esse *mundo negro*. No entanto, quando a utilizo aqui, estou querendo fazer referência a uma das partes desse todo de que nos fala AGIER, no caso, especificamente ao *mundo negro* dos blocos afro.

<sup>11</sup>O O Ilê-Ayiê, primeiro bloco afro, foi fundado em 1974 por jovens trabalhadores do Pólo Petroquímico de Camaçari, moradores do Curuzu, no bairro Liberdade (formado por uma população predominantemente negra/mestiça, como a maioria dos bairros de Salvador, é um dos que apresenta o maior contingente populacional). Saiu às ruas pela primeira vez no carnaval de 1975.

objeto de pesquisa. As pessoas nos procuram para fazer tese de mestrado, mas para a venda de um produto mesmo, ainda acho que nós ganhamos muito pouco. (Entrev. cedida a Rev. Bahia Análise & Dados no dia 15.01.96)

Essa crítica foi explicitada em nossa primeira conversa. Ao estabelecer um contato inicial por telefone, surpreendeu-me com a seguinte pergunta: "você é negra?" A resposta negativa não foi empecilho para que estabelecêssemos um diálogo ao longo de minha permanência na cidade. No entanto, num primeiro momento, Vovô indagou sobre a finalidade da pesquisa, reclamou da falta de retorno da maior parte dos trabalhos acadêmicos, salientou que a população do Bairro Liberdade (onde se localiza a sede do Ilê-Ayiê), na sua maioria, vive em péssimas condições de vida, e que isso não é objeto de reflexão da maior parte dos pesquisadores.<sup>12</sup>

Vovô do Ilê reivindicou uma postura ética e política dos pesquisadores, o que vem ao encontro de uma discussão muito presente hoje na antropologia: o questionamento acerca das relações de poder<sup>13</sup> implicadas na elaboração do trabalho científico. Isto tem levado alguns antropólogos a repensarem a construção da prática etnográfica, seja no modo como se constitui a pesquisa (a relação observador x observado, a *subjetividade e inter subjetividade em campo*), bem como a própria construção do texto.<sup>14</sup>

<sup>12</sup> Na Escola Criativa Olodum, há casos de permuta com alguns pesquisadores. Estes oferecem algum tipo de trabalho voluntário (oficinas, cursos etc) em troca da realização da pesquisa. Conforme a diretora da Escola Criativa Olodum: "A gente vai trabalhando assim na troca, na permuta. A gente colabora na forma que pode e recebe a permuta." (Dora - 18/03/96)

<sup>13</sup> Segundo CALDEIRA (1989, p.4), esse não é um tema recente. É preocupação de alguns antropólogos nas décadas de 40/60, sobretudo, os ingleses. No entanto, a autora estabelece uma distinção entre a "Antropologia Política" tradicional e as atuais críticas contemporâneas, que soam mais fortemente no contexto norte-americano. O enfoque teria se deslocado das instituições políticas para alcançar as mais variadas esferas da vida social, a partir da pressuposição de que as relações sociais são marcadas por desigualdades de poder. Assim, as relações de dominação entre sociedades e culturas distintas (mais especificamente entre os ditos povos "colonizadores" e os "colonizados") passam a ser objeto de reflexão analítica. Conforme a autora: "uma antropologia dos *encontros coloniais* (sem grifo no original) tenta analisar as relações de poder e de dominação que moldam, de um lado, os encontros propriamente ditos e, de outro, seus produtos, as várias formas geradas por combinação e que existem hoje em dia no chamado terceiro mundo." (1989, p.5)

Especificamente sobre a vertente política da Escola Britânica a partir da década de 40 e sua proposta de "teoria da ação", ver discussão de BIANCO, B.F. (1987)

<sup>14</sup> A isto tem se denominado "experimentalismo", que, segundo CLIFFORD (1996, p.9),

Contudo, é importante lembrar que neste exercício, o do "fazer antropológico", o poder não é unilateral. Durante o trabalho de campo, este é permanentemente negociado por ambas as partes, pesquisador e pesquisado. Ainda que, na maioria das vezes, o pesquisador eleja "arbitrariamente" o seu objeto de estudo, cabe ao grupo escolhido o direito de aceitar ou recusar a interlocução. Por exemplo, em um *campo minado* como Salvador, onde muitos grupos têm, historicamente, servido de objeto de estudo, há um certo desgaste na própria figura do pesquisador. Afinal, sua presença não é mais novidade, pois, se é apenas "mais um (a)". Quando os nossos interlocutores fazem a pergunta "A que e a quem irá servir o teu trabalho?", já deixam explícitas as regras do jogo e põem à mostra os seus interesses, ou seja, seus ganhos ou perdas nesta relação.

Não é de hoje o interesse dos pesquisadores (do Brasil e do mundo) pelas manifestações culturais negras da Bahia. Isto se fez sentir de forma mais intensa nos cultos afro-brasileiros. Conforme denuncia DANTAS, B.G. (1987), muitos desses intelectuais contribuíram para sustentar a idéia de uma certa "pureza africana", mais especificamente quando o assunto em questão eram os rituais de origem nagô. Nesses casos, "integração e resistência passam a ser avaliados pelo grau de 'pureza', esta definida a partir de traços culturais de certos candomblés da Bahia tidos como africanos." (p.122) Na verdade, DANTAS, B.G. mostra-se interessada em construir uma crítica a alguns intelectuais que, segundo ela, forneceram os alicerces para essa idéia de "pureza africana", a partir dos seus estudos sobre os rituais nagô.<sup>15</sup> De

---

"freqüentemente implica no uso da primeira pessoa do singular, o uso mais explícito de recursos literários e retóricos, mais atenção à escrita da antropologia - todas essas tendências podem ser entendidas como uma espécie de retorno daquele escritor de viagens, que foi afastado da escrita da antropologia."

Essas reivindicações, do "político" e do "literário", na construção do trabalho antropológico insere-se no que se tem caracterizado como "vertente pós-moderna" da disciplina. Conforme CLIFFORD (1986), esta vertente assume que tanto a política como a poesia são inseparáveis da ciência, e que as descrições culturais são experimentais e éticas. Neste sentido, o texto antropológico deve afastar-se do rigoroso cientificismo que, às vezes, omite a voz do autor, permitindo, então, que este apresente a sua experiência, o seu posicionamento ético e político. Além disso, essa discussão traz à tona elementos para se pensar a estética do texto, com o uso de recursos que, até então, são mais comuns na literatura, como, por exemplo, a metáfora, a narrativa etc.

Sobre essa discussão, ver ainda: MARCUS & FISCHER (1986); MARCUS (1991;1994); CALDEIRA (1988).

<sup>15</sup> OLIVEN (1992, p.101) estabelece uma comparação entre a construção positiva do negro na região Nordeste (especialmente a partir de 1930 com o fortalecimento da idéia do "nacional") e

qualquer forma, a noção de uma certa fidelidade da Bahia à África não é uma construção que se deve apenas aos pesquisadores ou ao povo do candomblé.<sup>16</sup> É recorrente, por exemplo, na mídia impressa, que em alguns casos chega ao extremo de se referir à cidade de Salvador como um *templo africano*.<sup>17</sup>

Cabe lembrar ao leitor que a divulgação destas imagens será reforçada pelo forte movimento político, estético e cultural efetuado pelos blocos afro a partir da década de 70. Este movimento, como veremos adiante (cap.3), consolida um discurso afirmativo da negritude<sup>18</sup>, que terá na música, nas

a sua "invisibilidade" e até mesmo negação de sua imagem no Estado do RS.

<sup>16</sup>Ao me despedir da família na cidade de São Leopoldo/RS, aproveitei a tarde de sábado para visitar a "Casa de Umbanda Cacique Tupinambá". Foi quando comuniquei ao babalorixá Juarez: "Estou indo à Bahia, queres que eu traga alguma coisa para a Casa?" - ele retrucou: "Não precisa, estamos combinando uma viagem à Bahia no mês de janeiro, para reforçar o lado da *nação*". Exclamei espantada: "E como vocês vão?" - "A gente vai lotar um ônibus." É comum entre eles a expressão *nação* para designar os rituais de culto aos orixás. A Casa não é apenas de umbanda, Juarez é também babalorixá do "Ilê D'Xum-Demu", que é filiado a um Ilê de Porto Alegre. Este, por sua vez, filia-se a um outro do Rio de Janeiro, que, finalmente, filia-se ao Ilê da falecida Mãe Menininha do Gantois na Bahia. Desta forma, segundo Juarez, ele viria a ser, religiosamente, bisneto de Mãe Menininha. Meu contato com a Casa deu-se em virtude de uma pesquisa de campo (1993) para a monografia de conclusão do Curso de Ciências Sociais pela UNISINOS, que intitulei: "O BRANCO AFRICANIZADO. Um estudo sobre identidade étnica em brancos frequentadores de casas de nação africana (batuque) nas cidades de São Leopoldo e Sapucaia do Sul/RS." Intrigava-me, na época, o fato de haver um número significativo de *terreiros de batuque* e de umbanda numa cidade como São Leopoldo, apontada como "berço da colonização alemã" no Estado. O jornal "O Estado" SP registrava em 10.06.90: "Imigrantes se rendem ao culto africano - Descendentes de italianos e alemães trocam o padre pelo pai-de-santo no Rio Grande do Sul". (reportagem de Ayrton CENTENO).

<sup>17</sup>Conforme a reportagem 'Um Templo Africano': "O cenário bem pode ser o que se imagina encontrar na costa africana ou no Caribe. O ritmo que mais se ouve nas ruas e nas rádios são os batuques cadenciados dos atabaques - e os ouvintes, na maioria da raça negra, ostentam penteados ornamentados de tranças. Lojas que vendem roupas coloridas com motivos africanos ou jamaicanos dividem o espaço do comércio com bares e casas noturnas, cujos nomes só são inteligíveis com o auxílio de um bom dicionário de dialetos falados no continente africano." Rev. Veja. 20/04/1988.

<sup>18</sup>BERND (1988,20) diferencia Negritude e negritude. Negritude foi um movimento político literário que mobilizou intelectuais negros na Europa, a partir da década de 30, que, entre outras coisas, desejavam reverter a significação negativa da palavra "negro". O termo aparece pela primeira vez em 1939, nos poemas do antilhano Aimé Césaire. Destacou-se também Léopold S. Senghor. O negro no processo de colonização afastou-se de sua própria cultura, assimilando os valores do branco colonizador, colocados sempre como superiores. Por isso, a Negritude foi um movimento de *volta às raízes* (MUNANGA, 1988, p.34) que procurou resgatar



roupas, nos cabelos, sua mais forte expressão. Os blocos afro trazem para o cenário carnavalesco um *mundo negro*, homenageando países da África, da diáspora e suas lutas; e recorrem, para isso, a uma intensa estetização na esfera da música, das alegorias, das roupas dos foliões e nos cuidados com o corpo (forma de trajar, de pentear os cabelos).

Com o passar do tempo, os blocos afro assumiram uma organização permanente. Hoje, disputam espaço em várias esferas da sociedade soteropolitana: no mercado da indústria fonográfica, na comercialização da  *festa*, seja no período carnavalesco ou fora dele, e afirmam-se cada vez mais como "empresas culturais". Neste caso, o movimento de negritude de âmbito político, estético e cultural é agora acrescido do adjetivo "comercial"; a estetização da negritude é fonte de atração também para o turismo local. Por isso, ocupo-me aqui do estudo específico deste movimento e sua articulação com a sociedade de consumo. Procuo verificar qual é a relação desse *mundo negro* com o desenvolvimento da indústria cultural (turismo, gravadoras etc) ou, mais precisamente, com a comercialização da  *festa* carnavalesca e o consumo de lazer, na cidade de Salvador. Faço isto na tentativa de encontrar respostas para o discurso empresarial dos blocos afro, para este giro em direção ao mercado, que tem como protagonista o Grupo Cultural Olodum.

Seguindo esta perspectiva, discorro, no primeiro capítulo, sobre a opção teórica propriamente dita, trazendo algumas discussões acerca da relação cultura & economia, tendo como principal objeto de reflexão o Grupo Cultural Olodum.<sup>19</sup> Aponto algumas peculiaridades da cidade de Salvador e do espaço do Pelourinho, dada sua importância turística, altamente reforçada pelo

---

a auto-estima dos negros (africanos ou da diáspora), seus valores culturais, sua identidade, mostrando a *beleza* e a *positividade* da raça negra. As críticas mais contundentes ao movimento apontaram-no como "essencialista", ou protagonista de um "racismo às avessas". O termo negritude popularizou-se, tem sido utilizado enquanto um substantivo comum e geralmente vem associado à idéia de "tomada de consciência" e afirmação de uma identidade negra. Ao fazer uso do termo, quero enfatizar o aspecto de afirmação positiva do *ser negro*, isto é, destacar a importância da exibição de uma postura étnica perante aos não-negros, mas não necessariamente ligo isto a um processo de "tomada de consciência".

<sup>19</sup>O Grupo Cultural Olodum compreende a Banda (Mirim, Juvenil, Adulta), a Escola Criativa, a Fábrica de Carnaval, a Boutique Olodum, o Bloco de Carnaval, o Bando de Teatro Olodum, a CIA de Dança etc. Como cada uma destas partes formam o Grupo Cultural Olodum e são gerenciadas pela mesma diretoria executiva, muitas vezes se fez necessária a designação Grupo Cultural Olodum ou simplesmente Grupo. No entanto, para efeito de discussão, concedi uma atenção maior à construção do "Olodum-empresa".

processo de restauração de seus casarões coloniais. No segundo capítulo, concedo uma maior atenção ao Pelourinho, por ser este um dos *locus* privilegiados para as manifestações culturais negras na cidade e, evidentemente, por ser ali o lugar onde se localiza o Grupo Cultural Olodum.

No terceiro capítulo, procuro contextualizar o surgimento dos blocos afro, em especial, do Grupo Cultural Olodum. Para isto, trago as vozes de alguns sujeitos<sup>20</sup> deste *mundo negro* e de alguns pesquisadores que já se debruçaram sobre o tema ou se encontram, no momento, pensando e escrevendo sobre a música e a negritude afro-baiana. Da bibliografia que foi possível ter em mãos, privilegiei algumas questões, tentando focalizar aquilo que estaria mais relacionado à temática que me propus a discutir. No entanto, chamo atenção para o caráter parcial dos relatos aqui inseridos. É certo que todo tema de pesquisa necessita ser contextualizado no tempo e no espaço, contudo, esta dissertação não obedecerá a alguma rigidez cronológica do tipo "era uma vez". Não estou percebendo a história como algo coerente e linear, ao contrário, alerta para as contradições, a pluralidade e a multiplicidade de atores na construção dessa história.

Os capítulos dois e quatro podem ser caracterizados como mais etnográficos, pois trago o relato de minha experiência no Pelourinho e entre o Grupo Cultural Olodum. Entretanto, aviso ao leitor sobre a falta de rigor desta proposta, porque, nos demais capítulos, da mesma forma, illustrei várias vezes minhas argumentações, relatando situações vivenciadas na prática do trabalho de campo ou, então, trazendo a voz de algum interlocutor.

Por último, faço as ditas considerações finais que todos nós sabemos não serem tão finais assim. Aproveito, inclusive, para partilhar com o leitor uma das coisas que mais me angustiou na escrita dessa dissertação: selecionar o

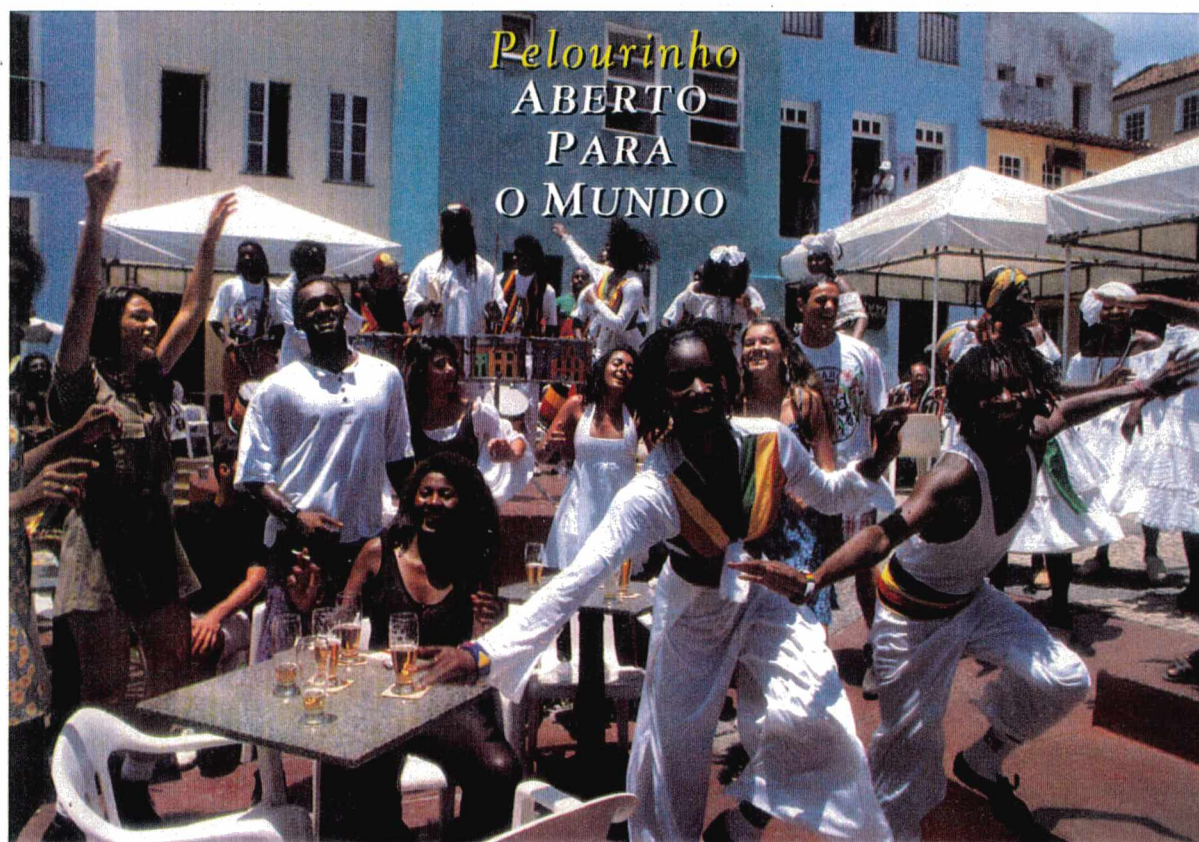
---

<sup>20</sup>Grande parte das vozes citadas nesta dissertação foram gravadas a partir de uma "negociação" com os interlocutores, salvo aquelas que são parte de alguma publicação. As entrevistas que foram realizadas sem o uso do gravador, por exigência dos próprios entrevistados, não aparecem no texto diretamente, mas forneceram subsídios para a discussão, portanto, não são menos importantes. No caso das entrevistas gravadas, quando citadas no texto, na maior parte das vezes revelei o nome dos entrevistados, e os raros casos de omissão da identidade destes devem-se a uma decisão da pesquisadora, por entender que a não-identificação em alguns relatos se fazia necessária. Dessa forma, estão simplesmente referenciados como "integrantes do Grupo Cultural Olodum".

que colocar no texto, discernir entre o que é digno e "politicamente correto" tornar-se público, daquilo que deve ficar apenas nos bastidores, a título do aprendizado exclusivo da pesquisadora. Na situação do trabalho de campo, ouvimos muitas verdades, algumas nos sensibilizam bem mais; às vezes, esquecemos o tão precioso distanciamento necessário para o "bem-estar da ciência" e acabamos nos posicionando politicamente. Essas verdades, por sua vez, apresentam-se também durante a escrita do texto, porém, já não mais em forma de palavras, mas de imagens, que ressoam na mente da pesquisadora e causam desconforto: "Você vai contar a verdade?", "Anotou isso também?", "Você não deve mentir!", "Não esqueça essas palavras!", "Por favor, escreve isso na tua dissertação!" , "Quero ver se eu vou aprovar essa dissertação, hein?".

CALDEIRA (1980) concebe a escrita como sendo a hora em que o pesquisador exerce "de maneira mais violenta o seu poder". É neste momento que iremos separar aquilo que nos foi transmitido para efeito da pesquisa daquilo que nos foi dito apenas porque havia uma relação de cumplicidade, de aliança, e, em nome dessa relação pessoal, os interlocutores nos contaram muitas coisas. Entretanto, a decisão acerca do que colocar no texto não é fruto da "onipotência" do antropólogo (a). Na verdade, é o resultado de uma vivência, de uma troca, de um diálogo que se estabeleceu neste exercício de investigação. É quando lembramos das diversas vozes ouvidas durante a realização do trabalho de campo e, por conta disto, privilegiamos algumas informações em detrimento de outras. Mas, ainda assim, não estamos imbuídos de uma autoridade suprema. Neste sentido, penso que a discussão feita por CRAPANZANO (1992) se faz oportuna, quando compara o antropólogo ao deus Hermes, um mensageiro, dividido entre dois mundos e entre dois desejos. O autor adverte que Hermes era um trickster (malandro). O antropólogo não é um trickster, mas partilha com Hermes do mesmo dilema: *eles precisam tornar sua mensagem convincente*. E CRAPANZANO (p.45) acrescenta: "Quando Hermes tomou o posto de mensageiro dos deuses, ele prometeu a Zeus não mentir. Ele não prometeu contar toda a verdade. Zeus compreendeu. O etnógrafo não."

## I. A ESPETACULARIZAÇÃO DO MUNDO NEGRO



Material de divulgação turística do Pelourinho - IPAC - Secretaria da Cultura e Turismo do Estado da Bahia - Embratel - (Destaque: Banda e Cia de Dança do Olodum)



## 1.1. DA RELAÇÃO CULTURA & ECONOMIA

Foi com esta mesma liberdade que construímos a Casa do Olodum, hoje um patrimônio das entidades populares da Bahia. Casa esta que possui uma das melhores estruturas que uma entidade cultural pode ter: telefone, fax, computador, impressora e outros equipamentos que possibilitam o Olodum estar **antenado com o fazer cultural moderno**. Foi ainda com esta liberdade que criamos a Boutique Olodum, um referencial estético da moda negra dos anos 90, além de proporcionar mais emprego e renda para os moradores do Maciel-Pelourinho. (Boletim Olodum, n.7, abril/92. Os grifos são meus.)

O Grupo Cultural Olodum é reconhecido como uma "empresa cultural", uma *holding* (DANTAS, M., 1994) que produz e mercantiliza bens materiais e simbólicos, por isso é possível analisar o Grupo na perspectiva da *cultura de consumo*.

Ao falar de *cultura de consumo*, estou compartilhando do entendimento de FEATHERSTONE (1995, p. 32), para o qual a existência de uma oferta excessiva de bens simbólicos nas sociedades contemporâneas traz implicações para a relação entre cultura, economia e sociedade.

Usar a expressão 'cultura de consumo' significa enfatizar que o mundo das mercadorias e seus princípios de estruturação são centrais para a compreensão da sociedade contemporânea. Isso envolve um foco duplo: em primeiro lugar, na dimensão cultural da economia, a simbolização e o uso de bens materiais como 'comunicadores', não apenas como utilidades; em segundo lugar, na economia dos bens culturais, os princípios de mercado - oferta, demanda, acumulação de capital, competição e monopolização - que operam 'dentro' da esfera dos estilos de vida, bens culturais e mercadorias. (1995, p. 121)

A inserção do Grupo Cultural Olodum no mercado de produção e consumo envolve as duas perspectivas assinaladas pelo autor. Primeiro, "o uso de bens materiais como comunicadores"; neste caso, a divulgação e comercialização da grife *Olodum* constitui-se como o exemplo mais preciso. Segundo, "na economia dos bens culturais", pode-se destacar a presença do produto Olodum em várias esferas: no mercado da indústria fonográfica, na comercialização da *feita* carnavalesca, na realização dos *shows business* e até

mesmo enquanto alternativa de lazer e entretenimento na cidade de Salvador, mais especificamente no espaço do Maciel/Pelourinho.<sup>21</sup>

A relação cultura & economia, no que se refere ao Grupo Cultural Olodum, coloca-o em disputa de poder, tanto com os seus pares, os chamados blocos afro de Salvador, quanto com grupos que representam forças sociais antagônicas, como, por exemplo, os denominados blocos de trio.<sup>22</sup> Nesta competição, as estratégias empresariais adotadas pelo Grupo compreende, entre outras coisas, a criação da Boutique e da Fábrica de Carnaval. O investimento no Olodum-empresa faz-se acompanhar por um discurso que enfatiza o "ser moderno." Adjetivo este reforçado por alguns dirigentes e reconhecido através de alguns empreendimentos: a organização de suas empresas, a informatização de vários setores, a entrada na Internet, o cartão de crédito Olodum *Visa Bradesco*, a realização dos *shows business* etc.

O Olodum mais uma vez saiu na frente. Numa parceria com o Bradesco foram lançados dois Cartões de Afinidades, o Olodum Bradesco VISA que pode ser usado no Brasil e o Olodum WORLD CARD. Com este cartão, você vai poder comprar no Brasil e no exterior. (...) O Presidente do Olodum disse que é mais um passo dado pela entidade que vem se organizando e se firmando como **empresa** em todos os setores. "O Olodum avança" - frisou ele - "e não vamos parar". É o **progresso**. É tecnologia. (Jornal Olodum - Ano II N.o. 5 - Novembro/1994. Os grifos são meus.)

<sup>21</sup> Segundo MOREIRA (1982), no século XIX, grande parte dessa área pertencia a uma família de sobrenome Maciel, por isso a denominação. O autor situa a área do Maciel em nove ruas: João de Deus, Gregório de Matos, Francisco Muniz Barreto, Inácio Acioli, J. Castro Rabelo, Frei Vicente, Santa Isabel, Leogevidlo de Carvalho e Ladeira do Ferrão. Em trabalho recente, CARVALHO, N. (1994) destaca apenas seis ruas (as seis primeiras citadas acima).

<sup>22</sup> MIGUEZ (1996, p.75) situa o surgimento dos primeiros blocos de trio na década de 70, quando, então, a classe média soteropolitana adere ao *carnaval-participação*. A organização desses blocos é marcada pela "privatização do espaço do trio elétrico"; os trios são cercados pelas famosas *cordas* que separam os foliões do bloco dos demais.

Cabe narrar aqui uma pequena parte da história do trio elétrico:

- Conforme Fred de GÓES (1982), os criadores do trio elétrico, Dodô e Osmar, inauguraram sua versão elétrica do *frevo* pernambucano no ano de 1950. Na época, apresentaram-se numa fobica que trazia inscrita a frase: "A DUPLA ELÉTRICA", e sobre a qual haviam instalado os instrumentos que eles denominaram *paus elétricos* (mais tarde chamou-se de *guitarra baiana*). O nome TRIO ELÉTRICO surge depois que um terceiro componente junta-se à dupla (depois de 1951) - "Com o triolim estava formado o trio: uma guitarra baiana, Osmar, de som agudo, o triolim de Aragão, médio, e o violão - pau elétrico de Dodô, grave". (p.36)



É preciso lembrar que a organização do Olodum-empresa resulta muito mais de uma demanda externa do que uma deliberação do próprio Grupo. As condições para sua organização empresarial estavam dadas na medida em que crescia o interesse pela música dos blocos afro por parte de gravadoras, cantores etc.

Você vê, é o seguinte: em 86 eu estava aqui na frente da Casa do Olodum, por exemplo, 3hs da manhã, numa ruína. Havia uma ruína onde é a casa do Olodum hoje. Eu estava nessa ruína, tinha alguns andares de madeira, e às 3h da manhã me encontrava, eu e Euzébio (...) e os meninos da Banda, pegando madeira para fazer o Carro da Alegria. Então nós tínhamos dificuldades desse tipo. De repente, um ano depois, dois anos depois, a gente já estava num patamar que é uma loucura. Você já é conhecido internacionalmente, você já está sendo projetado, a imprensa do mundo inteiro vindo atrás de você, pra procurar, saber que trabalho é esse, como é que você faz isso, essa loucura, esse canto, essa música, como faz? Ela nos pegou de calças curtas, nós jamais imaginávamos. Então nós construímos um bem, um patrimônio que foi difícil administrar, esse patrimônio que temos hoje, muita dificuldade para administrar. Porque não tínhamos nada, era como eu lhe disse antes, ali na Casa do Olodum era uma ruína. E depois compramos essa ruína e tirávamos madeira pra fazer o carro alegórico, você entendeu? Então você vê a surpresa, hoje você se depara com a casa nossa, própria, a nossa casa, o espaço, e aí vem as outras coisas que foram chegando, que a gente foi conseguindo formar. Aí você vê a projeção que passou a ter no mundo inteiro, essa troca de Fax, de jornal, interesse da imprensa por material nosso de informação. Não tínhamos uma gráfica, a gente não estava preparado pra isso, entendeu? (Peter Leão - diretor de arte do Olodum. 19.12.95)

Da ruína a uma nova ordem, à globalização de uma estética. Dos escombros do Maciel/Pelourinho nasce uma estética potencializadora, transformadora, que estabelece um nível global de comunicação: é a musicalidade e a corporalidade de uma cultura que se mostra ao mundo, que se insere no mercado de produção e consumo. A busca por esta estética exige do Grupo uma "organização", uma afirmação do "moderno", do "progresso", da "empresa", da "fábrica", da "butique", do "produto".

A estratégia empresarial adotada pelo Grupo Cultural Olodum não é um fato isolado. Os blocos de trio estimularam os blocos afro a organizarem-se também em função do mercado. LOIOLA E MIGUEZ, ao falarem das "aventuras organizacionais" dos blocos afro, alertam que por "trás dessa relação, desse conflito, dessa solução, desenrola-se um jogo político de luta permanente pela

hegemonia e pelo poder, produzindo ganhadores e perdedores que têm os seus papéis periodicamente alternados".(1996, p.51)

A organização empresarial dos blocos afro atinge até mesmo os que historicamente se construíram sob o aval da "tradição".<sup>23</sup> É o caso do bloco afro Ilê-Ayiê, apontado muitas vezes como símbolo de "pureza" ou como o exemplo mais fiel do afro.

Nós temos que entrar no mercado, temos que saber administrar a nossa empresa. (...) Agora eu estou partindo para um lado empresarial mesmo. Vou abrir um bloco alternativo do Ilê, que é um bloco sem a preocupação cultural. É um bloco que pode sair quem quiser, basta pagar. É um bloco alternativo, com fins lucrativos, onde há participação das mais diversas raças. (...) O Olodum mantém esse cunho empresarial já há algum tempo, e nós estamos entrando nesse mundo agora, mas não com o Ilê. Ele permanecerá sem alterações, manterá o seu caráter cultural.(VOVÔ - Entrev. cedida a Rev. Bahia Análise & Dados no dia 15.01.96)

Através do Bloco alternativo "Eu também sou Ilê", Vovô, diretor-presidente do Ilê-Ayiê, faz as pazes com o "moderno". No entanto, preserva o Ilê-Ayiê da "perversidade" dos jogos de mercado. Ao Ilê-Ayiê é conferida uma dimensão "pura", pois ele encarna a "tradição" e a "cultura". Olodum e Ilê-Ayiê, dois estilos, duas propostas para a questão da cultura negra. No Ilê, um *mundo negro* "puro"; no Olodum, uma linguagem *pop*, sincrética, inserida no mercado, na *cultura de consumo*.

A grife *Olodum* globaliza uma estética. As cores<sup>24</sup> tornaram-se uma

<sup>23</sup>Tradição aqui entendida a partir de HOBBSAWM (1984), para o qual esta pode ser tanto "real" quanto "forjada", "inventada". Seja qual for o seu caráter, a tradição reivindica um passado histórico, e é, por isso, caracterizada pela "repetição" e "invariabilidade".

<sup>24</sup> Para o Grupo, o **verde** representa as florestas equatoriais da África; o **vermelho**, o sangue da raça negra; o **amarelo**, o ouro do continente africano; o **preto**, o orgulho da raça negra. Estas informações são encontradas nos materiais de divulgação do Olodum. O Grupo menciona, além do Pan-Africanismo, a ligação das cores com a Diáspora negra, o Rastafarianismo, as cores do reggae. A maior parte dos integrantes, quando indagados, deram-me essa explicação.

Segundo NASCIMENTO, E.L. (1981, p.84) o vermelho, o verde e o preto foram cores eleitas para simbolizar a emancipação negra na "Primeira Convenção dos Povos Negros do Mundo",



marca: são símbolos que codificam mensagens, imagens que estabelecem uma *comunicação visual*, no sentido trazido por CANEVACCI (1988, p. 131), ao se referir à *cultura do consumo* como uma "constante produção e reprodução de *sinais* bem reconhecíveis pelos seus possuidores e pelo seu 'público'; ela não encoraja um conformismo passivo na escolha das mercadorias, mas, ao contrário, procura educar os indivíduos a ler as diferenças dos signos (...)"

As "cores do Olodum" são as mesmas do reggae, da Jamaica, do Pan-Africanismo etc. Portanto, elas informam sobre a inserção do Grupo em uma globalização da etnicidade negra. Estas cores, signos da luta negra mundial, constroem, também, uma moda étnica: o étnico se materializa nos chapéus, nos shorts, nas camisetas, nas miçangas etc.

Ao fazer menção do "uso de bens materiais como comunicadores", não estou me detendo àqueles aspectos derivados do consumo da marca *Olodum*, ou seja, não estou privilegiando o estudo dos objetos-mercadorias enquanto classificadores, como sinais distintivos de *status social* e *estilo de vida*. Para que isso fosse possível, deveria ter privilegiado, no trabalho de campo, entrevistas com os consumidores da marca Olodum. Todavia, é de qualquer forma relevante refletir acerca de como determinados grupos se utilizam de bens materiais e simbólicos para demarcar fronteiras sociais e reforçar o discurso da "diferença". Mais do que pensar a marca Olodum como objeto de consumo, trago para a discussão o processo de produção e circulação da grife, lembrando que, neste caso, os detentores de uma MARCA são os produtores de um "contra-discurso", portanto, estão inseridos num jogo de disputa social, no qual as imagens, os símbolos e o *marketing* são também formas de *contra-ideologia*, na medida em que o Grupo arma-se de um discurso étnico-racial e de classe.

FRIEDMAN (1994, p. 329-347), ao analisar a formação de identidades nas sociedades contemporâneas, chama atenção para o fato de que este processo pode envolver tanto uma prática de consumo como uma prática de produção. O autor traz a experiência dos *sapeurs* do Congo como exemplo de

---

New York, 1920. Este movimento contou com a liderança de Marcus Garvey. A autora não faz menção ao amarelo.

um grupo que se mobiliza no sentido de "consumir modernidade", subvertendo uma classificação cultural e uma ordem social de *status*. Ao se deslocarem a Paris somente para consumirem grifes famosas, os *sapeurs* afirmam uma identidade que se fundamenta num discurso explícito de prestígio e de poder. Ao discorrer sobre os *ainus*, grupo étnico minoritário no Japão, o autor informa sobre um processo inverso: ao invés do "consumo de uma modernidade" o grupo investe na "produção de uma tradição". Dessa forma, os *ainus* constroem uma imagem pública que se sustenta a partir da valorização de uma tradição criada e recriada, atraindo turistas tanto para o consumo de seus produtos, quanto para experimentarem um estilo de vida tradicional.

Ao pensarmos nas estratégias adotadas pelo o Olodum para afirmação de uma identidade, podemos mencionar tanto a prática do consumo quanto a prática da produção. O Olodum não apenas produz e "consome modernidade", como também uma "tradição". Ao mesmo tempo em que elege alguns símbolos que o identifiquem como "moderno", o Grupo busca em um passado histórico referências para a construção do seu *mundo negro*. Podem-se citar as próprias cores do Pan-Africanismo como sinais de uma "tradição". Assim, alguns elementos da "tradição" são utilizados para a afirmação do "moderno", são parte de um produto final oferecido no mercado. Isto está intimamente associado a uma concepção empresarial do Grupo. O "tradicional" e o "moderno" não se contrapõem, ao contrário, mantêm entre si uma relação de complementaridade. O conhecimento das situações desencadeadas a partir desta prática de produção e consumo é, sem a menor dúvida, importante para que se verifique em parte os esforços na constituição do Olodum-empresa e as consequências político-sociais deste projeto.

A ênfase na dimensão cultural da economia levou o autor Jean BAUDRILLARD (1995) a dialogar com a teoria de MARX no que diz respeito ao valor de uso e ao valor de troca<sup>25</sup> presente na circulação das mercadorias. O

---

<sup>25</sup>Conforme MARX (1978), a mercadoria apresenta-se sobre um duplo valor - 1. valor de uso: diz respeito a sua utilidade, a um valor de uso particular, dadas suas propriedades naturais; 2. valor de troca: é a quantidade de *trabalho objetivado* que está incorporado nos valores de uso. As mercadorias devem possuir a mesma quantidade de *trabalho objetivado* para que sejam *equivalentes* na troca, isto é, terem empregado o mesmo *tempo de trabalho socialmente necessário* para sua produção. Desta forma, "ser valor de uso parece ser pressuposição necessária para a mercadoria, mas não reciprocamente, pois ser mercadoria parece ser determinação indiferente para o valor de uso". (p.136)



autor-propõe-se a uma análise crítica da *lógica do consumo* e acredita que esta somente poderá ser alcançada a partir do estudo das significações que encobrem os objetos, ou seja, deve-se priorizar no estudo do consumo o valor de troca-signo presente nas mercadorias.

Para Jean BAUDRILLARD (1995, p. 52-53) um objeto é acrescido de um valor de troca-signo no momento em que se confere a ele uma marca. É isto que o classifica como um "objeto de consumo". A marca é uma "conotação diferencial", pois insere o objeto num código de diferenciações sociais hierarquizadas, que tem sentido quando na relação com outros objetos. O consumo de uma determinada marca, portanto, sugere o lugar que os indivíduos ocupam na esfera social e, principalmente, evoca as estratégias adotadas pelos indivíduos, ou os grupos, nas disputas de poder. O objeto revestido por uma marca é um "objeto de investimento e de fascínio, de paixão e de projeção" (1995, p. 52), é um objeto de consumo e um objeto-feitiço. O "fetichismo" não está mais na lógica da mercadoria, mas no objeto transformado em signo. No fetichismo do consumo não é o objeto em si que é "sacralizado" mas um sistema de signos, de diferenciação. Assim, a *lógica do consumo* é a lógica do objeto-signo e da diferença. O fascínio e o desejo presentes na experiência do consumo não decorrem do objeto-função (valor de uso) mas do objeto-marca, signo.

FEATHERSTONE também compartilha da idéia de que se pode falar de uma *lógica do consumo* nas sociedades contemporâneas e de que os bens podem ser demarcadores de relações sociais. No entanto, ao invés de um valor-signo, prefere falar de um aspecto "duplamente simbólico" das

---

Ao dialogar com MARX, BAUDRILLARD (1995) acrescenta ao valor de uso e valor de troca presentes nos objetos, o valor-símbolo e o valor-signo. Neste caso, os objetos obedecem a quatro lógicas, quais sejam: a de valor de uso (objeto-utensílio), a de valor de troca (objeto-mercadoria), a de símbolo, e, finalmente, a *lógica do valor-signo*, que para o autor é a *lógica do consumo*. O autor se propõe, nesse trabalho, a uma superação da lógica dos objetos sustentada por uma visão que prioriza o valor de uso (teoria da necessidade), uma função prática do mesmo. Um objeto dado a alguém, na condição de um presente, possui um valor simbólico. Ele sela a relação entre duas pessoas. Neste caso, um presente não pode ser codificado como um signo, porque ele não pode ser visto fora dessa relação que o constituiu, ao contrário do objeto-signo, que caracterizar-se-ia por uma autonomia diante da relação objeto/sujeito, ou objeto/mundo social - "O objeto signo já não é dado nem trocado: é apropriado, mantido e manipulado pelos sujeitos individuais como signo, quer dizer, como diferença codificada. É ele o objeto de consumo, e é sempre relação social abolida, reificada, 'significante' num código". (1995, p.54)

mercadorias. Isso significa dizer que "o simbolismo não se evidencia apenas no *design* e no imaginário embutido nos processos de produção e *marketing*; as associações simbólicas das mercadorias podem ser utilizadas e renegociadas para enfatizar diferenças de estilo de vida, demarcando as relações sociais."(1995, p.35)<sup>26</sup>

Na verdade, FEATHERSTONE compactua com outros autores de uma crítica à análise semiológica de BAUDRILLARD, para os quais a ênfase deste autor no aspecto cultural da economia ocasionou um "desvio idealista em relação à teoria de Marx" (p.33). Ao meu ver, FEATHERSTONE, quando se propõe ao estudo das sociedades contemporâneas a partir da *cultura de consumo*, afasta-se de qualquer visão mais pessimista no sentido de que uma superprodução de signos e imagens teria como consequência a formação de uma massa seduzida, indiferente e passiva. Isso está muito evidente no início da elaboração teórica do autor, quando ele afirma que "a sociologia deveria procurar ir além da avaliação negativa dos prazeres do consumo, herdada da cultura de massa." (p.32)

Para reforçar o caráter "duplamente simbólico" das mercadorias proposto por FEATHERSTONE, trago os argumentos de LAGNEAU (1981, p. 7-8) que, envolvido na tarefa de fazer uma "sociologia da publicidade", chama atenção para a existência de um *discurso valorizador* em torno das mercadorias, de um *fazer-valer* nas trocas mercantis. O *fazer-valer* é "todo e qualquer processo socialmente utilizado para valorizar um bem (produto ou serviço) aos olhos daqueles a quem ele é destinado." O autor esclarece que o *fazer-valer* não se restringe à publicidade ou, até mesmo, às ditas sociedades "civilizadas". Ele pode ser localizado nas antigas trocas rituais de povos como os Trobriandeses, os Kwatkiutl etc. O *fazer-valer* estabelece um conflito que se pode apresentar explicitamente, ou de forma latente. Por isso, o autor enfatiza a "publicidade conflitual".

LAGNEAU partilha da idéia da existência de um giro em direção ao consumidor, fenômeno que se faz notório nas economias ocidentais a partir da década de 30 quando, então, se acrescentaria a um capitalismo extremamente preocupado com a esfera da produção uma atenção especial à venda, à

---

<sup>26</sup>Ao expor esse pensamento, o autor referencia LEISS (1978, p.19)



publicidade, ao *marketing*. Conforme o autor: "a ideologia produtivista dá lugar à *ótica do consumidor* e à propaganda, ao *marketing*<sup>27</sup>, palavra de origem inglesa que designa a tendência das práticas comerciais a racionalizar-se em função do mercado". (1981, p.19)

O *discurso valorizador* da marca Olodum resulta do investimento numa imagem coletiva que confere a esta legitimidade social. A marca nos revela, porém, o caráter "duplamente simbólico" de que nos argumenta FEATHERSTONE (1995), pois muito mais do que alimentar um "imaginário da negritude" e estimular a adesão a um *estilo*<sup>28</sup>, a marca OLODUM é sintetizadora de relações sociais antagônicas, de grupos sociais em oposição e em disputa de poder.

Se, por um lado, a marca Olodum explicita um conflito fundamentado em diferenças étnicas e sociais e, neste caso, traduz todo um movimento de auto-estima da população negra, de afirmação da negritude, por outro lado, ela oculta divergências latentes em seu próprio meio, oposições, conflitos, jogos de poder, que contrapõem visões diferenciadas dos diversos sujeitos inseridos neste "fazer Olodum". As vozes dos integrantes do Grupo Cultural Olodum não formam um todo homogêneo, ao contrário, expressam diferentes concepções do Olodum enquanto projeto político de grupos negros organizados, colocados na "vitrine do mundo" e, até por isso, altamente comprometidos com um discurso coeso que reforce a "ordem e o consenso", jamais a "desordem e o dissenso".

É neste sentido que não desejo perpetuar aqui uma visão ingênua e, ao meu ver, de forma alguma construtiva, de que no Grupo Cultural Olodum os conflitos são atenuados através de uma conjugação democrática das

---

<sup>27</sup>Isto traduz um interesse pelo "gosto" e "opinião" dos consumidores. Desta forma, a pesquisa publicitária passa a ser cada vez mais *sugestiva* ao invés de *informativa*. Ver discussão de LAGNEAU (1995).

<sup>28</sup>Compartilho do entendimento de ABRAMO (1994, p. 87), para a qual o *estilo* é mais do que uma forma de expressão. Ele pressupõe a criação de um conjunto de traços que obedece a uma lógica de diferenciação. No *estilo*, estão presentes a *escolha* e a *distinção*. A autora adota esta perspectiva de análise (dos pesquisadores de Birmingham: Hall & Jefferson, 1976) no estudo dos *punks* e *darks*, grupos forjadores de *estilos espetaculares* (cita também os *rappers* e os *rastafáris*) - personagens oriundos de um universo juvenil, muito presentes no cenário urbano a partir da década de 70.

diferenças, noção que permeia, por exemplo, a discussão de DANTAS, M. (1994).

A marca Olodum não se restringe à grife e às mercadorias comercializadas pelo Grupo. Ela também engloba o ritmo, a dança, as cores. O Grupo Cultural Olodum investe grandemente na construção de uma imagem<sup>29</sup> da negritude, transformada em mercadoria e consumida dentro e fora da Bahia. Ao se relacionar com a indústria cultural, a estética Olodum assume a condição de *espetáculo* e tem nos *shows business*, nas apresentações da Banda, a sua manifestação mais acabada. É por isso que, ao se falar de *espetacularização*, deve-se levar em conta a articulação destes diversos elementos (música, dança, cores etc), pois eles estabelecem a base para um melhor entendimento acerca da disseminação e consumo destas imagens, através da indústria cultural. Não se pode esquecer, ainda, o fato de que estas imagens, levadas para vários lugares do mundo, estão associadas à Bahia, ao Brasil.

A estética Olodum atrai e encanta indivíduos que podem ser alocados nos mais diversos grupos étnicos, tanto na cidade de Salvador, quanto no circuito nacional e internacional. Um bom exemplo é a receptividade do Olodum na Alemanha ou em outros países europeus. Mas a estética Olodum também estabelece identidades, gostos, preferências. Por isso, pode-se falar do Olodum como um produtor de "imagens culturais negras", (ROSE, 1994) através do qual, a música, as cores, a postura corporal, a dança etc são objetos de fascinação.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Conforme RIAL (1995), o sentido da palavra imagem liga-se tanto a uma "representação visual" (por exemplo, uma foto, um desenho etc), quanto a uma "representação mental", "coisa do imaginário". Ao falar aqui na construção de uma imagem da negritude, chamo atenção para estas duas possibilidades de significação.

No caso do Olodum, é importante atentar para a existência de um amplo trabalho estético-visual. As cores e os designs das roupas, das fantasias para o carnaval, dos instrumentos musicais, dos materiais impressos como panfletos, jornais etc, resgatam signos da luta negra mundial. Através da "representação visual" deste *mundo negro*, chega-se a sua dimensão política, ou seja, àquilo que o Grupo está querendo mostrar e afirmar com toda esta produção: a positividade, a beleza e os valores da raça negra.

<sup>30</sup> ROSE (1994) ocupa-se do estudo da *rap music* e percebe o *gueto rap* como um produtor de significados, tanto para uma audiência *black* (como recurso de afirmação de uma identidade), como para uma audiência branca. Ao aproveitar a discussão da autora para falar em produção de "imagens culturais negras", estou querendo destacar a afirmação altamente positiva da negritude a partir de uma produção estético-visual, neste caso, entendendo o Olodum também como um "produtor de significados". Ver ROSE (1994, p. 12)



Ao se organizar como uma empresa cultural, o Olodum põe à disposição no mercado produtos com a marca *afro-brasileira*. Embora o "produto Olodum" se apresente também sob a forma de objeto (s), é através da comercialização de sua música que o Grupo legitima e sustenta, de fato, a sua afirmação empresarial. Logo, faz-se necessário irmos ao encontro do segundo enfoque citado por FEATHERSTONE, ao se referir à *cultura de consumo*: o de perceber os princípios de mercado na "economia dos bens culturais". Atentar para este ponto é essencial para a melhor compreensão das estratégias empresariais adotadas pelos blocos afro, em especial, pelo Grupo Cultural Olodum. Porém, para alcançar este objetivo, é preciso que se leve em conta o cenário em que tudo isso acontece, a cidade de Salvador.

## 1.2. DA CIDADE DE SALVADOR

Tomo a cidade de Salvador como detentora de um "capital cultural". Faço esta leitura por haver ali uma forte expressão da arte popular e uma intensa musicalidade, o que, na minha opinião, a coloca numa situação singular diante de outras cidades. No entanto, ao me servir do conceito de "capital cultural" de BOURDIEU (1994, p.100), distancio-me deste no que diz respeito à polarização entre "cultura legítima" x popular. Para o autor, "o culto da 'cultura popular' poderia não ser, em mais de um caso, senão uma forma irrepreensível do racismo de classe que conduz a ratificar o desapossamento cultural (...)" Isto significa dizer que as classes populares estariam não somente despossuídas dos "instrumentos de produção", como dos bens simbólicos, ou que os indivíduos e os grupos possuem mais ou menos "capital cultural" de acordo com a posição que ocupam na estrutura social, ou seja, isso estaria diretamente vinculado a sua situação de classe. Segundo o autor, os grupos populares tenderiam a rejeitar ou serem indiferentes à "alta-cultura" apontada como legítima; a legitimidade da cultura justificar-se-ia tanto pela dominação econômica quanto simbólica de uma classe sobre a outra. O "desapossamento cultural" dos grupos populares os levaria a *substituírem* ou *imitarem* as "classes superiores".

É importante comentar que, para BOURDIEU, a experiência estética popular dá-se por uma recusa ao formalismo da arte, através do qual o artista é colocado em primeiro plano, ou seja, a "arte legítima" é da ordem do sagrado; entre ela e o público há um nítido distanciamento. O público popular prefere o espetacular, o fantástico, o movimento, a participação e deseja realizar "uma comunicação direta e total com a beleza do mundo" (1994, p.91). Enfim, possui o *ethos da festa*.

Quando faço referência à cidade de Salvador como detentora de um "capital cultural", estou afirmando a arte popular como legítima e salientando que isto lhe confere *status* e prestígio, dentro de um contexto de hierarquia simbólica entre as cidades. Nesta perspectiva, cabe retomar a proposta de FEATHERSTONE (1995). Ao se utilizar do conceito de "capital cultural" de BOURDIEU para falar da relação entre a economia das cidades e a indústria cultural (gravadoras, editoras, radiodifusão, turismo), o autor esclarece como que algumas cidades convertem capital cultural em capital econômico, através de um amplo investimento na produção e no consumo de bens simbólicos. Este "capital cultural", por sua vez, não se restringe à noção de "alta-cultura" ou "cultura de elite". Ele pode legitimar-se a partir da produção e consumo tanto daquilo que é definido como "popular", quanto do que é caracterizado como "cultura de massa". Por isso, alguns "bairros de grandes cidades podem ganhar atrativos e capital cultural enquanto locais da vida anteriormente definida como 'inferior', agora elevados à condição respeitável de objetos de observação turística". (1995, p.149)

FEATHERSTONE chama atenção para a importância que adquire a recuperação de algumas fachadas arquitetônicas em alguns pontos das cidades para a efetivação de um consumismo cultural. Algumas áreas centrais tornam-se pontos estratégicos para o turismo. Isso pressupõe o afastamento de parcelas significativas de populações dessas áreas. Procura-se, desta forma, esconder-se a miséria, o lado decadente, a "classe trabalhadora e os pobres, que anteriormente residiam nessas áreas, são expulsos ou encaminhados a outros redutos." (1995, p. 150).

SODRÉ (1988, p. 30-45), ao analisar o processo de modernização no Brasil, informa sobre a exclusão das populações de origem africana na configuração de algumas áreas do espaço urbano. A urbanização consistia em



retirar os descendentes de escravos das áreas centrais, para que as cidades pudessem revestir-se de uma aparência européia. Cabe lembrar que os negros eram considerados um empecilho para a modernização do país.<sup>31</sup> O autor fala das edificações de algumas cidades como uma espécie de *trompe-l'oeil* (engana-olho) - invenção renascentista, o *trompe-l'oeil* "trata-se de uma pintura, que, por meio de um jogo mimético de terceira dimensão, oferece ao olhar uma ilusão (...)"(p.33).<sup>32</sup> Ao invés de *representar* o real, ele *simula* o real. O *trompe-l'oeil* engana, ilude, seduz. Um espaço simulado é também um espaço de poder, onde os signos encantam e seduzem.

No caso do Pelourinho, ocorre um movimento semelhante. No entanto, não há um esforço no sentido de torná-lo branco. Inclusive, as imagens da negritude são utilizadas como *marketing* turístico. Signos da negritude são incorporados em vários produtos ali comercializados: roupas, artesanatos, comidas, lazer etc. João Jorge, diretor cultural do Olodum, sintetiza bem essa questão quando fala do Pelourinho como "uma área que foi montada", um local que foi pensado para ser uma "vitrine do turismo baiano" (1995, p.82). Por isso, a saída dos moradores não foi algo menor no processo de restauração. Ela se fez extremamente necessária.

Deve-se considerar também o jogo entre o antigo e o novo na configuração desses espaços, pois o "histórico" ajuda a montar o cenário dos espetáculos urbanos. Conforme AUGÉ: "A supermodernidade faz do antigo (da história) um espetáculo específico - como de todos os exotismos e particularidades locais. A história e o exotismo representam, aí, o mesmo papel que as 'citações' no texto-escrito - estatuto que se exprime às mil maravilhas nos catálogos editados pelas agências de viagens." (1994, p.101)

Quando FEATHERSTONE (1995, p.148) se utiliza do conceito de "capital cultural" para discutir a especificidade de algumas cidades, considera

<sup>31</sup>Excelente para essa discussão é o trabalho de SCHWARCZ (1993). A autora faz uma análise das repercussões das teorias raciais no Brasil, no período de 1870 a 1930, e de como os negros, considerados um entrave para o desenvolvimento do país, foram incorporados ao ideário de construção da "nação brasileira", através de um discurso que passou a apresentar a mestiçagem como um valor positivo, como marca e originalidade de nossa cultura.

<sup>32</sup> O autor remete-se à discussão de BAUDRILLARD, Jean. presente in: De la Séduction. Galilée, 1978, p.88.

as subdivisões propostas por BOURDIEU<sup>33</sup> - o capital cultural no seu estado corporificado (*estilo de apresentação, modo de falar, beleza pessoal etc*), objetificado (*bens culturais, como pinturas, livros, máquinas, edifícios etc.*) e institucionalizado (*qualificações educacionais*). Para a análise específica das cidades, conclui que a forma que mais interessa é o capital cultural no seu estado objetificado. No entanto, ao atribuir à cidade de Salvador a posse de um "capital cultural", incorporo à análise também o capital no seu estado corporificado. Parto deste entendimento porque, associada aos bens culturais, vende-se uma determinada imagem dos homens e mulheres que compõem este cenário. Conforme aponta SILVA, R. em trabalho recente (1994, p.115): "A imagem da cidade de Salvador é construída e difundida como um espetáculo, de personagens e performances 'exóticas', de natureza profusa em praias paradisíacas e dias claros, de uma inigualável comida típica e de festas que duram o ano inteiro".

Aqui, pode-se trazer a discussão de FEATHERSTONE (1995, p.41) para falar do consumo enquanto excesso, desperdício; da divulgação da existência de espaços *liminares* e de *desordem ordenada*;<sup>34</sup> dos lugares que ofuscam o limite entre a arte e a vida cotidiana; dos locais de consumo que evocam promessa de prazeres<sup>35</sup>, de sexo (no caso de Salvador não há sex-shops, como em algumas cidades europeias, como, por exemplo, Hamburgo, na Alemanha, ou Amsterdam, na Holanda, mas há a promessa de sexo), de transgressão<sup>36</sup>, de alegria.

<sup>33</sup>FEATHERSTONE refere-se aqui à discussão de BOURDIEU presente in: Distinction: A Social Critique of Judgment of Taste. Londres.Routledge & Kegan Paul, 1984. & BOURDIEU, P. "The Forms of Capital". In: Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. Nova York, Greenwood Press, 1987.

BOURDIEU apresenta uma parte desta discussão em "O Poder Simbólico". (1989, p.134).

<sup>34</sup>Apesar do seu aparente caráter espontâneo, a *desordem* é incorporada ao Estado, a sua existência pressupõe uma ordem, um conjunto de leis que a regem.

<sup>35</sup> Conforme NASCIMENTO, R.C. (1994), *Salvador, a capital do prazer*, foi um slogan utilizado pela Bahiatursa - Companhia de Turismo da Bahia, nas décadas 70/80. (p. 61,98,104)

<sup>36</sup> FEATHERSTONE localiza essa noção de transgressão e dos excessos *liminares* na tradição dos carnavais, nas feiras da Idade Média, nas cidades do século XIX e em alguns espaços do século XX.



Ao falar de *liminaridade*, o autor está referenciando Victor TURNER. Neste sentido, cabe uma revisão mais minuciosa do conceito. Na verdade, este conceito foi cunhado por VAN GENNEP (1977, p.31), que, no estudo de rituais tribais de iniciação, distinguiu três fases: separação (*preliminares*), margem (*liminares*) e agregação (*pós-liminares*). TURNER desenvolveu o estudo de cada uma dessas fases a partir do seu trabalho entre os *ndembu* na África. (1974, p.116). No entanto, o autor não limita a utilização desses conceitos para a análise das sociedades tribais, mas a estende para as "sociedades complexas". A fase liminar caracterizar-se-ia pela 'anti-estrutura', pela possibilidade de experimentar a situação de *communitas* (no sentido de "vida em comum", ruptura de *status* e hierarquias). É a fase da ambigüidade, na qual os indivíduos não estão "aqui nem lá", estão no limiar. O autor cita o movimento hippie (p.137) como um exemplo de *communitas*. Neste caso, a experiência da *liminaridade* estaria no "imediatismo", na "espontaneidade", no viver o "momento atual". Ao contrário dos noviços *ndembu*, que, na situação de *communitas* experimentariam a continência sexual, os hippies viveriam em comunidade sexual. A *liminaridade* seria, então, marcada pela ausência ou pelo excesso de sexo (ambos põem em cheque a estrutura, o casamento e a família). Ainda segundo TURNER (p.202), a *liminaridade* acontece nos ritos de elevação de *status* (noviço) ou nos rituais coletivos de inversão de *status*. Ao me ocupar aqui do conceito de *liminaridade* para auxiliar no entendimento de alguns aspectos derivados da cultura de consumo, estou destacando a promessa dos espaços *liminares*, a *liminaridade* enquanto possibilidade. Isso não significa afirmar que os indivíduos, nesses lugares, de fato estariam livres das regras, das leis, da estrutura.

A divulgação das festas soteropolitanas traz a promessa da *liminaridade*: da sedução, da alegria, do prazer, da sensualidade. Elementos que se fazem presentes na música, na dança, na *ginga*, no corpo. Ouvi várias vezes, na situação de trabalho de campo, alusão à *sensualidade* dos baianos. Durante o transcorrer da pesquisa, um integrante da Banda Olodum fazia-me sempre a mesma pergunta: "E aí, já descobriu o que é que o baiano tem?" - Uma interlocutora disse-me, contrariada, que as meninas negras de Salvador deveriam fundar uma associação, a fim de defenderem "seu patrimônio". Referia-se ao fato do namoro dos jovens negros com as estrangeiras. Vale lembrar que o inverso também acontece. Os *gringos*, muitas vezes, são sinônimos de "namoro lucrativo" e, até mesmo, se apresentam como

alternativa de ascensão social para algumas jovens. (É muito corrente o uso do termo *gringo* para designar os estrangeiros, vindos de qualquer país.)

Salvador como o *lugar da festa, da alegria*, é uma construção altamente reforçada também no *senso comum*. Na perspectiva da *cultura de consumo*, isto é muito bem aproveitado. Vale registrar uma parte do que é divulgado pela Bahiatursa - Órgão oficial de Turismo do Estado da Bahia:

Conhecida no mundo como 'Terra da Felicidade', Salvador se destaca das outras cidades do país porque nela tudo é motivo de festa. Durante os 365 dias do ano, sempre há algo para se festejar. A sua riqueza cultural é invejável". (p.4)  
 Hoje, point de turismo de Salvador, o Pelourinho tem também uma programação musical riquíssima desenvolvida todas as noites. Neste clima de muito axé, tudo isso é envolvido no cheiro inebriante do acarajé, ao som dos atabaques, dos ritmos afro." (p.8) (GUIA TURÍSTICO 95)



Sobe ladeira, entra em festa, desce ladeira, sai em festa. Assim é o Pelourinho, um dos grandes centros culturais do Brasil. À noite, em meio a casarões do século XVIII e ruas de paralelepípedo, você encontra shows de todos os tipos, bares, restaurantes e alegria. Muita alegria. Conheça o Pelourinho. O mundo se encontra aqui.

Go up hill, come upon a party. Go down hill, run into a party. That is Pelourinho, one of the greatest cultural centers in Brazil. At night, over stone-paved streets and surrounded by two-story houses of the 18th century, you will see all kinds of spectacles plus pubs, restaurants and much joy. Pay a visit to Pelourinho. The world gets together here.



Material de divulgação turística do Pelourinho: *Pelourinho* ABERTO PARA O MUNDO - IPAC-Sec. Cultura e Turismo do Estado da Bahia - Embratel.



Na opinião do atual secretário de Cultura e Turismo do Estado da Bahia, Paulo Gaudenzi: "temos interesse em divulgar a vida do baiano, porque faz parte do nosso produto de venda o patrimônio, a culinária, as diversas manifestações culturais, o lazer, a praia. E, acima de tudo, existe um grande invólucro que é a forma de viver do baiano. 'Bahia viva essa festa!' está lá assinado pela gente". (Rev. Bahia Análise & Dados, v.5, n.4, 1996)

É preciso, contudo, lembrar ao leitor que isto não é uma novidade ou um movimento exclusivo de nossos tempos. A difusão da imagem da cidade de Salvador como o lugar da alegria, do espetáculo e, de modo especial, de uma forte musicalidade pode ser verificada a partir de estudos remotos como, por exemplo, no trabalho da antropóloga Ruth LANDES realizado em Salvador em 1938/39:

Na Bahia há alegria de viver, alegria tangível como as jovens palmeiras que emolduram igrejas nas colinas e ascendem negras e vívidas contra o horizonte incandescente. Era o que eu sentia certas manhãs no meu quarto de hotel, quando o som da música distante ecoava ao longo das ruas estreitas e me despertava para a luminosidade das cinco horas. (...) Sentia que era bom estar entre essas pessoas e ser uma delas. O céu límpido e sem nuvens formava uma moldura de encantamento para todas as coisas e tudo se tornava gracioso. Melodias eram difundidas pelos alto-falantes à porta das lojas e, de certa maneira, isso era agradável. Os meu tímpanos reclamavam, mas o meu coração assegurava que era bom. (LANDES, 1967, p. 20-21).<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Ruth LANDES, em alguns momentos do trabalho, menciona questões relacionadas à identidade baiana, e a Bahia aparece, na voz de seus interlocutores, como uma "terra de ouro" (p. 79).

A identidade baiana é altamente reforçada por adjetivos que qualificam o baiano como alegre, solidário, hospitaleiro e artista. Ouvi várias vezes que a Bahia era o "lugar da festa", e que "o baiano não consegue viver em outro lugar". Pode-se dizer que é uma identidade extremamente "positivada". Ao participar de um Seminário coordenado por Ari Lima, pesquisador do S.A.M.B.A. (Sócio-Antropologia da Música na Bahia), realizado no ICBA (Inst. Cultural Brasil e Alemanha), no dia 01/04/96, o Sr. Cid Teixeira, historiador, na condição de palestrante, lembrou a platéia presente de que o "baiano não nasce, ESTRÉIA". O debate tinha como título: "O samba veio da Bahia ou nasceu no Rio de Janeiro?" Para Cid Teixeira, parecia não haver muita dúvida acerca do lugar de origem do samba. Mas isso é coisa para "cariocas e baianos" resolverem, não convém entrar na briga.

Acostumei-me tanto a ouvir estas coisas que, quando voltei para o sul, se alguém indagasse sobre a *viagem*, imediatamente eu reproduzia: "*RAPAZ! Na Bahia é bom demais!*" O '*Rapaz!*' em Salvador, é um caso sério. Para começar não tem sexo.

De qualquer forma, se tem alguma coisa que fica muito distante das identidades, baiana e gaúcha, é a modéstia. Os baianos acreditam viver no melhor lugar do mundo e os gaúchos julgam ser os mais fiéis representantes do *sul maravilha*.



A música é, sem dúvida, o melhor exemplo de "capital cultural" agregado ao espaço da cidade.<sup>38</sup> A única coisa que poderíamos apontar como novidade presente em nossos tempos é o desenvolvimento da "indústria cultural"<sup>39</sup>, que facilitou, de uma certa forma, a difusão destas imagens e vem se utilizando da construção da *feira* e, até mesmo, da denominada cultura negra<sup>40</sup> como um modo de dinamizar a economia da cidade. Esse movimento pressupõe o surgimento de "novos intermediários culturais" (BOURDIEU apud FEATHERSTONE, 1995, p. 69) que, postos a serviço do turismo, da publicidade, do *marketing*, estão incumbidos na tarefa de produção e divulgação de bens simbólicos. Nas palavras do assessor-chefe de marketing da EMTURSA: "Mais do que nunca, Salvador é identificada com a musicalidade, é a terra pródiga em artistas que vivem e crescem do seu trabalho. A música é a marca da cidade, é um poderoso diferencial atrativo no turismo e é também o meio de vida de milhares de baianos (...)"<sup>41</sup> Pode-se dizer que a musicalidade, a *feira*, a *alegria*, elementos incorporados na construção da identidade baiana, funcionam como bens simbólicos e são amplamente divulgados pelas agências turísticas.<sup>42</sup>

<sup>38</sup>Cabe destacar o que um dos percussionistas do Olodum tem a dizer a respeito disto: "A maioria dos baianos soteropolitanos tem um *fundamento*, é a mãe, é a vó, é o tio, alguma coisa no meio do candomblé. Então, a pessoa sempre tem uma gingazinha pra tocar, pra dançar. Não sente dificuldades. Não sabe, mas vai ali e toca, é uma pessoa fera. (...) Você dá alguns passos, 100 mts, 200 mts e você ouve uma batucada, tá entendendo? Você vai ali e tem um pessoal fazendo uma zoadzinha, você entra, pega no pandeiro, então, não sente dificuldade. Acho que tanto para o soteropolitano do sexo masculino e do feminino, não existe dificuldade em termo de música." (Tóti, 14.03.96)

<sup>39</sup>Especificamente sobre a indústria fonográfica no Brasil, ver trabalho de MORELLI (1991). A autora oferece uma leitura acerca da produção e consumo de disco no país a partir da década de 70, destacando, inclusive, a importância dos artistas nordestinos neste processo.

<sup>40</sup> Opto pela definição de cultura negra proposta por SANSONE (1995, p.66): "A cultura negra é uma subcultura específica das populações de origem africano-americana, dentro de um sistema social que destaca a cor ou a descendência de cor como critério importante para diferenciar ou segregar pessoas". O autor cita como força aglutinadora da cultura negra o "sentimento de um passado comum". Neste caso, a África aparece como um "banco de símbolos". Da abordagem de SANSONE, cabe ressaltar, ainda, o caráter transnacional das culturas negras contemporâneas (1991, p.127). A cultura negra local é altamente influenciada por uma cultura negra transnacional, na medida em que as trocas entre grupos distantes (símbolos e informações) tornam-se cada vez mais intensas.

<sup>41</sup>Luiz Afonso Costa, Assessor-Chefe de Marketing da Emtursa (Empresa Municipal de Turismo da cidade de Salvador), Rev. Análise & Dados, vol. 5, n.4. p.6. 1996.

<sup>42</sup>MOURA (1996a) chama atenção para o fato de que, ao se vender a imagem da cidade de

A *feira* carnavalesca e o amplo investimento na comercialização da arte popular (capoeira, percussão etc), têm sido, nos últimos anos, os alicerces sobre os quais vem se desenvolvendo o turismo cultural na cidade de Salvador. Além disso, a profissionalização de determinadas manifestações culturais tornou-se uma alternativa de vida, uma saída para muitos jovens negros e mestiços que se jogam no chamado "mercado da baianidade." SANSONE (1993, p.82) fala do "mercado da baianidade" como uma alternativa para uma geração de jovens negros e mestiços que, apesar de formados, não encontram emprego no mercado formal de trabalho, o que os coloca em situação diferenciada dos pais, que tinham expectativas profissionais trazidas pela industrialização da cidade e uma maior possibilidade de ascensão social via esforço individual. Estes jovens, "frustrados", estariam vivendo uma fase pós-Petrobrás, pós-Pólo-Petroquímico. Incluiriam-se nesse mercado da baianidade atividades como: capoeira, dança afro, percussão etc. No mercado da baianidade pode-se destacar, ainda, a *baiana do acarajé*. Ilustro este exemplo com a voz do historiador Cid TEIXEIRA:

Na minha infância, na minha mocidade, na minha adolescência, eu nunca ouvi ninguém falar em baiana do acarajé. Nunca ouvi. A palavra, o vocábulo, o que se dizia, a expressão, a palavra em suma, na Bahia, era crioula - saia de crioula, bata de crioula, torso de crioula, a palavra era crioula para significar a crioula do acarajé que vendia à noite. Eu vim ver fazer acarajé aqui... na minha adolescência até a mocidade, acarajé era uma comida pequena, noturna, ritual e ambulante. Quando Dorival Caymmi escreve: "dez horas da noite na rua deserta, a preta mercando parece um lamento", isso não é uma música popular não, isso é um depoimento sociológico, ele tá dizendo como era, era assim que se fazia. Era assim. Eu só vim ver essa parafernália na rua, de fogareiro, de massa e colher de pau, eu era homem, já casado, já velho, não vi isso quando era menino." (gravado em palestra pública no ICBA - Instituto Cultural Brasil e Alemanha - Salvador/BA - Organização grupo S.A.M.B.A. 01.04.96)

Cid TEIXEIRA, no debate, referia-se a Josué Borges de Barros. Conforme o historiador, Josué de Barros teria sido a primeira pessoa na história musical do samba a introduzir na letra do samba brasileiro palavras yorubás.

---

Salvador como um "artigo de consumo", os agentes publicitários divulgam a *feira* mas omitem o *trabalho*. Dessa forma, "o produto aparece como uma mercadoria pronta para satisfazer os sentidos, reificado e apenas sorridente; carregado de sangue, vestido de epiderme, mas isento de lágrimas e enxuto de suor." (p.61)



Conforme Cid TEIXEIRA, Josué de Barros descobre Carmen Miranda, "veste-a de crioula" e "inventa a baiana".

Nas palavras de Cid TEIXEIRA, a *baiana* aparece como uma "invenção" recente. Na verdade, inventa-se a *baiana* e, mais tarde, um *mundo negro* (dos blocos afro). E, coincidentemente, estas duas "invenções" são colocadas no mercado. Estas são, geralmente, apontadas como **imagens novas**, como novidades. Por exemplo, Waly SALOMÃO, em matéria especial para Folha de SP, em 13.05.88, registrou: "Nenhuma **tradução atualizada e contemporânea** do verso de Caymmi 'Você já foi a Bahia nega', pode ser melhor do que a pergunta que faço aqui e agora: você já foi algum dia espiar o ensaio do Olodum?"

Apesar de reivindicar aspectos da "tradição", a estética dos blocos afro tem contribuído para o fortalecimento de um discurso que exalta o "novo", a "mudança", o "moderno"<sup>43</sup>. Sendo assim, a invenção de um *mundo negro* é mais do que a afirmação de uma identidade, é, também, um sinal, uma prova da afluência deste "moderno": a arte popular está colocada no mercado, é reconhecida como forma de trabalho, como estratégia de sobrevivência. O Olodum é um exemplo de "consagração" deste popular, que se legitima e se converte em possibilidade real de ascensão social, de sucesso, de viagem, de *status*.

Por conseguinte, a comercialização da *feira* carnavalesca e a expansão do novo ritmo baiano, a *axé music*, nas décadas de 80/90, consolidam definitivamente a construção dessa **imagem nova**. Agora, a *feira* e a musicalidade obedecem à lógica do trabalho e do mercado. Pode-se dizer que, para responder a esta imagem, cada vez mais a identidade baiana necessita amparar-se em sua musicalidade e nas suas raízes afro.

Vale a pena observar que o investimento econômico na música carnavalesca, tal como em outras expressões artísticas locais, além de

---

<sup>43</sup> Estes elementos aparecem, seguidamente, nas falas dos entrevistados, dos intelectuais do movimento e, inclusive, são muito presentes em diversos textos especializados no assunto. Ver cap. 3, desta dissertação.



incentivar o turismo cultural, move um mercado de trabalho e, desta forma, gera expectativas para uma parcela da população que, através da *feira*, procura responder a uma situação de marginalidade e exclusão social. Sobre o movimento atual da música baiana, a difusão do fenômeno *axé*, Gilberto Gil lembra, ainda, que:

Antes, você tinha um cantor aqui, um compositor ali, isolados. Mas este fenômeno atual é de massa, no sentido da produção, e não só no sentido do consumo. **É uma música de grupo, de comunidades que se manifestam**". (...) O que também se destaca nessa música baiana atual é o brilho do povo negro da Bahia. É uma das maneiras de expressar, através dos espetáculos, **o espetáculo** particular que eles já dão na cidade de Salvador: **de postura, de atitude**, do modo de ser e de estar na cidade, do domínio da paisagem. (Entrev. cedida à Rev. CARAS EXTRA Vol.2 - Axé Music).

A comercialização da *feira* carnavalesca na cidade de Salvador afirma-se sob o slogan do carnaval-participação<sup>44</sup>, e é exatamente esse seu caráter popular e participativo que o coloca em disputa com o carnaval do Rio de Janeiro, que vende pelo espetáculo. Entretanto, cada vez mais a cidade comercializa a *feira* fora do período carnavalesco.

E, nesta perspectiva, há uma relação inegável entre música/negritude, imagem construída historicamente e estereotipada, que é muito bem aproveitada pela indústria cultural.<sup>45</sup> Neste sentido, a imagem do Pelourinho, divulgada em panfletos turísticos, não pode vir separada da imagem da negritude. Não é à toa que muitos panfletos confeccionados pelos agentes de turismo vendem a imagem de um "Pelourinho negro".

---

<sup>44</sup>NASCIMENTO, R.C. (1994) faz uma excelente retrospectiva do carnaval na "Bahia simbólica" (a cidade de Salvador é assim nomeada pela autora, o que julgo ser uma opção bastante feliz), das antigas manifestações do *entrudo* à constituição do *carnaval burguês* e, posteriormente, do carnaval *popular* ao carnaval *participação*. O *carnaval burguês* deu lugar ao carnaval *popular*, que é acrescido do adjetivo *participação*, a partir da década de 60. Esta qualificação é compreensível, na medida em que o carnaval acontece nas ruas, no espaço público. Cabe reforçar o papel dos trios elétricos neste processo, afinal, "atrás do trio elétrico só não vai quem já morreu" (Caetano Veloso).

<sup>45</sup>De acordo com a publicação do **Bahia Verão & Folia/95**: "Salvador é a Terra de Todos os Santos e também a Meca da Alegria. De todas as partes do mundo acorrem para cá, especialmente no carnaval, milhares de pessoas prontas a fascinarem-se com os séculos de história da Primeira Capital do Brasil, com as múltiplas formas de folclore, a religiosidade do candomblé e das mais de trezentas igrejas que pontilham a cidade da fé, com a negritude, a hospitalidade e a musicalidade do povo baiano." (grifos meus)

A proliferação de signos da negritude presentes nas roupas, comidas, música, corpo etc ajuda a compor um imaginário de espetáculos, e a estetização da negritude, no seu mais alto grau, está exposta entre os tantos "exotismos" locais. A beleza negra e a arte popular, transformadas em mercadorias, contribuem para movimentar o turismo e a configurar o cenário de uma *desordem* ordenada, no sentido trazido por FEATHERSTONE.

### 1.3. DA PERFORMANCE OLODUM

Apontava anteriormente aspectos do *marketing* do popular e da promessa da experiência lúdica e participativa das *festas* soteropolitanas. Ao me deter nos ensaios e apresentações públicas da Banda Olodum, devo considerar que o espetáculo não é somente obra dos integrantes da Banda. Os participantes da festa também dão uma amostra digna de observação. Por exemplo, é muito comum na Quadra do Olodum<sup>46</sup> a exibição de alguns dançarinos<sup>47</sup> que acabam assumindo a condição de professor diante de uma platéia ávida em acompanhar todos os passos e todos os gestos. A *performance*<sup>48</sup> caracteriza-se pela *multidimensionalidade*, isto é, "a música é uma atividade com orientação dramática que engloba atitudes, movimentos do corpo, vestuário, resposta do auditório etc." (ROBERTS, 1978, p.14 apud. FRIGERIO, 1992, p.177). Na *performance* Olodum, a dança apresenta um alto grau de "erotização" e envolve um grande número de participantes.

<sup>46</sup>Refiro-me aos ensaios da Banda que acontecem no Maciel/Pelourinho, nas terças-feiras à noite.

<sup>47</sup>Geralmente, os meninos dançarinos que animam a Quadra do Olodum estão também em outros ensaios. Encontrei-os no Araketu, no pagode do Terra Samba e no Ilê-Ayiê. Nesses ensaios, costumam-se formar grandes grupos que montam coreografias e fornecem um espetáculo à parte.

<sup>48</sup>TURNER (1987, p.21) reforça a necessidade do estudo da *performance* para a apreensão daquilo que é da ordem do simbólico, mas que está além da linguagem da fala: são os *processos* presentes na vida cotidiana de qualquer sociedade (tribal, feudal, capitalista etc). Destacam-se aqui os modos de comunicação que se utilizam de outras formas de linguagem: a dança, o espetáculo, o drama, o ritual etc. O autor usa o termo *cultural performance* a partir de SINGER.





Ensaio da Banda Olodum - The Afrikan Bar - dez/95

Para FRIGERIO (1992), o caráter *multidimensional* da *performance* é comum na maioria das manifestações culturais "afro-americanas", fato que ele também pôde constatar em trabalho de campo na Bahia, seja na esfera do carnaval, na roda de capoeira, nos grupos de dança afro ou no candomblé. O que nos interessa ressaltar aqui, desta reflexão do autor, diz respeito à conjugação *performance* e vida cotidiana, na medida em que não há uma separação rígida entre os *performers* (os que representam) e o público (os que assistem). A *performance* acontece mais por um caráter espontâneo, em atividades festivas e recreativas, do que por situações criadas exclusivamente para representação.

Nas culturas onde não existe rígida separação entre as formas artísticas, em que todo canto implica música e esta, por sua vez, dança, que inclui também elementos de mímica, na qual também não existe uma rígida separação entre *performers* e o público, nem separação muito marcada entre situações de representação e a vida cotidiana, não deveríamos estranhar que cada indivíduo seja um *performer* em potencial e cada situação da vida cotidiana brinde a possibilidade de oferecer uma pequena *performance*. (FRIGERIO, 1992, 179).

Ao mesmo tempo, o autor chama a atenção para o fato de que o turismo tem provocado uma separação entre os *performers* (artistas profissionais) e o público, ao incentivar a organização da *performance* enquanto um produto cultural a ser oferecido no mercado. Assim, a *performance* deixa cada vez mais de ser participativa e passa a estabelecer uma distinção bem demarcada entre aqueles que representam e aqueles que assistem. Ao fazer esta leitura, o autor está informando sobre a comercialização da arte em Salvador. Algumas atividades culturais de caráter espontâneo passaram a organizar-se em função do mercado como, por exemplo, o candomblé, a capoeira, a dança afro etc.

De qualquer forma, o turismo não necessariamente conduz a uma separação entre *performance* e vida cotidiana. Em Salvador, o aspecto popular e participativo da *performance* é muito bem aproveitado pelo turismo local: é exatamente a promessa de que o público não será meramente espectador mas participante ativo da *performance* que a torna objeto de atração turística. Certamente, este é um dos atrativos mais fortes do carnaval e das *festas* soteropolitanas: a possibilidade de não apenas contemplar as paisagens, as cenas e os shows, mas tornar-se parte delas. No caso do Pelourinho, na maior



parte dos Largos, nos espaços reservados para os shows, são previstos dois palcos: o dos artistas e o da platéia. A *performance* não é de caráter contemplativo; o público não somente assiste, é parte do espetáculo.

Neste sentido, ao falar aqui de *performance*, estou querendo destacar o aspecto participativo de alguns espaços onde acontece a  *festa*, reforçando a adesão do público à mesma. Contudo, é preciso estar alerta tanto para as situações em que realmente será delimitada a disjunção *performers* e espectadores, quanto para aquelas em que os dois se confundem e se misturam.

A *performance* Olodum nos espaços específicos da *festa* (refiro-me a todo e qualquer lugar em que a Banda se apresenta)<sup>49</sup> manifesta um caráter *multidimensional* e, neste caso, o dançar, o *quebrar*<sup>50</sup>, é a garantia mínima de participação do público na *performance*.

TURNER (1987,p.25) estabelece uma relação entre *performance* e *liminaridade*. Para este, "os gêneros dominantes de *performance* nas sociedades de todos os níveis de escala e complexidade tendem a ser fenômeno liminar." O autor faz uma distinção entre as liminaridades secretas e as públicas, ou seja, distingue aqueles gêneros da *performance* que exigem o isolamento do público (por exemplo, os rituais de iniciação) daqueles em que a platéia não apenas assiste, mas também participa na condição de atores (os espetáculos que envolvem música, dança etc).

---

<sup>49</sup>Evidente que há situações nas quais a participação do público na *performance* é vetada, como, por exemplo, na gravação com o cantor Michael Jackson (10/02/96). Neste caso, os acessos que davam ao Largo do Pelô foram cerceados.

<sup>50</sup> Pode-se caracterizar o *quebrar* como uma categoria êmica e refere-se à dança em si, o *mexer* o corpo e os quadris. É comum também a expressão *descer* ou *ir até o chão*, mexendo os quadris, e *subir* da mesma forma. É comum alusões do tipo: *quebra ordinária!* ou *desce mais manhinha!* Expressões que são utilizadas em algumas letras do pagode e que podem ser objeto de uma boa discussão de gênero.

Merecia uma boa discussão de gênero a "dança da garrafa" (do grupo baiano CIA do PAGODE - "Na boquinha da garrafa"), especialmente em alguns espaços no sul do Brasil. Se, nas *festas* de Salvador, os meninos não se intimidavam com a dança, no sul, a recepção teve um perfil marcadamente feminino.

A minha participação no circuito de *festas* baianas foi em grande medida marcada pelo "estranhamento", ao me deparar com uma situação completamente diversa daquela vivenciada no sul do Brasil. Refiro-me basicamente à forma peculiar do "uso do corpo" em determinados lugares pelos quais circulei, tais como nos ensaios dos blocos afro, dos grupos de pagode, nas festas de Largo etc. Marcel MAUSS (1974) denominou *técnicas corporais*<sup>51</sup> às "maneiras como os homens, sociedade por sociedade e de maneira tradicional, sabem servir-se de seus corpos" (p. 211). Os movimentos corporais dizem algo sobre a sociedade em que os indivíduos estão inseridos. O corpo é um instrumento, no qual se projetam tanto as aspirações individuais quanto as coletivas dos sujeitos. Pode-se falar da postura corporal (gestos, atitudes, dança etc) como uma forma de comunicação; o corpo como um sinalizador de diferenças.

O dançar com *swing*, com *ginga*, traduz (corporalmente) as representações que os indivíduos constroem sobre si mesmos e sobre o mundo que os cerca. Através das *performances* coletivas e das *técnicas corporais*, identificamos o grau de importância da música, da dança e de outras manifestações artísticas na vida cotidiana de uma parcela significativa da população soteropolitana. Isso é verbalizado, por exemplo, no discurso em torno da baianidade.

A *performance* pode estar presente em várias ocasiões da vida cotidiana: na roupa, nos acessórios, no jeito de caminhar, em atividades que assinalam "fortes **enunciados visuais**". (FRIGERIO 1992, p. 180) O *performer* é sempre alguém que desenvolve um *estilo* e, através dele, transmite algum significado aos outros. A *performance* é comum em grupos negros urbanos, "nos mundos do *hip-hop* americano (Hager, 1984), do *black Rio* (Vianna, 1988) ou na importância que os jovens baianos dão ao que chamam de "o visual" (FRIGERIO, 1992, p.183).

A *performance* Olodum, além de expressar um caráter *multidimensional*

---

<sup>51</sup>É bom recordar, no entanto, o aspecto do "fato social total" em MAUSS, pois as diferenças entre as *técnicas corporais* de uma sociedade para outra decorrem de uma relação entre o biológico, o psicológico e o sociológico. O "educar o corpo" para algo é, então, uma união destes três aspectos.



e participativo, assegura liberdade para a criação de estilos individuais. Os meninos da Banda Show, em cada apresentação, criam combinações, misturam diversos elementos e, conforme o relato de alguns, "sempre procuram o **novo**."<sup>52</sup> Além da estética corporal (roupas, cabelos etc) há uma preocupação em desenvolver novas coreografias: a dança é altamente significativa durante o espetáculo. Há momentos em que os meninos jogam-se no chão e fazem verdadeiras proezas com os tambores. Algumas coreografias são apresentadas por vários integrantes, mas é comum alguns shows individuais. A exibição é acentuada por ocasiões de filmagens ou fotografias, que são uma constante, especialmente nos ensaios na Quadra. Segundo informações de alguns integrantes da Banda Olodum, há uma cobrança por parte da diretoria no sentido de eles desenvolverem **novas danças**, criarem novos passos e terem "postura" no palco. O "ter postura" significa estabelecer uma relação com o público. Durante os ensaios na Quadra, eles estão sendo observados pelo Mestre, e, dependendo da sua apresentação (dança, postura, música etc), eles são escalados para os *shows business* ou não.

Vale ressaltar que, desde o início, o movimento dos blocos afro se caracterizou por uma forte linguagem musical e corporal. Por isso, é comum fazer-se alusão a este movimento, imprimindo-lhe um caráter de "novidade", de "imagem nova", quer dizer, geralmente dá-se ênfase às "mudanças" que ocorreram no cenário carnavalesco e fora dele, a partir da construção dessa estética. Este tipo de leitura pauta-se tanto pelas inovações rítmicas, trazidas por esses grupos, quanto por mudanças que são perceptíveis em nível de "postura", de atitude: os jovens negros passam a "exibir" uma identidade, demonstrando todo um cuidado na escolha das roupas, na apresentação dos cabelos, na forma de dançar etc. Nesta perspectiva, as expressões "buscar o novo" e "ter postura", presentes nas vozes de alguns percussionistas, são indicadoras da manifestação de uma "ideologia da mudança", da "ruptura". O "novo" aparece no discurso em torno da elaboração de um *estilo*, bem como no que se refere a criações musicais e coreográficas. "Ter postura", no palco e fora dele, é aderir a um jeito contemporâneo e "moderno" de *ser negro* e de *ser baiano*. Portanto, é responder à construção desta **imagem nova**: da sedução, da beleza negra, do charme do corpo, do *corpo do Olodum*.

---

<sup>52</sup>É importante informar que a Banda Olodum é formada predominantemente por homens. No entanto, há algumas meninas, especialmente na Banda Mirim/Juvenil.



\* Ensaio da Banda Olodum - Largo Teresa Batista - mar/96



O *estilo* é marcado pelo ecletismo, tanto no que se refere à roupa quanto aos cabelos. Não se pode falar da existência de um único *estilo* porque há uma mistura de elementos diversos na composição de uma estética corporal. Especialmente a Banda Show Olodum, que circula por diferentes partes do mundo, acaba incorporando elementos provenientes de outros lugares. Os tipos de cabelos, entre os exibidos pelos jovens, são os mais distintos possíveis, desde o estilo rastafári, até a raspagem total dos cabelos, à moda dos jogadores de basquete norte-americanos.



Banda Show Olodum - Lavagem da Varig - 16/03/96

Isto nos coloca diante daquilo que CANEVACCI (1990, p. 174) denomina de *puzzle*, ou seja, os quebra-cabeças, os *mosaicos* que constituem as *tribos* urbanas, pois estas, ao misturarem elementos provenientes de diversas culturas, realizam um *cruzamento sincrético*.<sup>53</sup> O sincrético na concepção de CANEVACCI não leva a uma *tribalização estática, repetitiva*, mas a uma *retribalização*. *Retribaliza-se* porque a identidade é deslocada, é consumida, é *multiplicada*; se produzem e se consomem identidades, realizando-se, assim, uma *comunicação sincrética*. Essa *comunicação sincrética* se caracteriza pela reelaboração de alguns símbolos (roupas, cabelo, música, cores etc); alguns são exportados para diversos lugares, outros são "esterilizados" no seu próprio lugar de origem. O autor ilustra suas argumentações com o exemplo dos *rastamen* da Jamaica: "estes, enquanto sincretizam o movimento religioso, mesmo de caráter nacional, com a Etiópia de um Hailé Selassié divinizado, se esgotam; enquanto o *reggae*, que sincretiza elementos musicais - mas também de vestuário e corporais - conquista o mundo." (1990, p.173).

O *samba-reggae* Olodum é um bom exemplo de *cruzamento sincrético-musical*, de que nos fala CANEVACCI, mas o *sincretismo cultural* manifesta-se, também, nas roupas, nas cores, na postura corporal, no cabelo etc. Pode-se falar de um *cruzamento sincrético* global, pois os elementos que estão em jogo não resultam da mistura de duas culturas distintas mas de várias. É por isso que não se pode deixar de considerar, nos estudos sobre a formação das identidades negras nas sociedades contemporâneas, a importância do lazer, da moda, da *performance* e a disseminação das imagens.<sup>54</sup>

SANSONE (1993, 1995) aponta a dimensão espetacular presente nas novas identidades negras, muito bem traduzida em estilos e imagens (cabelos, roupas, música etc) da juventude negra baiana. O discurso afirmativo da negritude na cidade de Salvador está atualmente vinculado a uma "cultura

<sup>53</sup> O termo sincretismo foi usado especialmente no campo da antropologia das religiões, para explicar a mistura dos elementos sagrados, mas CANEVACCI (1990:173) o utiliza para explicar a "mistura do profano", da aproximação de culturas distintas. No caso do *reggae*, a mistura na música, no vestuário, nas técnicas corporais.

<sup>54</sup> Alguns estilos musicais contribuíram para a formação de uma cultura negra de caráter transnacional. O *reggae* e o *rap* têm feito com que jovens de diversos lugares do mundo troquem informações, mercadorias etc. Especificamente sobre o *rap* ver SOUZA & NUNES (1996).



jovem" que movimenta a indústria da moda e do lazer. Assim, segundo o autor, o "ser negro" associa-se ao "ser jovem" e ao "ser moderno".

Essa nova identidade negra tenta redefinir a negritude espetacularizando-a durante o lazer e cria novos estilos negros que, comunicando-se com a simbologia da moderna indústria cultural, permitem capitalizar simbolicamente sobre a cor e reverter o estigma associado com o ser negro - em particular 'preto' - (...) A associação intrínseca com os símbolos e, às vezes, as práticas da indústria cultural e da indústria da moda torna essa versão juvenil da cultura negra mais acessível e mais visível também para os não-negros." (1993, p. 91)

SILVA, R. C. (1995), ao realizar uma pesquisa na cidade de Salvador contrapondo os diversos discursos existentes sobre a construção de uma "beleza negra"<sup>55</sup>, sugere uma relação entre "teatralidade e espetacularidade", tendo como ponto de partida a discussão proposta por Armindo BIÃO.<sup>56</sup> Desta forma, liga a teatralidade aos comportamentos triviais, ordinários, e a espetacularidade ao inesperado, ao extraordinário. A baianidade seria o momento em que a teatralidade e a espetacularidade entrariam em conexão, na medida em que os acontecimentos de ordem espetacular constroem uma teatralidade cotidiana na cidade, um *mundo negro*. Assim, "a Beleza Negra tornada espetáculo, constitui-se como um fenômeno típico da contemporaneidade, um elemento gerador de identificações e de transformação e apreensão da realidade." (SILVA, R.C., 1995, p.42).

No entanto, verifica-se na análise de SILVA, R. C. (1995, p.137) um certo pessimismo. Ao pontuar o caráter espetacular da negritude, acena com a hipótese de que o turismo e o *boom* da baianidade podem ser sintomas indicadores de um neo-escravismo, fundamentado em novos estereótipos sobre os negros, inclusive o de uma Beleza Negra exótica e espetacular, ou seja,

<sup>55</sup> A autora analisa três discursos distintos sobre "beleza black" na cidade de Salvador, e a forma como cada um constrói *tipos ideais* (no sentido Weberiano) de beleza. São eles: o discurso midiático-empresarial na TV Itapoan, o artístico-carnavalesco no grupo Ilê-Ayiê e o "político-militante", no MNU. Beleza negra aqui entendida como a utilização de elementos cosméticos (ornamentos, marcações corporais) que compõem um estilo.

<sup>56</sup> Conforme SILVA (1995), essa discussão se faz presente no trabalho de BIÃO, Armindo. "Théatralité et spettacularité". Une aventure tribale contemporaine `a Bahia" Tese de doutoramento, Paris, Univ. Paris V Rene Descartes Sciences Humanes, Sorbonne, 1990.

novamente o negro é "folclorizado".<sup>57</sup> A autora chama a atenção para o fato de que "neste quadro de indústria do turismo, o negro é um profissional utilizado preferencialmente para compor um 'cenário', o espetáculo exótico da cidade". (SILVA, R. C. 1995, p.125)

É extremamente perigosa uma avaliação neste sentido, porque as imagens oferecidas pelo espetáculo são também utilizadas como um modo de politização. O aspecto lúdico, sensual e estético das manifestações culturais negras são, antes de qualquer coisa, uma das formas eleitas para se contrapor a um discurso que inferioriza e estigmatiza os negros. O espetáculo transmite uma afirmação positiva da negritude, seja pelo incentivo à adesão a um *estilo* - ou pelo modo como se constitui a *performance*, se não a considerarmos meramente um reflexo do sistema social, mas concordando com a abordagem de TURNER (1987, p.22), vendo nesta uma leitura crítica (direta ou implícita) da vida social.<sup>58</sup> TURNER (1987, p.81) enfatiza o aspecto "reflexivo" da *performance*. Ela pode ser uma maneira de os atores conhecerem-se a si mesmos, seja através da ação e representação (*performers*) ou pela observação e participação (*público*) nas *performances* apresentadas por outrem.

Não se pode negar que o espetáculo oferecido pela *performance* realmente contribui para movimentar o turismo e a *cultura de consumo*. Porém, a *performance* Olodum é, acima de tudo, uma forma de linguagem, de comunicação. É um momento de criação, de dramatização da vida, através do qual os participantes transmitem sua mensagem pela música, pela dança, pelo corpo. A junção desses elementos (música, dança, cores etc) produz os "enunciados visuais" da *performance* Olodum, que deseja encantar, seduzir,

<sup>57</sup> BORGES PEREIRA (s/d), ao falar da "folclorização da cultura negra" no Brasil, ressalta a desvinculação entre o homem negro e sua cultura. A cultura negra nunca foi tão exaltada, tão badalada, o que se contradiz com a situação real de vida da população negra. Para o autor, "ao se folclorizar a cultura, folcloriza-se, com ela, o indivíduo e o grupo. Encarada desta perspectiva, a folclorização é parte de um mecanismo histórico de produção do **homem-espetáculo** ou **espetaculoso**, do ser **exótico** e leviano, e, como tal, incorporado à dimensão não séria - histriônica e mágica - da vida nacional."

<sup>58</sup> O teatro enquanto um gênero da *performance* pode oferecer uma leitura crítica "direta" da vida social. Como um bom exemplo, tem-se na cidade de Salvador o trabalho desenvolvido pelo BANDO DE TEATRO OLODUM. Alguns trechos dos textos que compõem a "Trilogia" do Pelô" aparecem no cap.2 desta dissertação.



mas, do mesmo modo, comunicar, transmitir alguma coisa. Neste caso, também está em cena uma comunicação não-verbal; o público participante não consome somente o lazer, mas imagens carregadas de signos.



Banda Show Olodum - Lavagem da Varig - 16/03/96

## II. O OLODUM E O MACIEL/PELOURINHO



Casa do Olodum - XVI FEMADUM - Festival de Música e Arte do Olodum - 26,27 e 28/01/96.



## II.1. PELOURINHO NÃO É MAIS AQUELE

Ao analisar o espaço do Maciel/Pelourinho, tomo como ponto de partida as reflexões de AUGÉ (1994), quando, na sua definição de *não-lugar*<sup>59</sup>, contrapõe este ao *lugar antropológico*, ao espaço que se configura como o lugar da identidade. Para este movimento, o autor busca em Michel de CERTEAU a união entre espaço e lugar, concordando com este que "espaço é um lugar praticado". Sendo assim, todo o espaço-lugar é "relacional, identitário e histórico", ou, ao contrário, caracterizar-se-á como um *não-lugar*. Mas, para AUGÉ, o espaço não se define apenas por um *lugar-praticado*. Ele é mais do que isso, ele é a síntese de uma "soma de lugares".

Se para Michel de CERTEAU "todo relato é um relato de viagem" (apud. AUGÉ, 1994, p.78), os relatos de espaço falam da experiência do viajante, da viagem e dos lugares pelos quais passou, do lugar "que constituiu a escritura do relato".

O espaço como prática *dos* lugares e não do lugar procede, na verdade, de um duplo deslocamento: do viajante, é claro, mas também, paralelamente, das paisagens, das quais ele nunca tem senão visões parciais, 'instantâneos', somados confusamente em sua memória e literalmente, recompostos no relato que ele faz delas ou no encadeamento de slides com os quais, na volta, ele impõe o comentário a seu círculo". (AUGÉ, 1994, p. 80)

O relato da "antropóloga-viajante" sobre o espaço do Maciel/Pelourinho constituir-se-á de fragmentos dos *lugares-praticados*, "instantâneos" registrados na memória e que, agora, nada mais são do que imagens convertidas em palavras-texto. O texto, por sua vez, atreve-se a provocar novas imagens àqueles que não tiveram a prática do lugar, para que estes também façam a sua viagem, mesmo que no campo da imaginação.

Se o espaço resulta da "pluralidade de lugares", há de se considerar,

---

<sup>59</sup>Para o autor, a "supermodernidade" é produtora de *não-lugares*, espaços de passagem que se caracterizam pelo efêmero, pelo provisório, tais como: rodoviárias, aeroportos, hotéis etc. (1994, p. 74)



para efeito da escritura do relato, o lugar de onde se fala, o *estar aqui* já transformado pela volta, permeado pela subjetividade de quem *esteve lá*. A viagem transportada para o texto, da qual convido o leitor a participar, será, desta forma, um jogo de imagens que falam de um Pelourinho do passado e do presente, de muitas histórias ouvidas e vividas. E se da paisagem do Maciel/Pelourinho, objeto do olhar da antropóloga, o relato é parcial, é porque não se pode abordar o espaço "sem a convicção de que tanto o passado é parcialmente invisível, quanto o presente também o é". (SANTOS, 1995, p. 14)

Paul Simon, quando veio fazer o clip, veio numa época em que o Pelourinho ainda era muito marginalizado, era olhado lá fora como um gueto da vida, um bairro escuro, uma coisa assim onde não se poderia entrar, que não tinha segurança pra ninguém. De repente, quando Michael Jackson veio, já veio com o Pelourinho todo reformado, alguns moradores já foram colocados pra fora daqui, teve essa reforma toda burocrática que existiu e que mudou o Pelourinho. Agora, turista é dia e noite aqui, antigamente não vinham, por quê? Por causa das coisas erradas que ouviam lá fora: "o Pelourinho é isso, o Pelourinho é aquilo". Tinham medo. Tanto é que tem até uma música, *Cartão Postal: Pelourinho não é mais aquele*, olha a cara dele, **aqui tudo mudou...** (Memeu, Mestre da Banda Olodum - 07.03.96)<sup>60</sup>

O Pelourinho, localizado na Área Central<sup>61</sup> da cidade de Salvador, é formado por casarões coloniais, hoje em grande parte restaurados pelo Governo estadual através do IPAC - Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia. Constitui-se da parte mais significativa de todo um conjunto arquitetônico, caracterizado como "Centro Histórico."<sup>62</sup> O interesse na

<sup>60</sup> A letra da música à qual Memeu se refere é de Itamar Tropicália, Mestre Jackson e Sérgio Participação. Segue a letra:

Pelourinho não é mais ê / Pelourinho não é mais não  
Pelourinho não é mais sim / Pelourinho não é mais aquele  
Olha a cara dele / Você não fica à toa / Tem muita gente boa  
Aqui tudo mudou / São quinze anos que brilhou  
Olodum filhos do sol / Reluz e seduz o meu amor  
Negros conscientizados / Cantam e tocam no Pelô  
Pelourinho primeiro mundo / Cartão postal de Salvador  
Passa lá Passa lá / Passa lá que eu vou  
Passa lá Passa lá / Passa lá no Pelô.

<sup>61</sup> Ângela Franco (1995:31) utiliza o termo "Área Central" a partir da definição do planejamento municipal de Salvador. Assim, a Área Central compreende o denominado "Centro Histórico" e bairros como Nazaré, Garcia, Baixa dos Sapateiros, Comércio e Cidade Baixa.

restauração dos casarões do Pelourinho não é um fato recente. GOMES e FERNANDES (1995, p.51) informam que este processo já vem se dando há mais ou menos vinte anos. A primeira intervenção data de 1967, ano em que foi criada a Fundação do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia, que, mais tarde, passou à condição de Instituto, o IPAC. A partir daí, houve vários outros projetos que não alcançaram êxito, e foi somente nos anos 90 que a recuperação conseguiu se efetivar de fato.

Vale lembrar que o turismo em Salvador começa a desenvolver-se mais incisivamente na década de 70, período em que o interesse pela preservação do patrimônio histórico passa a ser preocupação das autoridades públicas. O Pelourinho, por toda sua importância, foi, desta forma, um dos lugares privilegiados para a viabilização dos projetos governamentais que visavam criar pólos de atração turística na cidade.<sup>63</sup>

A população do Maciel/Pelourinho foi reconhecida durante muito tempo como formada por ladrões e prostitutas<sup>64</sup> e, até por isso, era bastante marginalizada e estigmatizada socialmente. O trabalho desenvolvido pelos blocos afro, ao longo dos anos, em especial pelo Grupo Cultural Olodum, e a própria restauração do Centro Antigo, que acabou transformando esta área num espaço predominantemente comercial e de lazer, contribuíram para que o Maciel/Pelourinho passasse a merecer uma imagem mais positiva na cidade.

Pode-se dizer que a restauração arquitetônica do Pelourinho é recente, mas a reconstituição simbólica da área é um processo que vem se desencadeando há mais tempo, impulsionado especialmente por grupos negros

---

<sup>62</sup>Pelourinho e adjacências: Sé, Terreiro de Jesus, Taboão, Passo, Carmo, Sto. Antônio D'Além Carmo.

Utilizo aqui a denominação Centro Antigo a partir do entendimento de GOMES e FERNANDES (1995, p.26) de que "Centro Histórico" é uma caracterização incorreta, na medida em que toda e qualquer parte da cidade é histórica.

<sup>63</sup>Para essa discussão, ver GOMES e FERNANDES (1995 e 1995a).

<sup>64</sup>Ver trabalho de MOREIRA (1982). O autor apresenta um panorama do que era o espaço do Pelourinho na década de 80, e sua pesquisa constituiu-se tanto da observação quanto de entrevistas com os adolescentes reconhecidos como "ladrões".



que, ao longo dos anos, têm transformado o Pelô num dos *locus* privilegiados para as manifestações culturais negras da cidade.

Mas o maior lastro sobre o qual se erigiu esta atual intervenção é, inegavelmente, aquele fornecido pelo movimento cultural negro, que se firmou ao longo desses anos por entre as brechas abertas pelo fracasso dos sucessivos projetos anteriores e que **investiu o Pelourinho de significados culturais pujantes**, muito colaborando para sua divulgação nacional e internacional. Podemos mesmo dizer que, neste sentido, este movimento cultural negro dá "sustentação" à atual intervenção, o que acaba configurando algumas alianças estratégicas e transitórias entre eles e o próprio Estado. (GOMES e FERNANDES, 1995, p. 56) (Os grifos são meus)

Os grupos negros são apontados, mais uma vez, como agenciadores de uma **mudança**, que "investiu o Pelourinho de significados culturais pujantes". Evidente que esta é apenas uma das muitas histórias que envolvem o Pelourinho. Há outros relatos que falam de um Pelourinho "lugar de barão", da aristocracia baiana, da "elite branca", que depois foi aos poucos se deslocando para o novo centro da cidade, o centro "moderno", formado por bairros como Graça, Barra, Nazaré<sup>65</sup> etc. Indo um pouquinho mais longe na história, o sentido da palavra era demasiadamente negativo, pois pelourinho era o lugar onde se praticava o açoite aos escravos, portanto, pelourinho já foi sinônimo de tristeza, tortura, humilhação.

O sentido de uma comunidade e os símbolos utilizados podem mudar no tempo. Este é evidentemente o caso do Pelourinho, que mudou pelo menos quatro vezes de sentido no decorrer de sua longa história: centro de poder branco, por excelência, do pelourinho onde o escravo apanhava; centro da baixaria; centro da cultura negro-juvenil e, obviamente, centro de um certo tipo de Bahia em forma de Bahiatursa, ou Varig, talvez. (SANSONE: 1995a, p.59).

Mais especificamente na área conhecida como Maciel-Pelourinho, localizam-se todos os prédios do Grupo Cultural Olodum. Na rua Gregório de Mattos, fica a Casa do Olodum, cuja restauração iniciou no ano de 1987, sendo inaugurada em 25/04/91 (na festa de 12 anos de aniversário do Grupo). Além

---

<sup>65</sup>Ver MOREIRA (1982).



da parte administrativa,<sup>66</sup> a Casa possui um amplo espaço no andar superior, onde acontecem palestras, seminários etc, e, no térreo, funciona um bar, especialmente à noite. A Casa é um *point* não apenas para os integrantes do Grupo, como para os amigos, visitantes e turistas. Pode-se dizer que na Casa do Olodum predomina o trabalho de *marketing*. Há um lugar reservado para a  *festa*, outro, para as atividades político-sociais e, paralelamente, os que são destinados à "organização", aos "negócios" do "Olodum-empresa".

Descendo o Terreiro de Jesus pela rua Francisco Muniz Barreto, encontra-se a Fábrica de Carnaval e, logo mais adiante, a Escola Criativa Olodum. A Escola existe desde 1991 e resultou de um acúmulo de discussão e trabalho desenvolvido pelo Grupo, envolvendo crianças da comunidade a partir do projeto "Rufar dos Tambores".<sup>67</sup> Somente em 1994 implantou-se o ensino formal, de 1ª a 4ª série. A Escola é o espaço que mais fortemente responde pelo "social", pelo "político". É o lugar da "arte-educação" que, dentro de um projeto geral, do "Grupo Cultural Olodum", faz a contraposição ao "Olodum-empresa".

A Fábrica de Carnaval Olodum, inaugurada em 25/04/1994, é um prédio bastante amplo, subdividido em três andares, sendo que, no primeiro, encontra-se o setor de corte de tecidos; no segundo, a costura, almoxarifado, arte/estamparia e, também, a parte administrativa. No último andar, funciona a serigrafia. O espaço da Fábrica de Carnaval é a confirmação máxima do Olodum-empresa, do "Olodum moderno"; é a comprovação de que, no Grupo Cultural Olodum, a  *festa* e a musicalidade associam-se ao trabalho produtivo.

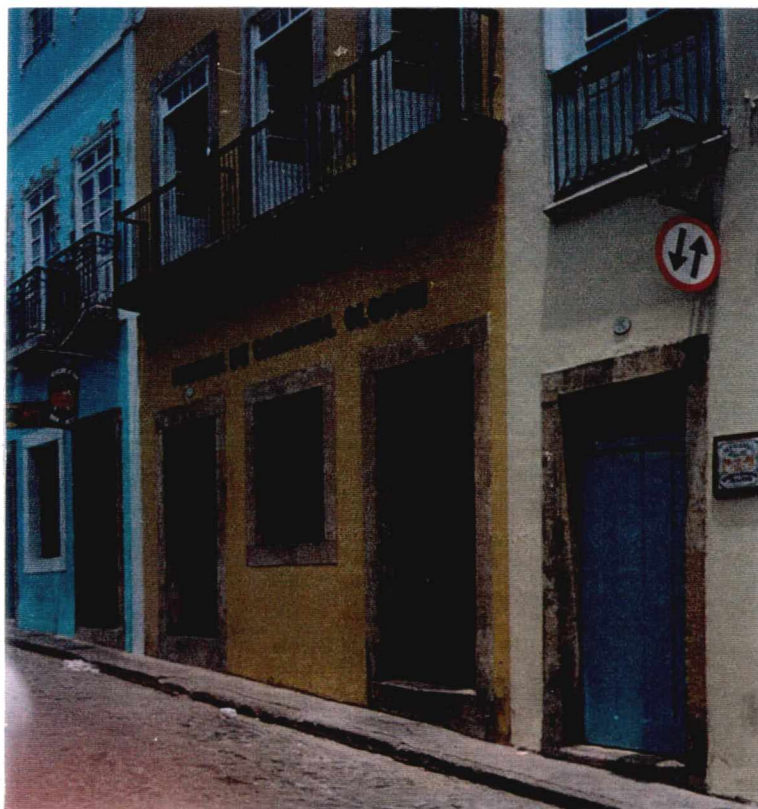
No Largo do Pelô, no lugar onde foi a primeira sede do Grupo, hoje encontra-se a Boutique, principal ponto de comercialização da grife Olodum. Na

<sup>66</sup>O departamento cultural e internacional do Olodum funciona na Rua Chile, Centro, próximo ao Pelourinho. Há uma parte da administração no Bairro Itaipara.

<sup>67</sup>O "Projeto Rufar dos Tambores" foi criado em 1984 por alguns diretores do Bloco Olodum. O objetivo era realizar um trabalho artístico e educacional com os moradores do "Centro Histórico", em especial do Maciel/Pelourinho. A Banda Mirim foi o impulso inicial para a consolidação de uma ação político-social na comunidade, momento em que o "Bloco Olodum" passou-se a denominar "Grupo Cultural Olodum". Sobre arte-educação, arte-etnicidade, a partir da implantação do "Projeto Rufar dos Tambores" e da Escola Criativa Olodum, ver dissertação de mestrado de CARVALHO, N. (1994)

Boutique vendem-se artigos diversos: camisetas, bonés, shorts, chaveiros, Cds, bijuterias etc, todos com a marca Olodum. Na perspectiva de construção do Olodum-empresa, este é o espaço que melhor consegue sintetizar a relação entre movimento de negritude e consumo. Não é apenas o lugar em que se comercializa uma grife, mas é onde se faz a divulgação do étnico, da cultura negra, de uma identidade.

Os ensaios da Banda Olodum são realizados nos fundos do Teatro Miguel Santana, no espaço conhecido como "The Afrikan Bar". No último período, por decorrência de reformas no prédio, os ensaios estavam acontecendo no Largo Tereza Batista, ali mesmo no Maciel/Pelourinho, na rua Gregório de Mattos. Os ensaios dirigidos ao público "não pagante" ocorrem no Largo do Pelourinho, em frente à Casa de Jorge Amado. Estes são os lugares eleitos para a construção da *performance*. É onde acontece a  *festa*, o lúdico, a *participação* - são os espaços-lugares para a exibição e *espetacularização* de uma identidade.



Fábrica de Carnaval Olodum (foto Angela Souza)







Além do trabalho de ressignificação do espaço, pode-se dizer que o Olodum apresentou-se, para alguns moradores do Pelourinho, como uma alternativa de vida, uma possibilidade de ascensão social, de *status* e prestígio. Muitos meninos, hoje integrantes da Banda Show Olodum, moravam no Pelourinho ou arredores, não tinham perspectivas de trabalho e, no dizer do Maestro Neguinho do Samba, muitos deles, que poderiam "estar cheirando cola ou então roubando, fazem música. Nunca sonharam nem com Feira de Santana e, hoje, conhecem Nova York, Miami, conhecem o mundo quase inteiro e ainda recebem seu cachê como artista."(05/03/96)

**Da marginalidade**, do Pelourinho "brega"<sup>68</sup>, o Olodum foi para Miami, New York, **para o mundo**. O Olodum foi considerado "brega" e marginalizado, assim como o lugar que lhe serviu de palco, o Maciel/Pelourinho. De uma condição marginal atualmente, ambos, Olodum e Pelourinho, vivem a euforia da  *festa*, que está a serviço do mercado, da "mudança", do "moderno".

O Pelourinho *open to the world*<sup>69</sup>, espaço-lugar (AUGÉ, 1994) dos viajantes, turistas, pesquisadores etc, já foi o cenário de muitas histórias. Por isso, o esforço na construção do texto não se reduz a resgatar as imagens que contam sobre uma experiência, limitada à prática de um Pelourinho reformado. Há imagens trazidas a partir dos relatos de outrem, de quem teve a prática de um Pelourinho diferente, "menos chique", onde não circulava tantos turistas, um lugar que podia até ser "decadente", "brega" mas, no entanto, era possível ver as "pessoas irem à venda comprar seu pão, comprar o café, o vizinho conversando com o outro, que era uma coisa que dava vida na verdade ao bairro. E a partir dessa mudança, que essas pessoas saíram, as raízes realmente do Maciel/Pelourinho foram embora..." (Joel Gonzaga, diretor da Boutique Olodum, 05/01/96)

---

<sup>68</sup>Gíria local, o mesmo que "zona".

<sup>69</sup>Alusão ao material de propaganda e *marketing* feito pelo IPAC e Secretaria de Cultura e Turismo do Governo da Bahia. Material este distribuído também pelo Grupo Cultural Olodum, doado aos visitantes, turistas e pesquisadores.

## 11.2. ESSA É NOSSA PRAIA

A partir de agora, existirão momentos em que alguns personagens da "Trilogia do Pelô", do BANDO DE TEATRO OLODUM,<sup>70</sup> ocuparão a cena do texto. As peças da Trilogia: *Essa é Nossa Praia, Ó Paí, Ó!* e *Bai Bai Pelô!* procuram mostrar o Pelourinho antes, durante e depois da reforma. Selecionei alguns trechos que cumprirão aqui um duplo papel: o de auxiliar na compreensão do processo de restauração do Pelourinho e o de exibir, para o leitor, uma pequena parte do trabalho desenvolvido pelo Bando de Teatro Olodum. Não é à toa que Caetano Veloso apresenta os textos da Trilogia dizendo: *Que maravilha que o Olodum tenha querido juntar seu nome também à palavra TEATRO.*

.....  
 BRIGADEIRO<sup>71</sup> - Aí galera, chegue mais, prô dá a idéia! O seguinte é esse! Vocês não estão fazendo do jeito que eu mandei. Já falei que não é pra ir de vez, senão suja a parada, meu irmão! Tem que ser como eu já dei a idéia! O gringo vai tá descendo aí com a galera, certo? Vocês chegam na manha, inventa um chaveco pra ele, dizendo que sua mãe tá doente, seu pai saiu fora de casa e você tem cinco irmão pra criar e não trabalha. Aí pede um trocado pra eles, certo? Se não rolar porra nenhuma, já sabe o que vai fazer depois! Espera a galera no Largo, embarrera nas manha; fica ligado se não tem nenhum piru dos homem. Aí, dá o bote! Um bafa o relógio, o outro a corrente e a carteira e parte de avoadado e se entoca lá na 28<sup>72</sup>, que eu quero vê Bunda-mole ir lá procurar vocês! (*Passa o GUARDA*) Aí galera, sujô! Sai fora todo mundo que chegou o cana novo aí da área! (MEIRELLES e Bando de Teatro Olodum, 1995, p.59)

Há dias e horários que circular por algumas ruas do Pelô ainda é apontado como perigoso. Mais de uma vez fui alertada para não ir ao Largo do Pelourinho domingo à noite, quando o Olodum faz seu ensaio para o público "não-pagante", em frente à Casa de Jorge Amado. Mesmo nas terças-feiras de

<sup>70</sup> A Trilogia foi publicada recentemente pela Editora Olodum (1995).

<sup>71</sup> Brigadeiro representa o malandro e traficante do Pelourinho, personagem de Sérgio Amorim.

<sup>72</sup> Nota explicativa no original: 28 refere-se a uma rua do "Centro Histórico".



bênção<sup>73</sup>, os lugares geralmente considerados como "muvuca", "baixo astral", são aqueles situados entre o Largo do Pelô até mais ou menos a altura da Casa do Olodum, na rua Gregório de Mattos. Ali são os lugares considerados privilegiados para pequenos furtos<sup>74</sup>, geralmente praticados por adolescentes.

Terça-feira de bênção, ao sair do *The Afrikan Bar*, Luciano me esperava na porta para "uma cerveja" no Largo Pedro Arcanjo. Naquele dia, estava difícil caminhar no meio de tanta gente nas estreitas ruas do Pelourinho. Mais ou menos próximo ao Bar do Reggae, alguém esbarra em mim. Imediatamente, numa situação de defesa, levo a mão na mochila, e o menino, ao perceber meu gesto, reclama: "não vou te roubar moça, não sou ladrão!" Sua atitude me choca, Luciano diz para ele "não esquentar" e eu fico meio imobilizada e envergonhada com a situação. (Diário de campo. 28.11.95)

A Brigada Militar não poupa esforços para usar o cacetete contra os supostos ladrões e marginais do Largo do Pelô. Na última eliminatória do XVI FEMADUM - Festival de Arte e Música do Olodum -, assisti de "camarote", da sacada da Boutique Olodum, a uns e outros serem espancados. Cada vez que se instaurava a confusão, os tambores do Olodum cessavam, e, impressionado com meu interesse pela situação, um dos integrantes do júri advertiu: "presta atenção na festa e não na violência".

A situação não foi diferente nos dias do FEMADUM. Sábado à noite, mais

---

<sup>73</sup>Demorei alguns dias para descobrir o que era a terça-feira de bênção no espaço do Pelourinho. Até que, movida pela curiosidade, fui à missa na Igreja São Francisco, às 18hs, para receber a "bênção de Santo Antônio" e depois dirigir-me, então, à festa profana do Pelô. A terça-feira de bênção é uma prática muito antiga. Primeiramente, consistia numa distribuição de alimentos para a população carente e se fazia acompanhar por uma missa na Igreja São Francisco. Com o tempo, essa atividade de caráter religioso foi acrescida de uma dimensão lúdica e recreativa. A terça de bênção passou a ser também um espaço de lazer e de expressiva manifestação cultural da juventude negra baiana. Atualmente, frequenta a terça-feira de bênção um público bastante heterogêneo e, sem dúvidas, é a noite mais movimentada do Pelô. Nos outros dias da semana, o fluxo de pessoas reduz consideravelmente. As noites de terças-feiras e domingos tornaram-se relevantes para a economia local, inclusive para os mais pobres que colocam suas "barraquinhas", vendem seus quitutes e cervejas. O ensaio do Olodum na Quadra, na noite de terça-feira, é uma referência importante. É comum falar-se em "terça de bênção do Olodum."

<sup>74</sup> O que mais se rouba é relógio de pulso, pulseira etc. Geralmente, tiram dos *estrangeiros*, que são os "desavisados". Quando me tiraram o relógio num domingo à noite no Largo, alguns amigos, ao saberem do fato, comentaram: "até que enfim, foste iniciada."



ou menos na altura do Largo Pedro Arcanjo, na rua Gregório de Mattos, outras cenas de brutalidade foram praticadas pela Brigada Militar. Os meninos do Olodum quiseram intervir. O compositor Nêgo do Barbalho, furioso, reclamava do fato de ter apanhado na última terça-feira, em frente à Quadra do Olodum, e mais de uma vez chamou minha atenção para registrar a discriminação social/racial dos negros na Bahia: "fique atenta porque você está muito encantada com os blocos afro, com o Olodum e pode achar que aqui tudo é maravilhoso."

Na última noite do FEMADUM, resolvi juntar-me à "galera" do Largo do Pelô. Depois do grupo de pagode Arte de Saia (o nome decorre do fato de ser um grupo formado exclusivamente por mulheres), foi a vez dos tambores do Olodum, que não deixou pra menos. De repente, começou um jogo de "empurra-empurra". Já devota do Nosso Senhor do Bonfim, pedi a ele uma forcinha. Consegui sair do Largo depois de muitas tentativas. Ao subir a Alfredo de Brito, narrei o acontecido a um amigo, morador das redondezas, e ele foi categórico: "Você é louca! Como vai para o Largo do Pelô sozinha, no domingo à noite, e ainda, no FEMADUM. Nem eu faço isso e moro aqui há 15 anos". (Diário de campo. 28.01.96)

No domingo à noite, no Largo do Pelô, há uma maior concentração de jovens oriundos de bairros periféricos e pobres da cidade. Segundo alguns informantes, as "galeras" de diversos bairros resolvem, no espaço da  *festa*, os desentendimentos.<sup>75</sup>

As duas faces do Pelô dividem a cena do texto, a  *festa* e a violência. De um lado está o Pelô restaurado, o  *point* turístico da Bahiatursa; do outro, o Pelô estigmatizado e perigoso, dos jovens pobres da cidade de Salvador. Este é o paradoxo que se apresentou no jogo dos dados etnográficos: "**Registre a festa e não a violência**" - "Cuidado! **nem tudo é festa**, nem tudo é maravilhoso!" Para que a  *festa*, de fato, aconteça, existe um controle, um policiamento ostensivo<sup>76</sup>. Um esforço é desencadeado por parte das autoridades públicas,

<sup>75</sup>Ao transitar com um funcionário do Olodum no espaço do Maciel/Pelourinho, chamou-me atenção a maneira como as pessoas o cumprimentavam, e ele avisou-me: "amanhã, todo mundo já vai saber que você é minha amiga, aí dificilmente alguém vai mexer com você". Um outro funcionário contou-me que estava se dirigindo para o Pelourinho, quando alguns meninos vinham em sua direção com atitudes suspeitas e, ao lhe reconhecerem, exclamaram: "Oh tio, está indo lá pra o Olodum?"

<sup>76</sup>Este policiamento é ainda mais intenso durante o carnaval, especialmente nas principais avenidas da cidade, onde acontece a  *festa*.

no sentido de transformar o Pelô "brega" num lugar "seguro e limpo".

O Pelourinho, mesmo reformado e "aberto para o mundo", é ainda, em alguns dias e horários, olhado com desconfiança. Antes da intervenção governamental, o trabalho realizado por grupos negros no sentido de reverter o estigma sobre essa área não foi tarefa fácil. Havia uma certa resistência dos próprios moradores, muito bem resumida no texto do Bando de Teatro Olodum:

.....  
 DONA JOANA<sup>77</sup> - Eu já não disse que não quero ver vocês metido nessa tal de Banda Mirim do Olodum? Ainda mais agora que aquele Neguinho do Samba,<sup>78</sup> catou os meninos de rua e colocou na Banda pra tocar também.<sup>79</sup>

FILHO 1 - Minha mãe, os meninos de rua são iguais à gente. E por que a senhora não vai falar com Neguinho do Samba?

DONA JOANA - Eu falar com aquele Neguinho? Eu quero ver o diabo e não quero ver aquele Neguinho na minha frente. Sabe o que eu vou fazer? Vou comprar duas sacas de amendoim e colocar os dois pra vender.

FILHO 2 - Eu não vou, eu não vou... (MEIRELLES e Bando de Teatro Olodum, 1995, p.63)

Outros blocos afro desenvolvem um trabalho semelhante. É o caso do bloco afro Muzenza que, em parceria com o Projeto Axé, envolve meninos de rua em diversas atividades artístico-culturais. Estas acontecem no Maciel/Pelourinho, na própria sede do Muzenza.<sup>80</sup> Cabe lembrar, no entanto, que outros lugares na cidade foram altamente ressignificados a partir de um trabalho desenvolvido por grupos negros como, por exemplo, a Timbalada no Candeal<sup>81</sup> e o Ilê-Ayiê no Curuzu/Liberdade.

---

<sup>77</sup> Personagem moradora do Pelourinho, representada por Luciana Souza. *Essa é Nossa Praia* - Trilogia do Pelô -MEIRELLES (1995)

<sup>78</sup> Nota no original para identificar o Mestre da Banda Olodum.

<sup>79</sup> Nota explicativa no texto original. Fala de um convênio existente entre o Olodum e o Projeto Axé, visando realizar um trabalho com os meninos de rua, fato que provocou resistência a algumas mães moradoras do Pelourinho que não queriam que seus filhos fossem confundidos com meninos de rua.

<sup>80</sup> Tomei conhecimento do trabalho através de Alberto Pita, diretor de arte do Olodum, que presta serviços também ao Projeto Axé.



O descaso do poder público municipal e estadual frente à população do Pelourinho permaneceu durante e depois do processo de restauração do Centro Antigo, pois a recuperação visou atingir meramente os prédios e não os seus moradores. A indenização recebida por esses moradores acabou num curto espaço de tempo e, para muitos, a reforma somente agravou a miséria e a marginalização.<sup>82</sup>

O afastamento de parte significativa da população que residia no Maciel/Pelourinho, por decorrência da restauração do Centro Antigo, provocou algumas alterações no trabalho social desenvolvido pelo Grupo Cultural Olodum. Não se pode mais dizer, por exemplo, que a Escola Criativa Olodum esteja direcionada unicamente à comunidade do Maciel/Pelourinho, até mesmo porque falar em comunidade do Maciel/Pelourinho é mascarar o fato de que esta foi desarticulada, reduzida a fragmentos e, talvez hoje, exista somente na memória daqueles que nasceram, cresceram e ali fizeram história.

Segundo o relato de alguns professores, as crianças que hoje freqüentam a Escola Criativa vêm de diferentes lugares da cidade. Há alguns poucos casos de ex-moradores do Maciel/Pelourinho que, mesmo distantes, continuam mantendo vínculo com a Escola. Mesmo assim, a comunidade do Maciel/Pelourinho é, para o Grupo, uma referência mítica. Ela permanece, está presente na fala de muitos diretores, principalmente daqueles que sonharam com um projeto diferente para essas pessoas, o da não-exclusão.

---

<sup>81</sup>ALVES (1995) analisa a importância do grupo Timbalada e Carlinhos Brown para a comunidade do Candeal. Inicialmente denominado pejorativamente como Ilha do Sapo, o Candeal carregava o estigma de ser um lugar horrível e violento, mas foi ressignificado, a partir da ascensão de seus músicos. De Ilha do Sapo, passou-se a denominar Ilha da Fantasia.

<sup>82</sup> Informações colhidas a partir de relatos no campo, como também pelo acesso a uma reportagem do Jornal Bahia Hoje, de 26/03/95, intitulado: "Como vivem os ex-moradores do Centro Histórico". Segundo os dados da matéria, foram pagas, na época, 2.800 indenizações. Conforme Joel Gonzaga, diretor da Boutique Olodum, "muitas pegaram o dinheiro, pessoas que até pela própria ignorância fizeram coisas que não deviam ter feito, pessoas que pegaram o dinheiro e compraram televisão a cores, compraram telefone, sem ter uma casa pra morar. Houve vários casos, vários problemas assim, e essas pessoas terminaram hoje sem nada, não tinham emprego, tiveram que vender tudo isso até pra se alimentar. E pessoas que hoje vivem em situação realmente difícil, pessoas que vivem até em albergue por conta disso. É uma falta de orientação, porque, na verdade, o governo pegou toda a comunidade desorganizada." (05.01.96)



### 11.3. Ó PAÍ Ó!

.....  
 LÚCIA<sup>83</sup> - Agora que a Bênção é festa soçaité! Antigamente não: só dava brown. Mas hoje em dia, dia de terça-feira, o Pelourinho está iluminadíssimo; a brancada desceu, gente fina, elegante, perfumada. O homem vai reformar tudo, vai tirar a negrada e entregar à brancada que é de direito. Não, eu digo isso, porque aqui era um dos últimos lugares que servia de quilombo pra essa negrada. Agora o Pelourinho vai ficar impistiado por Geovana Baby<sup>84</sup> Tudo cor de rosa. Pelourinho agora é: "Ação, Competência e Moralidade".<sup>85</sup> Eu tenho "orgulho de ser baiana"<sup>86</sup>. Aí, já viu, né? A televisão vai vir logo atrás e o Pelourinho agora é só divulgação. Baiana, tem petisco? (MEIRELLES e Bando de Teatro Olodum, 1995, p.103)

O processo de restauração e retirada dos moradores não primou pela tranquilidade. Segundo o relato de alguns integrantes do Grupo Cultural Olodum, houve tentativas de resistência, que se estabeleceram através de uma ação conjunta, entre o Olodum e lideranças da comunidade, para que se evitasse a saída dessa população. Isso não quer dizer, no entanto, que o Olodum se posicionava contra a reforma. A objeção do Grupo era quanto ao afastamento dos moradores e a descaracterização do espaço, a partir da transformação das casas de moradia em lojas e estabelecimentos comerciais diversos. De qualquer forma, o resultado das negociações revelou uma certa debilidade na organização política Olodum/comunidade, pois não se conseguiu articular uma proposta de peso diante das investidas do governo estadual. O entusiasmo por algumas poucas moedas, oferecidas aos moradores, bastou para que estes abandonassem suas casas<sup>87</sup> e deixassem o caminho livre para

<sup>83</sup> Vendedora do Pelourinho que se veste de baiana, personagem de Edvana Carvalho.

<sup>84</sup> Nota no original para explicar que se trata de uma grife de roupas infantis.

<sup>85</sup> Nota no original para destacar o slogan da campanha publicitária de Antônio Carlos Magalhães, popularmente conhecido como ACM, na época governador da Bahia pelo Partido da Frente Liberal (PFL). ACM é atualmente senador da República.

<sup>86</sup> Nota no original para destacar mais uma campanha publicitária de Antônio Carlos Magalhães.

<sup>87</sup> Segundo me relataram, muitos moradores não eram de fato donos das casas, mas moravam

uma reforma que concedeu, então, uma nova configuração ao espaço.

Não dá para negar que, se por um lado o Grupo Cultural Olodum teve alguns prejuízos políticos com a reforma, pois a permanência dos moradores lhe garantiria uma maior facilidade na implementação do seu projeto social, por outro, a divulgação de um Pelourinho restaurado, *point* turístico da cidade, trouxe benefícios e vantagens para o Grupo. Muitos materiais de divulgação turística do Pelourinho trazem, ao fundo, fotos do Olodum, ou fazem alguma menção a este. Muitos turistas, ao chegarem na cidade, em especial no Maciel/Pelourinho, querem saber do Olodum, querem ver o Olodum. Uma demanda que deve ter aumentado consideravelmente depois da reforma, por causa da facilidade e da tranqüilidade maior no trânsito destas pessoas. Mais de uma vez fui abordada nas ruas do Pelourinho por estrangeiros que desejavam saber onde era a Casa do Olodum, onde aconteceria o ensaio da Banda na terça-feira etc. Há, portanto, uma relação intrínseca Olodum e Maciel/Pelourinho, construída historicamente e referência tanto para a população local como para a estrangeira. Afinal, o Pelourinho tornou-se "patrimônio da humanidade".<sup>88</sup>

O Pelourinho "brega" deu lugar ao Pelourinho reformado, ao *Pelourinho open to the world*. Do Pelourinho espaço de moradia, fez-se um "bazar comercial e cultural", onde se mercantiliza tudo, principalmente a cultura negra. O Pelourinho "brega" tornou-se, aos poucos, o "Cartão Postal" de Salvador, importante espaço-lugar da negritude baiana, dos "mauricinhos e patricinhas"<sup>89</sup> da cidade, dos estrangeiros e, é claro, espaço-lugar dos pesquisadores, vindos dos mais diferentes lugares do país e do mundo.

---

ali há muito tempo. É bom lembrar que as casas estavam em péssimas condições, e, além disso, havia todo um estigma sobre o lugar, o que deve ter afastado os verdadeiros donos e os incentivado a alugar para pessoas de baixa renda.

<sup>88</sup>O Pelourinho foi tombado pela UNESCO como "patrimônio da humanidade" no ano de 1985, e é considerado um dos maiores conjuntos arquitetônicos barrocos do mundo.

<sup>89</sup>A procura do Pelourinho por jovens da classe média baiana já há bastante tempo foi registrada pela Rev. Veja (11/03/92), numa matéria de Nadja VLADI, intitulada: "Mauricinhos no Pelô - Juventude de classe média descobre o bairro negro - 'Picados pela flecha de Cupido que é o som do grupo Olodum, os 'Mauricinhos' da cidade começam a freqüentar o antes alditto bairro negro do Pelourinho e iniciam um flerte com a comunidade local".



Para um consumidor convicto, o Pelourinho reformado oferece alguns perigos, especialmente quando se é "de fora", pois muitos objetos atraem pela novidade. Há muitas lojinhas que comercializam artigos diversos: instrumentos musicais, bijuterias, artesanatos, roupas etc. Sem contar os vários espaços direcionados ao lazer: os restaurantes, os barezinhos, os Largos (praças) onde acontecem os shows. Além dos camelôs e artesãos que comercializam suas mercadorias nas ruas, especialmente na Alfredo de Brito, muitos vendedores ambulantes fazem do Pelourinho um dos seus itinerários: vendem colares, pulseiras, fitinhas do Nosso Senhor do Bonfim etc. No início, era abordada todo dia. Perguntavam-me, inclusive, se eu falava português. Depois de um certo tempo, ninguém mais me oferecia qualquer coisa e, para minha surpresa, fui reconhecida várias vezes por algumas pessoas "da área", que me indagavam se eu estava trabalhando para o Olodum.

#### II.4. BAI BAI PELÔ

.....  
 DONA EDNA<sup>90</sup> - Ah, meu Deus, Negócio Torto voltou, Pró?

PROFESSORA<sup>91</sup> - Voltou e a senhora precisa ver que condições está. Oh, minha querida, você não tem aí um quartinho pra ceder para esse rapaz se abrigar, meu amor?

DONA EDNA - Oh, meu amor! Né nada não, viu, Pró! mas quando começou essa reforma, aqui no Pelourinho, as portas do IPAC pareciam as portas do céu, que todo mundo queria reservar espaço para morar. Agora então, parece delegacia, que todo mundo vem prestar queixa. Negócio Torto tá aí. Como todo mundo sabe, Negócio Torto é desabrigado. E cabe a quem assistir os desabrigados? Cabe à Prefeitura, Pró. Ao IPAC, cabe preservar pelo patrimônio artístico e cultural de Salvador, da Bahia, do diabo a quatro. Chegue lá, procure a CODESAL, a IRBIS, a 13a. e dê queixa, Pró. Não, Pró, desculpa. Você não vai sair daqui sem auxílio, não, viu, Pró? (Escreve alguma coisa no papel) Pronto - aqui estão dois telefones, um da ONU, outro de Deus. Se um não resolver, o outro é batata. Pró, me deixe quieta, porque eu vou tomar o meu sorvete e bater meu ponto." (MEIRELLES e Bando de Teatro Olodum, 1995, p. 163)

---

<sup>90</sup>Funcionária do IPAC - personagem feita por Arlete Dias.

<sup>91</sup>Personagem de Merry Batista.



De vez em quando, a cena se instaura. Alguns remanescentes, antigos moradores, perambulam pelas ruas do Pelô, agora mais estrangeiros do que os próprios estrangeiros. Montam o cenário novamente. Servindo de espetáculo para os turistas de filmadora em punho, famintos por uma cena dramática no "Terceiro Mundo",<sup>92</sup> esses moradores armam um escarcéu de xingamentos, brigas, palavrões. A polícia, quando chamada a intervir, o faz não muito convicta. Algumas vezes, fui reprimida pelo amigo que trabalha na lojinha *Afrikan Color*, ao lado da Casa do Olodum: "Venha cá para dentro não fique olhando para esta baixaria!"

Estas imagens apresentam-se deslocadas, afinal, as ruas, as lojas, tudo parece estar direcionado ao visitante, ao turista, ao estrangeiro. Aparentemente, não há mais lugar para as brigas entre vizinhos, para as "baixarias", que em outros tempos poderiam não servir de espanto ou de susto para alguém. No entanto, estas cenas, deslocadas, são parte da paisagem do Maciel/Pelourinho e a manutenção de alguns moradores ajuda, no dizer de GOMES e FERNANDES, a "conferir mais 'originalidade' e 'autenticidade' ao centro histórico recuperado"(1995a, p.36). Não obstante, as "baixarias", bem mais do que legitimar o Pelô reformado, desvelam o tenso jogo das negociações, entre o governo e a comunidade. Se "nem todos os moradores se foram" é porque "nem tudo deu certo". Houve protestos e, nesta briga, "quem reclamou, gritou e esperneou, ficou!"

Estes poucos moradores convivem ao lado de uma história recriada. Os casarões coloniais são fachadas arquitetônicas que reivindicam o antigo, mas são, ao mesmo tempo, um exemplo mais típico da contemporaneidade e da *cultura de consumo*. Pode-se dizer, então, que o "histórico", assim como o uso de símbolos étnicos, são impulsionadores de um consumismo cultural - as manifestações culturais negras, colocadas na condição de espetáculo, estimulam o fluxo turístico. O Largo do Pelô (e adjacências) é o *locus* privilegiado para a construção deste cenário de espetáculos. (MAGNAVITA, 1995, p.123).

---

<sup>92</sup>Na verdade, não considero esta uma categoria explicativa para a nossa época, mas a utilizo muito em contraposição, um pouco irônica talvez, a uma amiga estrangeira deste tempo de Bahia, que sempre fez questão de frisar: "nós, do Primeiro Mundo", "nós, europeus, vocês... os outros".

Como todo projeto recente, o Pelourinho reformado é, para alguns, objeto de encantamento e sedução. Para outros, ele gera dúvidas, desconfiança<sup>93</sup> e, às vezes, alimenta uma certa nostalgia. Afinal, muitos são os que lembram do Pelourinho "brega", o "Pelourinho dos moradores", aquele que existe na memória e que é também inspirador dos artistas.

BACHELARD (1992) nos fala dos poetas, de seus devaneios e de suas casas - "espaços tão amados", tão reais, transformados em imagens-sonho e na mais pura irrealidade. Os poetas nos levam de volta para suas "casas perdidas", aquelas... que permanecem vivas nas lembranças, e que são objeto de remorso, de tristeza e de saudade.

Não posso mais ver nos casarões  
As cores dos orixás  
Bai, Bai, Pelô  
Altars bonitos de Oxum  
Espalhados pelo chão  
Bai, Bai, Pelô.

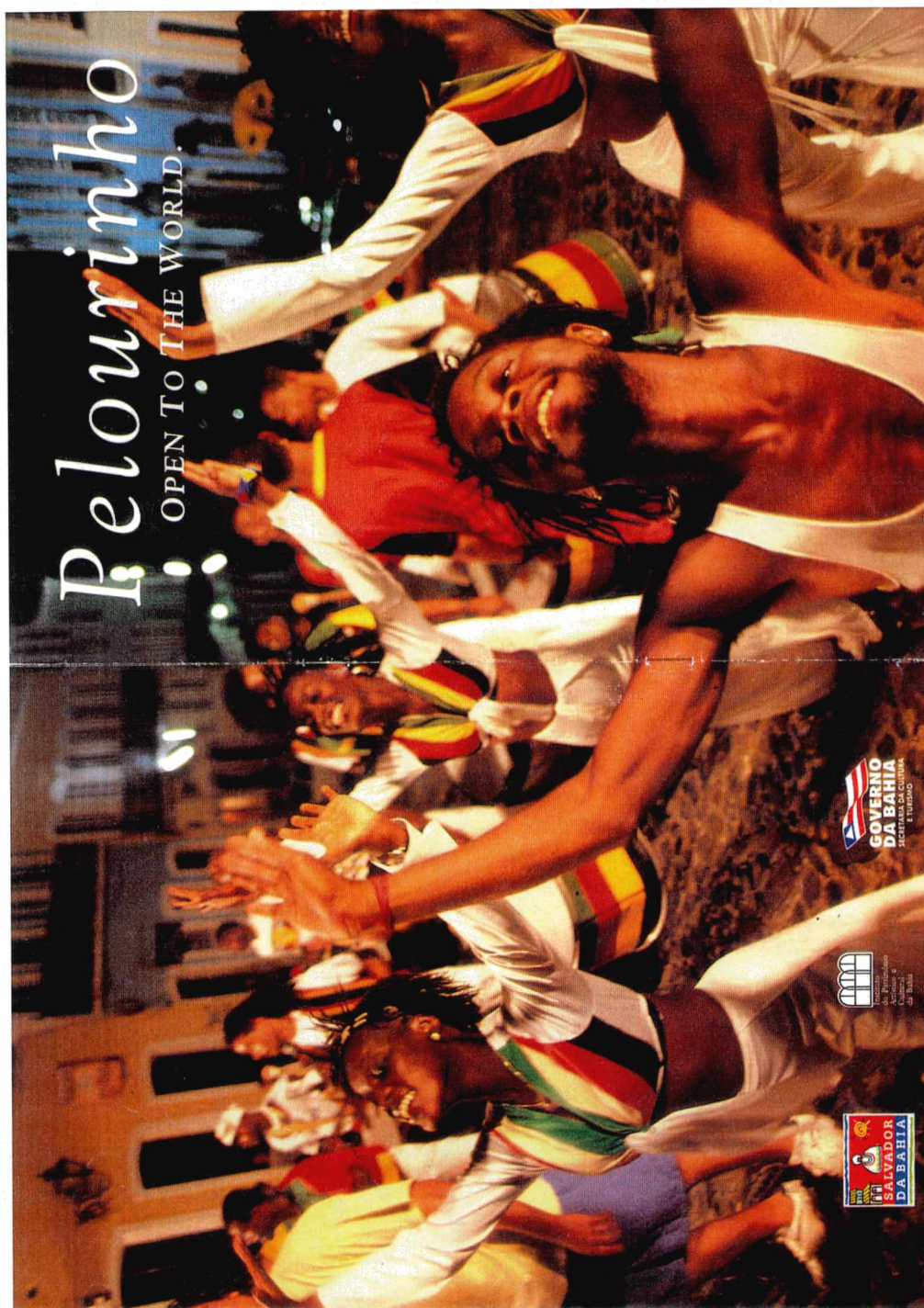
A lua já não brilha como antes  
Seu brilho já se apagou  
Bai, Bai Pelô  
hoje eu choro minha sorte  
Num subúrbio de Salvador / Bai, Bai Pelô  
(Bando de Teatro Olodum - Bai, Bai, Pelô. Música de André e Rejane Maia)

---

<sup>93</sup> Para alguns, o Pelourinho comercial "ficou dez!, o ouro!". Para outros, ele é objeto de muita crítica. A diretora da Escola Criativa Olodum acredita que: "Isso não vai se sustentar por muito tempo, inclusive está fechando algumas lojas, alguns restaurantes, ou eles vão ter uma nova visão de botar gente para morar aqui ou não vai se sujeitar por muito tempo para comercial só. E tem muita gente já morando aqui, até quem veio pra comercial já divide a casa pra moradia. Tem muita gente já assim. Era pra ser uma parte de moradia, a gente sonhou que continuasse uma parte sendo moradia e outra parte, claro, tendo comércio. Mas não só comércio, só comércio não vai sustentar por muito tempo." (Dora, 18.03.96)



## II. 5. PELOURINHO OPEN TO THE WORLD



Material de divulgação turística do Pelourinho - IPAC e Secretaria da Cultura e Turismo do Estado da Bahia (parte reduzida do panfleto original).



Quando é para se mostrar para o mundo exterior o que nós somos, a cidade do Salvador, os habitantes da cidade do Salvador, as autoridades da cidade do Salvador, a inteligência da cidade do Salvador expressam-se como uma cidade negra, de maioria africana, de uma profunda religiosidade africana, de uma música e um folclore caracteristicamente negros, e mostram isso à população do sul do Brasil, à população estrangeira, como uma característica da convivência da democracia racial. Expressam isso com um cinismo fácil de ser desmontado: a cidade de Salvador é uma cidade pobre com 2 milhões e 72 mil habitantes, dos quais apenas 5% têm efetivamente poder de compra. Basta qualquer turista, qualquer estrangeiro ou pessoa de outro Estado andar um pouquinho mais nas ruas de Salvador para detectar que aqui, na realidade, se pratica um *apartheid* social e um *apartheid* racial. (RODRIGUES, 1995, p.85).

Na verdade, não precisa caminhar muito, basta desviar um pouquinho só, sair do Pelô e descer até a Baixa dos Sapateiros à noite, para se deparar com um *mundo negro* bem menos maravilhoso, bem menos sedutor. Ali, a calçada de passeio não pertence mais aos transeuntes. Ela cumpre outra função, serve de abrigo para os moradores das "casas de papelão"<sup>94</sup>, os "maiores de rua" da cidade de Salvador. Foram tantas as incursões na Baixa dos Sapateiros que acabei, com o tempo, "naturalizando" aquilo que me foi objeto de estranhamento, medo e indignação nas primeiras vezes que por ali passei. E, nessas horas, via-me diante de um paradoxo: de um lado a cidade que se constrói sob o signo da festa, da alegria, do espetáculo, de uma alta produção estética, do outro, uma cidade pobre, carente de saneamento básico, onde a grande maioria da população pisa nos lixos espalhados pelas ruas e, em consequência disso, sofre de dengue. A *espetacularização* desse *mundo negro* dissimula uma face não-sedutora, uma parte "desencantada" deste mesmo *mundo*: daqueles que vivem em situação de miséria extrema, dos que não respondem a um modelo ideal de beleza negra e, portanto, não servem ao "novo exotismo", promovido pela indústria cultural.

De qualquer forma, o Pelourinho é apresentado como um símbolo da negritude baiana não apenas para os estrangeiros, mas para uma parcela da juventude negro-mestiça da cidade de Salvador. SANSONE (1995a, p. 65,68) comenta o fato de o Pelourinho representar, para alguns jovens, uma espécie de "Meca negra", um lugar construído sobre a crença de que ali "dá-se valor ao

---

<sup>94</sup>Conforme a reportagem "Como vivem os ex-moradores do Centro Histórico", do Jornal da Bahia de 26/03/96: "Na legião de zumbis que vagam todas as noites pelas calçadas sujas e escuras da Baixa dos Sapateiros tem muita gente que foi do Pelô."

negro". Contudo, o autor alerta para os perigos de uma total exclusão desta população do espaço do Pelourinho, construído sobre a proliferação de imagens-sonho de uma "comunidade negra".

Muita gente desce para ver o espetáculo da manifestação cultural negra da cidade. Nem todo mundo se "mistura", há espaços muito bem demarcados: alguns são o *point* da juventude negro-mestiça; outros, redutos de uma classe média e branca.<sup>95</sup> No entanto, a permanência do Grupo Cultural Olodum no Maciel/Pelourinho é uma garantia mínima de socialização para uma parcela da juventude baiana, identificada com um discurso afirmativo da negritude.

Todas as terças-feiras de bênção tem Olodum na Quadra. Os ensaios ocorrem no "The Afrikan Bar", no interior do Teatro Miguel Santana. Estes ensaios costumam aglutinar um grande número de visitantes e turistas, especialmente na alta-estação.<sup>96</sup> No mês de março, o ingresso que custava R\$ 10,00 baixou para metade do preço. Neste período, há também uma alteração significativa no público. Diminui consideravelmente o fluxo de turistas e o espaço não se apresenta completamente "afogado", como de costume. Das 19:00 às 21:00 hs., o *espetáculo* fica por conta da Banda Juvenil e, a partir das 21:00 hs., faz-se um revezamento com os percussionistas da Banda Show, os músicos que participam das turnês nacionais e internacionais. No último período, houve uma alteração na "bênção do Olodum", pois, das 19:00 às 21:00 hs, o Grupo começou a trazer, para somar à *performance* Olodum, uma banda de pagode.<sup>97</sup> Na perspectiva do *consumo de lazer*, isto é compreensível, pois o pagode foi a moda verão/96.

---

<sup>95</sup>Para a discussão de espaços de "juventude" e formação de identidades no Maciel/Pelourinho, há o trabalho do antropólogo Osmundo PINHO, sobre o Bar Proibido Proibir (freqüentado por jovens de classe popular, na maioria negros/mestiços) e o Bar Cultural (*point* de jovens de classe média baiana, na maioria brancos).

<sup>96</sup>Os meses de maior fluxo turístico na cidade são janeiro, fevereiro e março.

<sup>97</sup>Cabe lembrar ao leitor que um bom exemplo de *performance* altamente participativa é proporcionada pelo pagode baiano. Nos espaços onde este acontece, há uma total participação do público e, mais do que isto, há uma adesão em massa a uma forma de dançar, todo mundo *quebra* exatamente igual. Fato que deixou uma amiga sulista, em visita à Bahia, muito intrigada e a levou a afirmar: "deve passar pelo "inconsciente coletivo".



Na alta-estação, é comum enfrentar-se fila para entrar na Quadra e participar da *performance* Olodum. A "bênção", no valor de R\$ 10,00, se é barata para os turistas e visitantes, não se pode dizer o mesmo para os jovens de camadas pobres da cidade de Salvador. Evidentemente que para alguns destes dá-se um "jeitinho". Refiro-me às cortesias que são distribuídas pelo Grupo aos funcionários, amigos etc. Com o tempo, aderi ao "jeitinho" para poder ter a "bênção do Olodum" toda terça-feira.

De qualquer forma, existe a alternativa de assistir ao Olodum de graça no Largo do Pelô no domingo à noite, ou em outras atividades extraordinárias nas quais a Banda se apresenta. Entre estas, encontram-se as tradicionais festas de Largo, o FEMADUM etc. Existe, também, o Projeto Bairro a Bairro, através do qual a Banda Olodum realiza shows em vários pontos da cidade, especialmente nos bairros periféricos. Sentiu-se necessidade de implementação do projeto em virtude da saída dos moradores do Pelourinho, base do trabalho social do Olodum.

As atividades do XVI FEMADUM, nos dias 26, 27 e 28/01/96, ocorreram em diversos espaços do Pelourinho: na Casa do Olodum, Largo do Pelô, Teatro Miguel Santana e Largo Pedro Arcanjo. Na abertura do XVI FEMADUM, entre algumas personalidades municipais, estava a prefeita em exercício Lídice da Matta, que ressaltou o fato de o FEMADUM "não ser uma atividade do Olodum", mas sim da cidade de Salvador. No FEMADUM, são eleitas as melhores músicas para o carnaval. As eliminatórias começam no mês de dezembro; há uma grande quantidade de artistas locais que participam. Esses compositores/cantores não concorrem apenas no FEMADUM, eles compõem para outros blocos da cidade. Vi alguns deles no Ilê-Ayiê. Juntamente com o FEMADUM, acontece o FEMADUNZINHO, um incentivo aos pequenos artistas do Olodum. Estes são, na sua maioria, freqüentadores da Escola Criativa ou integrantes da Banda Mirim. Além das festividades musicais, a programação compreende espetáculos de dança (Companhia de Dança do Olodum), amostra de vídeos, desfiles de moda afro etc.





XVI FEMADUM - Festival de Arte e Música do Olodum - 26/27 e 28/01/96  
Foto 1: Casa do Olodum - Foto 2: FEMADUNZINHO - Largo do Pelô

### III. O OLODUM NO CONTEXTO DOS BLOCOS AFRO E DA MÚSICA BAIANA.



Banda Olodum Mirim, Juvenil e Adulta, sob o comando do Maestro Neguinho do Samba - Largo do Pelô 10/02/96 - gravação do clip de Michael Jackson, sob direção de Spike Lee.



### III.1. ERA UMA COISA DOS DEUSES

Eu sou Neguinho do Samba, diretor musical da Banda Olodum Mirim, Juvenil e Adulta. E tive o prazer, **com a ajuda dos deuses**, de criar uma ritmia nova para o Brasil e para o mundo. Tive o prazer de **colocar os homens e as crianças de Salvador no mercado de trabalho através da música**, conscientizá-los, dar a oportunidade de conhecer um mundo diferente do nosso mundo, como o Japão, Espanha, Estados Unidos, Alemanha, França e Dinamarca, e por aí vai... uma expectativa diferente, um aprendizado diferente, uma vida diferente. E logo que eu comecei com esses ritmos e a montar uma Banda Mirim, de crianças, da comunidade do Pelourinho, do Maciel/Pelourinho, alguém disse que não ia pra lugar nenhum, até vários diretores do Olodum me diziam isso, que eu estava perdendo meu tempo, mas não. Veio o resultado, e depois de dois anos fazendo esse trabalho, quase a imprensa toda de Salvador me dizia que era maluquice e que nunca ouviu isso. Depois, o próprio pessoal da imprensa resolveu gravar essa maluquice, então era sinal que estávamos no caminho certo. E quando você está crescendo, alguém quer cortar a sua sorte. Mas eu entendi que ninguém poderia cortar a sorte dos meninos, nem a minha, porque **era uma coisa dos deuses**. (05.03.96)<sup>98</sup>

Para uma melhor explicação e compreensão antropológicas do ritmo *samba-reggae*, trago alguns depoimentos especialmente relevantes, entre estes o do Maestro Neguinho do Samba. Faço este movimento muito estimulada pela proposta de MENEZES BASTOS (1995), que instiga os antropólogos (as) a não realizarem (totalmente) uma "Antropologia Sem Música." O autor comenta sobre a célebre separação: *sons* (música) e *comportamentos* (cultura), o que geralmente resulta na crença de que o "estudo da *música* (de suas *technicalidades*) seria inacessível ao *antropólogo*, constituindo algo de *específico, particular*, oposto assim ao *geral (cultura)*, que seria o cerne desta Antropologia sem Música, com relação à Musicologia sem Homem." (p.11) Evidentemente que o dilema trazido por MENEZES BASTOS permanece, na medida em que não me sinto apta a discorrer acerca do *som* propriamente dito. Todavia, trago, muito em respeito ao leitor, o mínimo de informações sobre o *samba-reggae* Olodum.

---

<sup>98</sup>Pouco tempo depois de me ceder esta entrevista, Maestro Neguinho do Samba afastou-se do Olodum por divergências internas, notícia que se tornou pública no mês de agosto/96. Patrícia MOREIRA, do Jornal "A Tarde", da cidade de Salvador, registrou em 10/08/96: *Tchau, Olodum - Afastado do Olodum há quatro meses, Neguinho do Samba confessa mágoas mas não pára: está preparando o lançamento do primeiro disco da Banda Didá, gravado em Miami.* Maestro repetira publicamente nesta entrevista algumas críticas à entidade que havia feito a mim pessoalmente: "Eu me lembro que, quando a gente era pobre, a gente se abraçava, chorava junto, eu tinha mais valor do que tenho hoje dentro do Olodum."



O ritmo samba-reggae foi referendado por grandes astros internacionais, entre eles Paul Simon e Michael Jackson.<sup>99</sup> Ambos gravaram com a Banda Olodum, o primeiro em 1988, e o segundo, recentemente, no mês de fevereiro de 1996. Se atentarmos para estes acontecimentos e para a importância do Olodum no cenário internacional, seja no espaço da *world music* como no contexto dos movimentos de negritude, teremos uma explicação da dimensão do sagrado, à qual Neguinho do Samba se reporta. Afinal, o que se pode dizer de um grupo que saiu da marginalidade e alcançou o mundo, apresentando-se e gravando com grandes nomes da música internacional? Por isso, em alguns relatos, predomina o "espanto" diante do sucesso e da tarefa de comercializar esta música, esta estética.

O fenômeno *Faraó*<sup>100</sup>, em 1987, abriu caminho para a música do Olodum no cenário internacional. Isso teve sua máxima expressão em 1988, quando Maestro Neguinho do Samba reuniu a Banda para gravar com Paul Simon. De acordo com DANTAS, M. (1994, p.76), o retorno financeiro do trabalho não foi imediato, o Olodum recusou o cachê de direitos autorais sobre o disco e cobrou apenas que o astro fizesse um show na Bahia e a renda fosse revertida para o Grupo. Para o autor, este evento acabou configurando-se numa excelente estratégia de *marketing*<sup>101</sup>, pois Paul Simon não apenas

<sup>99</sup>O Olodum tocou e cantou ao lado de vários outros nomes internacionais, entre estes a cantora Tracy Chapman, por ocasião de comemoração dos 80 anos do Congresso Nacional Africano (28/06/92). Informações tiradas do Boletim Olodum, nº 9. Da música negra internacional, registra-se ainda o jamaicano Linton Kwesi Johnson e o norte-americano Billy Paul. (SHAEBER, 1996, p. 6) Vale destacar a parceria com Jimmy Cliff.

<sup>100</sup>Ano em que o Olodum saiu com o tema Egito no Carnaval, um marco na trajetória do Grupo. Segue o depoimento de Peter Leão, diretor de arte:  
"E aí eu fui fazer em 87 o Faraó, o Euzébio me chamou em 87, aí fiz o primeiro carro alegórico de bloco afro. Saí no bloco afro, fiz a esfinge do Faraó que tinha sete metros por três de altura na esfinge, a partir da base de cima do caminhão. E ficou muito bonito, um trabalho assim muito bonito. E foi um ano que eu fui feliz porque saiu um carro alegórico muito bonito, e também foi um ano que a música do Olodum estourou com Faraó, o ano que as fantasias foram das mais bonitas até hoje, e foi um ano da maior empolgação, o Olodum saiu com um número enorme de foliões, todo mundo acreditando. Foi o ponto de partida do Olodum." (18.12.95)

<sup>101</sup>Isto que DANTAS, M. concebeu como estratégia de *marketing* é apontado por TINHORÃO (1990, p.275) como exemplo de dominação, "cujo lado trágico para a cultura espoliada mais se acentuava ante o dado cômico de os artistas explorados ainda se sentirem honrados com o seu uso (...)"

cumpriu o prometido como fez mais, convidou a Banda para participação numa turnê internacional quando, então, os tambores Olodum foram apresentados para mais de setecentas mil pessoas no Central Park em New York. O Olodum inseriu-se, assim, no espaço da *world music*.

No entanto, não há necessidade de se sair da Bahia para uma melhor compreensão do que significou o ritmo dos blocos afro e, em especial, do samba-reggae Olodum, a partir da década de 80. Muitos músicos baianos ascenderam com o ritmo dos blocos afro, mais especificamente aqueles que hoje fazem parte do que se costuma chamar de *axé music*.

Foi quando gravei, quando fiz o arranjo e o ritmo para a música de Paul Simon, eu aí dei esse nome. Aí depois disseram que o nome era *axé music* não sei o quê, não sei o quê. Depois que eu tinha gravado o samba-reggae. Eu tenho tudo isso registrado em meu nome na Escola, na Faculdade de Música do RJ, e não tem problema nenhum de outra história não, já tá tudo registrado mesmo. É o samba-reggae. Mas eles fizeram um rótulo diferente pra não dizer... na verdade quem criou o rock não foi esse menino, Elvis Presley, foi criado por um negro, mas um negro não pode aparecer com essa inteligência toda, entende? Então pra eles... eles sabiam, Neguinho do Samba era o cara filho de lavadeira, vivia aqui o tempo todo no Pelourinho, sair com uma história dessas, sair vitorioso: "tira esse cara do ar". Não, mas eu acho que foi uma burrice, porque várias pessoas conhecem o trabalho, várias pessoas sabem, Caetano sabe, o Gil sabe, Naná sabe, a maioria dos músicos de Nova York sabem, a maioria dos músicos da Espanha sabem, então as pessoas me conhecem e sabem do trabalho, as pessoas da Alemanha sabem, todo mundo sabe, sem problema nenhum. (Neguinho do Samba - 13.04.96)

O Maestro Neguinho do Samba traz à tona um conflito, já nosso velho conhecido: os negros produzem a música, mas nem sempre são eles os que mais lucram com ela. A denominação *axé music*, ao invés de samba-reggae, é bem mais do que uma diferença semântica. Ela é reveladora de conflitos, de uma diferença que está colocada no plano étnico/racial: samba-reggae x *axé music* de uma certa forma denota uma polarização de forças entre negros x brancos na sociedade soteropolitana. No entanto, é necessário esclarecer que, no rótulo *axé music*, cabe tudo: Olodum, Ilê-Ayiê, Araketu, Daniela Mercury, Netinho, Banda Mel etc etc... O esforço de alguns músicos negros no sentido de manter a denominação samba-reggae, recusando o rótulo *axé music*, deve ser analisado dentro de uma perspectiva política.



ROSE, Trícia (1994, p.4-5), ao situar o *rap* no contexto norte-americano, lembra que o interesse dos jovens brancos por este ritmo não é nenhuma novidade no cenário da *black music*. Isso aconteceu com o *blues*, o *jazz*, o *rock'n'rol*. A grande participação branca acabou transformando estes ritmos em "american popular musics". A autora fala da "black culture" do *hip-hop* como sendo um objeto de fascinação para uma "audiência branca". Os artistas brancos imitam os estilos negros pelas boas oportunidades econômicas que a música oferece.

Na cidade de Salvador, a música dos blocos afro estabeleceu os alicerces para a explosão do que se convencionou chamar de *axé music*, ou de *nova música baiana* transformada em mercadoria de consumo da indústria fonográfica, a partir dos anos 80.<sup>102</sup> Neste momento, pode-se dizer que negritude e baianidade se cruzam, pois a negritude passa a ser vista como uma marca da baianidade. Um exemplo ilustrativo da relação negritude e baianidade é a própria "rainha" da *axé music*, a cantora Daniela Mercury, uma das grandes representantes deste novo gênero musical.<sup>103</sup>

O novo padrão estético musical dos grupos negros ganha espaço de destaque, no cenário carnavalesco, através dos trios elétricos, que incorporam não apenas o ritmo dos blocos afro, como passam a cantar algumas letras de suas músicas.<sup>104</sup> A denominação *axé music* parece abranger um leque maior

<sup>102</sup>Para a discussão da *nova música baiana* enquanto um produto de consumo da indústria cultural, ver ROSÁRIO (1993).

<sup>103</sup>CARVALHO, J.J. (1994, p.30), ao falar de Daniela Mercury e do *Carnival Black* da Bahia contemporânea, apresenta duas leituras - Se Daniela é uma mulher "branca" e Salvador a cidade negra do Brasil, ou ela branqueou Salvador ou, então, se fundiu com a cor da cidade, a "Roma Negra" nas Américas.

A Rainha da *axé music* apresentou-se no carnaval/96 com um visual rastafári. O Jornal "A Tarde", da cidade de Salvador, no dia 21/02/96 registrou a presença da "Rainha Rastafari", ressaltando: "Daniela Mercury reverenciou os blocos, a música afro e manteve um visual rastafári".

No Programa "Criança Esperança" da TV Globo (julho/96), a cantora apresentou-se com a Banda DIDÁ. A Banda DIDÁ é formada exclusivamente por mulheres e referencia esteticamente a Princesa e Escrava Anastácia.

.Paul Simon "presenteou" Maestro Neguinho do Samba com um casarão, na época em ruínas, no Maciel/Pelourinho. Nasceu, então, a Escola de Música e Banda DIDÁ, da qual Neguinho do Samba é diretor presidente.

<sup>104</sup>Em "Faraó - um poder musical", MOURA (1987) dá uma amostra da massificação da



de tendências, satisfazendo os interesses de uma indústria cultural ávida por novos talentos.

Todos estes ingredientes vêm configurar o que passou a ser chamado de *axé music* ou *música baiana*. O hibridismo literal de um termo iorubá e outro grego/inglês parece sugerir a vocação mercantil em larga escala do novo estilo. Era a música carnavalesca de Salvador na soleira da *world music*, junto a outros representantes da Negritude como Alpha Blondi, os jamaicanos e os norte-americanos. Constituindo-se como interface do repertório, em termos de melodias, ritmos, temas, motes etc, a *axé music* se insinua como candidata promissora a um lugar ao sol da globalização estética." (MOURA, 1996, p.6)

Especificamente sobre a música dos blocos afro, MOURA (1996) acena para o surgimento de um "padrão moderno de dicção musical da Negritude", a partir do Ilê-Ayiê. Padrão que passa a ser referência para alguns artistas baianos, tais como Moraes Moreira, Pepeu Gomes, Baby Consuelo, Luís Caldas, Daniela Mercury etc, que começam a introduzir a "batida afro" no arranjo de suas músicas. Este movimento se fez presente também em algumas músicas de Gilberto Gil e Caetano Veloso. O autor nos fornece um quadro preciso do que tem sido a produção musical baiana nestes últimos anos, altamente marcada pelo ecletismo, pela mistura de ritmos. Isto se canalizou, no espaço carnavalesco, para a polarização entre duas estéticas: a dos blocos afro e dos blocos de trio. A primeira abarca grande parte de negros/mestiços e a segunda uma clientela, na sua maioria "branca" e geralmente de um maior poder aquisitivo. A tensão existente nesta relação é pontuada na análise do pesquisador TINHORÃO (1990, p.275), quando este fala sobre a música dos trios elétricos:

Divulgadas durante o Carnaval baiano pelos grupos de música electrificada montada sobre caminhões repletos de caixas acústicas de ampla potência - os denominados trios elétricos surgidos na década de 1940 realmente como trios de músicos populares, mas a partir da década de 1980 transformados em banda de *rock* -, tais **novidades** eram feitas para durar apenas uma temporada, pois a expectativa ficou sendo a do aparecimento da **nova moda a cada ano**. Apesar de descartável, porém, essa música vinha desempenhando um papel a serviço da indústria do consumo, ao abafar com a estridência de sua amplificação elétrica os

---

música do Olodum no carnaval/87, que passa a ser buscada incessantemente por artistas locais, rádios, gravadoras etc. Foi um movimento inesperado para o Grupo, que devia, então, dar conta de atender a uma demanda externa que cobrava "qualidade e postura". (p.28)

sons dos cantos e o ritmo de percussão dos grupos afro-baianos dos afoxés tradicionais dos Carnavais de Salvador. (os grifos são meus)

É de grande relevância a discussão trazida por TINHORÃO, mas, de qualquer forma, em alguns momentos, pareceu-me exagerada a dicotomização explorados x dominantes, altamente reforçada em sua abordagem. Faz-se necessário comentar que, no caso de Salvador, os negros não estão fora disto que o autor rotula de "indústria do consumo" e nem completamente distantes da "parafernália elétrica", tão bem representada pelos blocos de trio.

Considero de extrema importância, nos estudos sobre os negros no Brasil, fortalecermos cada vez mais sua condição de sujeitos, evitando-se, desta forma, perpetuar um discurso de "vitimização"<sup>105</sup> (De um lado estão os brancos opressores, do outro, os negros oprimidos e explorados).

É interessante ilustrar esta discussão com a abordagem de MOURA (1996). O autor concebe a Banda Timbalada como propulsora do *afropop*, pois, na sua avaliação, "em termos de forma musical, a Timbalada poderia ser caracterizada como uma batucada moderna, com o pé nas tradições musicais do Recôncavo e com os olhos na cena mediática global." (p.8). O autor refere-se às inovações na parte musical. O termo *afro*, no que diz respeito à música, é, na maior parte das vezes, associado à percussão, e qualquer novidade é encarada como um desvio do *afro*. No caso específico do Olodum, vale registrar o que nos disse o percussionista Negão a respeito:

O Olodum ele mudou muito sabe. Acho que ele tem que crescer, ele tem que progredir. Eu acho que quando você pode crescer é muito importante. Se o Olodum **virou empresa**, o importante mesmo é não perder suas raízes. (...) Eu só acho que o Olodum **não tem que perder as raízes, mas tem que crescer**, isso

---

<sup>105</sup>MOURA (1990) faz algumas considerações neste sentido quando reflete sobre os discursos em torno dos movimentos de Negritude. Comenta o fato de que na historiografia da escravidão é comum a imagem do negro vir associada à condição de vítima e herói. Nas palavras do autor: "O discurso de culpa pode reduzir o outro a simples condições de vítima como referência do culpado, não aparecendo como alguém em si mesmo. (...) Não deixa de ser um sentimento de superioridade, pois, afinal, o branco se apresenta como o grande responsável, a grande subjetividade que chora suas grandes culpas sobre o mundo". (p.38)



com certeza. **A raiz é o batuque, é o tambor, é o swing**, não pode deixar essa coisa acabar com o som mecânico. Nós estamos aí **sempre evoluindo** e batendo mais forte ainda. Quando eles colocaram o som mecânico a gente bateu mais forte pra soar os tambores, porque não precisa de microfone pra jogar o som, porque **a cara do Olodum é os tambores**. O que estava acontecendo era o seguinte: o Olodum sentiu a necessidade de colocar o som mecânico porque todo mundo das outras bandas pegava a música do Olodum, colocava arranjo mecânico, e todas elas vendiam. Então o Olodum estava ficando pra trás. A banda Reflexus, a Banda Mel... a Banda Mel gravou Faraó, foram esses grupos que conseguiram se dar bem com a música do Olodum. O que acontece? Os outros discos vendiam e o Olodum não vendia disco de sua própria música, por quê? Porque as pessoas estão acostumadas com instrumentos, com som mecânico. Então o Olodum fez o teste, senão desse certo tudo bem. Mas foi coisa que deu muito certo, o Olodum deu muita sorte, vendeu muitos discos, aí foi o que deu certo, o arranjo, a harmonia, tudo. (Negão, Banda Show Olodum -18.03.96/ os grifos são meus)

O batuque, o tambor, o swing, a raiz, o afro, estão postos a serviço do "novo", do "moderno", da construção do Olodum-empresa. Agora, o popular se fundamenta na **mudança**, na mistura, na corrida em busca de **novidades**. Porém, a "tradição" não está fora do jogo das competições de mercado, porque **a cara do Olodum é os tambores**. Os tambores marcam o afro, o swing, a raiz. São os grupos negros inseridos, também, juntamente com os trios elétricos, no mercado da comercialização da  *festa*. A disputa de mercado traz, para estas duas estéticas, a necessidade de fugir do "velho", do "obsoleto", de sair à procura de novidades e, assim, continuar **sempre evoluindo**, seja na produção de suas músicas como na criação de modas coreográficas.

Os grupos de pagode baiano somam-se a estas duas estéticas e são, atualmente, o exemplo mais típico desse popular que se afirma no "novo", na "mudança". Além disso, estes grupos são os fiéis representantes da sensualidade exacerbada, da super-valorização (ou banalização?) de um corpo que, ao lado da música, é também colocado no mercado. Exagera-se no sensual na estética do *tchan*<sup>106</sup>, que mescla à música e à dança gestos de insinuação do sexual. Carla Perez, a bailarina "versão *loura*" da cidade negra do Brasil, personifica o excesso: ela é o requebro super-(a)bunda-(nte). A indústria cultural se alimenta da rotatividade desses modismos. Criam-se, a

---

<sup>106</sup>Estou me referindo a uma estética que predomina, preferencialmente, nos grupos de pagode baiano. Desta, são os seus maiores representantes os grupos *É o Tchan* e *Cia. do Pagode*.

cada ano, novas coreografias, a fim de atender-se às exigências do mercado da comercialização da *feita*: surge a dança do robô, do *tchan*, da garrafa, da bundinha, do strip-tease, do sanduíche etc etc.

É nesta mistura de ritmos e de modas coreográficas que os blocos afro se inserem e apresentam o seu produto cultural. A disputa de mercado gera uma tensão na caracterização do *afro*. Ser "moderno" e ser "comercial", às vezes, significa se distanciar de alguns elementos que, inicialmente, foram determinantes para a construção dessa estética afro. Quanto mais "misturar", mais o grupo será *pop*, comercial, empresarial, moderno. Misturar pouco é ser menos suscetível aos modismos, portanto, significa ter mais apego à "tradição" e, neste caso, ser mais fiel ao afro.

A polarização "Olodum das raízes" "Olodum-empresarial" também manifesta-se na composição das letras das músicas. Costumam-se fazer críticas de que as letras do Olodum estão excessivamente voltadas para o mercado, de que a preocupação hoje seria muito mais comercial e não estaria havendo critérios para a seleção das composições. O que se percebe é que muitas letras passaram a falar de amor, algumas mais erotizadas etc. Esta flexibilidade acaba gerando polêmicas entre algumas lideranças que têm visões diferenciadas do "fazer político" Olodum. E os de fora questionam o caráter afro ou não-afro de determinados elementos.

A gravação recente com Michael Jackson (10/02/96), sob a direção do cineasta Spike Lee, é um novo marco para a música do Olodum. Segundo relatos do Maestro Neguinho do Samba, a aproximação do Olodum com Spike Lee foi facilitada pelo astro Paul Simon na viagem da Banda a Nova York. Nesta época, Paul Simon teria dado \$ 2.500 para os integrantes da Banda Show trazerem mercadorias da lojinha do Spike Lee, quando, então, tiveram oportunidade de conhecer o cineasta.

Apesar de toda sua importância para a luta anti-racista em nível internacional, em visita ao Brasil, como diretor do clip de Michael Jackson, Spike Lee economizou palavras. Recusou-se a falar de racismo, de pobreza, de desigualdade social. As respostas dadas às entrevistas coletivas foram sintéticas e não muito reveladoras do encontro instigante que foi Spike Lee,



Michael Jackson e Olodum.<sup>107</sup> De qualquer forma, deu-se encontro tanto político quanto musical, resumido pelo percussionista Negão da seguinte maneira:

Eu achei interessante a **mistura da cultura pop** com a **cultura afro-brasileira**, no caso o samba-reggae né. É uma coisa diferente, se você fosse analisar isso antes de acontecer, acharia que não seria possível por causa do ritmo. O ritmo *pop* é bem diferente do samba-reggae. E a gente teve que casar essa coisa, que eu achei muito interessante, muito rico. E vai ser uma coisa muito boa pro Olodum também, é uma pessoa de nome lá fora e com isso o Olodum fica mais conhecido." (Negão - 18/03/96)

Se a **cara do Olodum é os tambores**, o ritmo é uma "marca". O Maestro Neguinho do Samba, ao explicar a diferença rítmica, salienta que a grande questão era fazer alguma coisa distinta do que existia no Rio e São Paulo, uma batida que fosse mais "dançante, mais artística..." E a mistura do reggae jamaicano com os ritmos baianos não deu outra, deu o *samba-reggae*, o *ritmo dos deuses* do Maestro Neguinho do Samba.

Como a minha parte era fazer a música, então eu disse: "eu não vou fazer esse negócio de escola de samba porque..." não desvalorizando a escola de samba, a Bahia tem... é a mãe do samba, é ali que começou toda a história do samba. Então não é possível que a gente tenha que tá imitando o Rio de Janeiro. Escola de samba é escola de samba, bloco afro é bloco afro. **O africano ele tem uma manha pra falar, uma manha pra andar, tem uma manha pra tudo o africano.** Então, essa coisa do **bloco afro é uma coisa mais dançante, mais artística**, alguma coisa mais... não digo light, mas uma coisa mesmo de artista, **artista tem aquela pose**, aquela coisa natural dele, então é o bloco afro. Uma vez eu fui assistir o ensaio do Araketu, eu digo "não, alguma coisa tá errada". Eu já tive... depois que saí do Ilê, assim que saí do Ilê, chamei até o presidente que é o Vovô e disse: "Rapaz!, isso não é uma escola de samba, tem um ritmo que eu deixei aqui, que não pode ter orgulho não, tem que tocar mesmo, é a cara do Ilê". É porque eu via aquelas mulheres, aquelas senhoras negras dançando, eu colocava assim vários ritmos e quando eu sentia que o ritmo que conquistava elas era aquele, aí deixava, eu digo então, é esse aqui o ritmo. (Neguinho do Samba - 05/03/96)<sup>108</sup>

<sup>107</sup>O silêncio de Spike Lee pode ser explicado em parte devido aos problemas que já haviam sido sinalizados no Rio de Janeiro, quando, então, as autoridades políticas estavam contrárias às gravações na favela Dona Marta.

### III.2. DOS ANOS 70 PRA CÁ

O Pelourinho, eu acho o seguinte, eu acho que as coisas não mudaram muito... Antes do Pelourinho, a imagem aqui da Bahia que sempre foi vendida foi a imagem do negro. Antes se vendia muito a baiana do acarajé, o baterista, o pessoal do candomblé, a imagem do feirante em fotografias... Mas depois, **dos anos 70 pra cá** surgiu um fato novo, uma **imagem nova**, demoraram um pouco pra perceber isso, mas quando perceberam... foi os blocos afro, surgindo o Ilê-Ayê começou a se vender mais o carnaval da Bahia com essa cara né, dos blocos (...)  
(Antônio Carlos dos Santos, "Vovô" - 24.01.96)

Para contar a história do *mundo negro* dos blocos afro, trago a voz de um dos seus mais expressivos representantes: Vovô, do bloco afro Ilê-Ayiê, um dos sujeitos desta imagem nova que surge no carnaval baiano a partir da década de 70. Esta **imagem nova** que tem sua gênese no carnaval baiano levou alguns autores a apresentarem a década de 70 como paradigmática, ao ressaltarem a ascensão de movimentos de cunho estético-político-cultural de grupos negros na Bahia. (MOURA, 1987; BACELAR, 1989; GOMES, 1989; MORALES, 1991; JESUS, 1991; AGIER, 1992; CARVALHO, N. M., 1994). Alguns referenciam, inclusive, os movimentos de caráter nacional e internacional que influenciaram sensivelmente a vida baiana neste período. (RISÉRIO, 1981; MOURA, 1987)

Através destas leituras, chega-se a um lugar-comum: a década de 70, que, nessa "ideologia da ruptura", representa o marco, a passagem; é a fase da "transição", da **mudança**, do início da construção de uma **imagem nova**. Grande parte destes autores chama atenção para as transformações na configuração urbana de Salvador neste período, devido à presença de uma forte migração do campo para a cidade e à formação de um novo operariado a partir da implantação de pólos industriais<sup>109</sup> na região metropolitana. A instalação da Petrobrás, na década de 50, já é um marco importante neste processo, entretanto, é no final da década de 70 que os movimentos sociais e

<sup>108</sup> O comentário de Neguinho do Samba acerca da "manha do africano" nos remete novamente à discussão de FRIGERIO (1992), mais especificamente, sobre a relação *performance* e vida cotidiana - "o estilo transmite uma mensagem sobre o que se está dizendo, uma mensagem sobre os valores da pessoa que está fazendo a *performance*." (p.180)

<sup>109</sup>Entre estes, o Pólo Petroquímico de Camaçari e o Centro Industrial de Aratu. Para esta discussão, ver trabalhos de AGIER (1992) & AGIER & GUIMARÃES (1990).



as novas identidades serão impulsionadas pelo *grande sonho de redenção democrática*. (AGIER, 1992, p.101) A industrialização da cidade trouxe possibilidades de ascensão social para uma parcela da população negro-mestiça, provocando mudanças significativas na relação entre *trabalho*, *status* e movimento de *negritude* (GUIMARÃES & AGIER,1990; AGIER,1992; SANSONE,1992,1993).

As transformações que ocorrem na cidade de Salvador não são fatos isolados. As décadas de 70/80 são paradigmáticas em nível de sociedade nacional. Os movimentos sociais desencadeados na década de 70 terão sua máxima efervescência na década de 80, altamente estimulados pelo processo de "transição democrática" pós ditadura-militar. Muitos destes movimentos têm na esfera do *trabalho* sua máxima expressão. Não é de se admirar, portanto, que o primeiro bloco afro, o Ilê-Ayiê, surja num contexto operário, entre os trabalhadores do Pólo Petroquímico de Camaçari, especialmente se levarmos em conta os movimentos de trabalhadores que se faziam ouvir em quase todo o país.

Alguns autores salientam que, apesar da população negra e mestiça da cidade de Salvador ter constituído outros espaços de socialização na esfera do lazer, da festa e especialmente do carnaval, pois grande parte organizava-se nos *afoxés*<sup>110</sup>, nas escolas de samba, ou ainda nos denominados *blocos de índios*<sup>111</sup>, foi somente com o surgimento dos blocos afro que os discursos em

<sup>110</sup> Os afoxés mantêm uma estreita relação com o candomblé, manifesta na coreografia da dança (ijexá). Os primeiros afoxés surgem ainda no século passado e, geralmente, são apontados como a expressão mais fiel da relação sagrado x profano no espaço afrocarnavalesco. Atualmente, um dos grandes representantes do gênero é o bloco "Os filhos de Ghandi", fundado em 1949 (ano de criação do trio elétrico "Dodô e Osmar"), por estivadores do Porto, que, vivendo num momento pós-guerra, posicionavam-se contra o nazismo e a favor da paz. (MORALES, 1991, 72-92). Segundo a mesma autora, enquanto o Ilê-Ayiê se afirma como um bloco de "contestação" e símbolo de "resistência negra", a trajetória dos Filhos de Ghandi passa a ser marcada por um "atrelamento" ao Estado, através de práticas clientelistas de seus dirigentes. Depois de um período de refluxo, Os Filhos de Ghandi voltam para a cena carnavalesca na década de 70, movimento impulsionado em grande medida por Gilberto Gil. O ressurgimento dos Filhos de Ghandi, somado à proliferação dos blocos afro é significativo para o movimento que RISÉRIO (1981) caracteriza como *reafricanização* do carnaval baiano.

<sup>111</sup> Conforme GODI (1991, 51-70), os blocos de índios surgem por volta de 1966/67, organizados por antigos adeptos das escolas de samba baianas, e são formados basicamente

torno de uma "identidade negra" adquiriram força e visibilidade. No entanto, MOURA (1987, p.15) alerta para o fato de o Ilê-Ayiê representar o primeiro bloco afro e não necessariamente o primeiro bloco negro.

A esta inspiração afro<sup>112</sup>, tornada espetáculo no carnaval baiano, RISÉRIO (1981) denomina *reafricanização* e entende que este fenômeno, apesar de ter no momento do carnaval o seu clímax, não se restringe a ele. Insere-se cada vez mais no cotidiano, marcando presença na vida baiana. A *reafricanização* extrapola o extraordinário e se faz visível em outros momentos e em outras esferas da sociedade.

Quando referenciados, os blocos afro são apontados, em sua gênese, como um momento de "descoberta" do *ser negro*, uma passagem extremamente necessária para a auto-afirmação da negritude, momento de valorização de símbolos étnicos e de auto-estima da população negra. Apesar de se organizarem anteriormente nos afoxés, nos blocos de índios, nas escolas de samba etc, esses grupos geralmente são apresentados como desprovidos de uma identidade negra. Nas palavras de CARVALHO, N. (1994, p. 19): "O que se percebe é que não havia nenhuma proposta explícita de resistência, de luta pelo progresso e defesa de seus interesses, mas sim uma resistência difusa, não sistematizada".

Os jovens que se organizam nos blocos afro anunciam uma mudança não somente na estética como na forma de conceber essa estética, ou seja, há uma alteração significativa no discurso que está a ela associada. O caráter

---

por negros e mestiços que se inspiravam em índios norte-americanos para brincar o carnaval. Os índios representados eram aqueles divulgados pelos filmes de faroeste norte-americano, por isso nomes como: Apaches do Tororó (que existe até hoje), Comanches, Navajos etc. O autor fala ainda acerca da substituição gradativa das escolas de samba baianas pelos blocos ou cordões. Enquanto os cordões caracterizavam-se pela execução de marchas de carnaval e pelos instrumentos de sopro, os blocos diferenciavam-se pela preferência do *samba*.

<sup>112</sup>Os temas trazidos para o carnaval e inspiradores das roupas, das músicas, das alegorias etc, remetem a uma ancestralidade africana, através da homenagem a algum país ou região da África, às lutas negras etc. RISÉRIO (1981) utiliza o termo *reafricanização* por entender que houve um processo semelhante no final do século passado e início deste século na Bahia, e a isto chamou *africanização*, fenômeno pontuado nos trabalhos de Nina RODRIGUES publicados na década de 20.

Conforme Nina RODRIGUES (1982, p.180), os clubes africanos mais conhecidos na época eram: *A Embaixada Africana* (que representava os povos mais "cultos" da África) e os *Pândegos da África* (celebravam as festas populares africanas).



lúdico, recreativo e estético dos blocos afro é revestido de uma dimensão política de auto-afirmação da negritude e o *ser negro* passa a ser caracterizado pela adesão a uma estética particular, a uma forma de trajar, de portar-se e de pentear os cabelos.

Mesmo concordando com os autores a respeito da importância desta estética para a elaboração de um discurso afirmativo da negritude, alerta para o fato de que, ao exagerarmos na demarcação histórica deste, corremos o risco de retirar o conteúdo político de outros movimentos e de outras organizações que antecederam esta estética afro.

Nesta perspectiva, a abordagem de NASCIMENTO, R.C. (1994) oferece um excelente contraponto, especialmente, àquelas leituras que dão ênfase ao aspecto da novidade dessa estética afro-carnavalesca. A autora coloca em relação o carnaval *africanizado* (dos *préstitos*)<sup>113</sup> com o carnaval *reafricanizado* (dos blocos afro), apontando as similitudes entre uma e outra manifestação. Isto que está fortemente referendado como uma imagem nova aparece no trabalho da autora como uma espécie de "retomada" de algo que, segundo ela, já se fez presente no carnaval de Salvador.

### III.3. TODO MUNDO FOI BROWN

Não foi sempre assim não. Isso foi uma conquista nossa, de 74 pra cá, porque **antes, o negro não usava essa questão do visual**, não se trançava o cabelo, você não usava roupa colorida, essas batas, essas coisas. Nós começamos a usar aqui (no bairro Liberdade). Até eu já fui vaiado aqui na Liberdade, já fui

---

<sup>113</sup>Segundo NASCIMENTO, R.C. (1994), os *préstitos* inauguram o carnaval espetáculo-festa, substituindo gradativamente o *entrudo* (denominação do antigo carnaval português). Inicialmente, os *préstitos* são realizados pela elite. Com a abolição da escravatura os *negroafricanos/negromestiços* organizam clubes carnavalescos que trazem às ruas temas relacionados à África Negra.

As argumentações da autora são fundamentadas a partir de dados colhidos em jornais do século passado e do início deste século. Sobre o carnaval de 1897, vale registrar o seguinte: os *negroafricanos* teriam elaborado um manifesto, que, entre outras coisas, exigia reparos dos prejuízos da Revolta dos Malês (1835), manifesto este que foi distribuído no momento da festa-carnavalesca e publicado no Jornal Correio de Notícias. Ver NASCIMENTO, R.C. (1994, p. 31).

Sobre a origem do carnaval brasileiro ver: QUEIROZ (1992)

chamado de maluco no ferry-boat: "o carnaval já passou!" - por causa da roupa colorida. Você não usava camisa vermelha, tinha vergonha de usar porque diziam que negro era coisa do diabo. A gente começou a usar o cabelo de 70 pra cá. (refere-se ao cabelo trançado, estilo rastafári). Cabelo *black power*<sup>114</sup> a gente usava, calça Brown, **todo mundo foi Brown**. (Vovô -24.01.96)

Antes desta inspiração *afro* da década de 70, boa parte da juventude negra-baiana era altamente estilizada pela *onda black* norte-americana. O ritmo *soul* e o *estilo* à *Jackson Five* e *James Brown* "fazia a cabeça" dos jovens negros de Salvador, movimento este que teve no Rio (*Black-Rio*) e São Paulo (*Black-Sampa*) sua porta de entrada.<sup>115</sup>

RISÉRIO (1981) reconhece a importância deste movimento e, inclusive, informa que esses jovens adeptos da *onda black* não eram muito bem vistos por alguns intelectuais militantes da esquerda brasileira que desprezavam toda e qualquer manifestação cultural de inspiração norte-americana. Segundo o autor, o movimento black-soul era:

Mais do que um mero modismo imposto pelos meios eletrônicos de comunicação de massa, veiculando conteúdos ideológicos caros ao imperialismo norte-americano, o black-rio apresentava um dado de maior importância. Refiro-me ao fato da identificação do preto brasileiro com o preto norte-americano ter se dado principalmente no terreno da negritude. Não foi por outro motivo que os blacks brasileiros, naquele momento, recusaram o rock e o samba. E a verdade é que, com o movimento black-jovem, o preto brasileiro ficou, digamos assim, mais negro. (...) E a Bahia, graças a determinações culturais óbvias, seria, muito justamente, o cenário onde se daria a passagem do soul ao ijexá, do black ao afro, do funk ao afoxé. (p.31)

A roupa, o cabelo, a música etc, compunham um *estilo*, o *ser brown*, que se apresentava como uma alternativa de socialização para a juventude negra-baiana. Pode-se verificar, neste momento, a presença de uma elaboração

<sup>114</sup> NASCIMENTO E.L. (1981, p. 221) caracteriza o Black Power como um "nacionalismo negro" que está entre os "eventos pan-africanos contemporâneos", ganha força nos Estados Unidos na década de 70 e se consolida como uma forte resposta ao racismo. Teve como principal protagonista Malcon X.

<sup>115</sup>Ver RISÉRIO (1981).



estética da negritude a partir da disseminação de imagens e idéias oriundas do contexto norte-americano, mas que, posteriormente, auxiliaram na articulação e consolidação de novas orientações estéticas. Mesmo que esta identidade negra não tenha sido sistematizada, ou seja, não se tenha feito acompanhar de uma ação afirmativa verbalizada, o *ser brown* foi, de qualquer forma, referendado por um discurso marcadamente visual. Portanto, foi uma passagem altamente significativa para um movimento de negritude que se firmou, mais tarde, com os blocos afro.

ALVES (1995) contextualiza a música de Carlinhos Brown e Timbalada em relação ao movimento negro norte-americano, o *soul power*, e compartilha da idéia de que Carlinhos Brown faz parte da geração *soul* baiana, apontando-o como sujeito de uma *contracultura* à modernidade. O movimento de *contracultura* foi marcadamente contestatório. Os jovens questionavam valores muito presentes na Modernidade, os discursos em torno da "razão", da ciência, da tecnologia etc, e propunham liberdade sexual e vida alternativa (traziam para a cena o uso de drogas e o misticismo). Nos Estados Unidos, os hippies foram seus principais atores, e o rock o gênero musical que traduziu toda essa rebeldia, alcançando jovens do mundo inteiro na década de 60.<sup>116</sup> No entanto, é interessante ressaltar a presença do *soul power* e do movimento *Black is Beautiful* no cenário da *contracultura*.

Esta influência estética norte-americana foi denominada por BACELAR (1989, p. 91-92) como *efeito-demonstração*. O movimento *Black is Beautiful* teria sido o catalisador de uma "nova postura física" para os jovens negros baianos. Contudo, o autor retira do movimento qualquer *sentido etnopolítico*. A passagem para o *etnopolítico* se daria no espaço do carnaval, com o Ilê-Ayiê, em 74.

Na voz de BACELAR, percebe-se, novamente, a presença dos sinais de uma "ruptura": os jovens negros baianos produziram um *efeito-demonstração*, o que resultou em uma **nova postura física**. A identidade dos negros baianos passa a estar, cada vez mais, associada a uma certa "postura corporal" e a uma enunciação visual afirmativa: *ser negro* corresponde a um jeito de vestir-

<sup>116</sup>Para essa discussão, ver trabalho de GUERREIRO (1994). Ao estudar o rock brasileiro, a autora discorre sobre a "música de protesto" no Brasil (Bossa Nova, Tropicália etc).

se, de "transar o corpo", *ser negro* é aderir a uma *performance*. Com o surgimento dos blocos afro, vai-se além de uma "postura física": a negritude liga-se, também, a uma questão de disposição interior, a uma atitude moral e política.

É de qualquer forma relevante encarar este *efeito-demonstração*, do *Black is Beautiful*, sem se desprender da politização do estético. Neste sentido, ABRAMO (1992) faz uma leitura pertinente quando nos lembra que os *grupos espetaculares* "montam uma encenação, articulam uma fala, com suas figuras carregadas de signos, com sua circulação pelas ruas da cidade, com suas músicas (...) eles *se produzem* intencionalmente como emblema e é exatamente nisso que reside sua atuação crítica." (p.XV)<sup>117</sup>

#### III.4. DAÍ NÓS COMEÇAMOS A DEIXAR O CABELO CAIR

E depois **daí nós começamos a deixar o cabelo cair**. Um amigo meu... o primeiro a usar aqui foi o Apolônio, usar cabelo *rasta* aqui, depois fui eu. Mas aqui na Bahia tem uma tendência também, por exemplo, se nós aqui na Bahia começar, se eu usar chapéu aí todo mundo usa. Aí acabamos criando, popularizando cabelo trançado aqui. Aí nós começamos esse negócio de... parar de espichar cabelo, e começamos a usar cabelo trançado. Aqui todo mundo usava cabelo trançado só que o pessoal não ia pra rua, tinha vergonha de ir pra rua de cabelo trançado. Nós começamos a popularizar isso através do carnaval e depois fora do carnaval. (Vovô, 24.01.96)

O **deixar o cabelo cair** traz à cena a mistura de outros elementos para a construção de uma estética da negritude: a beleza negra é agora representada muito mais por uma referência jamaicana do que norte-americana. Isto também vale para a música, como, por exemplo, o reggae, que passa a ter uma importância significativa para a juventude negra-baiana e para uma afirmação positiva da negritude.

---

<sup>117</sup> É bom lembrar que tocar na Banda Olodum ou em qualquer outro bloco afro não necessariamente significa "tomar parte" de um discurso político verbalizado da negritude.



Já a partir do início deste século, os movimentos em prol da libertação das Colônias Africanas intensificaram-se. O ideal do Pan-Africanismo<sup>118</sup> de uma África unida cultural e politicamente e em aliança com a Diáspora, fazia-se ouvir em diversas partes do mundo e ecoava principalmente nos países de grande contingente populacional negro, como América do Norte, Jamaica, Brasil etc.

O músico Bob Marley divulgou a doutrina Rastafári através do reggae, ritmo que se tornou forte referência para a juventude negra no mundo.<sup>119</sup> Do ponto de vista estético, talvez tenha sido um dos movimentos de negritude mais significativos, na medida em que, até hoje, permanece muito forte. A adesão aos cabelos trançados, às roupas coloridas e ao ritmo do *reggae* não apenas ofereceu alternativas de sociabilidade e de lazer, mas permitiu que os negros dos mais diferentes lugares reforçassem sua identidade e sua auto-estima.

*A cultura do reggae* (estou entendendo aqui um conjunto de elementos: o ritmo, os cabelos *dreadlocks*, a indumentária etc) encontrou terreno fértil na cidade de Salvador, e, como vimos anteriormente, o *samba-reggae*<sup>120</sup> foi um

<sup>118</sup> Conforme NASCIMENTO, E.L. (1981), não é possível precisar a origem do movimento Pan-Africanista enquanto "idéia política", pois muitas foram as lutas pela libertação do povo negro, tanto na África, quanto na diáspora ao longo dos séculos. Todavia, o Pan-Africanismo enquanto movimento formal acontece em 1900, com a realização da I. Conferência em Londres, e, posteriormente, 4 Congressos Pan-Africanos são organizados por Du Bois no período que vai de 1900 a 1927. O 5. Congresso só acontece em 1935, sob a ação de George Padmore. Os pan-africanistas intentavam uma África independente e livre, e, em extensão, a liberdade dos povos africanos do mundo inteiro - "Marcus Garvey teve como lema político principal a frase 'A África para os africanos, na própria pátria e no exterior'". (p. 74.)

Marcus Garvey foi fundador da UNIA - Associação Universal para o Avanço Negro. Suas idéias foram muito combatidas, pois foi, muitas vezes, acusado de promover um "racismo às avessas". (NASCIMENTO, E.L. 1981). É apontado como mentor do Rastafarianismo, movimento de forte conotação político-religiosa, cujo nome vem de Ras Tafari, como era conhecido o Imperador da Etiópia, Hailé Selassié, herói no processo de libertação deste país em 1930.

<sup>119</sup> O reggae aglutinou jovens das mais variadas etnias. Ver, por exemplo, o trabalho de ROSITO (1994) sobre a *cultura do reggae* no "Porto de Elis", casa noturna da cidade de Porto Alegre. O autor chama atenção para a heterogeneidade dos freqüentadores, o que caracteriza o espaço muito mais por um perfil de vanguarda do que por alguma afirmação étnica.

<sup>120</sup> O Olodum tocou ao lado de Ziggy Marley, Inner Circle, Big Mountain e Lucky Dube, no circuito do RUFFLES REGGAE, acontecido nas cidades de Salvador, Belo Horizonte, São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Curitiba e Porto Alegre, de 26/04 a 05/05/96.

dos resultados mais representativos deste *cruzamento sincrético* (CANEVACCI, 1990).

A Jamaica e a *cultura do reggae* são fortes referências na construção do *mundo negro* dos blocos afro, e isto não se restringe à música e à estética corporal. No estudo de JESUS (1991), sobre o bloco afro Muzenza, podemos perceber isto mais nitidamente. Segundo o autor, Bob Marley é construído enquanto uma figura mítica para o grupo. A data de fundação do bloco coincide propositadamente com o aniversário de morte do cantor (05/05). Até mesmo a rua onde é localizada a sede do Muzenza (Alvarenga Peixoto, no Bairro Liberdade) foi renomeada pelo grupo como Av. Kingston (capital da Jamaica).

Portanto, na cidade de Salvador, todos esses movimentos de negritude vão delineando, dando forma àquilo que é objeto deste trabalho. Concordando com RISÉRIO (1981: 38): "É da trama de soul music, black power e revoluções negroafricanas que se configura, mais imediatamente, o contexto dentro do qual nascerá o bloco afro Ilê-Ayiê (...)"

O *mundo negro* do Ilê-Ayiê inaugura este novo padrão estético de negritude, e o carnaval baiano é o momento de máxima exaltação da beleza e dos valores da África Negra e da diáspora.<sup>121</sup> O *ser negro* é ressemantizado também por transformações que ocorrem na estética corporal, que se transferem da esfera do carnaval para o cotidiano. Os blocos afro organizam-se enquanto uma resposta a um processo de exclusão e discriminação racial, estabelecendo um trabalho de inversão dos estereótipos e preconceitos direcionados aos negros.

Essa visibilidade "estilizada e estetizada"<sup>122</sup> configura espaços de

<sup>121</sup> A música de Paulinho Camafeu, "Ilê-Ayiê"(1975), traduz um pouco desta "revolução estética":

"Que bloco é esse / que eu quero saber / é o mundo negro / que vamos mostrar pra você  
Somos crioulo doido / somos bem legal / temos cabelo duro / somos black power  
Branco se você soubesse / o valor que o negro tem / tu tomava banho de piche / ficava preto também / Eu não te ensino minha malandragem / nem tampouco minha filosofia / quem dá luz a cego / é bengala branca e Santa Luzia."

<sup>122</sup>A estilização e estetização da negritude é algumas vezes objeto de "curiosidade" - Numa tarde no Largo do Pelô, alguns turistas desfilavam com suas máquinas fotográficas, quando, de repente, um deles desviou da turma e começou a bater fotos "desenfreadamente" dos



socialização dos negros, que não se apresentam apenas no "real", mas também no plano do "imaginário", na medida em que as temáticas trazidas para o carnaval reivindicam uma ancestralidade africana, um passado que é revitalizado e traduzido muito bem nas letras das músicas, nas alegorias e nas fantasias dos foliões. AGIER faz menção ao bloco afro Ilê-Ayiê como "a invenção de um *mundo negro*".<sup>123</sup>

Até hoje, o Ilê-Ayiê apresenta-se como o bloco afro mais fiel a este *mundo negro*, por não permitir a entrada de pessoas consideradas "brancas"<sup>124</sup> para brincar o carnaval, motivo pelo qual muitas vezes suas lideranças são acusadas de racistas e segregacionistas. No entanto, para os brancos admiradores do Ilê, houve uma surpresa no carnaval de 96: o Ilê lançou seu bloco alternativo "Eu também sou Ilê".

Há de se levar em conta a importância do surgimento dos blocos afro para a luta anti-racista. Mais do que uma enunciação visual afirmativa, os "cabelos trançados" são denunciadores de uma situação de desigualdade social e racial.<sup>125</sup> Os blocos afro cada vez mais fortalecem sua importância no cenário nacional e internacional das lutas contra o racismo, e a solidariedade entre os grupos negros de diversos países africanos e da diáspora torna-se possível através do intercâmbio de elementos de afirmação étnica, presentes tanto no plano da estética corporal, quanto no da musical.

Outros blocos que despontaram na arena do carnaval deram

---

meninos com cabelos *dreadlocks*, que conversavam sentados nas escadas da Casa de Jorge Amado. E a reação de um deles foi imediata: "Eu não estou aqui para servir de objeto *exótico* para gringo".

<sup>123</sup>Não tive acesso ao texto no qual AGIER trabalha com a idéia de invenção, assim intitulado: "Ilê-Ayiê - a invenção de um *mundo negro*". mimeo.

<sup>124</sup>Estava na companhia de duas integrantes do Bloco Ilê-Ayiê (foliãs), quando estas me afirmaram: "O dia em que Vovô (diretor-presidente do Ilê-Ayiê) permitir entrar pessoas brancas no Ilê, eu saio e nunca mais volto, aquelas roupas só ficam bonitas em pessoas negras." - Ao perguntar para dois funcionários do Olodum porque eles saíam no Ilê, um deles respondeu-me: "Porque só tem negão, o Ilê é bloco de negão!"

<sup>125</sup>Ao comentar com Vovô do Ilê-Ayiê sobre algumas atitudes extremamente racistas vivenciadas na cidade de Salvador, este me respondeu: "Se a Bahia não fosse racista certamente não existiria o Ilê-Ayiê."

continuidade a esta estética afro iniciada com o Ilê-Ayiê, como o Olodum, Araketu, Muzenza, Malê Debalê e outros. Hoje, questiona-se a caracterização do Araketu como bloco afro, por afastar-se de um antigo padrão estético, incorporando novidades, principalmente na parte musical.

(...)Hailê Selassiê  
 É rastafári  
 Reinou na Etiópia (bis)  
 Virou filosofia  
 A Jamaica acolhia  
 E o reggae surgia  
 Impondo outra forma negra de lutar  
 Olodum da Bahia  
 com a força do canto vem denunciar<sup>126</sup> (bis)

### III.5. EM VEZ DE CABELOS TRANÇADOS... TURBANTES DE TUTHANKHAMON

(...) Tuthankhamon, iê iê Gizé  
 Akahenaton, iê iê Gizé  
 Pelourinho uma pequena comunidade  
 Que porém, Olodum unira  
 Em laços de confraternidade  
 Despertai-vos para a cultura egípcia no Brasil

**Em vez de cabelos trançados**  
 Veremos **turbantes de Tuthankhamon**  
 E nas cabeças, se enchem de liberdade  
 O povo negro pede igualdade  
 E deixamos de lado as separações."<sup>127</sup>

Se eu não precisasse contextualizar historicamente meu objeto de pesquisa, poderia começar por aqui mesmo, pelo carnaval de 1987, quando o Olodum resolve levar os "Faraós do Egito" para as ruas de Salvador. Afinal, é nesse momento que se pode começar a pensar na construção de uma imagem

<sup>126</sup> Denúncia - Letra de Tita Lopes e Lazinho

<sup>127</sup> Deuses, Cultura Egípcia Olodum - Criação Luciano.



do Olodum para o Brasil e para o mundo. Aqui se inicia a história do Olodum para os "de fora", pois o sucesso alcançado no carnaval trouxe alguns frutos, tais como: uma procura incessante por parte de compositores, cantores, gravadoras, meios de comunicação etc, processo que vai desembocar na gravação com o astro internacional Paul Simon, no ano de 1988.

O fenômeno *Faraó* foi um marco não apenas para o Olodum, mas para uma estética da negritude que vinha se delineando no carnaval por um perfil caracteristicamente afro, e o tema Egito anunciou um certo afrouxamento nesta estética, muito bem registrado por MOURA, ao constatar que "(...) a moda do cabelo trançado tinha como alternativa o turbante do faraó, no Carnaval. Isso significava desconstruir o padrão da figura afro. A negritude não precisava mais estar associada a um modelo rígido, que poderia levar os blocos à repetição." (1987, p.25)

Mas a história do Olodum começou bem antes, em 1979, quando alguns moradores do Maciel/Pelourinho tiveram a idéia de montar um bloco de carnaval. E aí nasceu o *Olodum* que, segundo alguns integrantes do Grupo, é uma abreviação da palavra *Olodumaré*, que, em yourubá, quer dizer "Deus dos deuses". Quando indaguei a integrantes do Grupo sobre o sentido da palavra, ouvi sempre este relato e esta explicação está em todos os materiais de divulgação do Olodum.

Há algumas questões muito pontuais nesta trajetória do Olodum e, certamente, uma delas é a passagem de Bloco Afro Carnavalesco para Grupo Cultural Olodum. Isso aconteceu em 1983, quando alguns dirigentes mobilizaram-se para responder questões de ordem político-social, em especial, direcionando suas ações para a comunidade do Maciel/Pelourinho. Neste período, o Grupo já contava com a presença de João Jorge, ex integrante do Ilê-Ayiê, e, mais tarde, soma-se a este o Maestro Neguinho do Samba, também ex-integrante do Ilê-Ayiê, que passaria a se responsabilizar pela parte musical.

Com a entrada de Neguinho do Samba, ele começou a trabalhar conosco, fez a banda mirim sem dizer nada a ninguém, uma coisa dele mesmo, ele pegou os meninos. Antes de eu entrar no Olodum eu estudava, estudava e ficava no Terreiro (de Jesus) juntamente com Gilmar, Ivan e alguns meninos da banda que já saíram, lavando carro, ocupando o tempo vago naquele emprego, lavando

carro. E aí quando surgiu a banda mirim fui me apegando um pouco à banda, me interessando em aprender ritmo, me interessei mesmo em saber o trabalho como era, fiquei interessado, curiosidade também em voga, e aí fomos trabalhando juntos, aí foi surgindo o merengue, **foi surgindo o samba-reggae**, surgindo o samba de roda, o alujá... (...) quer dizer, tudo como **criações novas**, tudo com **roupagens novas**. Tanto é que estourou de uma hora pra outra. Em 87 saímos no carnaval com o tema Egito, a banda mirim também saiu, um sucesso extraordinário. (Memeu, Mestre da Banda Olodum - 07/03/96)

A Banda Mirim era parte do projeto denominado "Rufar dos Tambores", que objetivava uma ação social, cultural e política na área do Maciel/Pelourinho, através da realização de cursos, seminários, atividades artísticas etc. Processo que desembocou, mais tarde, na implementação da Escola Criativa Olodum.

Mas foi somente no carnaval de 1987, quando o Grupo elegeu como temática a Civilização Egípcia, através da música *Deuses, Cultura Egípcia Olodum*, ou simplesmente *Faraó*, como foi reconhecida pelo público, ao ser gravada por vários músicos locais, que o Olodum passou a ocupar um espaço mais respeitado na mídia. É neste ano que surge o primeiro disco<sup>128</sup> do Olodum e o *samba-reggae*, criado pelo Mestre Neguinho do Samba, começa a ser divulgado no cenário nacional e internacional.

### III.6. É COMO SE FOSSE O SANGUE NO CORPO DO OLODUM

O carnaval **é como se fosse o sangue no corpo do Olodum**. É a força que passa pelas pernas, pelos braços, pelo estômago, pelo cérebro, faz dar a voz e dá sentido ao grupo. A boutique, a fábrica, os shows, enfim, a cultura do Olodum se alimenta do Carnaval. Esta é uma atividade importantíssima para o Olodum, mas apesar disso nos últimos anos não recebeu a devida atenção de nossa parte. Na obsessão por fazer escola, cursos, seminários, jornais, vídeos, shows, montar a boutique, terminamos por deixar o carnaval num papel secundário. (RODRIGUES, João Jorge. Entrev. cedida a Rev. Bahia Análise & Dados, 1996, p. 59)

---

<sup>128</sup>No dia 18/11/95, na comemoração dos 300 anos de morte de Zumbi (20/11), o Olodum lançou o seu 10º disco, *Sol & Mar*, que foi gravado ao vivo no Festival de Jazz de Montreux, Suíça, no mês de julho de 1995.



As cores e os símbolos presentes nas fantasias do carnaval identificam a temática eleita pelo bloco. No Olodum, geralmente o tema é sugerido por João Jorge, diretor de cultura, e, a partir daí, é repassado para um conjunto de pessoas envolvidas na organização do evento: artistas em geral, compositores, intérpretes etc. A divulgação do tema é feita já no início do ano, entre os meses de março e abril, pois a criação estética requer tempo para pesquisa e estudo. No mês de abril/96, já havia sido divulgado o tema *Roma Negra* para o carnaval/97. A expressão *Roma Negra* se deve a uma comparação da fé do povo da Bahia ao candomblé, com a dos italianos da Roma Católica. Segundo SANSONE (1995, p.77), nos relatos dos viajantes do século XVIII e XIX já aparece a citação da Bahia como uma Roma Negra.

Os blocos afro despontaram no cenário carnavalesco homenageando os países africanos, com exceção do Muzenza que, desde a sua fundação, optou pela Jamaica. Inicialmente, o bloco afro Olodum exaltou a África Negra com os temas: *Guiné-Bissau* (1981), *Nigéria* (1982), *Tanzânia* (1984) e *Moçambique* (1985). A partir do ano de 1986, o Olodum passou a buscar outras referências para a construção de seu *mundo negro*, deslocou-se, então, para os países da diáspora com o tema *Cuba*, e, no ano de 1987, vestiu o **turbante do faraó** com o tema *Egito*.

A afirmação de um Egito negro cobriu-se de um caráter altamente contestatório à historiografia oficial. De acordo com MOURA (1987, p.23), João Jorge, diretor de cultura, fundamentou a sua escolha temática para o carnaval após se defrontar com a leitura de um historiador senegalês, Cheik Xanta DIOP, que polemizava, no meio científico, a preponderância do elemento negro nos primórdios da civilização egípcia, levantando a hipótese de faraós negros na 3ª, 4ª dinastias do Antigo Império, 18ª, 25ª dinastias do Novo Império.

Depois do sucesso alcançado com o Faraó do Egito, o Olodum voltou ao cenário carnavalesco com a *Ilha de Madagascar* (1988) e, posteriormente, com *Núbia, Axúm e Etiópia* (1989), para contar a história do Rastafarianismo. *Do Deserto do Saara ao Nordeste Brasileiro* (1990) mostrou o Brasil de Lampião e Maria Bonita; *Da Atlântida à Bahia, o Mar é o Caminho* (1991) falou de Yemanjá; e o Olodum chegou à *Índia, os Caminhos da Fé* (1992). A opção pela Índia, segundo a explicação de alguns representantes do Grupo, se deveu ao fato de esta ser "uma região de cultura milenar, colonizada pelos europeus

assim como o Brasil (e quase todo Continente Africano) de forte tradição religiosa e que tem a sua população formada por uma grande parcela de negros." (Boletim Olodum, nº.2)

Em 1993, o Olodum retornou ao Egito em busca d' *Os Tesouros de Tutankhamon*. Em 1994, ficou "*hippie, rock, pop, o Olodum pirou de vez*" com o tema *Tropicalismo*, é o que diz Alberto Pita, diretor de arte do Olodum,<sup>129</sup> responsável pela criação de fantasias e designers das estamparias:

" No período que eles estavam presos (Caetano e Gil) , no exílio, essa coisa toda, saiu pela primeira vez no carnaval da Bahia um bloco chamado "Apaches do Tororó" (...) E foi um bloco que congregou o povo dos bairros pobres da cidade, que tiveram oportunidade de sair e brincar o carnaval, tudo começou no Apaches do Tororó. Eu falei ainda pra Caetano: "Caetano, o Apache é Tropicalista". Trouxe esses dados pra ele, "Olha, enquanto vocês estavam presos estava saindo os "Apaches do Tororó" no carnaval da Bahia".(...) E eu coloquei os homens vestidos de índios no carnaval, ao mesmo tempo que o ritmo pop, reggae, rock, como a própria música que tive a felicidade de fazer, enfim, falava, e as mulheres de Carmen Miranda, porque também Carmen Miranda era Tropicalista. (Alberto Pita - diretor de Arte - mar/96).<sup>130</sup>

No ano de 1995, o Olodum levou para as ruas de Salvador *Os Filhos do Sol*, e, conforme o relato de Alberto Pita, o objetivo era prestar homenagens a todos os povos que têm o Sol como Deus Maior, como, por exemplo, os incas, os astecas, os maias e, desta forma, homenagear a Xangô, o orixá que simboliza o sol. No ano de 1996, com *Os Filhos do Mar*, "a idéia foi simbolizar as divindades das águas, os orixás que simbolizam as águas, e fazer um relato, um apanhado sobre o fluxo e refluxo de escravos atravessando o Atlântico, chegando até o Brasil, à Bahia, foi bem por aí a história do Olodum..." (Alberto Pita- mar/96).

<sup>129</sup>Alberto Pita faz a arte de estamparia de tecidos para o Olodum desde 1985, assim como para outros blocos afro, entre estes, o Muzenza.

<sup>130</sup> A letra da música, à qual Alberto Pita faz menção, é de sua autoria com Ythamar Tropicália e Moço, e é denominada *Alegria Geral*: "Olodum tá hippie / Olodum tá pop / Olodum tá rock / Olodum pirou de vez (...)" Segundo material de divulgação do Grupo: " Com este tema, o Olodum estará fazendo uma verdadeira 'salada cultural': o Hippie, o Pop, o Reggae e o Rock unem-se e misturam-se ao extasiante clima tropical, à delícia das frutas tropicais, à resistência da população indígena brasileira, à rebeldia dos afro-brasileiros (...) fazendo com que o Tropicalismo renasça 'nas matizes do afro e nos sons do Olodum'. (TROPICALISMO/O CARNAVAL DO OLODUM - (s/d))



Os signos dos quais o Olodum lançou mão para construir o seu *mundo negro* são os mais variados possíveis. Quando a temática aparentemente parece fugir deste *mundo negro*, o Olodum recupera este sob outras matizes. Por exemplo, ao contextualizar o movimento Tropicalista com o surgimento do bloco "Apaches do Tororó", e ao lembrar de civilizações como astecas, maias etc (o que revela a solidariedade do Grupo com a questão indígena), marca o afro com a presença dos orixás.

Se o carnaval é **como se fosse o sangue no corpo do Olodum**, deve-se levar em conta a importância deste para a construção de uma identidade étnica, para a revitalização de um discurso afirmativo da negritude. O carnaval é o momento máximo da espetacularização desta identidade, da construção deste *mundo negro*, que, de fato, incorpora elementos do *mundo*: do Egito, da África Negra, da Índia, Jamaica, USA... Através do carnaval, os blocos afro ressaltam a presença dos negros no *mundo*, contam a sua história. No caso do Olodum, é interessante atentar para o movimento na escolha dos lugares deste *mundo*, que se inicia na África, passa pela diáspora negra, vai ao oriente e chega no Brasil, lembrando, inclusive, grupos marginais como os cangaceiros. O tema *Roma Negra* é uma revalorização da história dos negros na Bahia, no Brasil.

É importante lembrar que, nos últimos anos, o carnaval tornou-se o grande impulsionador do turismo cultural na cidade de Salvador. Isto se deve tanto à explosão da *axé music* quanto ao êxito alcançado por empresários de trios elétricos na profissionalização crescente do evento. A comercialização da  *festa* tem trazido novas exigências à cidade, que passou a organizar-se em torno de uma "economia do carnavalesco". A música baiana adquiriu um largo espaço na indústria fonográfica<sup>131</sup> nacional e, cada vez mais, é consumida fora do circuito do carnaval. Além disso, há um processo em curso de expansão do carnaval *trieletrizado* baiano para outros Estados do país. Entre as

<sup>131</sup> Experienciei na Bahia o carnaval do *tchan* (alusão à música do grupo Gera Samba: *Segura o tchan*). Refiro-me à importância do pagode nos circuitos de festas do verão/96 em Salvador. Na volta ao sul (abril/96), percebi que o pagode baiano havia "estourado" também nas rádios sulistas. No entanto, quanto à recepção deste *boom* da indústria fonográfica, não faltaram críticas devido aos excessos de pornografia da música do *tchan*.

denominadas *micaretas*, os carnavais "fora de época" realizados por empresas de trios elétricos de Salvador, destacam-se: o Carnatal (Natal), Fortal (Fortaleza), Micarôa (João Pessoa), Maceió Fest (Maceió), Recifolia (Recife), Précaju (Aracaju), Carnabelém (Belém), Carnabelô (Belo Horizonte), Carnasampa (São Paulo), Rio Elétrico (Rio de Janeiro), Carnagoiânia (Goiânia), Micarecandanga (Brasília), Vital (Vitória) e Carnafloripa (Florianópolis).<sup>132</sup>

A comercialização da *feira* carnavalesca e a "padronização" (música, roupas etc) estimulada pelos blocos de trio faz com que algumas lideranças do Grupo Cultural Olodum olhem para este processo com uma certa crítica, ressaltando, inclusive, os perigos que isto representa para os "blocos afro".

É um processo por um lado extremamente desinteressante. Mas o Olodum não perdeu isso ainda não, ele tem como se recompor e retomar algumas coisas. Aliás, isso está se buscando dentro do Olodum, este ano de 96 foi um ano que mostrou muito. O carnaval mostrou muito isso pro Olodum. O Olodum apanhou no carnaval literalmente, apanhou porque fugiu à sua concepção, à sua estética, à sua ética, enquanto uma entidade no carnaval, ficou uma entidade quase sem identidade, porque abriu mão de valores em nome dessa mistura, dessa "pasta" que tá aí, que esta "pasta" também é muito produzida pelos blocos de trio, que já não tem mais pra onde ir, que entra na passarela no Campo Grande e derrama um tonel de espuma, e aquelas pessoas acham aquilo maravilhoso, um convite à conjuntivite, entendeu? E depois tão pegando conjuntivite... E é assim o carnaval, e quase que a gente entra nessa, quase, ou entramos um pouquinho, e saboreamos dessa. (Integrante do Grupo Cultural Olodum)

Esta preocupação faz sentido, porque a estética dos blocos afro é revestida de uma dimensão política, e o carnaval é o momento de máxima expressão deste discurso afirmativo da negritude. Além disso, o produto dos blocos afro no mercado da *feira* carnavalesca apresenta-se como uma alternativa frente à crescente padronização. Há uma variedade de produtos oferecidos a partir da construção desse *mundo negro*, que vai desde o mais "tradicional" ao mais *pop*, ou seja, pode-se oferecer no mercado da *feira* carnavalesca desde o *mundo negro* da África, dos *rastafáris* da Jamaica, até os *faraós* do Egito ou o *mundo* dos negros americanos. Portanto, a diferenciação

<sup>132</sup> Informações tiradas do Jornal "O Estado". SC. 19-20/10/96.



estética dos blocos afro pode ser aproveitada como uma estratégia tanto política quanto econômica, na medida em que é possível atrair foliões exatamente por realizar um movimento contrário à padronização, por "ser diferente".



Carnaval Olodum 1996 - Os Filhos do Mar

#### IV. OLODUM - A GRIFE AFRO-BRASILEIRA

**OLODUM**



## IV.1. PASSANDO A CULTURA ATRAVÉS DA GRIFE

Quando eu digo grife, é exatamente o seguinte: quando tinha festival Euzébio fazia um tipo de camisa com design daquele ano, correspondente ao tema criado para o carnaval. E a idéia da Boutique já veio com João Jorge, uma idéia que já pega de Malcon X e de algumas entidades negro americanas que tinham esse comportamento, de passar a utilizar também no caso a grife, ou seja, utilizar o seu trabalho através da... socializar esse trabalho utilizando camisetas, objetos, **passando a cultura através da grife**, objetos. E nós fundamos a Boutique, eu e Euzébio, com muita luta, foi idéia de João Jorge. Eu iniciei a Boutique. Iniciamos apenas com uma camiseta, um boné e um chaveiro. Era só o que existia. Existia não, passou a existir de dezembro de 91 pra cá. Euzébio comentava muito que não tínhamos uma marca. (...) Eu tinha vergonha de dizer que não tinha uma marca. (risadas) A marca na verdade era o nome Olodum. (...) Eu escrevi Olodum manuscrito e peguei o pincel e fiz três pinceladas assim, três pinceladas, **fiz três pinceladas e disse: essa é a marca**. Eu disse essa é a marca. Aí o menino da arte final de lá, sentado na mesa junto comigo, eu tava na direção do teatro na época, aí disse assim: "Oh você quer isso mesmo? Parece até interessante." Começou a contornar assim, aí eu disse: "não contorna não, deixa assim, ela tem que ficar como risco, uma pincelada de pincel mesmo, pintado, ou seja, pintado de qualquer maneira, como quem não sabe pintar, jogar assim a tinta, tem que ficar assim". Aí eu peguei, tá tudo bem então, a camiseta vai ficar dessa forma. (Peter Leão, diretor de arte do Olodum - 19/12/95)

A grife Olodum é comercializada tanto na Boutique quanto em outros pontos da cidade. É possível encontrar camisetas, com a grife Olodum, em cerca de quinze boxes no Mercado Modelo, na Cidade Baixa. Fora isso, alguns hotéis da cidade também vendem a marca Olodum, junto com as lojas da Mesbla localizadas no circuito norte e nordeste do país. O SEBRAE (Serviço de Apoio à Pequena e Média Empresa), localizado no Maciel/Pelourinho, também em alguns períodos do ano possui estandes do Olodum, como pude observar no mês de dezembro/95. Durante o período de "alta estação", por decorrência de uma maior demanda no mercado, o Olodum distribui suas mercadorias em diversos Shoppings Centers da cidade. No verão/96, havia estandes do Olodum no Shopping Barra, Itaigara, Piedade e Shopping Iguatemi. No entanto, o fluxo de vendas da marca Olodum oscila muito. Há meses em que as vendas caem consideravelmente, pois a maior procura por suas mercadorias ocorre nos meses de grande fluxo turístico na cidade.

Nem tudo se produz na Fábrica de Carnaval Olodum. Esta se ocupa mais dos produtos têxteis, principalmente camisetas, que são os de maior demanda. O Grupo conta com fornecedores de diferentes regiões do país e,

inclusive, no exterior. Esses produtos, por sua vez, são levados à Fábrica para a colocação da grife Olodum.

A compra e venda de mercadorias com a grife Olodum exige do Grupo uma inserção no mercado de produção e consumo que o coloca em comunicação com várias cidades do Brasil. Os bonés Olodum, confeccionados em várias estampas, em modelo tradicional, são trazidos de Apucarana/PR. Os materiais feitos em cerâmica, classificados como utilidades (porta-lápis, cinzeiro, cofre porquinho, caneca de café, caneca de chope), são fabricados em São Paulo. Os chaveiros, produzidos em diversos modelos, também são oriundos de São Paulo. Além destes, a Boutique comercializa conjuntos de linha que vêm do Ceará, camisetas bordadas (o Olodum não possui máquina de bordar) e roupas de praia (biquínis, maiôs, sungas). Alguns produtos são adquiridos através de próprios artesãos locais, como os perfumes Olodum, porta moeda de crochê, cartões e alguns tipos de bijuterias: miçangas, colares, pulseiras e brincos. Na Boutique Olodum, também podem-se encontrar Cds, fitas k7 do Olodum e livros que versam especialmente sobre cultura negra. A Editora Olodum é um projeto recente e já possui alguns livros em circulação.

A Fábrica de Carnaval Olodum foi criada com o objetivo de oferecer emprego aos moradores do Maciel/Pelourinho. Um das metas era que esta pudesse viabilizar cerca de 300 empregos diretos. Por enquanto, este número oscila entre 20 a 30 funcionários. Dependendo da época do ano, há um acréscimo neste quadro.<sup>133</sup>

Vale lembrar que a Fábrica de Carnaval não produz apenas para a Boutique ou para o Grupo Cultural Olodum (Escola Criativa, Bando de Teatro Olodum etc), ou até mesmo para os pontos de exposição da marca Olodum espalhados pela cidade. Há períodos em que produz camisetas para grupos de pagode ou para algum outro bloco. Na Fábrica, além das camisetas Olodum, confeccionam-se também outros produtos têxteis: conjuntos de malhas, shorts etc. A produção de camisetas fica em torno de cento e vinte a cento e cinqüenta unidades por dia. No período carnavalesco, há uma mobilização em

---

<sup>133</sup>Não fugindo da regra geral das indústrias têxteis ou de calçados, na Fábrica de Carnaval Olodum, o setor de costura é formado predominantemente por mulheres e é o setor que concentra o maior número de funcionárias. Os homens estão nos setores de corte e serigrafia.



torno das fantasias, apesar de que, para o carnaval/96, muito pouco das fantasias do Olodum foram feitas na Fábrica, pois a maioria veio praticamente pronta de São Paulo.



Fábrica de Carnaval Olodum - setores de corte e serigrafia



Fábrica de Carnaval Olodum - setores de costura e acabamento



As mercadorias Olodum são reconhecidas pelo público, principalmente pelas cores adotadas pelo Grupo: o verde, o amarelo, o vermelho e o preto, identificadas como as cores do Pan-Africanismo. Ao mesmo tempo, isso facilita a falsificação, porque muitos se utilizam destas cores e do nome Olodum para comercializar camisetas e outros objetos. Em muitos pontos da cidade, especialmente no Pelourinho, é possível comprar camisetas estampadas com o nome Olodum, entretanto, elas não foram produzidas pela Fábrica de Carnaval. Muitos consumidores adquirem essas mercadorias sem se darem conta de que são falsificadas. Deve-se considerar que, geralmente, estas são vendidas por um preço mais barato, o que facilita a negociação. De qualquer forma, simbolicamente, está-se levando de lembrança a "camisa do Olodum".

As pessoas despertaram e viram que o nome Olodum, a marca Olodum, é uma coisa que dá grana, então, o que acontece, se você anda Salvador inteira, em todos os lugares tem camisetas escrito Olodum. Então, a marca Olodum é uma marca registrada, o nome Olodum é registrado, mas, se você chegar em Fortaleza, tem um barco Olodum que não tem nada a ver com o Olodum, então, quer dizer, talvez isso tenha sido até um certo descuido nosso, eu até acredito que deveríamos registrar a marca Olodum em tudo, e isso não aconteceu. Então todo mundo faz, todo mundo vende camisetas do Olodum, eu acredito que até fora se ganha muito mais com o nome Olodum que a própria Boutique, a própria receita da Boutique, enfim, tem essas coisas, mas o Olodum é uma marca registrada sim, uma marca registrada, mas que não há um controle sobre ela, não tem mais como controlar, qualquer um pode fazer camisa com o nome Olodum e vender, infelizmente. (Alberto Pita, diretor de arte do Olodum / mar/96)

É difícil conceber a hipótese das mercadorias Olodum venderem independente da produção musical. A música, a dança, o visual formam um todo estético que exerce um certo fascínio e instiga o desejo de consumo da marca Olodum. No entanto, este projeto foi pensado também como uma alternativa para "quando o Olodum não tivesse mais sucesso musical. E na medida que não tivesse sucesso musical, teria **as idéias através das camisas**, das fantasias, dos chapéus, das bolsas, de tudo que envolvesse o simbolismo Olodum, as cores, a linguagem musical, a linguagem cultural." (João Jorge, diretor cultural Olodum, 08/03/96)





Mercadorias Olodum comercializadas na Boutique.



Comercializar a grife é prática comum em vários grupos negros organizados do mundo. Por isso, nos relatos a este respeito, apareceram muitas versões. Alguns integrantes do Grupo Cultural Olodum destacaram a influência do *Black Power*, do líder norte-americano Malcon X; outros, do Congresso Nacional Africano e do líder Nelson Mandela. Até mesmo para o cineasta Spike Lee sobrou alguma coisa. João Jorge, diretor cultural, recordou ainda o fato de que "há muitas lojas de cultura rastafári na Inglaterra, nos Estados Unidos, no Broklin, no Harlem, nos bairros de Londres. É uma tradição dos grupos de guetos vender discos, bandeiras, estandartes, livros, um monte de coisas."

O Olodum, enquanto produtor de uma cultura, converte-a em mercadoria na forma de bens materiais e simbólicos. Assim, passa **as idéias através das camisas**, das cores, da música, do canto e, ainda, pela Editora escreve e registra, com a grife Olodum, a sua própria história.

## IV.2. SÃO AS CORES DO PAN-AFRICANISMO

Não sei, porque várias pessoas estão criando pro Olodum. As pessoas que fazem arte em Salvador, que desenham e tal, que sabem que as cores do Olodum são verde, amarelo, vermelho e preto, que **são as cores do Pan-Africanismo**, as cores da Libertação dos países africanos, vêm com essas cores e apresentam ao Olodum, e se é um desenho interessante, bonitinho, isso é produzido, e as pessoas compram isso, que é completamente diferente do meu trabalho, o meu trabalho tem uma outra coisa, tem um outro sentido, tem uma outra história. (Alberto Pita - diretor de arte/ mar/96 )

O Grupo Cultural Olodum adota as cores do Pan-Africanismo, mas isto não quer dizer que as fantasias para o carnaval sejam elaboradas exclusivamente com estas quatro cores. As roupas são produzidas conforme a temática do ano, portanto, as cores apresentam uma certa variabilidade.

A arte das fantasias do carnaval/96, que teve como tema *Os Filhos do Mar*, foi criação de Alberto Pita, no entanto, o modelo<sup>134</sup> foi obra de Lucas,

funcionário da Fábrica de Carnaval Olodum. Lucas disse-me ser estudante de publicidade, contratado inicialmente para desenho de cartazes, panfletos etc. Tem atualmente auxiliado na criação de novas estampas para as camisas Olodum.

O diálogo estabelecido com Alberto Pita e Lucas colocou-me diante de duas concepções diferenciadas de criação estética: uma que faz a defesa do "Olodum das raízes", reivindicando aspectos da "tradição", do "político", outra que se coloca dentro de uma concepção "empresarial", "moderna", "comercial". De um lado, o discurso de um diretor administrativo; do outro, um funcionário que mantém vínculos com o Grupo numa relação estritamente profissional.

Vale dizer, no entanto, que a estética do carnaval Olodum/96 foi extremamente criticada, principalmente pelos foliões do bloco. As reclamações ouvidas sinalizavam muito mais uma queixa do tipo "a fantasia está muito feia" do que uma crítica política no sentido de que a roupa tivesse fugido de um antigo padrão estético adotado pelo bloco. Seria uma ilusão acreditar que os foliões fazem uma "leitura crítica" da fantasia que estão usando para brincar o carnaval, até mesmo porque o bloco reúne um público bastante heterogêneo, pois, além dos foliões baianos, aglutina pessoas vindas dos mais diferentes lugares e, portanto, com expectativas muito distintas.

Em algumas mercadorias, as cores eleitas pelo Olodum apresentam-se mais fortemente. É o caso do colete, vestido inclusive por Michael Jackson e bastante usado pelos meninos da Banda, e ainda o casquete (tipo de boné) e a mochila. Estes produtos são confeccionados por um artesão na Bolívia. O nome Olodum já vem bordado no próprio pano, o que dispensa a colocação da grife. Este mesmo artesão, segundo informações do diretor da Fábrica, comercializa o pano com outros clientes, mantendo a referência das quatro cores, mas sem o nome Olodum. Mesmo assim, estas mercadorias sinalizam as cores do Pan-Africanismo, as cores adotadas pelo Grupo e são imediatamente associadas ao Olodum.

Uma das formas de divulgar a marca Olodum são os próprios shows da Banda. Em cada viagem para o exterior ou para outros Estados do Brasil,

---

<sup>134</sup> As fantasias dos foliões lembravam roupas de marinheiros, mais especificamente de piratas".



costuma-se levar uma quantidade destas mercadorias. E, mesmo nos ensaios da Banda, nas terças-feiras de bênção, ou no domingo à noite, no Largo do Pelô, cada componente da Banda veste um modelo diferente de camiseta, o que, na maioria das vezes, desperta a atenção de consumidores. Muitas das camisetas que os percussionistas ou a ala de canto do Olodum vestem não são encontradas na Boutique. Alguns deles inventam modelos exclusivos, pedem para algum artista fazer ou, então, eles mesmos criam. Às vezes, o consumidor quer exatamente aquela camiseta que ele viu na rua, ou na apresentação da Banda, ou em outro lugar qualquer. Muitos chegam com um modelo certo para comprar, e ficam muito decepcionados quando não encontram.<sup>135</sup>

Bom, primeiro era todo mundo igual, vestia as mesmas roupas, as mesmas indumentárias. Com a evolução, a gente começou a usar as cores, a mesclar, cada um colocou uma roupa. Porque na bandeira da África cada cor tem um significado, daquelas quatro cores. Agora, cada um usa uma cor, fica mais bonito, porque se num programa de televisão cada um ir com uma cor sai muito bem no vídeo. Então eles começaram a adotar, cada um usa uma calça com uma cor, ou uma bermuda, ou um colete, ou uma camisa, ou só o colete sem camisa. Isso ficou muito bonito no vídeo. E fica legal no show também. Por que já pensou se veste todo mundo igual? (Negão, percussionista do Olodum, 18/03/96)

---

<sup>135</sup>Quando não encontram as camisas nos modelos que desejam, alguns consumidores deixam encomendadas para que sejam enviadas via correio.



Ensaio da Banda Olodum (juvenil e adulta) - The Afrikan Bar



### IV.3. MICHAEL JACKSON VESTIU A CAMISA

Não houve planejamento esse ano com relação à fabricação, o que deixou muito a desejar, muitos clientes voltaram sem ter a mercadoria por falta desse produto na Boutique. Mas a gente está trabalhando, montando uma nova filosofia de trabalho, uma nova estrutura, para que esses casos não voltem a repetir. Cada vez que se repete esse tipo de caso, nós só temos a perder financeiramente porque deixamos de vender. E quando deixamos de vender automaticamente nós estamos deixando de divulgar mais a nossa marca. E neste ano teve um clip com Michael Jackson e **Michael Jackson vestiu a camisa** símbolo da paz, vestiu a camisa Femadum, essas duas e o colete com a marca Olodum, esses três produtos foram os produtos mais solicitados pelos clientes. Os clientes dobraram as solicitações a ponto de não termos condições de atendê-los. Isso foi uma das coisas que também influenciou no aquecimento de vendas da nossa Boutique. (Joel Gonzaga, diretor da Boutique Olodum - 05/01/96)

É necessário levar em conta o caráter simbólico do ato: "Michael Jackson vestiu a camisa do Olodum". Muito mais do que proporcionar um destaque na mídia nacional/internacional, o Olodum consolida uma posição de prestígio diante da "comunidade negra mundial."<sup>136</sup> Afinal, se Michael Jackson deixa dúvidas quanto a sua negritude<sup>137</sup>, não se pode dizer o mesmo do cineasta Spike Lee, um dos grandes representantes da luta negra no mundo.

A cidade de Salvador, no dia 10/02/96, voltou sua atenção para o polêmico Michael Jackson. Já no dia anterior, o movimento no Maciel/Pelourinho estava completamente alterado e o barulho era maior em frente à Casa do Olodum. É evidente que vários amigos do Grupo resolveram mendigar uma credencial para assistir ao tão grande evento. Entre os chatos

<sup>136</sup> Utilizo aqui "Comunidade imaginária negra mundial", aproveitando as reflexões de ANDERSON (1993,23), nos seus estudos sobre "nação", ao defini-la como uma comunidade política imaginária, porque "aun los miembros de la nación más pequeña no conocerán jamás a la mayoría de sus compatriotas, no los verán ni oirán siquiera hablar de ellos, pero en la mente de cada uno vive la imagen de su comunión". Mais importante do que entrar no mérito da existência ou não de uma "comunidade negra mundial" é perceber a presença dela em alguns relatos, principalmente daqueles que dizem ser seus representantes: "A comunidade negra mundial não é mais a mesma depois do Olodum, de Spike Lee e Michael Jackson". (João Jorge Rodrigues, diretor cultural do Olodum/ Folha de São Paulo, 09/02/96. apud SCHAEBER, 1996).

<sup>137</sup> O embranquecimento de sua pele é objeto de indagações: "teria ele realmente mudado de cor propositadamente ou seria uma vítima da doença *vítligo*?". Evidentemente, para os que crêem na segunda hipótese, ele continua negro.

pedintes, estava a pesquisadora sulista, afoita para registrar no diário de campo para a posteridade: "assisti Olodum com Michael Jackson e Spike Lee". Mas alguns diretores, já devidamente cansados de ouvir lamúrias, foram taxativos: "Não! Pelo Olodum não tem credencial, arranjem um outro jeito! Só assiste à gravação com a credencial do Olodum cinquenta pessoas que estarão ali a trabalho". E a tristeza de não assistir Olodum com Michael Jackson e Spike Lee foi compensada, em parte, pelo ato louvável de um diretor administrativo que emprestou, já no finalzinho dos trabalhos, o seu tão "cobiçado" crachá à pesquisadora que pôde "saborear" um pouquinho de uma das coisas mais lindas nesta passagem pela Bahia: a emoção de ver o Largo do Pelourinho completamente tomado pelas cores do Olodum, com uma Banda que reunia mais de duzentos componentes sob a direção do Maestro Neguinho do Samba, um espetáculo de beleza inigualável.

Impedida de entrar no Maciel/Pelourinho durante a manhã, devido ao intenso policiamento que cobria as diversas passagens que davam ao Largo, fui fazer companhia aos integrantes do Olodum-empresa, pois, apesar do barulho todo, a Fábrica trabalhou durante o sábado para produzir as fantasias para o carnaval. Evidentemente, Michael Jackson era o assunto do dia. Spike Lee ninguém sequer comentava. Aliás, a grande maioria não sabia quem era o "tal de Spike Lee". A possibilidade de assistir às gravações era objeto de desejo de alguns funcionários, que, impossibilitados de participar da festa que acontecia no Largo, contentavam-se em fazer brincadeiras com o fato, cogitando uma visita do astro à Fábrica de Carnaval. A maioria dos funcionários da Fábrica, da Boutique e da Escola Criativa ficou de fora do grande acontecimento, não se sabe se pela vontade da direção do Olodum, ou se por exigência da equipe de produção do próprio Michael Jackson, que, certamente, deve ter limitado o público assistente, até por uma questão de segurança. De qualquer forma, a título de lembrança ao leitor, os funcionários da Fábrica são aqueles que produziram as camisas que Michael Jackson vestiu e que o mundo todo conheceu ou irá conhecer, através de um clip que diz "Eles não ligam pra gente."<sup>138</sup>

---

<sup>138</sup>Tradução e parte da letra da canção de Michael Jackson que deu origem ao clip ("They don't care about us"). Na versão internacional, não se mostram apenas Rio de Janeiro e Salvador. Há cenas gravadas no contexto norte-americano.





Spike Lee e Banda Olodum - 10/02/96



Spike Lee e Banda Olodum - 10/02/96



Alguns dias depois, o fantástico acontecido no Largo do Pelô foi para o Fantástico da TV. Globo, que mostrou, então, a versão brasileira do clip, uma amostra pequena dos principais acontecimentos do Rio de Janeiro e de Salvador. Sobre o Pelourinho, ficou a ressalva: "estrelas negras brilham no clip de Michael Jackson". A dança de Bira, percussionista da Banda Show, e seu fiel agradecimento a Deus ficou na memória e na história: "pra mim foi tudo, agradeço a Deus, agradeço ao Olodum..." A pequena estrela da Banda Mirim, o Jeison, que dançou sem camisa ao lado do astro, registrou também sua emoção: "na hora meu coração tava batendo tão forte que fiquei até... com os lábios brancos..." O Fantástico caprichou na imagem e no slogan, traduziu para milhões de brasileiros o significado da música "Eles não ligam pra gente", mostrando "gente pobre, simples..." reconhecida no clip, gente que "não é estrela pop, mas que brilhou ao lado do ídolo Michael Jackson". E como não poderia deixar de ser, o Fantástico registrou o êxito na fusão dos ritmos: "Spike Lee ficou impressionado com os tambores do Olodum e disse que Michael Jackson e a música baiana se misturam e se entendem..."

Na entrevista que Spike Lee concedeu ao Fantástico, não poupou elogios à grife Olodum e fez, inclusive, um "bom comercial", lembrando que, a partir daquele momento, "todo mundo vai querer ter uma camiseta do Olodum." Eis aqui uma boa prova do caráter "duplamente simbólico" das mercadorias, a que nos referimos em momento anterior, quando dialogávamos com o autor FEATHERSTONE (1995).

E Spike Lee tinha toda a razão.<sup>139</sup> A Boutique Olodum ficou sem camisetas depois do famoso clip. A demanda realmente superou a oferta. Michael Jackson vestiu três camisetas com estampas diferentes: a que eles caracterizam como modelo indiano (no clip, ele veste uma de cor vermelha), uma branca que traz o símbolo da paz e o modelo feito para o FEMADUM/96 (Festival de Arte e Música do Olodum). Além disso, vestiu também o colete Olodum, estampado nas cores adotadas pelo Grupo: o vermelho, preto, amarelo e verde.

Spike Lee fez um pedido de 100 camisetas nestes três modelos. Pedido

---

<sup>139</sup>Na minha volta ao sul, trouxe algumas camisetas de presente. Escolhi exatamente os modelos que Michael Jackson vestira e, ao invés de as pessoas referirem-se à camiseta como sendo do Olodum, algumas diziam: "olha só, é a camiseta do Michael Jackson".

este que foi remetido na primeira semana após as gravações. Logo depois, entrou-se no circuito carnavalesco e, em virtude da concentração de turistas na cidade, a Boutique Olodum ficou praticamente vazia. Durante algumas semanas, os consumidores voltaram decepcionados para suas casas, pois não havia sequer uma camiseta na Boutique. Mas a Boutique Olodum não estava vazia apenas porque a procura pelo produto era intensa: grande parte das camisetas produzidas naquele período estavam indo para um outro ponto de distribuição, o Mercado Modelo, localizado na Cidade Baixa.

O clip do Olodum com Michael Jackson não despertou o interesse somente do Fantástico da TV. Globo. Algumas semanas depois, o Olodum gravava para o Vídeo Show. Neste programa, não se mostrou apenas a Banda Olodum, mas a Boutique, a Fábrica, a Escola, dando-se um destaque especial ao trabalho social do Olodum. Recentemente, Xuxa mostrou a Banda Mirim Olodum para os baixinhos de todo o Brasil, numa gravação especial em Salvador. Após o clip com Michael Jackson e Spike Lee, o Olodum já se fez presente em três programas da Rede Globo de Televisão. Especialmente nos dois primeiros, não se pouparam elogios.

#### IV.4. OS GRINGOS SE APAIXONAM

O Olodum representa a Bahia e o Brasil, e representa também o mundo. **Os gringos se apaixonam** pela música, pelo som do tambor, é aquela coisa! "vou levar uma coisa de presente, uma camisa", eles acham aquilo ali um espetáculo maravilhoso. Todos os turistas que vêm à Bahia sempre tem que conhecer o Pelourinho, o Pelourinho reformado, uma coisa assim maravilhosa, vem na Boutique do Olodum, aí vê a camisa do Olodum: "Olodum!", aí, as cores assim, compra. (André, percussionista do Olodum. 14.03.96)

Oportunidades para os soteropolitanos apreciarem a Banda Olodum não faltam. Exatamente por isso, em algumas conversas com integrantes do Grupo Cultural Olodum, fez-se muitas vezes uma distinção entre os baianos e os que vêm "de fora". Essa constante procura das pessoas "de fora" pelo Grupo Olodum não se reduz às apresentações da Banda, mas é comum nos seus diversos setores: no departamento cultural, na Casa do Olodum, na Escola, na



Boutique etc. São turistas, viajantes, pesquisadores, jornalistas que desejam ver e conhecer o Olodum. Não se pode desconsiderar o fato de que o reconhecimento externo confere *status* ao Grupo, assim como para os seus integrantes individualmente.

Rapaz!, eu me sinto uma pessoa assim, deixa eu ver, importante, não é tanto aqui na Bahia, quando eu viajo as pessoas tem mais respeito, tem mais carinho, tem mais **fanatismo** do que aqui na Bahia. Porque eu acho, tem esse ditado, que as pessoas só dão valor às coisas quando perdem. Eu sinto por mim que é assim, que, quando eles me perderem, eles vão sentir falta. Aqui na Bahia eu acho que é assim. Eu não sei se porque eu ando com eles ou eu me aproximo deles, aí eles não fazem questão... "ah eu ando com ele, vejo esse menino pra cima e pra baixo quiiii! é normal". (Tóti, percussionista da Banda Show Olodum -14/03/96)

Na cidade de Salvador, acompanhei a Banda Show Olodum na *lavagem* da Varig, no dia 16/03/96. Na saída, aconteceu uma pequena confusão entre um percussionista e um vigilante. Este, irritado, expressou: "vocês não querem que a gente implique com o Olodum, mas veja só, o Olodum põe gente baixa que nem você pra tocar na Banda." Apesar do reconhecimento internacional, em alguns momentos parece haver ainda um certo estigma sobre o Grupo. É bom lembrar que boa parte dos integrantes da Banda Olodum são oriundos de classes populares.

Uma prova de que **os gringos se apaixonam** foi possível de se ter nas atividades do FEMADUM. Todas as tardes, devidamente trajados (vestindo a grife Olodum: boné, camisetas, bolchetes etc), os *gringos* ocupavam a frente da Casa do Olodum, às vezes em companhia de alguns integrantes da Banda e, até mesmo, tocando algum instrumento de percussão.

No que diz respeito ao consumo da marca Olodum, a situação não difere. Ao indagar para alguns consumidores sobre o porquê de comprar uma camiseta do Olodum, responderam imediatamente: "não se volta da Bahia sem alguma coisa do Olodum". Isto nos leva a refletir acerca da construção da imagem do Olodum como um "símbolo de baianidade." Mesmo os consumidores baianos com os quais conversei comentaram que estavam comprando presentes para alguém de fora, uma encomenda e, quando a mercadoria era para eles mesmos, a resposta denotava uma certa simpatia,

afinidade com o Grupo, do tipo: "gosto do bloco, gosto da música."

Os maiores consumidores dos nossos produtos são os turistas dos outros Estados. Nós temos um bom consumo em Salvador, mas pelo fato do Olodum ser de Salvador, ser uma coisa caseira, essa é a verdade, as pessoas não têm o mesmo **fanatismo** como as pessoas que são de fora. Porque as outras pessoas, no caso as pessoas de Salvador, tão vivenciando o Olodum todos os dias, tá tendo show do Olodum duas vezes por semana. As pessoas estão tendo contato direto, familiarizados, e isso até diminui o interesse pelos nossos produtos. Quando são pessoas de fora, não, as pessoas tão mais distantes, as pessoas são fãs, gostam, não têm a mesma facilidade de estar junto conosco, como os nossos conterrâneos. Evidentemente, as pessoas estão mais é querendo levar alguma coisa pra ter a lembrança do grupo. (Joel Gonzaga, diretor da Boutique Olodum. 14.03.96)

O fanatismo e o estigma, a  *festa* e a violência são partes de um mesmo paradoxo. De um lado, tem-se o Olodum do mundo: de Paul Simon, Michael Jackson, Spike Lee - é o Olodum da  *festa*, da viagem, do  *status*, do fanatismo, dos  *gringos que se apaixonam*. Do outro, tem-se o Olodum do Maciel/Pelourinho, dos jovens pobres que, não poucas vezes, convivem com os resquícios do estigma da "baixaria", da "violência" e da "marginalidade".

Se **os gringos se apaixonam**, eles marcam presença no carnaval do Olodum. O bloco mantém, desde a sua fundação, um perfil pluriétnico, o que, de uma certa forma, fortalece a construção do Olodum-empresa. A maioria dos foliões do bloco não paga sua fantasia, adquire através de cortesia. A abertura do bloco para pessoas brancas, turistas, viajantes etc garante, em alguma medida, uma maior comercialização das fantasias. A "política do dar" fantasias é estendida para outras mercadorias do Olodum. Segundo alguns diretores, muitas pessoas pensam que "o Olodum está rico" e aí ficam pedindo uma ou outra coisa e esquecem que isto tem um custo para o Grupo.

A disputa do bloco pela comercialização da  *festa* se faz presente nos Ensaios da Quadra muito tempo antes do carnaval. Desde o mês de novembro, os cantores do Olodum lembravam insistentemente o público: "Você ainda não adquiriu o seu carnê? Saia com o Olodum neste carnaval, visite a Casa do Olodum na Gregório de Mattos, 22." A situação não foi diferente na festa do Nosso Senhor do Bonfim. Alguns dias antes, os cantores empenhavam-se em



divulgar constantemente na Quadra: "Brinque com o Olodum na festa do Bonfim. Por apenas R\$ 15,00 você adquire sua camiseta e ganha o casquete de brinde!".

O preço para a aquisição de uma fantasia do Olodum no carnaval/96 foi de R\$ 175,00.<sup>140</sup> O pagamento poderia ser parcelado, pois há uma flexibilidade para negociação. Grande parte das fantasias não são vendidas, são cortesias, dadas aos amigos do Grupo, aos funcionários (cada funcionário recebe duas). Alguns funcionários acabam se transformando em verdadeiros "cambistas" e negociam suas fantasias pela metade do preço.<sup>141</sup>

Mas não são apenas os *gringos* que se apaixonam pelo *samba-reggae* Olodum. Especialmente no carnaval, o bloco aglutina um número considerável de soteropolitanos, principalmente muitos negros e mestiços.

No carnaval/96, *Os Filhos do Mar* tiveram que provar o quanto gostavam de água. Caiu a maior chuva na sexta-feira, assim que o bloco passou pela Praça Castro Alves e subia para a Carlos Gomes. Teve folião que disse: "é obra de Yemanjá"! Mas a Banda Olodum continuou tocando sob o comando do Maestro Neguinho do Samba, e os foliões, molhados, ficaram mais animados, depois do sufoco que foi a descida da Sé até a Praça Castro Alves.

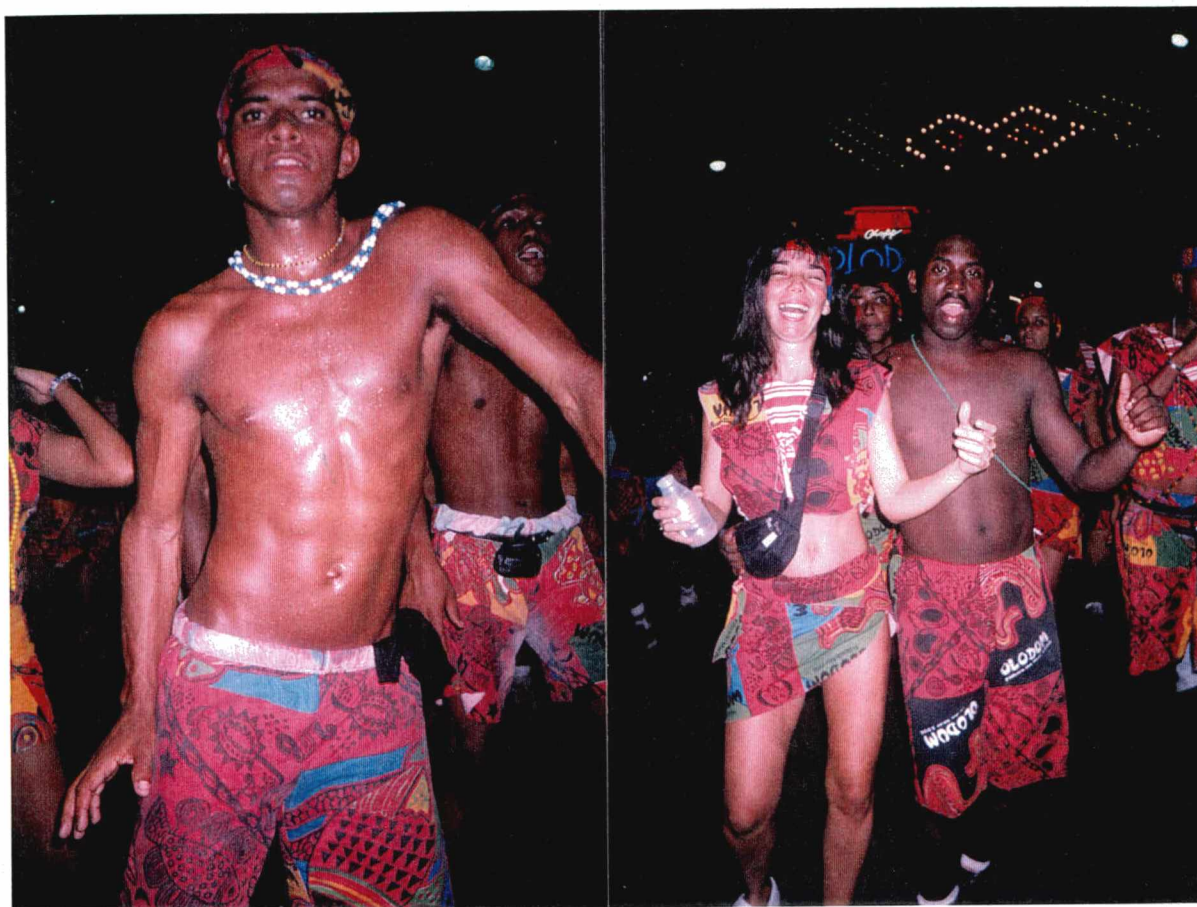
---

<sup>140</sup> Os blocos afro cobram um preço mais acessível pelas fantasias. Já em alguns blocos de trio, o preço beira ao absurdo de quase R\$ 1.000,00. Estes contam com grandes empresas patrocinadoras, movimentam grandes volumes de dinheiro. O "carnaval-negócio" torna-se, cada vez mais, para "uns e outros" um grande "filão de ouro". Além disso, os foliões carregam em grandes estampas e fortes cores o nome do patrocinador, o que, na maioria das vezes, esconde o nome do próprio bloco, que aparece timidamente.

Para o bloco Mirim Olodum, as fantasias são doadas. Na tarde de quinta-feira, ao invés de ir auxiliar na Fábrica de Carnaval, fui para a Escola Criativa, a pedido de alguns professores. Ajudei na organização das fichas das crianças associadas, enquanto uma grande quantidade de pessoas se responsabilizou pela tarefa de juntar todas as partes da fantasia (elas vieram somente cortadas), amarrá-las e, então, distribuí-las aos pais que se ocuparam da montagem final e da costura.

<sup>141</sup> No dia de sexta-feira, ao caminhar pelo Maciel/Pelourinho, fui abordada por um rapaz que me perguntou se eu desejava comprar uma fantasia do Olodum por R\$ 70,00. Naquela mesma tarde, estava sentada em um bar situado na rua Alfredo de Brito quando uma funcionária da Fábrica de Carnaval Olodum indagou-me se eu já tinha fantasia para *brincar* o carnaval. Outros funcionários, já desde o dia anterior, esforçavam-se para vender suas fantasias. Um deles pediu-me, inclusive, que eu lhe conseguisse compradores.

Na sexta-feira de carnaval, em torno das 21:00 hs., a Banda já se concentrava em frente à Casa do Olodum, mas a saída aconteceu somente por volta da meia-noite. A confusão não foi pequena, pois jornalistas, fotógrafos e muita gente curiosa queria assistir e registrar a saída do Olodum. Em cima do trio, estava Caetano Veloso, Marieta Severo e outros artistas conhecidos. Uma grande quantidade de pessoas vai ao Pelourinho na sexta-feira de carnaval somente para acompanhar a saída do Olodum. Isso já é parte da "tradição", assim como a do Ilê-Ayiê, no Curuzu, no sábado à noite.



Carnaval Olodum 1996 - *Os Filhos do Mar*.



As pessoas me falavam com entusiasmo da festa carnavalesca, ao mesmo tempo em que me assustavam terrivelmente com a violência. Parece que, tanto quanto a festa, é também esperada a violência, é comentada e aguardada como um forte componente do carnaval.

Uma amiga baiana, fiel companheira no carnaval, tentando achar uma solução para o meu pânico frente à multidão, fez-me uma proposta: "Acho que a gente deve arrumar um 'negão' bonito e forte para nos proteger" (...) Ao narrar para suas outras amigas sobre nossa participação no Bloco, surgiram alguns comentários do tipo: "o quê? saíram no Olodum? vocês são loucas! Com todos aqueles negão!" (Diário de Campo - fev/96)

O designativo "bloco de negão", em algumas circunstâncias, é altamente afirmativo; em outras, sinaliza preconceito, especialmente quando pronunciado em tom de deboche, como quem diz: "Olodum é de negro, é coisa menor".

Na noite de terça-feira, a pontualidade na saída do Olodum no Campo Grande<sup>142</sup> acabou resultando no atraso de vários foliões, entre eles, a pesquisadora, que precisou abrir caminho na multidão para alcançar o bloco que se preparava para entrar no palanque oficial. Pedir "licença" não resolvia, então, a solução era empurrar para garantir passagem. Mas "dentro das cordas", a situação não estava diferente, o aperto era ainda maior por ali. Em alguns trechos, era simplesmente impossível circular dentro do bloco, o que foi motivo de indagação: "afinal, carnaval não é para *brincar*?" Além do "sufoco", contou-se com um outro ingrediente: a tão esperada "violência". Alguns cantores do Olodum, especialmente Rene Veneno, pediam calma aos foliões e denunciavam que a polícia à paisana estava jogando gás lacrimogêneo nos seguranças da corda, atingindo inclusive a Banda. Foi quando, ao exigirem respeito, lembraram às autoridades e ao público presente quem foi que mostrou o *samba-reggae* ao mundo.

---

<sup>142</sup>Circuito central do carnaval de Salvador. Vem havendo um processo de "desafogamento" desta área, com a implementação de novos circuitos, como o da Barra/Ondina na orla marítima. No carnaval/96, incluiu-se, também, o Bairro Liberdade. Na sexta-feira, o trajeto do Bloco Olodum foi Pelourinho/Campo Grande. Na noite de domingo, Barra/Ondina e, na terça-feira, Campo Grande/Pelourinho.

.Na terça-feira de carnaval, o "inchaço" no interior do bloco decorreu muito da divisão que os próprios foliões fizeram de suas fantasias. Alguns passaram uma parte da roupa para um amigo, um parente, para que este pudesse sair também.<sup>143</sup> A blusa se transformou num bustiê, o lenço numa frente-única, o importante era *participar*. Estima-se que, na sexta-feira, havia cerca de três mil e quinhentos foliões, e que este número pode ter chegado a cinco mil na terça-feira.

O excesso de *participação* no carnaval da cidade do Salvador muitas vezes não permite a *participação* de fato (refiro-me à multidão que se aglomera em determinados pontos). Se a perspectiva de análise é a multidão, é de fato *participativo*, pelo menos "nunca havia visto tanta gente junto de uma vez só", mas tem que se levar em conta que "nem todo mundo *participa* igual".<sup>144</sup>

Convém atentar para a divisão blocos de trio x blocos afro no espaço carnavalesco. Enquanto os blocos de trio saem às ruas já a partir do meio-dia, os blocos afro saem somente à noite e chegam no palanque oficial quando grande parte dos foliões já foram para suas casas descansarem para o dia seguinte. Foi o que aconteceu com o Olodum na sexta-feira. Saindo da Praça da Sé em torno da meia-noite, só chegou ao Campo Grande por volta das seis hs. da manhã.

A estética do carnaval dos blocos de trio é marcadamente padronizada. A roupa característica é o *abadá*, o que muda são as cores. Há também uma certa homogeneização na música: quase todos os trios tocam as mesmas músicas (geralmente as que estão fazendo mais sucesso no momento). Em alguns momentos, a padronização torna-se cansativa. Há um certo exagero na oposição *participação x espetáculo* (Salvador x Rio de Janeiro). Os blocos de trio investem muito pouco na estética visual.

---

<sup>143</sup>Eu mesma tive duas propostas para dividir minha fantasia.

<sup>144</sup> Depois de participar das festas de Salvador, entendi melhor o que ORTIZ (1980) estava querendo transmitir quando separou o espaço carnavalesco soteropolitano em "zonas quentes" (sagrado) e "zonas frias" (profano). Na terça-feira de carnaval, desejava que a cidade "voltasse ao normal", que os ônibus funcionassem, que fosse possível fazer os trajetos de sempre etc.



A "comunhão racial", se aconteceu, eu não vi. Na passagem de alguns blocos de trio, não via sequer um negro entre os foliões, a não ser "segurando as cordas".<sup>145</sup> Em contrapartida, havia um grande número deles entre os foliões *pipoca*, ou seja, aqueles que não saem em nenhum bloco, não tem abadá, nem mortalha e fazem um carnaval "fora das cordas". As cordas oferecem segurança ao folião do bloco, mas, ao mesmo tempo, acabam se transformando em um problema para os que estão do outro lado, que, em algumas partes do trajeto, principalmente nas avenidas mais estreitas, são "apertados" e "sufocados".

A *participação* desigual é, certamente, um dos saldos negativos do carnaval-negócio. Há uma forte demarcação no espaço de realização da  *festa*, o que conforma dois carnavais: o de "dentro" e o de "fora das cordas". O alto preço das fantasias contribui sensivelmente para a configuração deste cenário de *apartheid* social.

---

<sup>145</sup> Na opinião de João Jorge, diretor cultural do Olodum, "a Bahia aparentemente para o pessoal de fora é menos racista, mas a elite branca não tem nenhuma idéia de transferir o poder para maioria negra nos próximos dois mil anos. Eles se sentem inteiramente confortáveis com o *apartheid* que eles fizeram, e eles refletem isso no carnaval - Nos horários que eles saem, nas roupas que usam, na forma que eles brincam, eles saem a rua pra dizer: "olha, eu domino essa cidade, eu mando nessa cidade." (08.03.96).

No sul, começamos a "importar" o carnaval baiano com o *apartheid* social de que nos fala João Jorge. O *Carnafloripa*, que inaugurou no dia 09 e 10/11/96, em Florianópolis, a "primeira Micareta do sul do Brasil" (a segunda acontece em Curitiba, a *Curitifolia*), já deu uma pequena demonstração do *apartheid* das cordas. No "Estado mais branco do país", a situação não foi diferente, os que seguraram as cordas eram, na sua maioria, negros. A "ressignificação" ficou por conta do *vento sul* e da alegria e emoção de quem viu um trio elétrico pela primeira vez e que, por isso, confundiu-se várias vezes com os foliões do bloco e com os pipocas, esqueceu da corda e *brincou* no carnaval baiano, transportado para a Ilha da Magia.

## IV.5. ELES AJUDARAM A CONSTRUIR O NOSSO SONHO

Hoje, hoje não tem. Mas isso aqui foi uma fábrica modelo. A idéia dessa fábrica era oferecer emprego para os moradores do Maciel/Pelourinho, quando existiam. Mas aqui por ex. tem 50% de pessoas que são moradores ainda do Pelourinho, ou da sua vizinhança, do Carmo, Santo Antônio, Saúde. (...) Aqui as pessoas aprenderam a costurar. Nós pagamos instrutores para ensinar as pessoas daqui a costurar, a cortar, a conhecer uma máquina. Eles deveriam hoje ter uma idéia diferente disso aqui. Eles deveriam entender que isso aqui é parte da vida deles, não é meu, não é de nenhum dos diretores do Olodum, é deles. Eles ajudaram a construir, ou nós construímos pra eles. **Eles ajudaram a construir o nosso sonho** e nós fizemos esse sonho realidade. Só que manter isso aqui é uma obrigação profissional, comercial, não é mais uma obrigação social. Porque o social nós já fizemos, foi ensinar e dar condições de trabalho, daí em diante... você não ensina ninguém dirigir se ele não quiser dirigir, você até pode dar um carro de presente, mas ele vai matar um bocado de gente, e depois você vai ficar com remorso. São coisas que a gente não penetra, a consciência do ser humano depois de formada, a teoria de vida depois de formada é muito difícil você desdobrar. É muito difícil você tirar uma pessoa da marginalidade. Não é impossível, é muito difícil (...) Muita gente talvez não entenda essa mudança do Olodum, que agora o Olodum tem que administrar uma empresa cultural e as empresas comerciais. E tudo que não se encaixa na área comercial conseqüentemente tem que ser banido (...), e infelizmente a gente conta com muita gente... até porque o Pelourinho hoje, dentro da realidade do que era o Pelourinho dez anos atrás, mudou. Acho que deve ter 20% dos moradores que eram o curral do trabalho do Olodum, hoje já não é mais... O Olodum já não é mais do Pelourinho/Maciel, é da cidade, é do Estado, é do Brasil... (Euzébio Cardoso - vice-presidente Olodum e diretor da Fábrica Carnaval - 01.03.96)

O bloco afro Olodum, que se colocou primeiramente como alternativa de lazer e de diversão para os moradores do Maciel/Pelourinho, desenvolveu, aos poucos, uma ação política e social, transformando-se, mais tarde, numa grande empresa cultural. Se antes o projeto era "local", hoje é "global"; o Olodum não fala apenas para a comunidade do Maciel/Pelourinho, mas responde a uma demanda de caráter transnacional.<sup>146</sup>

<sup>146</sup>HANNERZ (1994) cita exemplos de grupos que hoje poderiam ser caracterizados como fazendo parte de uma cultura transnacional, tais como: os intelectuais, homens de negócios, jornalistas etc. São indivíduos que "empreendem viagens rápidas, saindo do país de origem para muitos outros lugares - por algumas horas apenas ou por alguns dias da semana, durante algumas semanas, de vez em quando, durante o ano (...)" (p.259). Ao meu ver, o Olodum constitui-se como um exemplo de integrante de uma "cultura transnacional". Mesmo aqueles que não viajam têm a possibilidade de entrar em contato com pessoas dos mais diversos lugares, através de intercâmbios culturais realizados pelo Grupo na própria cidade de Salvador.



Euzébio Cardoso, vice-presidente do Olodum, diferencia as empresas comerciais da empresa cultural. Desta forma, a Fábrica e a Boutique, na qualidade de empresas comerciais, deveriam ficar isentas do trabalho político-social desenvolvido pelo Grupo.

O trabalho social, neste caso, corresponde à preocupação mobilizadora da Fábrica em sua gênese, qual seja, a de estar direcionada à comunidade do Maciel/Pelourinho. A dispersão de grande parte dos moradores, em virtude da reforma, dificultou a implementação do projeto. Além disso, esses moradores nem sempre respondem ao modelo de funcionário idealizado pela direção. A perspectiva de modernizar a Fábrica, aumentar a produção, qualificar a mão-de-obra, geralmente é colocada como um oposto ao projeto político-social. Desta forma, no que se refere à Fábrica, o político parece estar esgotado na relação com o Maciel/Pelourinho.

Eu acho que tem que se analisar a nova proposta, os novos objetivos da fábrica, ver qual é realmente a finalidade da fábrica, e se tomar um posicionamento que vê a postura, qual deve ser o discurso a partir de agora, como vai ser a nova filosofia da fábrica. Para que alguém não diga que tem um aspecto empresarial, o outro diga que tem um aspecto social, ou você tem aspecto social ou tem aspecto empresarial. Tem que ter uma definição. Ou tem uma definição ou vai dançar. Você não pode ter meio termo, não pode existir meio termo. Eu acho que se você tem um aspecto empresarial, a partir do momento em que você adota uma política produtiva, você de certa forma está agilizando, você está diretamente trabalhando com o social, porque você está dando emprego, e você também está olhando o seu lado empresarial, que é vender e ter lucro em cima daquilo. E para tal você precisa ter funcionários capacitados que sejam bem remunerados pra que você possa ter produção e qualidade, e possa vender seus pré-requisitos dentro de sua linha de vendas, com o produto final do mercado. (Joel Gonzaga, diretor da Boutique Olodum - 14.03.96)

As tensões resultantes da relação cultura e economia não se manifestam apenas na disputa de mercado, mas na própria organização interna do Grupo. A proposta libertária de "emancipação dos povos negros no mundo" choca-se frontalmente com a reprodução fiel do modelo capitalista de produção na organização das empresas. Esta é uma reclamação de grande parte dos funcionários, tanto da Fábrica quanto da Escola Criativa. As maiores queixas dos funcionários é quanto à forte demarcação na relação patrão x empregado e sobre atraso de salários. No período carnavalesco, os funcionários reclamavam do fato de serem os últimos a receberem suas fantasias. Mas o inverso também

ocorre. No que se refere à Fábrica de Carnaval, a direção aponta que os funcionários não cumprem horário, faltam ao serviço etc.<sup>147</sup>

Os funcionários do Olodum são legalmente vinculados à EMAS, Com. e Serv. Ltda., empresa que terceiriza a mão-de-obra Olodum. Às vezes, é o próprio Olodum quem seleciona, indica à EMAS, e a empresa contrata e encaminha ao Olodum. Segundo me informou um dos diretores, esta medida adotada pelo Grupo, apesar de aumentar o custo, traz benefícios, porque o Olodum não precisa ter sua imagem desgastada diante de problemas com funcionários, que algumas vezes envolvem a Justiça do Trabalho.

Todas as empresas formam, juntas, o "Grupo Cultural Olodum", são gerenciadas pela mesma diretoria executiva<sup>148</sup> e não possuem autonomia financeira. Há uma tendência para a fragmentação, pois, os discursos de seus dirigentes são muito diferenciados. Quase ninguém fala pelo Grupo Cultural Olodum, mas sim pela Fábrica, pela Boutique, pela Escola Criativa etc. O que mais me deixava intrigada no diálogo com representantes dos diversos setores do Olodum era exatamente este "sentimento de pertença". Se em algumas conversas com funcionários me dirigisse a eles dizendo: "você do Olodum...", às vezes era corrigida: "eu não sou do Olodum", ou usavam frequentemente expressões do tipo: "eles... do Olodum". Então, eu pensava que o Olodum fosse a Banda, até o dia em que, conversando com alguns meninos da Banda, eu ouvi algo parecido, "eles... do Olodum... - Eles, quem? Quem é o Olodum?"

Há um nítido distanciamento de grande parte dos funcionários, especialmente da Fábrica de Carnaval, com relação às propostas políticas do Grupo. Os funcionários reconhecem o "seu lugar" e, portanto, não se sentem comprometidos em "vestir a camiseta do Olodum", exceto nos casos em que isto se faz necessário como, por exemplo, na construção de uma imagem pública do Grupo por ocasiões de filmagens e fotografias. Mesmo assim, em alguns momentos, tive dificuldades de fazer fotos nas dependências da Fábrica,

---

<sup>147</sup>Um interlocutor (funcionário) costumava repetir com frequência: "O Olodum é uma entidade complexa e contraditória, não esqueça estas palavras."

<sup>148</sup>A diretoria executiva é composta por sete membros e, normalmente, um destes exerce o cargo de presidência. A diretoria administrativa é formada por treze membros. O Grupo possui também um Conselho Consultivo.



porque algumas funcionárias diziam estar "cansadas de serem artistas". Referiam-se ao fato de que, seguidamente, devem posar para fotografias, parar o serviço por causa de algum tipo de gravação etc.

Ao meu ver, para o Grupo que está se firmando como empresa, faz-se necessário atentar para a "imagem doméstica". O *discurso valorizador* da marca Olodum terá um efeito maior se os funcionários forem os principais agentes neste trabalho de *marketing*.

Esta distância que você tá falando ela não existe, sabe por que ela não existe? Todos os funcionários daqui entram na Quadra pra assistir a Banda a hora e o dia que quiserem. Todos os moradores do Pelourinho entram na Quadra como moradores do Pelourinho na hora e quando quiser. Quer dizer, a gente dá, agora este paternalismo vem coibindo muitas ações pessoais das pessoas. Eu acho que por uma questão de imagem fica péssimo. A gente aqui gasta milhões de reais com... vira e mexe você pode olhar aí na parede tem um informativo do Olodum: curso de não sei o quê, palestra... pergunta quantos funcionários vão, nenhum. Então isso não é um problema nosso. Agora, na hora de cobrar deles é que nós vemos. São 17 anos criando, criando... se você entender que 17 anos já é um adolescente muito bem criado, você tem que esperar, é como um filho. (...) Eles não sabem responder, e a gente não tem vergonha disso não, porque é impossível de entender que quem vem de fora sabe e eles não sabem. E eu posso te indicar milhares de pessoas aqui em Salvador que não têm vínculo nenhum com Olodum e sabem muito mais do Olodum do que os funcionários que trabalham aqui mais de dois anos..(...) (Euzébio Cardoso - 01.03.96)

O Olodum conta com uma organização capaz de responder a uma intensa programação de atividades nacionais e internacionais. Por outro lado, a implementação de políticas voltadas para o trato de questões externas pode ser o sinalizador das dificuldades do Grupo na execução de um projeto que abarque as muitas reivindicações e necessidades internas, entre estas a articulação do conjunto de funcionários e demais integrantes em torno de sua proposta político-social.

Vale acrescentar, ainda, que a concepção empresarial do Grupo não alcança unanimidade entre os seus integrantes. Alguns cantores, diretores etc, não compartilham de um estilo e comportamento empresariais. Em alguns relatos, o aspecto social e o político muitas vezes opõem-se ao empresarial. É bom recordar que a polarização Olodum/empresa x Olodum/entidade social não

se limita à produção e circulação da grife Olodum. A disputa do produto Olodum no mercado da indústria fonográfica também coloca em choque duas concepções: a que faz a defesa de uma música e canto "politicizado" x uma música e letra "comercial" - no mercado da  *festa*  carnavalesca, pode-se citar a reivindicação de uma estética que prima pelo "político" x uma estética "padronizada", influenciada pelos blocos de trio.

O adjetivo "comercial" parece assustar algumas lideranças negras. Maestro Nequinho do Samba, em virtude do seu afastamento do Grupo, expressou publicamente: "Na realidade todos os blocos afro mudaram. **Deixaram de lado o social e partiram pro comercial.** Os blocos são referência uns dos outros. Se estas entidades não sentarem para discutir, nada vai acontecer. Cada um está falando uma coisa diferente. Tem que ter uma linguagem só."<sup>149</sup>

De qualquer forma, o problema central parece não ser se o caráter é social ou comercial, empresarial. O que me parece relevante é o questionamento acerca do que comercializar, de qual produto colocar no mercado. Para alguns defensores do Olodum-empresa, não existe oposição nos dois projetos. Ao contrário, para estes, é exatamente a organização empresarial do Grupo que possibilita a implementação de seu trabalho político-social. E este é um dos desafios do Grupo Cultural Olodum para o próximo período: a consolidação de seu projeto empresarial em harmonia com aquilo que é parte de suas reivindicações históricas.

---

<sup>149</sup>MOREIRA, Patrícia. Jornal "A Tarde", Salvador, 10/08/96 (sem grifo no original)



#### IV. 6. A NOVA CARA PRETA DO BRASIL

E aí eu procuro, eu criei essa coisa de **nova cara preta do Brasil** porque é uma boa cara preta, porque todo mundo frequênta, todo mundo quer ver, todo mundo quer participar, todo mundo dá força, todo mundo recebe energia. Têm pessoas que têm o maior respeito por esse trabalho. Então, a nova cara preta do Brasil eu quero dizer, eu quero sinonimizar como coisa boa. A negritude do ano 2000 quer dizer: há coisas boas e vêm mais coisas boas por aí. A negritude do futuro. Eu falo, eu enfoco muito isso, porque pra gente foi a melhor coisa que aconteceu nos últimos tempos, foi esse trabalho, a evolução desse trabalho, cultural, social e político do Olodum. Por isso eu falo muito, uso esses slogans fortes, pesados, chamativos. (Rene Veneno, ala de canto Olodum. 18/01/96)

Não é apenas a nova cara preta do Brasil. Há os que defendem a idéia de que o Olodum é a nova cara preta do mundo, dada a sua importância para o contexto do movimento negro internacional, como também pela sua inserção na *world music*. É o caso, por exemplo, de João Jorge, diretor cultural, que afirma ser o Olodum o "sucessor legítimo da tradição das lutas nas Américas, a partir de uma consciência pan-africana. (...) O Olodum é herdeiro natural das idéias de personagens fantásticas deste século, como Malcon X, Martin Luether King, Bob Marley, Hailé Selassié". ( apud. SHAEBER, 1996, p. 4)

As relações internacionais do Olodum são fortalecidas por atividades que abrangem a Escola Criativa. São realizados intercâmbios culturais com diversos países. O dia internacional de Luta Contra o Racismo (21/03/96) foi comemorado com uma amostra pública, no Maciel/Pelourinho (no Largo Pedro Arcanjo), de oficinas artístico-culturais, envolvendo quatro países: Brasil, França, Inglaterra e Colômbia. No mês de outubro/96, quinze adolescentes da Banda Juvenil Olodum participaram de um Festival de Música em Londres, Inglaterra. Através da realização destes intercâmbios, as crianças entram em contato com danças, ritmos etc, provenientes de vários lugares do mundo. Não se pode desconsiderar, nestas atividades, a troca que acontece em nível lingüístico. <sup>150</sup>

---

<sup>150</sup> Costumava treinar o meu inglês no diálogo com alguns integrantes da Banda Olodum. As conversas geralmente giravam em torno de viagens, de shows, de música. O interessante é que, mesmo para aqueles que não viajam, a *viagem* aparece com freqüência na conversa. Ela está no plano do imaginário. É como se o fato de participar do Olodum já lhes outorgasse imediatamente a condição de cosmopolitas.

Do ano de 1994 até 1996, foi implementado na Escola Criativa o ensino primário, de 1ª a 4ª série. Em virtude das muitas dificuldades encontradas na execução deste trabalho, a Escola limitou-se, a partir de 1997, a oferecer, novamente, apenas os cursos informais. São estes: teoria musical, dicção de voz, percussão, dança (os integrantes da CIA DE DANÇA DO OLODUM na sua maioria saíram da Escola Criativa), inglês, teatro de bonecos, fotografia, informática (receberam-se como uma das formas de pagamento do clip com Michael Jackson alguns computadores) etc. A Escola possui um coral infantil e outro adulto-juvenil. Segundo informações da diretora, havia, em 1996, em torno de duzentas e cinqüenta crianças ligadas à Escola. Destas, oitenta eram do ensino formal, as demais estavam matriculadas nos diversos cursos ou ligadas à Banda Mirim/Juvenil.

A execução de todas estas atividades não é algo fácil e tranquilo. A principal dificuldade é material e financeira. Não se cobra absolutamente nada nestes cursos (a não ser um ou outro oferecido para adultos). Ao mesmo tempo, os convênios com algumas ONGs, quando existem, não conseguem cobrir os custos de todos estes projetos. Muitas apresentações da Banda Mirim são pagas em forma de material didático. Os funcionários de apoio e os professores são remunerados pelo Grupo Cultural Olodum.<sup>151</sup> A dificuldade de auto-sustentação da Escola provoca, em alguns momentos, uma interrogação: as "empresas comerciais" (Fábrica, Boutique) devem sustentar a "empresa social/cultural"? (Escola). Esta polêmica, ao invés de tornar compatível os dois projetos, do Olodum-empresa e do Olodum entidade-social/cultural, acaba, na verdade, é reforçando a sua oposição. De qualquer forma, a maior fonte de geração de renda para o Grupo ainda é a Banda Show.

Na Escola Criativa, destaca-se o trabalho de Pedagogia Interétnica,<sup>152</sup> aplicado tanto no ensino formal, como em outras atividades artístico-culturais. A

<sup>151</sup> Havia, em 1996, em torno de 22 professores, divididos entre fixos (do ensino primário) e aqueles que recebiam por horas/aula (cursos informais). O curso de inglês estava sendo oferecido por uma ex-pesquisadora do Grupo, como permuta.

<sup>152</sup> Este trabalho é coordenado por prof. Manoel de Almeida CRUZ. Entre os Métodos operacionais da Pedagogia Interétnica ele destaca: 1. Método curricular, Etnodramático (teatro), Método de Comunicação Total (cinema, TV, Vídeo, slides, palestras etc). Ver CRUZ (1989, p. 53).



pedagogia interétnica não se limita ao questionamento das relações entre brancos x negros. Costumam-se trazer temáticas relacionadas às populações indígenas. A Escola realiza sistematicamente Seminários de Pedagogia Interétnica, dos quais participam professores, voluntários e outros interessados.

O trabalho político-social do Olodum está fortemente associado à Escola Criativa. Quando o assunto é "trabalho social", a Escola é a grande referência e está presente nos mais diversos discursos. Neste sentido, a extinção do ensino formal pode trazer alguns prejuízos para o Grupo, no que diz respeito à sustentação do seu projeto político/social. A Escola ainda não alcança muito além da Banda Mirim/Juvenil. Os professores relataram-me as dificuldades de realizar quaisquer atividades que envolvam a Banda adulta ou, até mesmo, o conjunto de funcionários das empresas. De qualquer forma, há de se levar em conta que os pequenos artistas do Olodum, os freqüentadores da Escola Criativa, serão, certamente, os futuros músicos da Banda Show Olodum, os futuros dançarinos etc.



Formatura dos alunos da Escola Criativa Olodum na Igreja Nossa Senhora do Rosário dos Pretos. dez/95 -

As viagens nacionais e internacionais são objeto de fascínio para muitos jovens percussionistas. Afinal, tocar ou cantar na Banda reggae Olodum é também uma possibilidade de viagem, de lazer, de *status*. Algumas turnês internacionais chegam a durar cerca de três a quatro meses. A Banda Show já se apresentou na Dinamarca, Alemanha, Estados Unidos, Bélgica, França, Suíça, Holanda, Escócia, Noruega, Inglaterra, Canadá, Japão, Espanha, Portugal, País de Gales, Itália, Chile, Argentina etc.<sup>153</sup> Além disso, há as emoções extras como, por exemplo, tocar e dançar ao lado do ídolo Michael Jackson. Conforme André, da Banda Show Olodum: "muitas pessoas gostariam de tocar com Michael, eu como percussionista tive aquela oportunidade de ver, foi uma coisa maravilhosa! Eu me emocionei, da gente dançando e vendo ele fazer aqueles gestos, ele mesmo se empolgou, estava alegre, não queria parar de dançar!" (14/03/96).

O Olodum possui uma organização que o possibilita estar ao mesmo tempo em diferentes partes do mundo. Há um grande número de pessoas envolvidas no trabalho de *marketing* e de produção, tanto dos shows *business* quanto de outras atividades. São muitos os que trabalham por essa **nova cara preta do Brasil** na Casa do Olodum, na Fábrica de Carnaval, na Boutique, na Escola Criativa e, desta forma, levam para os mais diversos lugares do mundo as cores, as roupas, a música e o canto da Banda reggae Olodum.

---

<sup>153</sup>As informações foram tiradas do Jornal Olodum. Ano II. nº 5. 1994 - Publicação Olodum "Quem é o Olodum? O que faz o Olodum? s/n.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência do Grupo Cultural Olodum suscita muitas questões acerca da formação das identidades negras contemporâneas e de como estas podem ser forjadas a partir de uma *cultura de consumo*. Cabe ressaltar aqui vários elementos: o lazer, a moda, o *estilo*, a *performance*. Estas novas identidades estão sintonizadas com a indústria cultural e, por isso, grupos negros dos mais diversos lugares do mundo têm a possibilidade de trocar informações, símbolos, mercadorias etc.

O **Faraó** do Egito, no carnaval de 1987, foi um marco na história do Olodum, na medida em que facilitou a sua inserção na cena mediática global, processo que o Grupo vem conseguindo manter ao longo dos anos, seja pela parceria com vários músicos internacionais, como através da divulgação de sua música e da realização de *shows business* no mundo inteiro. As gravações com Paul Simon e Michael Jackson foram especialmente relevantes para consolidar esta posição e, ainda, pode-se acrescentar a aproximação com o cineasta Spike Lee, que coloca em discussão outros aspectos, como a articulação política do Grupo com os movimentos de negritude de âmbito internacional. Pode-se afirmar que o Olodum está inserido plenamente numa globalização da etnicidade negra, inclusive porque estabelece uma relação com um mercado exterior que vende esta etnicidade como, por exemplo, a loja de Spike Lee. A presença do Olodum na mídia internacional significa a divulgação de uma imagem da Bahia e do Brasil associada à negritude. Neste sentido, a metáfora da **nova cara preta do Brasil** é pertinente.

Os signos dos quais o Olodum lançou mão para construir o seu *mundo negro* podem ser também bons indicadores do êxito do Grupo no cenário internacional. O Olodum iniciou homenageando países do Continente Africano, deslocou-se para os países da diáspora negra com o tema Cuba e, posteriormente, vestiu o **turbante do Faraó** com o tema Egito. O Grupo vem, ao longo de sua história, ampliando as possibilidades de construção deste *mundo negro*, movimento que se faz notório tanto na esfera do carnaval como fora dele. Esta flexibilidade na trajetória do Grupo pode ser explicativa da tendência empresarial que este passa a assumir. O Olodum não é somente uma entidade voltada para o político-cultural, mas atenta para o mercado, ou

seja, é uma organização que deseja capitalizar economicamente a sua produção cultural.

Há um movimento muito forte na cidade de Salvador em direção ao turismo e ao lazer. Várias manifestações culturais negras, como a capoeira, a dança afro e, até mesmo, algumas casas de candomblé, estão sintonizadas com o turismo e, desta forma, são importantes para a economia local. Portanto, o esforço do Olodum no sentido de capitalizar a sua produção cultural não pode ser analisado fora destas "competições" impostas pelo mercado da comercialização da arte popular em Salvador.

Além disso, nos últimos anos, o carnaval tem recebido uma atenção especial por parte do poder público municipal/estadual, que vem estimulando a sua profissionalização através da liberação de recursos à infra-estrutura, concessão de subsídios às entidades carnavalescas, criação de novos circuitos para a sua realização etc. A economia do carnaval tornou-se um negócio atraente para a iniciativa privada como, por exemplo, as grandes cervejarias, que são as principais empresas patrocinadoras do evento. O fluxo de mercadorias, decorrente da comercialização da  *festa*, mobiliza setores da indústria, do comércio e dos serviços em geral, tanto da cidade de Salvador, como de outros pontos do país.

Neste cenário, a invenção de um  *mundo negro* ou, mais precisamente, a inserção dos blocos afro no mercado, cumpre um papel significativo. Além de contribuírem para o desenvolvimento do turismo cultural e do consumo de lazer, os blocos afro movimentam um mercado de trabalho. O Grupo Cultural Olodum reúne profissionais de diferentes áreas. Alimenta o chamado "mercado da baianidade", ao juntar um grande número de percussionistas, cantores, compositores, dançarinos etc. Articula uma rede de profissionais em torno da produção, do consumo e do  *marketing*: são os funcionários da Fábrica de Carnaval, da Boutique, da Casa do Olodum etc, que prestam serviços ao Grupo direta ou indiretamente. Somam-se a estes os educadores, vinculados à Escola Criativa, os artistas plásticos e os profissionais ligados à arte do teatro.

Há vários elementos que se entrelaçam a fim de gerar o "novo", o "moderno", o que explica a manifestação, em alguns momentos, de uma "ideologia da ruptura". Podem-se enumerar aqui, como exemplos, o movimento



altamente afirmativo da negritude, orientado pelos blocos afro, a partir da década de 70; a difusão de uma estética musical *afro-brasileira*, o *samba-reggae*; a crescente comercialização da *feita*, que instiga vários grupos musicais e entidades carnavalescas a se organizarem em função do mercado; o desenvolvimento do turismo; a explosão de novos ritmos, entre estes, o pagode; a rotatividade das modas coreográficas; a extensão do carnaval baiano para outros Estados do país, através das *micaretas*; a fomentação do chamado "mercado da baianidade"; a associação da *feita* com produtividade e consumo; a reconstituição de paisagens ditas "históricas", no intuito de atender a um consumo cultural, como é o caso da reforma do Centro Antigo.

É interessante refletir acerca da trajetória do Grupo Cultural Olodum, articulando-a com as transformações no cenário em que este está inserido, o Maciel/Pelourinho. O movimento que o Grupo faz em direção ao mercado, afirmando-se como uma "empresa cultural", ocorre paralelamente às transformações desencadeadas no espaço do Pelourinho, que deixa de ser um espaço de moradia para ser o *locus* de um consumismo cultural. Ao mesmo tempo em que o Olodum se globaliza, também vai se construindo um Pelourinho "aberto para o mundo", um Pelourinho que começa a ser vendido pelas agências turísticas como o centro da beleza negra da Bahia, do Brasil. O Pelourinho se renova, se adequa ao gosto turístico. A reforma, que objetivava *restaurá-lo*, aproximá-lo do que era antigamente, acabou, na verdade, é assemelhando-o a outras cidades turísticas mundiais, ao invés de à "Bahia Colonial". Para o Pelourinho "brega" tornar-se centro de um consumismo cultural, deveria, antes, fazer-se "limpo", "seguro" e, é claro, de uma beleza negra espetacular, ou seja, deveria ter tudo aquilo de que um turista estrangeiro precisa para "se sentir no Brasil."

Neste sentido, a presença do Olodum no Pelourinho, assim como de outros grupos negros, é fundamental para o bom êxito de um consumismo cultural patrocinado por agentes que estão a serviço do turismo e do *marketing*. Estes, ao exaltarem a beleza negra da cidade, conferem a esta uma boa dose de "exotismo" - As *performances* afro-baianas no espaço do Pelourinho, colocadas na condição de espetáculo, fortalecem a promessa da experiência lúdica e participativa das *festas* soteropolitanas e ajudam a movimentar o turismo.

Resta perguntar: quem são os maiores beneficiados com a espetacularização? São os próprios grupos negros? Estes grupos capitalizam ao menos uma parte do resultado de toda esta produção estética? Dentro de uma perspectiva política, sim, principalmente quando conseguem estabelecer uma comunicação global, como é o caso do Olodum. No entanto, se analisarmos do ponto de vista econômico, veremos que os lucros, para a maioria negra, são ainda muito baixos. Com exceção do Grupo Cultural Olodum, a maioria dos blocos afro têm muitas dificuldades de sair do eixo Salvador/Bahia. E até mesmo o Olodum, é muito mais conhecido em alguns países do exterior do que no sul do Brasil, por exemplo.

Não se pode dizer a mesma coisa das empresas de trios elétricos que estão expandindo o carnaval baiano para as mais diversas regiões do país. Os blocos de trio foram os primeiros a se organizarem em função do mercado. Isto foi facilitado, em grande medida, pela explosão da *axé music*, que exigiu uma profissionalização crescente da *feira* carnavalesca, ao mesmo tempo que estimulou o desenvolvimento do turismo. A *axé music* tem alcançado grande repercussão no cenário nacional, não apenas via indústria fonográfica, mas através da exportação do carnaval *trieletrizado* que está sendo deslocado para várias outras cidades do país.

Por outro lado, os grupos de pagode, que são formados, na sua maioria, por negros e mestiços, têm ocupado um grande espaço nas rádios e programas de televisão de todo o Brasil, além de baterem recorde na venda de discos e Cds, como é o caso dos grupos *É o Tchan* e *Cia do Pagode*. Seus principais concorrentes no mercado têm sido os grupos de "pagode carioca". No entanto, é preciso salientar que a estética do pagode baiano difere consideravelmente da estética afro, sobretudo, no que se refere ao comprometimento político, ao resgate de valores e signos da negritude.

A Roma Negra das Américas tem desencadeado um processo de exportação do seu carnaval, de sua musicalidade. Mas, apesar da importância dos blocos afro na construção dessa "imagem nova", estes não têm sido os principais atores do processo de expansão da *feira* carnavalesca para outros Estados do país. No entanto, se os ritmos produzidos por estes grupos negros alimentam o carnaval *trieletrizado*, de qualquer forma, a "batida afro" é exportada, ainda que por outros representantes da cidade negra do Brasil.



A afirmação empresarial dos blocos afro é uma das alternativas encontradas por estes grupos negros para agenciarem a sua própria produção cultural, quer dizer, é uma maneira destes não servirem meramente como "fontes de matéria-prima" mas lucrarem com a comercialização do seu produto. Porém, nesta inserção no mercado, há riscos de se acumularem alguns prejuízos para as propostas políticas que os mobilizaram em sua gênese. Cabe a estes a capacidade de articulação dos dois projetos: o empresarial e o político.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### 1. LIVROS, PERIÓDICOS E COMUNICAÇÕES

#### 1.1. CULTURA NEGRA/O DISCURSO AFIRMATIVO DA NEGRITUDE

AGIER, Michel. "Etnopolítica - A Dinâmica do Espaço Afro-Baiano". In: Estudos Afro-Asiáticos. n.22, Rio de Janeiro: 1992.

\_\_\_\_\_. "Introdução". In: Cantos e Toques - Etnografias do Espaço Negro na Bahia. Salvador: Cadernos CRH, UFBA, 1991.

BACELAR, Jeferson A. Etnicidade. Ser Negro em Salvador. Salvador. Ianamá/Programas de Estudos do Negro na Bahia (PENBA), 1989.

BERND, Zilá. A questão da negritude. São Paulo: Brasiliense, 1984.

\_\_\_\_\_. O que é Negritude? São Paulo: Brasiliense, 1988.

BORGES PEREIRA, João Batista. A Folclorização da Cultura Negra no Brasil. mimeo. s/d.

CARVALHO, Nadja Miranda de. Arte-Educação e Etnicidade: Elementos para uma Interpretação da Experiência Educativa do Grupo Olodum. Dissertação de Mestrado em Educação. UFSC/Florianópolis, 1994.

CRUZ, Manoel de Almeida. Alternativas para Combater o Racismo. Salvador: Núcleo Cultural Afro-Brasileiro, 1989.

DANTAS, Beatriz Góis. "Pureza e Poder no Mundo dos Candomblés." In: Candomblé - desvendando identidades. São Paulo: EMW, 1987.

DANTAS, Marcelo. OLODUM - De Bloco Afro a Holding Cultural. Salvador: Edições Olodum, 1994.

FRIGERIO, Alejandro. "Artes negras: uma perspectiva afrocêntrica". Estudos Afro-Asiáticos, nº 23, 1992.

GODI, Antônio Jorge Victor dos Santos. "De índio a negro, ou o reverso". In: Cantos e Toques - Etnografias do Espaço Negro na Bahia. Caderno CRH, UFBA, 1991.

GOMES, Olívea Maria dos Santos. "Impressões da Festa: Blocos Afro sob o Olhar da Imprensa Baiana." In: Estudos Afro-Asiáticos. n.16, RJ, 1989.



- JESUS, Ericivaldo Veiga de. Bloco Afro Muzenza: "Clareza da Vida" e "Vôo da Imaginação" (Estudo Antropológico de Blocos Afros do Carnaval Baiano). Dissertação em Pós-Graduação em Ciências Sociais. UFBA, 1991.
- LANDES, Ruth. A Cidade das Mulheres. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.
- MEIRELLES, Marcio e BANDO DE TEATRO OLODUM. Trilogia do Pelô. Salvador: FCJA; Copene; Grupo Cultural Olodum, 1995.
- MORALES, Anamaria. Etnicidade e Mobilização cultural negra em Salvador. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais, UFBA, 1990.
- \_\_\_\_\_. "Blocos Negros em Salvador: reelaboração cultural e símbolos da baianidade". In: Cantos e Toques - Etnografias do Espaço Negro na Bahia. Caderno CRH, UFBA, 1991.
- MOURA, Milton. "Alguns Problemas em torno da Construção de uma Nova Imagem da Negritude." Cadernos do CEAS, n.128, Salvador, 1990.
- MUNANGA, Kabengele. Negritude: Usos e Sentidos. São Paulo: Ática, 1988.
- NASCIMENTO, Regina Célia do. Trajetória de Uma Identidade. Dissertação de Mestrado em Sociologia, Universidade Estadual de Campinas, 1994.
- NASCIMENTO, Elisa L. Pan- Africanismo na América do Sul. Petrópolis: Vozes, 1981.
- QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. Carnaval Brasileiro - O vivido e o mito. São Paulo: Brasiliense, 1992.
- RISÉRIO, Antônio. Carnaval Ijexá - notas sobre afoxés e blocos do novo carnaval afrobaiano. Salvador: Corrupio, 1981.
- RODRIGUES, João Jorge. Olodum - Estrada da Paixão. Salvador: FCJA, Grupo Cultural Olodum, 1996.
- RODRIGUES, Nina. Os Africanos no Brasil. SP: Ed. Nacional; Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 1982.
- SANSONE, Livio. "A Produção de uma Cultura Negra (Da cultura 'creole' à subcultura negra dos jovens 'creoles' surinameses de classe baixa em Amsterdam)". In: Estudos Afro-Asiáticos (20): 121-134, 1991.
- \_\_\_\_\_. "Cor, Classe e Modernidade em duas áreas da Bahia (algumas primeiras impressões)". In: Estudos Afro-Asiáticos, (23): 143-173, 1992.

SANSONE, Livio. "Pai Preto, Filho Negro - Trabalho, cor e diferença de geração". In: Estudos Afro-Asiáticos (25): 73-98, 1993.

\_\_\_\_\_. "O local e o global da Afro-Bahia Contemporânea." In: Rev. Brasileira de Ciências Sociais/29. SP: ANPOCS, 1995.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. O Espetáculo das Raças - Cientistas, instituições e questão racial no Brasil - 1870-1930. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

SILVA, Rita de Cássia Maia da. Cor, Cosmético e Estilo: Os Discursos da Beleza Negra na Bahia Contemporânea. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura. UFBA. 1994.

SODRÉ, Muniz. O Terreiro e a Cidade: a forma social negro-brasileira. Petrópolis: Vozes, 1988.

## 1.2. MÚSICA/GRUPOS URBANOS

ABRAMO, Helena Wendel. Cenas Juvenis - Punks e Darks no Espetáculo Urbano. São Paulo: Página Aberta, 1994.

ALVES, Arivaldo de Lima. A Estética da Pobreza - Música, Política e Estilo. Dissertação de Mestrado em Comunicação pela UFRJ. 1995.

CAIAFA, Janice. Movimento Punk na Cidade- A Invasão dos Bandos Sub. RJ: Jorge Zahar, 1985.

CARVALHO, José Jorge de. "The Multiplicity of Black Identities in Brazilian Popular Music." In: Série Antropologia, n. 163, Universidade de Brasília, 1994.

GÓES, Fred de. O País do Carnaval Elétrico. Salvador: Corrupio, 1982.

GUERREIRO, Goli. Retratos de uma Tribo Urbana - Rock Brasileiro. Salvador: Centro Editorial e Didático da UFBA, 1994.

MENEZES BASTOS, Rafael J. de. "Esboço de uma Antropologia da Música: Para além de uma Antropologia sem Música e de uma Musicologia sem Homem." In: Anuário Antropológico 93. RJ: Tempo Brasileiro, 1995.

MOURA, Milton. "Faraó, um Poder Musical". In: Cadernos do CEAS. n.112 (10-29) Salvador: 1987.



MOURA, Milton. A Música como Eixo de Integração Diferencial no Carnaval de Salvador. Trabalho apresentado na XX Reunião Brasileira de Antropologia. GT 19. Salvador, 1996.

\_\_\_\_\_. "Produtora, Mercadora, Mercadoria - Uma Cidade para o Carnaval?" In: O Carnaval Baiano - negócios e oportunidades. Salvador: Sebrae, 1996a.

ROSÁRIO, Nádia Barreto do. A Nova Música Baiana - A produção baiana de canção de consumo a partir dos anos 80. Monografia de graduação em Ciências Sociais. UFBA. 1993.

ROSE, Trícia. Black Noise - Rap Music and Black Culture in Contemporary America. Hanover: University Press of New England, 1994.

ROSITO, Rodrigo Aranha. Rastaman, Vibration, Yeah, Positive: notas sobre uma cultura do reggae em Porto Alegre, por uma participação antropológica. mimeo. Tramandaí, Aba/Sul, 1995.

SCHAEBER, Petra. Globalização e Música Baiana - Produção Musical e Management da Identidade Étnica - O Caso do Olodum. Trabalho apresentado na XX Reunião Brasileira de Antropologia. Salvador, 1996.

SOUZA, Angela M. de. e NUNES, Margarete F. "Rap - Ritmo, Poesia e Negritude." In: LEITE, Ilka B. (org). Negros no Sul do Brasil. Invisibilidade e Territorialidade. Ilha de Santa Catarina: Letras Contemporâneas, 1996.

TINHORÃO, José Ramos. História Social da Música Popular Brasileira. Lisboa: Caminho da Música, 1990.

### 1.3. ESPAÇOS URBANOS

AUGÉ, Marc. Não Lugares - Introdução a uma antropologia da supermodernidade. São Paulo: Papius, 1994.

FRANCO, Ângela. "Não só de Referência Cultural (Sobre) Vive o Centro de Salvador". In: Pelo PELÔ. História, Cultura e Cidade. Salvador: Edit. da Univ. Federal da Bahia/Faculdade de Arquitetura/Mestrado em Arquitetura e Urbanismo, 1995.

GOMES, Marco Aurélio A. de Figueiras e FERNANDES, Ana. "Pelourinho: Turismo, Identidade e Consumo Cultural". In: Pelo PELÔ. História, Cultura e Cidade. Salvador: Edit. da Univ. Federal da Bahia/Faculdade de Arquitetura/Mestrado em Arquitetura e Urbanismo, 1995.

\_\_\_\_\_. "Caminhos e Descaminhos da Requalificação do Pelourinho". In: Trilogia do Pelô. Salvador: Ed. Olodum, 1995a..

MAGNAVITA, Pasqualino Romano. "Quando a História vira Espetáculo: Palco Móvel do Pelô." In: Pelo PELÔ. História, Cultura e Cidade. Salvador: Edit. da Univ. Federal da Bahia/Faculdade de Arquitetura/Mestrado em Arquitetura e Urbanismo, 1995.

MOREIRA, Vicente Deocleciano. Jovens Ladrões - O caso do Maciel-Pelourinho. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais, UFBA, 1982.

RODRIGUES, João Jorge. "O Olodum e o Pelourinho". In: Pelo PELÔ. História, Cultura e Cidade. Salvador: Edit. da Univ. Federal da Bahia/Faculdade de Arquitetura/Mestrado em Arquitetura e Urbanismo, 1995.

SANSONE, Livio. "O Pelourinho dos Jovens Negro-Mestiços de Classe Baixa da Grande Salvador." In: Pelo PELÔ. História, Cultura e Cidade. Salvador: Edit. da Univ. Federal da Bahia/Faculdade de Arquitetura/Mestrado em Arquitetura e Urbanismo, 1995a.

SANTOS, Milton. "Salvador: Centro e Centralidade na Cidade Contemporânea". In: Pelo PELÔ. História, Cultura e Cidade. Salvador: Edit. da Univ. Federal da Bahia/Faculdade de Arquitetura/Mestrado em Arquitetura e Urbanismo, 1995.

#### **1.4. DA RELAÇÃO CULTURA & ECONOMIA - IMAGENS, CONSUMO E GLOBALIZAÇÃO CULTURAL**

BAUDRILLARD, Jean. Para uma Crítica da Economia Política do Signo. RJ: Edições 70, 1995.

BOURDIEU, P. O Poder Simbólico. Coleção Memória e Sociedade. RJ: Bertrand Brasil, 1989.

\_\_\_\_\_. "Gostos de Classe e Estilos de Vida". In: ORTIZ, Renato (org). Pierre Bourdieu - Sociologia. São Paulo: Ática, 1994.

CANEVACCI, Massimo. Antropologia da Comunicação Visual. São Paulo: Brasiliense, 1990.

FEATHERSTONE, Mike. Cultura de Consumo e Pós-Modernismo. São Paulo, Studio Nobel, 1995.



- FRIEDMAN, J. "Ser no Mundo: Globalização e Localização". In: FEATHERSTONE, Mike. (org) . Cultura Global. Petrópolis: Vozes, 1994.
- HANNERZ, Ulf. "Cosmopolitas e Locais na Cultura Global". In: FEATHERSTONE, Mike. Cultura Global: nacionalismo, globalização e modernidade. Petrópolis: Vozes, 1994.
- LAGNEAU, Gérard. A Sociologia da Publicidade. SP: Cultrix/USP, 1981.
- MORELLI, Rita C.L. A Indústria Fonográfica - Um Estudo Antropológico. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1991.
- MARX, Karl. "A mercadoria - Do Capital, Livro I, Primeiro Capítulo." In: Marx - Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1978.
- RIAL, Carmem S. "Publicidade e Etnia no Brasil". In: PINHO, J.B. (org). Trajetória e Questões Contemporâneas da Publicidade Brasileira. São Paulo: Intercom, 1995.

## 1.5. METODOLOGIA

- BIANCO, Bela Feldman. "Introdução". In: A Antropologia das Sociedades Contemporâneas- Métodos. São Paulo: Global, 1987.
- CALDEIRA, Tereza P. Uma incursão pelo lado 'Não-respeitável' da Pesquisa de Campo. IV Encontro anual da ANPOCS, 1980.
- \_\_\_\_\_. "A Presença do Autor e a Pós-Modernidade em Antropologia." Novos Estudos CEBRAP. SP: 1988.
- \_\_\_\_\_. "Antropologia e Poder: uma resenha de etnografias americanas recentes." BIB, n.27, RJ:1989.
- CLIFFORD, James. \_\_\_\_\_. "As Fronteiras da Antropologia" . Entrevista cedida a GONÇALVES, José Reginaldo. Boletim da ABA, nº 25, 1996.
- \_\_\_\_\_. "Partial Truths". In: Writing Culture. Ed. CLIFFORD, J. and MARCUS, p.1-26. Berkeley: University of California Press, 1986.
- CRAPANZANO, Vicent. "Diálogo". Anuário Antropológico 88 RJ: Tempo Brasileiro/UNB, 1991.
- \_\_\_\_\_. "Hermes' Dilemma". In: Hermes'Dilemma & Hamlet' Desire - On the Epistemology of Interpretation. Harvard University Press, 1992.

DA MATTA, Roberto. Relativizando. Uma Introdução a Antropologia Social. Rio de Janeiro, Rocco, 1987.

GEERTZ, Clifford. "Estar Lá, Escrever Aqui". Traduzido e adaptado por SILVA, Mario Salviano, do livro Works and Lives. (s/d)

MARCUS, George. "Identidades Passadas, Presentes e Emergentes: Requisitos para uma Etnografia sobre a Modernidade no Final do Século XX ao Nível Mundial." In: Revista de Antropologia. São Paulo: USP, n.34, 1991.

\_\_\_\_\_. "O que vem (logo) depois do 'pós': o caso da etnografia." In: Revista de Antropologia, n.37, 1994.

MARCUS, G. e FISCHER, M. "Etnografia e Antropologia Interpretativa." In: Anthropology as Cultural Critique - an experimental moment in the human sciences. Chicago: The University of Chicago Press, 1986.

PEIRANO, Mariza. A Favor da Etnografia. Rio de Janeiro: Relumê Dumará, 1995.

SILVA, Hélio. Certas Cariocas. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1996.

TEDLOCK, Dennis. "A tradição analógica e o surgimento de uma antropologia dialógica". Anuário Antropológico/85. RJ: Tempo Brasileiro, 1986.

## 1.6. OUTROS

ANDERSON, Benedict. Imagined Communities - Reflections on the Origen and Spread of Nationalism. London, Verso, 1983.

BACHELARD, Gaston. A Poética do Espaço. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

GUIMARÃES, S.A. & AGIER, M. "Identidades em Conflito": técnicos e peões na petroquímica da Bahia". In: RBCS, 13, 1990.

HOBSBAWM, Eric. A Invenção das Tradições. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

MAUSS, Marcel. "As Técnicas Corporais". In: Sociologia e Antropologia. São Paulo: EPU, 1974.

OLIVEN, Ruben G. A Parte e o Todo - a diversidade cultural no Brasil-nação. Petrópolis: Vozes, 1992.



ORTIZ, Renato. A Consciência Fragmentada - Ensaios de Cultura Popular e Religião. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

TURNER, Victor. O Processo Ritual - Estrutura e Anti-Estrutura. Petrópolis: Vozes, 1974.

\_\_\_\_\_. The Antropology of Performance. New York: PAJ Publications, 1987.

VAN GENNEP. Os Ritos de Passagem. Petrópolis: Vozes, 1977.

## 2. REVISTAS, BOLETINS, JORNAIS E PANFLETOS

2.1 REV. ANÁLISE & DADOS. n. 4. Salvador: Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia - SEI, 1996.

Referências citadas:

COSTA, Luis Afonso. "Um Salto Planejado". Administrador e Assessor-Chefe de Marketing da Emtursa (Empresa Municipal de Turismo).

GAUDENZI, Paulo. (Entrevista). "Turismo e Carnaval: uma estratégia de ação do Estado da Bahia". Atual Secretário de Cultura e Turismo do Estado da Bahia.

LOIOLA, Elisabete & MIGUEZ, Paulo. "Lúdicos Mistérios da Economia do Carnaval Baiano: trama de redes e inovações." Doutoranda e Mestrando em Administração na UFBA.

MIGUEZ, Paulo. "Yes, Nós Temos (Chiclete) Com Banana." Mestrando em Administração na UFBA.

RODRIGUES, João Jorge. (Entrevista) "A Voz do Olodum." Diretor Cultural do Olodum.

VOVÔ, Antônio Carlos (Entrevista) "A Experiência do Ilê na Coordenação do Carnaval". Diretor-presidente do bloco afro Ilê-Ayiê.

2.2. REV. CARAS EXTRA. No.2 - Música do Verão - Vol. 2. Axé Music.

2.3. REV. VEJA

20/04/1988 - "Um Templo Africano".

11/03/92 - VLADI, Nadja. "Mauricinhos no Pelô"

#### 2.4. PUBLICAÇÕES OLODUM

JORNAL OLODUM - Ano II. Nº 5 (1994)

JORNAL BANTO NAGÔ - OLODUM - Ano I - Nº 1; 3; 11.

BOLETIM OLODUM - Nº 1;5; 7;9 (1992)

BOLETIM OLODUM - N. 15 (1993)

WHAT IS AND WHAT DOES OLODUM DO? (s/d)

UM BREVE HISTÓRICO DO OLODUM (s/d)

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS PELO GRUPO CULTURAL OLODUM -

QUEM É O OLODUM? O QUE FAZ O OLODUM? (s/d)

O CARNAVAL DO OLODUM - TROPICALISMO (s/d)

#### 2.5. PUBLICAÇÕES ILÊ- AYIÊ

CANTO NEGRO - ILÊ AYIÊ - AMÉRICA NEGRA "O SONHO AFRICANO".  
Salvador, 1993.

CADERNO DE EDUCAÇÃO DO ILÊ-AYIÊ. Vol.1. - Organizações de  
Resistência Negra. Salvador, 1995.

CADERNO DE EDUCAÇÃO DO ILÊ-AYIÊ. "CIVILIZAÇÃO BANTU". Vol.2.  
Salvador, 1996.

#### 2.6. JORNAL "BAHIA HOJE"

"Como vivem os ex-moradores do Centro Histórico". Salvador: 26/03/1995

#### 2.7. JORNAL "A TARDE" - Salvador/BA

21/02/96 - "Daniela faz tremer a Barra".

10/08/96 - MOREIRA, Patrícia. "Tchau, Olodum".

#### 2.8. JORNAL - O ESTADO - SP

10/06/90 - CENTENO, Ayrton. "Imigrantes se rendem ao culto africano".

#### 2.9. FOLHA DE SÃO PAULO

13/05/88 - SALOMÃO, Waly - "Pelourinho, Pelourin, Pelô, evolução de um  
nome."

#### 2.10. MATERIAL TURÍSTICO

GUIA TURÍSTICO 95 -BAHIATURSA - Órgão Oficial de Turismo da Bahia.

BAHIA - Verão & Folia - Ano III, nº 3, 1995. KK Comercial e Edit. Ltda. Apoio:  
Bahiatursa e Governo da Bahia.

PELOURINHO OPEN TO THE WORLD - IPAC - Governo da Bahia -  
Secretaria da Cultura e Turismo.

PELOURINHO ABERTO PARA O MUNDO - IPAC - Governo da Bahia e  
Embratel.

GUIA DO PELOURINHO - IPAC - Governo da Bahia.



### 3. ENTREVISTAS GRAVADAS

1. ALBERTO PITA - DIRETOR DE ARTE DO GRUPO CULTURAL OLODUM
2. ANDRÉ LUÍS DA PAIXÃO SILVA - PERCUSSIONISTA BANDA SHOW OLODUM - 14/03/96
3. ANTÔNIO CARLOS DOS SANTOS, "VOVÔ" - DIRETOR-PRESIDENTE DO ILÊ-AYIÊ -
4. ANTÔNIO LUIZ ALVES DE SOUSA, "NEGUINHO DO SAMBA" - DIRETOR MUSICAL DO GRUPO CULTURAL OLODUM, PRIMEIRO MESTRE DE BATERIA, DIRETOR PRESIDENTE DA ESCOLA DE MÚSICA E BANDA DIDÁ. - ENTREV. 1. 05/03/96, ENTREV. 2. 14.04.96
5. ARISTÓTELES, "TÓTI" - PERCUSSIONISTA DA BANDA SHOW OLODUM - 14/03/96
6. DORA - DIRETORA DA ESCOLA CRIATIVA OLODUM - 18/03/96
7. EDEOZOÍTO, "DÉO" - FUNCIONÁRIO DA FÁBRICA DE CARNAVAL OLODUM - ENCARREGADO DO SETOR DE SERIGRAFIA.
8. EUSÉBIO CARDOSO - VICE-PRESIDENTE DO OLODUM - DIRETOR DA FÁBRICA DE CARNAVAL OLODUM.
9. JOÃO JORGE DOS SANTOS RODRIGUES - DIRETOR CULTURAL OLODUM - 08/03/96.
10. JOEL GONZAGA - DIRETOR DA BOUTIQUE OLODUM: ENTREV. 1: 05.01.96 - ENTREV. 2. 14/03/96
11. JORGE - PRESTADOR DE SERVIÇOS AO GRUPO CULTURAL OLODUM - BOUTIQUE OLODUM, SETOR DE ALMOXARIFADO - 05/03/96
12. "MEMEU" - SEGUNDO MESTRE DE BATERIA DA BANDA OLODUM - 7/03/96.
13. NÊGO DO BARBALHO - COMPOSITOR.
14. NELSON LUÍS R. MENDES - DEPARTAMENTO INTERNACIONAL DO OLODUM - 08/03/96.
15. PETER LEÃO - DIRETOR DE ARTE DO GRUPO CULTURAL OLODUM - 19/12/95.
16. RENE VENENO - CANTOR DA BANDA OLODUM - 18/01/96.
17. VALDEMIR DA SILVA SANTOS - "NEGÃO" - PERCUSSIONISTA DA BANDA OLODUM - 18/03/96

### 4. PALESTRAS GRAVADAS

1. "O Samba veio da Bahia ou nasceu no Rio de Janeiro?" - ICBA - Instituto Cultural Brasil e Alemanha - Coordenação: S.A.M.B.A. - Sócio Antropologia da Música na Bahia - Debatedor: Ari Lima  
Palestrantes: Cid TEIXEIRA e Roberto MENDES  
01.04.96