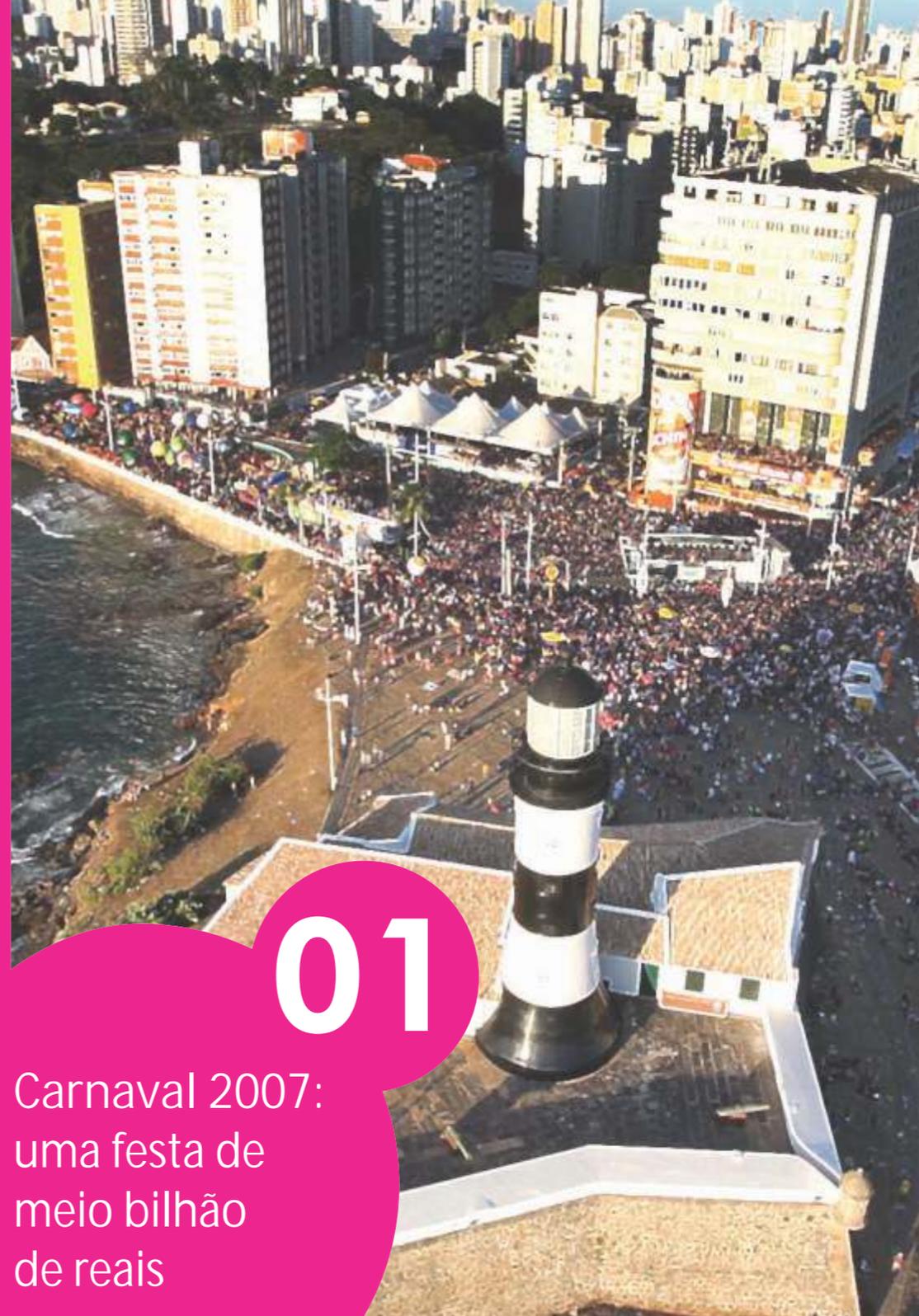


info cultura

INFORMATIVO DA SECRETARIA DE CULTURA DO ESTADO DA BAHIA - ANO 1 - Nº 1 - SETEMBRO DE 2007



01

Carnaval 2007:
uma festa de
meio bilhão
de reais



SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS
ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA



TERRA DE TODOS NÓS
SECRETARIA DO PLANEJAMENTO
SECRETARIA DA CULTURA

Palácio Rio Branco, Praça Thomé de Souza, s/nº – Centro – CEP 40020-010 – Salvador – Bahia
Tel.: (71) 3103-3400 / 3103-3434
www.cultura.ba.gov.br



Governo do Estado da Bahia
Jaques Wagner - Governador

Secretaria de Cultura
Antonio Albino Canelas Rubim - Secretário
Márcio Meirelles - Secretário (2007-2010)

Superintendência de Promoção Cultural
Carlos Paiva - Superintendente
Paulo Henrique de Almeida (2007-2009)

Superintendência de Cultura
Adalberto Santos - Superintendente
Ângela Andrade - Superintendente (2007-2010)

Fundação Pedro Calmon
Ubiratan Castro de Araújo - Diretor

Fundação Cultural do Estado da Bahia
Nehle Franke - Diretora
Gisele Nussbaumer - Diretora (2007-2010)

Instituto do Patrimônio Artístico
Cultural da Bahia
Frederico Mendonça - Diretor

Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia
Pola Ribeiro - Diretor

infocultura

é uma publicação editada pela Secretaria de Cultura do Estado da Bahia.

Diretora de Incentivos Culturais
Luciano Damasceno
Carlota de Souza Gottschall (2007-2009)

Coordenação Editorial
Carlota de Souza Gottschall

Autores
Carlota de Souza Gottschall (SECULT)
Cláudia Fernandes (SEI)
Luciano Damasceno (SECULT)
Marivone Santana (SETUR)

Colaboradores
Paulo Henrique de Almeida (SECULT)
Marcelo Dantas (SEFAZ/PMS)
Merina Aragão (EMTURSA)

Comunicação Gráfica
Carolina Petitinga

Fotos
Valéria Simões

Projeto gráfico e editoração
2Designers

Editoração 2ª Edição
Rita de Cássia Assis

Revisão e Produção Executiva 2ª Edição
Mariana Alcântara

2ª edição - Tiragem 1.000 exemplares - Impressão: Grasb

Diretoria de Bibliotecas Públicas – Gerência Técnica
(Fundação Pedro Calmon – BA)

Infocultura: informativo da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia
/ Secretaria de Cultura do Estado da Bahia. Ano.1, n.1 (set.
2007)- ed. revisada e ampliada _ Salvador: Secretaria de
Cultura do Estado Bahia, 2011. 24 p. : il.

Semestral
ISSN 2236-8922

1. Cultura – Bahia – Periódico I. Secretaria de Cultura do
Estado da Bahia. II. Título.

CDD 306.8142

Sumário

Apresentação	2
Introdução	4
Origem, evolução e auge da Festa-Negócio	5
Receita do poder público	9
Despesas públicas, ocupação e renda no Carnaval 2007	12
Movimentação de pessoas e gastos no Carnaval 2007	14
Estimativa de receitas e despesas da iniciativa privada no Carnaval 2007	16
Impacto e efeito multiplicador	18
Conclusões e recomendações	21

Em Salvador, o Carnaval de 2007 envolveu 900 mil carnavalescos e movimentou cerca de meio bilhão de reais. Revelar os bastidores econômicos desta que é a principal e mais tradicional festa popular da Bahia é o primeiro desafio no processo de mudança do modelo de organização desse evento. Isso porque cresce o consenso quanto à necessidade de se firmar um outro pacto social e econômico entre os atores que atuam na festa – poder público, empresários, entidades carnavalescas, trabalhadores e foliões – para que se estabeleçam novas condições para sua governança.

O modelo de festa-negócio consolidado nos anos 1990 alcançou o auge de visibilidade na mídia e de rendimento entre 2003 e 2004. Isso ocorreu com o paralelo esgotamento na capacidade de renovação criativa de expressões artísticas e com o declínio ou crise das expressões tradicionais. Algumas das causas são conhecidas: hegemonia quase absoluta de um só gênero musical, processo contínuo de privatização dos espaços públicos, informalidade crescente, má distribuição dos benefícios gerados pela folia.

Será preciso determinação para rever um padrão de gerenciamento que privilegia a atuação de empresas de entretenimento na organização do cortejo, a imposição de hierarquias determinadas pelo interesse dos blocos na exposição midiática e a dependência excessiva de algumas organizações carnavalescas de apoio financeiro

direto ou de subsídio estatal. Para permitir a renovação cultural e turística da festa será necessário, ainda, definir uma política transparente de incentivo às tradições populares, ligada a ações de interesse social, de apoio à renovação de suas expressões artísticas e de controle da crescente privatização de espaços comuns.

Este estudo confirma que o espetáculo carnavalesco agrega valor às economias de Salvador e da Bahia, não somente porque favorece os negócios que são firmados para a realização da festa, mas também, porque desencadeia efeitos multiplicadores importantes, tangíveis e intangíveis, sobre diversas atividades.

Resultado de um esforço conjunto de diversas instituições da gestão pública para sistematizar informações e produzir análises sobre este importante evento, esta publicação visa orientar o planejamento e a execução de políticas públicas para a continuidade desta importante manifestação da sociedade sotopolitana. O propósito é de se construir um Sistema de Informação do Carnaval que permita a aferição anual, mais precisa e em tempo hábil, dos impactos do evento sobre a economia do município, contribuindo para um planejamento mais eficiente das ações do Poder Público. O objetivo maior: preservar a diversidade e o bem comum, para aumentar os benefícios financeiros e imateriais da festa.



INTRODUÇÃO

Trazido pelos colonizadores portugueses, o Carnaval de Salvador assumiu formas diferenciadas de expressão até transformar-se em um evento comercial de grandes proporções, que movimenta elevadas cifras e provoca impacto significativo na economia local, notadamente quando impulsiona as atividades de turismo e cultura. Continua sendo a festa mais importante da cidade, contribuindo de modo especial para consolidar a identidade dos baianos.

Avaliar a dimensão do Carnaval e o seu potencial de gerar renda e emprego tem sido uma preocupação dos governos municipal e estadual, posto que a realização do evento demanda somas apreciáveis de recursos públicos e privados. Com esse objetivo, a Secretaria da Cultura (SECULT) mobilizou outros organismos da Administração Pública para rastrear e sistematizar estatísticas e registros administrativos, de modo a subsidiar o Governo Estadual em seu propósito de aprimorar o gerenciamento da festa e democratizar o acesso à folia. Além disso, tam-

bém pretendeu contribuir para a construção de uma metodologia que sirva à definição de um sistema de informações sobre o evento.

O esforço reuniu a SECULT e a Secretaria Estadual de Planejamento, por intermédio da Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI), além de representantes da Secretaria Estadual de Turismo e da Prefeitura Municipal de Salvador, através da sua Secretaria da Fazenda e da EMTURSA. Colaboraram também com informações a BAHIATURSA, a Agência de Regulação do Estado da Bahia (AGERBA), a Secretaria Estadual da Fazenda e a Secretaria Estadual de Segurança Pública.

É importante registrar que, no decorrer da etapa de levantamento dos dados, a equipe de trabalho tomou conhecimento de importantes iniciativas que visam organizar as informações sobre o Carnaval, entre as quais os Relatórios anuais produzidos pela EMTURSA, o banco de dados estruturado pela Secretaria da Fazenda do Município, com informações sobre receitas e despesas da Prefeitura, e uma pesquisa realizada pela Secretaria Estadual de Turismo junto à rede hoteleira local, que buscou medir o fluxo turístico na capital baiana durante o Carnaval de 2007. Estas bases foram da maior importância para a construção deste relatório.

É necessário lembrar ainda que as dificuldades encontradas foram consideráveis. Os registros administrativos disponíveis, além de escassos, são dispersos e não sistematizados, dificultando a construção de um acervo de dados que reflita, com a precisão necessária e desejada, os efeitos econômicos e sociais produzidos pelo evento. Apesar disso, acredita-se que este relatório contribua para aumentar o conhecimento acumulado sobre a festa. .

Origem, evolução e auge da Festa-Negócio

Diverso, multifacetado, capaz de misturar e separar etnias, credos e classes em um mesmo espaço público, o Carnaval de Salvador já se notabilizou como a maior festa urbana do País. São seis dias ininterruptos de folia, com uma programação intensa e variada que mobiliza centenas de milhares de pessoas, entre residentes e turistas, interessadas em cantar e dançar ao som do trio elétrico e ver de perto a multiplicidade de atrações que constituem uma das suas principais características.

As mudanças que ocorrem no Carnaval e as inovações em suas manifestações são superpostas, sucedendo-se e acumulando-se em paralelo, sempre em sintonia com a evolução econômica, social e política da capital baiana, conforme apontam os relatos históricos. Quando livre, a festa tende, espontaneamente, à pluralidade: manifestações culturais e expressões artísticas no apogeu convivendo com formas em declínio ou em ascensão.

Ainda complexa e plural, a festa representa um elemento distintivo, identitário da cidade, expressando ao mesmo tempo as suas diferenças em planos diversos – cultural, social, étnico, econômico, espacial – já que reproduz as dessemelhanças que se externam no cotidiano: “negro versus branco”, “pobre ou rico”, “casa ou rua”, “tradição e inovação”, “público contra privado”, contrastes que, há séculos, vêm induzindo o processo de renovação do festejo.

Sabe-se que a primeira expressão carnavalesca na colônia foi a brincadeira do Entrudo, seguindo-se os bailes a fantasia privados – tentativa das elites de estabelecer uma cultura de matriz ocidental urba-

na, europeia, no Brasil. Com a proibição do Entrudo, na segunda metade do século XIX, as autoridades passaram a investir nos folguedos carnavalescos, nomeando comissões para enfeitar as ruas, promover bailes públicos e organizar orquestras compostas de instrumentos de sopro e cordas em coretos. Pode-se dizer que começa nessa época o gerenciamento do Carnaval pelo Poder Público. O marco decisivo seria o ano de 1884, com a organização da festa na rua e o início dos desfiles de carros alegóricos e clubes¹.

Observam os pesquisadores que, desde o Entrudo, os negros apareciam como coadjuvantes nas matérias dos jornais, principais fontes de pesquisa sobre a época. Mesmo após a abolição da escravatura, a exclusão dos afro-baianos do principal espaço carnavalesco (o percurso entre o Campo Grande e a Praça Castro Alves) continuou instituída, ficando o desfile das organizações negras segregado espacialmente, restrito às áreas menos nobres da cidade (Pelourinho, Barroquinha, Baixa dos Sapateiros). Entre 1905 e 1914, a repressão racista se radicalizou, com a proibição das manifestações carnavalescas dos afro-brasileiros, o que levou a uma desorganização dos primeiros afoxés (Embaixada Africana, Pândegos da África) que haviam surgido desde os anos 1890. Quando a fase de proibições foi superada, os negros deixaram de organizar desfiles grandiosos, ficando o Carnaval popular de rua restrito aos tradicionais e resistentes batuques².

¹ Ver VIEIRA Filho, Raphael Rodrigues, *Folguedos Negros no Carnaval de Salvador*: Ritmos em trânsito – sócio-antropologia da música baiana. São Paulo: Dynamis Editorial, 1997. Sobre as origens do Carnaval em Salvador, ver, por exemplo, NASCIMENTO, Regina Célia Oliveira, *A trajetória de uma identidade*, Dissertação de Mestrado, IFCH, Unicamp, outubro de 1994; SPINOLA, Noelio Dantas, GUERREIRO, Goli e SPINOLA, Tatiana de Andrade, *Economia Cultural de Salvador – a indústria do Carnaval*, *Revista de Desenvolvimento Econômico*, Salvador: Unifacs, ano VI, nº 9, jan./2004, p. 58-72.

² Ver VIEIRA, *op. cit.*, p. 43.; SPINOLA, *idem*, p. 62.

No início do século XX, predominavam, assim, as manifestações financiadas pelas classes mais abastadas – prêmios de clubes sociais, cursos de automóveis, carros alegóricos, bailes públicos em teatros e bailes privados, entre outras manifestações - numa clara imitação dos carnavais de Veneza e Nice, os mais famosos da época. Este período se caracteriza também pelo desenvolvimento do patrocínio privado, inicialmente através de doações de empresas locais e, mais tarde, já sob a forma de reclames e anúncios veiculados por lojas e emissoras de rádio.

Essa fase foi interrompida pela Grande Depressão, iniciada em 1929, que reduziu o mercado para as exportações baianas, afetando a capacidade de patrocínio, por parte das empresas locais, dos luxuosos prêmios dos grandes clubes³. A crise da folia se aprofundou durante a 2ª guerra, quando os festejos carnavalescos praticamente não aconteceram.

O retorno da festa foi assinalado pelo carnaval do 4º Centenário, em 1949. Os anos 1950-1960 se caracterizariam, em primeiro lugar, pelo declínio dos clubes carnavalescos tradicionais (Fantoches, Cruz Vermelha e outros), pelo desenvolvimento das escolas de samba, com apoio do Estado e seguindo a inspiração carioca (Juventude do Garcia, Ritmos da Liberdade, Diplomatas de Amaralina e outras), e pelo aparecimento do trio elétrico. Os anos 1950-1960 seriam marcados, igualmente, por certo recolhimento das elites baianas. Embora os desfiles de rua tivessem sobrevivido até o início dos anos 1960, ainda que sem as pompas dos primeiros tempos, as elites se fechariam, no pós-guerra, nos bailes carnavalescos, trocando as ruas pelos salões e clubes sociais financiados pelos associados. É só

ao final dos anos 1960, que as classes médias voltam de fato às ruas, com os cordões e blocos de orquestra e, mais tarde, de trio⁴.

Na esfera das classes populares, a pluralidade de manifestações se afirma, enquanto elementos da indústria cultural são adicionados às manifestações momescas. O afoxé Filhos de Gandhi (1949), formado por líderes do sindicato de estivadores, o mais forte da cidade, realça a influência das revistas e do cinema, que aproximam a Bahia dos grandes eventos internacionais do período. Pouco depois, surge o bloco “Mercadores de Bagdá”, com grande participação dos petroleiros, evidenciando o surgimento de uma classe média negra em Salvador. Na segunda metade dos anos 1960, o Cacique de Ramos, no Rio, e o sucesso dos westerns norte-americanos inspiram a formação dos blocos de índio – Tupys, Cacique do Garcia, Apaches de Tororó, Comanches, Xavantes, Guarany, Moicanos, Tamoios, Pena Branca da Liberdade, Sioux⁵.

A grande inovação dos anos 1950-1960 foi, sem dúvida, a primeira versão do trio elétrico, criada por Dodô e Osmar, que iria dar nova configuração à festa, mesclando tecnologia, novos estilos musicais e danças de rua – o frevo eletrizado ou frevo baiano. Patrocinada, inicialmente, por empresas de Salvador, a inovação atrairia, no período seguinte, anunciantes nacionais. Registre-se ainda o surgimento das primeiras arquibancadas, implantadas pela Bahiaturso no circuito central.

⁴ MIGUEZ, Paulo (1996). Yes, Nós Temos (Chiclete com) Banana. Salvador: SEI, *Bahia Análise & Dados*, v.5, n.4, p. 75-84.

⁵ MOURA, Milton (1998). Quem quer comprar a cara desta cidade? Salvador: SEI, *Bahia Análise & Dados*, v.8, n.1, p. 25-32.

³ Idem, p. 56.

A combinação destes elementos redefiniria, aos poucos, o conteúdo e a forma da festa, antecipando a participação de novos atores no período seguinte, entre os quais, com destaque, o turista.

A transformação econômica e social porque passou a nova Região Metropolitana de Salvador, nos anos 1970, alterou, mais uma vez, o formato do Carnaval. Há, primeiramente, a ampliação da classe trabalhadora negra e mestiça, formada principalmente por empregados da nova indústria e dos novos serviços da região metropolitana, e o renascimento do movimento negro na luta contra o preconceito racial. Tais processos levaram ao surgimento de blocos afros como o Ilê Aiyê (1974) e o Olodum (1979), buscando inspiração em temas relativos à independência dos países africanos e produzindo nova confluência musical (o samba-reggae) em torno das comunidades populares. Outros blocos afros e novos afoxés ocuparam, em seguida, a cena: Badauê, Muzenza, Araketu, Malê de Balê. Ocorreu, em paralelo, o sucesso musical do trio elétrico, que atraiu para o Carnaval de rua, além dos populares, pessoas de maior poder aquisitivo, residentes e turistas de outros estados, principalmente de São Paulo e do Rio de Janeiro. Essa convergência marcou o período de maior integração de classes e culturas num mesmo espaço público – o circuito centro e a Praça Castro Alves, sua essência. Mas o momento, que é também o de redemocratização do país e de avanço da visibilidade midiática do evento, esgotou-se no início da década seguinte.

Nos anos 1980, os blocos de trio, que haviam surgido de forma amadora no início da década anterior, se modernizam administrativa e tecnologicamente a partir de radicais inovações adotadas por entidades como Traz os Montes e o Eva – banda e cantores sobre

o trio, nova e potente sonorização, carros de apoio. A acelerada expansão desses blocos e sua utilização das cordas e cordeiros numa escala inusitada balizam o começo de um novo processo de apropriação privada e horizontal do espaço público, que se desenvolve paralelamente à “profissionalização” destas organizações, isto é, de sua transformação em empresas e da sua subordinação ao star system comandado pela grande indústria da música. Posteriormente, já nos anos 1990, a expansão dos camarotes, introduzidos pela Bahiatursa no Campo Grande, na década anterior, caracteriza uma nova onda de privatização do espaço comum, agora sob a forma de uma apropriação verticalizada, e assinala uma nova fase da crescente polarização social do evento.

Pode-se atribuir ao Camaleão (1978) a liderança na condução dos blocos de trio à condição de empresa. Alguns anos depois, sete blocos formavam a elite dessa categoria de empreendimento, que logo se multiplicou às dezenas. Tais blocos, duplês de sociedades carnavalescas e produtoras artísticas, adotaram uma estrutura organizacional enxuta e notadamente informal do ponto de vista tributário que, apoiada na indústria fonográfica, transformou a festa em uma vitrina de sucesso, capaz de garantir elevado retorno financeiro a uma série de artistas e bandas baianos durante quase duas décadas. Responderam, assim, por boa parte das significativas transformações que ocorreram na festa, entre as quais se destacaria a hierarquização do ordenamento dos cortejos⁶.

Blocos de trio e camarotes levam, como diria Bakhtin, ao espetáculo teatralizado – não mais o

⁶ MIGUEZ, idem, p. 79.

festejo marcado pela redução de distâncias sociais, pela tomada da praça pelo povo vivendo ativamente o carnaval, mas sim a festa construída por superposições de palcos e atores, admirados por espectadores que assistem, de modo mais ou menos passivo, aos shows que se sucedem⁷.

Neste processo, é preciso sublinhar o papel singular desempenhado pela simbiose entre blocos de trio e indústria da música. O desenvolvimento da Axé Music a partir da combinação de sonoridades africanas, frevo baiano, pop rock e marcha-frevo, coincidiu com o apogeu da indústria fonográfica baseada no CD. Este momento histórico único permitiu alavancar a economia da festa a partir do extraordinário sucesso do novo gênero musical. Blocos de trio e suas bandas passaram a exportar seus serviços para as micaretas e os “carnavais fora de época” em outros estados. Abriam franquias em outras cidades e subsidiárias locais – os “blocos alternativos”. Em Salvador, prolongaram o evento com uma agenda de festas e shows pré-carnavalescos, solidamente apoiados por patrocinadores nacionais e pela mídia local, com destaque para as rádios FM⁸.

Outra parcela considerável da responsabilidade pelas mudanças deve ser atribuída ao turismo. A década de 1970 assinalou o início do fluxo turístico em grande escala em direção a Salvador. Nos anos 1980 e 1990,

o declínio dos blocos de índio (responsabilizados por parte da insegurança da festa), o renascimento dos afoxés e dos blocos afros (a reafrikanização), a “trieletrização” e o desenvolvimento de blocos empresariais foram elementos culturais, sociais e econômicos que, combinados, impulsionaram extraordinariamente o turismo em torno do Carnaval. A movimentação turística, por sua vez, ampliada pela influência cada vez maior da nova música baiana, injetou novos recursos na festa, num processo de sinergia positiva que se prolongou até o início dos anos 2000.

Nos últimos trinta anos, como se viu, Salvador alterou significativamente a forma e o conteúdo da sua mais importante manifestação popular. Na atualidade a festa continua mobilizando a população local e turistas, apesar da tendência à segmentação social e étnica, mas perdeu em espontaneidade. Dito de outro modo: orientada principalmente por diretrizes comerciais, passou a exigir planejamento e investimentos expressivos não apenas do Poder Público, mas também da iniciativa privada.

Há fortes suspeitas de que o atual modelo de Carnaval, consolidado nos anos 1990, tenha alcançado o auge de visibilidade midiática e rentabilidade entre 2003 e 2004. De acordo com o parecer de estudiosos e empresários, diante da tendência de esgotamento desse formato, torna-se necessária a construção de uma alternativa para a festa, a partir da definição de um novo pacto que, além de levar em consideração o interesse dos diversos atores envolvidos – Poder Público, empresários que operam no evento, entidades tradicionais, trabalhadores, turistas e foliões locais –, seja capaz de manter a diversidade e a riqueza cultural dessa manifestação. Nos últimos anos, têm sido assinaladas as seguintes questões:

⁷ MIGUEZ, Paulo, op. cit. Sobre o Carnaval em Bakhtin (A cultura popular na Idade Média e no Renascimento), ver SZANIECKI, Barbara, Estética da multidão, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007, p. 44-47.

⁸ Para a análise do boom da axé music, ver ALMEIDA, Paulo H. de e PESSOTI, Gustavo C. A evolução da indústria fonográfica e o caso da Bahia, Bahia Análise & Dados, Salvador: SEI, v. 9, n. 4, mar./2000, p. 90-108. O desenvolvimento dos blocos-empresas foi examinado, entre outros, por MIGUEZ, Paulo, Que bloco é esse?, In FISCHER, Tânia (org.), Carnaval Baiano: negócios e oportunidades, Brasília: SEBRAE, 1996, p. 75-103, e OLIVEIRA, Marília e OLIVEIRA, Orlando, Carnaval, turismo e trabalho informal na Bahia: tanto negócio e tanto negociante, Caderno Virtual de Turismo, Rio de Janeiro: IVT, vol. 5, n. 4, 2005, p. 15-25.

- Crise do gênero axé em paralelo com os crescentes problemas da indústria fonográfica e do star system centrado no CD;
- Comprometimento da capacidade de renovação criadora da festa a partir da hegemonia absoluta do modelo de blocos de trio e de um único gênero musical⁹;
- Crise do modelo de governança da festa, com o controle antidemocrático da organização dos cortejos e a imposição de hierarquias congeladas, em função, sobretudo, da dependência dos blocos de exposição midiática;
- Dependência excessiva de organizações carnavalescas do apoio financeiro estatal, com favorecimento a práticas pouco ortodoxas (multiplicação de entidades quase fictícias) e reprodução de relações clientelísticas;
- Saturação demográfica dos circuitos principais, com riscos crescentes em função da escala do evento e da limitada inovação no campo da gestão de multidões (crowd management);
- Tendência à privatização de espaços comuns e da segurança pública, com reforço à polarização social, fenômeno cuja manifestação mais recente é a multiplicação de camarotes e passarelas;
- Reprodução descontrolada do trabalho informal, sobretudo do pequeno comércio e reciclagem; e
- Risco epidemiológico crescente, derivado do investimento insuficiente em prevenção (inclusive de DSTs) e em vigilância sanitária (comércio de alimentos e bebidas).

Consequentemente:

- Redução das taxas de crescimento do fluxo turístico; e

- Maiores dificuldades para a captação de patrocínio privado para a festa.

Receita do Poder Público

À medida que os empresários da festa foram assumindo a organização e a governança do evento, a capacidade de regulação do Poder Público tornou-se cada vez mais limitada. Aos governos municipal e estadual restou o encargo de mobilizar recursos para prover a infraestrutura e outros meios que garantam a viabilidade técnica da festa. Ainda que os governos participem com a menor parcela do total investido no megaevento, as contas da Prefeitura de Salvador têm apresentado déficits sucessivos. Como consequência, para remunerar os serviços contratados e cumprir compromissos com fornecedores e organizadores do Carnaval, a Prefeitura Municipal de Salvador - PMS tem ficado na dependência de repasses do Governo do Estado. Este desembolsa recursos substantivos, principalmente para garantir um esquema de segurança especial, organizado para mediar tensões originadas pelo grande contingente de pessoas que confluem para os espaços públicos durante o festejo.

Em 2007, a receita obtida pela Prefeitura de Salvador diretamente com a festa foi da ordem de **R\$ 5,8 milhões**, decorrente da arrecadação de tributos e do licenciamento do uso do espaço público no percurso momesco, seja através da venda de cotas de patrocínio para exibição de marcas publicitárias – recurso que as empresas utilizam para associar sua imagem ao “Carnaval da Bahia” – seja pela cobrança de taxas de licenciamento de ambulantes, para instalação de camarotes, palcos, palanques, balcões, publicidade de blocos, licenças de trios e carros de som, como mostra o gráfico a seguir.

⁹ Ver RISÉRIO, Antonio. Uma história da Cidade da Bahia, Rio de Janeiro: Versal, 2004.

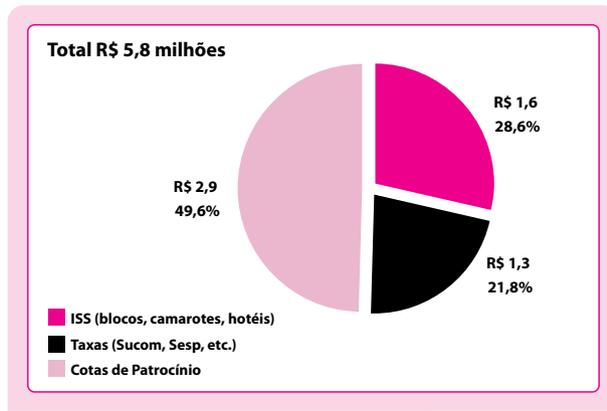


Gráfico 1
Receitas da Prefeitura Municipal Salvador
Carnaval 2007
 (Em milhões de reais)

Fontes: Sefaz-PMS e Sefaz-BA.

Ainda que sejam expressivos a oferta de serviços profissionais e o número de empresas especializadas, a informalidade do Carnaval ainda é elevada e parece continuar se expandindo. A predominância do comércio ambulante, os serviços autônomos e a deficiência da tributação direta sobre as grandes organizações com fins lucrativos (blocos-empresas, camarotes) são expressões dessa condição.

Foi só a partir de 2006 que a Prefeitura Municipal de Salvador passou a estabelecer critérios para o recolhimento do ISS dos blocos de trios, entidades carnavalescas e camarotes, o que resultou em aumento da arrecadação do tributo de 58,8% em relação ao ano anterior, conforme mostrado no gráfico 2. Ainda assim, é muito provável que a arrecadação real se situe bem abaixo da potencial, haja vista que as bases de tributação vêm sendo construídas a partir de números de participantes e preços médios estimados. Agrava esse quadro o fato de os empresários contestarem a pauta proposta, pagando apenas uma parte do valor cobrado.

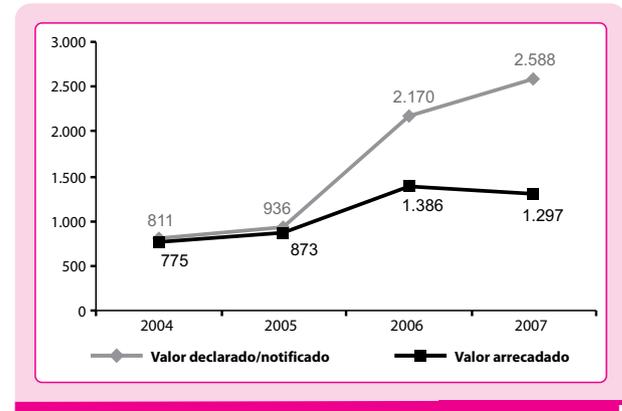


Gráfico 2
Arrecadação de ISS das Entidades Carnavalescas e Camarotes
Carnaval 2007
 (Em mil reais)

Fonte: Sefaz-PMS. Valores em reais de março de 2007 – deflacionado pelo IPC da SEI.

Os dados relativos ao ICMS e ao ISS, fornecidos pelo Estado e pela Prefeitura, mostram que o Carnaval gera impacto modesto sobre a receita tributária.

No caso do ISS, observa-se que o pico de arrecadação ocorre nos meses de novembro e dezembro, refletindo o efeito do Natal e a liberação do 13º salário (gráfico 3). Dos **R\$ 27,9 milhões** arrecadados pela PMS no mês de março de 2007, quando foi recolhido o tributo relativo ao período da festa, apenas **5,9% corresponderam diretamente ao Carnaval**, isto é, à tributação incidente sobre as atividades de blocos, camarotes e hotéis.

Com relação ao ICMS, as estatísticas disponíveis não permitiram uma mensuração estrita do impacto do período carnavalesco (gráfico 4). Para minimizar tal dificuldade, a opção foi cotejar o valor total arrecadado sobre as vendas de bares, restaurantes, comércio varejista de bebidas e supermercados, no mês de março, com a média anual de arrecadação nesses segmentos, estimando-se, assim, a diferença que seria

atribuída ao aumento de atividade durante o Carnaval. Ainda assim, não se chegou a resultados relevantes (gráfico 5). Também para a arrecadação do ICMS, o grande impacto sobre as contas parece ser provocado pelo binômio 13º e Natal.

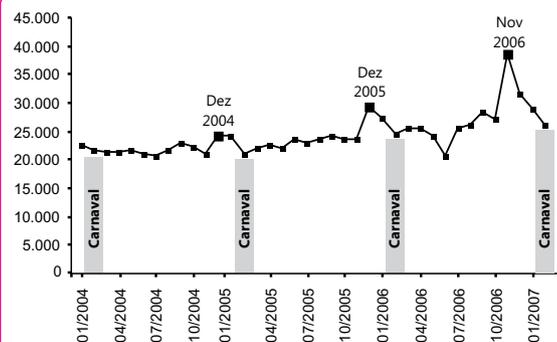


Gráfico 3
Arrecadação de ISS pela Prefeitura Municipal de Salvador Bahia - 2004-2007
(Em mil reais)

Fonte: SEFAZ - PMS. Valores em reais de março de 2007 - deflacionado pelo IPC da SEI.

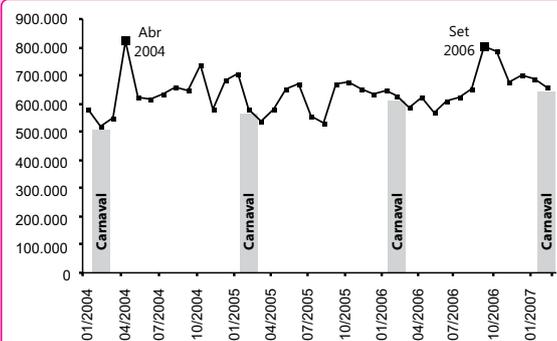


Gráfico 4
Arrecadação total de ICMS pelo Estado Bahia - 2004-2007
(Em mil reais)

Fonte: SEFAZ - BA. Valores em reais de março de 2007 - deflacionado pelo IPC da SEI.

Com relação ao ICMS, as estatísticas disponíveis não permitiram uma mensuração estrita do impacto do período carnavalesco (gráfico 4). Para minimizar tal dificuldade, a opção foi cotejar o valor total arrecadado sobre as vendas de bares, restaurantes, comércio varejista de bebidas e supermercados, no mês de março, com a média anual de arrecadação nesses segmentos, estimando-se, assim, a diferença que seria atribuída ao aumento de atividade durante o Carnaval. Ainda assim, não se chegou a resultados relevantes (gráfico 5). Também para a arrecadação do ICMS, o grande impacto sobre as contas parece ser provocado pelo binômio 13º e Natal.

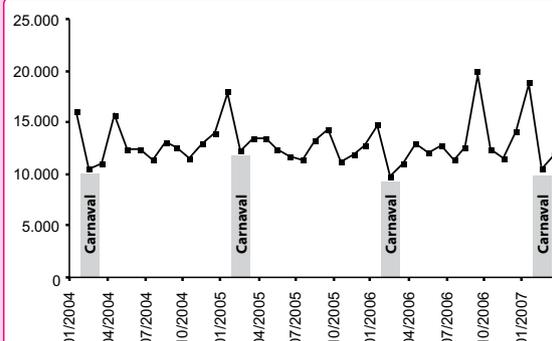


Gráfico 5
Arrecadação total de ICMS de Bares, Restaurantes, Comércio Varejista de Bebidas e Supermercados pelo Estado Bahia - 2004-2007
(Em mil reais)

Fonte: SEFAZ - BA. Valores em reais de março de 2007 - deflacionado pelo IPC da SEI.

É provável que o valor da receita pública aqui identificado tenha sido inferior ao que arrecadou, de fato, o Poder Público com a festa, posto que não foi possível mensurar os efeitos multiplicadores indiretos e induzidos do megaevento sobre as receitas do estado e do município. Há de se considerar a capacidade

que tem o Carnaval de gerar renda para os residentes na Capital e em seu entorno, além do impacto da festa sobre a economia da cultura e o turismo nas últimas décadas. Como exemplos, têm-se a ampliação da presença da música baiana no mercado fonográfico e a disseminação da imagem da Bahia em outros estados do Brasil e no exterior, favorecendo a competitividade no mercado turístico.

Despesas Públicas, Ocupação e Renda no Carnaval 2007

Em 2007, o Poder Público desembolsou **R\$ 49,1 milhões** para a realização do Carnaval de Salvador, destacando-se como principais despesas o pagamento de pessoal e o de serviços privados, conforme pode ser visto no gráfico 6.

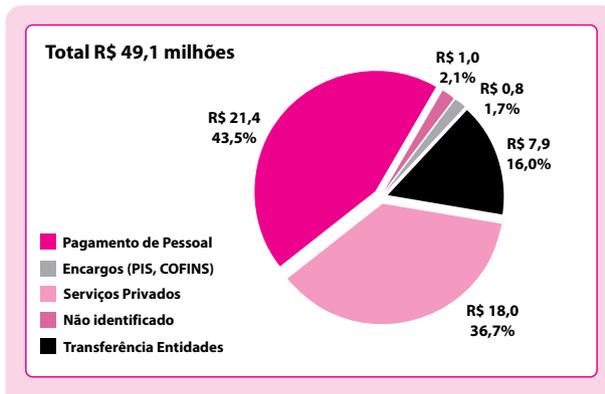


Gráfico 6
Gastos do Poder Público – Salvador
Carnaval 2007
(Em milhões de reais)

Fonte: Governo do Estado da Bahia e Prefeitura Municipal de Salvador.

A organização do Carnaval envolve diretamente uma ampla rede de profissionais, compreendendo:

músicos, dançarinos, coreógrafos, estilistas, modistas, publicitários, produtores culturais, jornalistas, técnicos e engenheiros de som e de montagem, operadores de agência de viagem, chefes de cozinha, cozinheiros, garçons, atendentes, seguranças, motoristas, entre outros. Embora de forma indireta, também são mobilizadas outras categorias profissionais.

De acordo com os registros administrativos disponíveis, em 2007 foram criados cerca de **130 mil postos de trabalho**. No entanto, tal número precisa ser qualificado. De um lado, sabe-se que esse total estimado está muito aquém da quantidade de pessoas envolvidas efetivamente com a festa, já que não se teve acesso ao conjunto de contratos realizados pela iniciativa privada. As informações disponíveis restringiram-se apenas ao número de cordeiros, profissionais de imprensa e da hotelaria. De outro, note-se que tais postos de trabalho são em grande proporção abertos para ocupações temporárias, ou mesmo efêmeras, mal remuneradas e marcadas por um alto grau de informalidade.

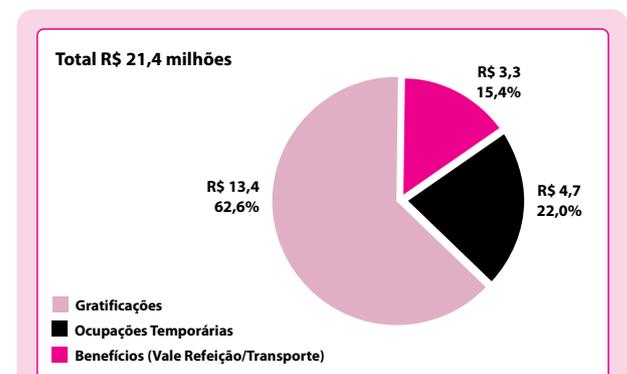


Gráfico 7
Gastos do Poder Público com pessoal – Salvador
Carnaval 2007
(Em milhões de reais)

Fonte: Governo do Estado da Bahia e Prefeitura Municipal de Salvador

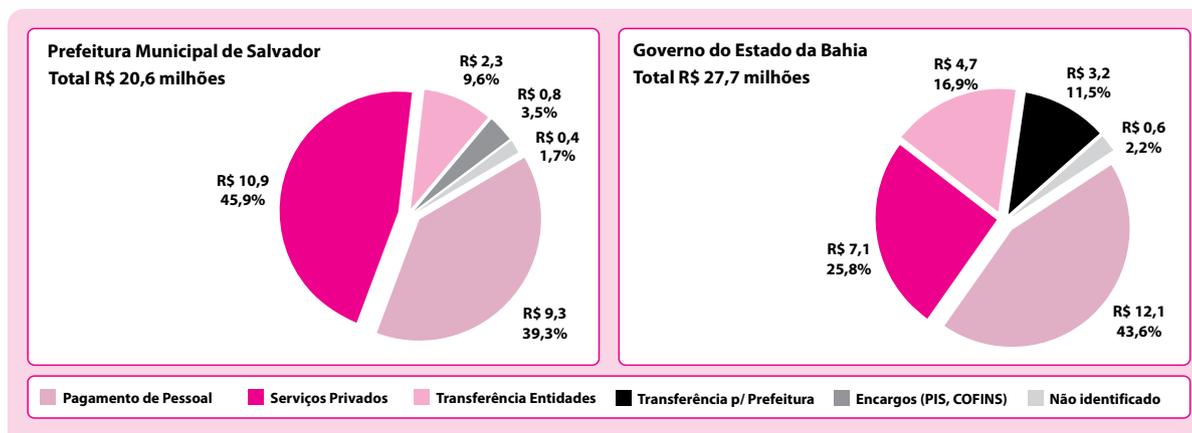


Gráfico 8
Gastos do Poder Público – Salvador
Carnaval 2007
 (Em milhões de reais)

Fonte: Governo do Estado da Bahia e Prefeitura Municipal de Salvador

*O valor da transferência do Estado para a Prefeitura não foi considerado no gasto total da Prefeitura, pois ocorreria dupla contagem.

O Poder Público desembolsou R\$ 21,4 milhões para pagamento aos 33.555 profissionais que trabalharam na festa, incluindo atividades terceirizadas e gratificações pagas aos servidores públicos pela realização de tarefas extraordinárias. A Secretaria de Segurança Pública respondeu por 46% dessas gratificações e a Secretaria Municipal de Saúde e a Emtursa, por 78% dos dispêndios com ocupações temporárias. A organização da festa demandou 21.806 policiais, 2.420 profissionais de saúde, 2.376 da limpeza urbana e 2.023 do segmento de transportes, entre outros.

As despesas do Poder Público com os serviços privados somaram **R\$ 18 milhões**, sobressaindo o pagamento de serviços de infra-estrutura de montagem (50,6%), comunicação e publicidade (19,2%), energia elétrica (15,5%) e limpeza urbana (14,1%). Supõe-se que uma parcela importante desse montante seja utilizada para remuneração de pessoal, o

mesmo acontecendo com as transferências de recursos, que são destinadas aos agrupamentos tradicionais sem fins lucrativos, artistas, trios independentes, blocos populares e eventos pré-carnavalescos. Em 2007, esses repasses somaram **R\$ 7,9 milhões**, dos quais R\$ 900 mil foram transferidos pelo Ministério da Cultura (MinC).

A iniciativa privada utiliza modalidades distintas de contratação e remuneração de seus trabalhadores. Nos Blocos e Camarotes, os mais demandados são os cordeiros (**90 mil, que percebem R\$ 18/dia**)¹⁰, seguranças privados e artistas, estes últimos sendo, de longe, os profissionais mais bem pagos, sobretudo aqueles já consagrados pela mídia. Os profissionais da área de comunicação que fazem a cobertura do evento se distinguem pelo mais alto nível de qualificação.

¹⁰ Dados fornecidos pela Delegacia Regional do Trabalho - DRT.

No segmento hoteleiro, os 21 estabelecimentos classificados com 4 ou 5 estrelas destacaram-se pelos mais altos índices de absorção de pessoal temporário. Em 2007, estes estabelecimentos responderam por 538 das 921 ocupações temporárias criadas na hotelaria durante o evento¹¹.

Exercidas principalmente por vendedores ambulantes que comercializam bebidas e alimentos, as atividades informais constituem outra importante fonte de ocupação e renda no Carnaval. Em 2007, foram licenciados 3.360 vendedores, sendo cobrados de cada, em média, R\$ 82, gerando para a PMS uma receita de R\$ 276,3 mil. Levando-se em conta o baixo poder aquisitivo desses trabalhadores e as precárias condições em que operam nas ruas, o valor cobrado pode ser considerado alto, sobretudo se comparado ao que pagam, relativamente, os grandes empresários. Segundo estimativa da Prefeitura, os licenciados representam apenas 10% do total de pequenos vendedores no circuito carnavalesco, o que mostra a urgente necessidade de definição de novos critérios para registro, regulação da distribuição territorial e melhoria das condições de trabalho para essa categoria.

Movimentação de pessoas e gastos no Carnaval 2007

Estima-se que no período tradicional do festejo carnavalesco (sábado, domingo e segunda-feira), circularam pelas ruas de Salvador cerca de 900 mil pessoas por dia. Entre os participantes, aproximadamente 800 mil eram soteropolitanos, o equivalente a 30%

da população estimada de Salvador (2,7 milhões de pessoas em 2006, segundo o IBGE)¹². Como se vê, a população soteropolitana tem forte presença na megafesta, seja se divertindo, seja trabalhando. Os demais foliões eram turistas procedentes do próprio estado, de outras regiões do país e também do exterior.

Comprovam essa intensa movimentação de pessoas, os dados fornecidos pela INFRAERO indicando aumento de 25,8% do fluxo de passageiros no Aeroporto Internacional de Salvador no mês de fevereiro de 2007, em comparação com 2006, a despeito dos transtornos ocasionados pelo “apagão aéreo”.

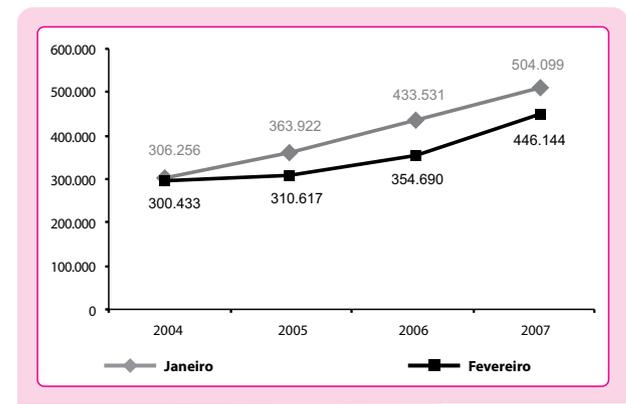


Gráfico 9
Fluxo Total de Passageiros no Aeroporto Internacional Salvador – Carnaval 2007

Fonte: Infraero.

No transporte rodoviário, foi observada movimentação de 5.202 ônibus. Para atender ao aumento da demanda, a agência reguladora liberou a saída

¹¹ Dados fornecidos pela Secretaria de Turismo.

¹² Para o cálculo do número de foliões, foram excluídos crianças entre 0-14 anos e idosos acima de 60 anos (890 mil), bem como evangélicos entre 15-59 anos (240 mil); estes contingentes foram somados à parcela da população que se estimou ter permanecido em sua residência, além dos moradores que saíram da cidade no período, segundo dados da INFRAERO e AGERBA, chegando-se a estimativa em torno de 800 mil pessoas.

de 404 veículos em horários extras, 8% a mais que o fluxo regular.

Comportamento similar foi registrado no transporte hidroviário, com o sistema ferry boat operando a plena capacidade durante os seis dias do Carnaval.

É importante observar que esses registros refletem tanto o movimento global de chegada quanto o de saída de pessoas, incluindo a população residente, não permitindo, portanto, que se mensure o número de visitantes que aportaram à cidade no período. No entanto, constituem um bom indicador do efeito Carnaval sobre os meios de transporte.

Tabela 1
Movimento de embarque e desembarque de passageiros – Salvador – Carnaval 2007

Tipo	Período	Passageiros	%
Transporte Rodoviário	De 14 a 22.02.2007	156.060	18,6%
Transporte Aéreo	Fevereiro 2007	446.144	53,1%
Transporte Ferry Boat	De 14 a 22.02.2007	238.292	28,4%
Total		840.496	100,0%

Fontes: Infraero, Agerba.

O movimento de pessoas na capital baiana está refletido também no fluxo turístico no período – **equivalente a 418 mil pessoas durante os seis dias da festa**, de acordo com estimativas da Secretaria de Turismo¹³,

¹³ Isso não significa dizer que são 418 mil visitantes, porque as instituições que produzem estatísticas trabalham com o conceito de fluxo e não de estoque. O número corresponde mais precisamente à idéia de “pernoites”, “diárias” ou de “dias de estada”. Essas estimati-

que realizou um levantamento censitário nos meios de hospedagem da cidade, evidenciando um total de 115 mil pernoites na rede hoteleira no período carnavalesco. Cruzando essa informação com os resultados da Pesquisa de Turismo Receptivo, a SETUR estimou o fluxo não hoteleiro (207 mil) e o número de visitantes que residem no entorno de Salvador e vieram à cidade participar do Carnaval (96 mil pessoas).

Estima-se que os foliões tenham gasto R\$ 223 milhões, aproximadamente, estando incluídas nesse total as despesas com alimentação, hospedagem, transporte, comércio, compras de abadás e camarotes, entre outras¹⁴. Quando se subtraem desse total os itens abadás e camarotes, percebe-se que a parcela mais expressiva dos gastos no Carnaval corresponde **aos turistas – R\$ 91,2 milhões** –, cabendo aos residentes despesas estimadas em **R\$ 45,5 milhões**. Note-se que uma avaliação completa do impacto econômico do Carnaval deveria levar em conta também a economia do anti-carnaval, vale dizer, as consequências econômicas do deslocamento daqueles que aproveitam os feriados para escapar da festa e se dedicar a atividades de turismo ou lazer fora de Salvador. De fato, se parte desse impacto se exerce sobre os municípios e estados de destino, uma parcela das despesas dessas famílias beneficia o mercado soteropolitano (supermercados, postos de gasolina etc.).

vas, provavelmente, são subestimadas, posto que a PTR foi realizada fora do período do Carnaval, não refletindo a movimentação de visitantes durante a festa.

¹⁴ Para chegar a esse valor, considerou-se o gasto per capita dos foliões residentes na Capital baiana (R\$ 12,6), o gasto médio dos visitantes que utilizaram equipamentos extra-hoteleiros (R\$ 76,0) e valor médio da diária paga pelos visitantes que utilizaram a rede hoteleira local (R\$518,0).

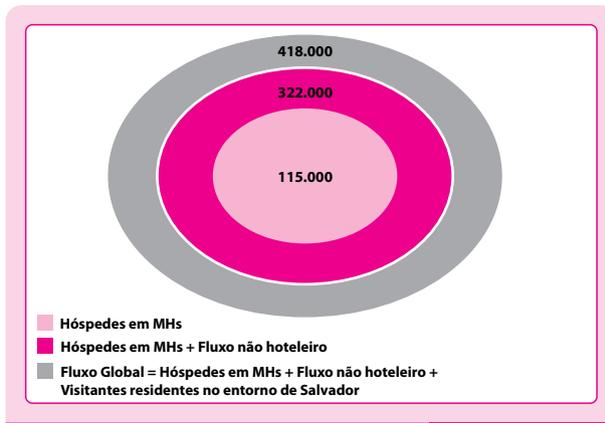


Gráfico 10
Fluxo total de Turistas e de não Residentes
(Estadas ou Presenciais) – Salvador – Bahia – 2004-2007

Fonte: Secretaria de Turismo da Bahia.

Estimativa de receitas e despesas da iniciativa privada no Carnaval 2007

A receita dos segmentos do setor privado mais diretamente vinculados ao Carnaval (blocos, camarotes, hotéis, transportes rodoviário e hidroviário, comunicação, energia, limpeza, engenharia de montagem) foi de aproximadamente **R\$ 171,1 milhões**. Neste valor estão incluídos também os pagamentos realizados pelo Poder Público (energia, comunicação e publicidade, infra-estrutura) e os gastos dos foliões (turistas e residentes). Considerando-se taxas de lucratividade brutas variando de 15% (pequenos blocos) a 40% (hotéis), estimou-se, através de ponderação, que os empresários investiram na organização e execução do evento cerca de **R\$ 125 milhões** – uma fração conside-

rável desses gastos correspondendo à montagem do espetáculo e ao valor pago às “celebridades”.

Essa estimativa de receita está subestimada, uma vez que não considera o impacto direto da festa no faturamento de bares, restaurantes, comércio de shoppings centers, supermercados e o pequeno varejo de alimentos. Este conjunto de empresas tem participação importante nos resultados do Carnaval, mas seu movimento comercial não foi quantificado por insuficiência de informações.

Segundo dados da Sefaz/PMS, aproximadamente 194 mil foliões brincaram nos blocos de trios, ou seja, apenas 16% do total estimado de pessoas que circularam pelas ruas de Salvador nos seis dias do festejo.

As receitas dos blocos de trios aqui consideradas limitam-se às vendas de abadás. Quando se agrupam essas empresas com base nos preços cobrados, percebe-se que quase 45% do faturamento total estão concentrados em apenas 2% delas. No entanto, mais de 70% dos foliões que brincaram protegidos pelas cordas fizeram opção pelos blocos mais baratos, que representam mais de 90% da oferta, embora participem com 25% da receita total do segmento, conforme mostra a tabela ao lado.

A receita dos camarotes, muitos deles usados para o marketing de relacionamento de algumas empresas e também de artistas, advém da venda de ingressos e patrocínios privados. Oferecendo comodidade e segurança aos foliões mais abastados, em ambiente dos mais luxuosos, a montagem e o funcionamento dessas estruturas envolvem somas apreciáveis de recursos financeiros e a utilização de profissionais de áreas distintas, o que se evidencia na qualidade e diversidade dos serviços oferecidos, sobretudo no circuito Barra-Ondina.

Tabela 2
Blocos de Trios e Entidades Carnavalescas Salvador – Carnaval 2007

Bloco e Entidades Carnavalescas	Preço Cobrado	% Blocos	% Foliões	Preço Médio	% Faturamento
A	Acima de R\$ 1.000	2,0	8,8	R\$ 1.825	44,8
B	De R\$ 500 a R\$ 1.000	7,1	19,9	R\$ 532	29,7
C e D	De R\$ 500 a R\$ 500	26,9	45,5	R\$ 160	24,1
E	Até R\$ 50	64,0	27,8	R\$ 17	1,5

Fontes: Sefaz-PMS. Cálculos Secult.

Os impactos positivos do Carnaval estão refletidos, sobretudo, na receita do turismo. Atraídos pelo evento, amplamente divulgado pela mídia, viajantes de várias procedências desembarcam na cidade realizando gastos que repercutem favoravelmente em diversos segmentos da economia local, particularmente na rede hoteleira, que vê nessa ocasião uma oportunidade de atingir lotação plena de sua capacidade.

O levantamento censitário realizado pela SETUR nos meios de hospedagem de Salvador mostrou que os pernoites gerados nesses estabelecimentos, nos seis dias do Carnaval de 2007, geraram receita estimada em R\$ 59,9 milhões. Este resultado espelha as taxas médias de ocupação dos hotéis mais categorizados, sobretudo daqueles localizados nas áreas mais concorridas.

Total R\$ 171,1 milhões

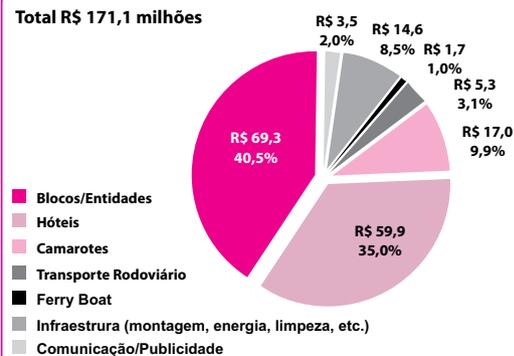


Gráfico 11
Receita do setor privado diretamente envolvido Salvador – Carnaval 2007
(Em milhões de reais)

Fonte: Secretaria de Turismo da Bahia.

Tabela 3
Número de leitos, taxa média de ocupação Valor médio da diária – Salvador – Carnaval 2007

Especificação	Leitos ocupados/dia	Taxa média de ocupação no evento	Valor médio da diária no evento (R\$)
Estabelecimento 3*	2.228	74,0	470,5
Estabelecimento 4*	2.603	79,2	598,4
Estabelecimento 5*	4.077	82,2	1.078,5
Apart/flat	2.150	72,1	451,7
Albergues	442	73,4	213,7
Outros*	7.743	56,6	246,7
Total	19.243	67,5	518,6

Fonte: Setur.

Outros: pensões, pousadas, estabelecimento de 1, 2* e de alta rotatividade.

Uma outra fonte de receita da maior importância para o setor privado no Carnaval são os patrocínios. Segundo informações coletadas em diversos sites, em 2007 as empresas patrocinadoras investiram **R\$ 30 milhões** nas organizações diretamente envolvidas com a festa, sobretudo aquelas com maior visibilidade midiática.

Além do uso do espaço público para fins publicitários, um outro fato relevante e que tem chamado a atenção nos anos mais recentes é a veiculação de marcas em camarotes, trios e blocos, notadamente nos principais circuitos, justamente onde se concentram os segmentos preferenciais de consumidores e a transmissão televisiva da festa.

Em 2007, foram observadas 228 marcas no percurso do Carnaval, ainda que o número de anunciantes tenha sido menor que em anos anteriores¹⁵. Segundo dados da Emtursa, 2003 e 2004 foram os mais favoráveis para a captação de patrocínios, quando, respectivamente, 545 e 540 empresas exibiram suas marcas. Esta situação começou a se reverter a partir de 2005. Como a captação de marcas é um indicador de atratividade, essa tendência declinante pode estar apontando a necessidade de requalificação da festa. A exigência de exclusividade nos espaços de maior visibilidade por parte de algumas empresas reforçaria essa tese, pois refletiria a mudança na correlação de forças em razão desse desaquecimento do mercado.

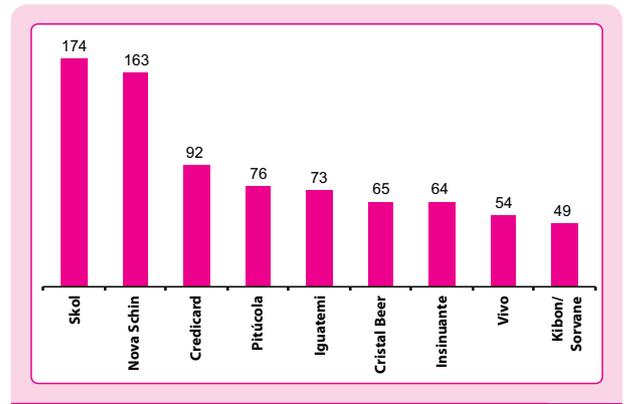


Gráfico 12
Número de vezes que aparecem as marcas nos blocos Salvador - Carnaval 2007

Fonte: Secretaria de Turismo da Bahia.

Impacto e Efeito Multiplicador

O Carnaval é um evento de grande importância também por seus impactos intangíveis, a exemplo do significado simbólico da festa para a formação da identidade dos soteropolitanos. A secular experiência carnavalesca desenvolveu nos residentes uma relativa propensão a conviver com o lúdico e uma familiaridade com a inversão, temporária, de valores habituais. Ao apropriar-se da paisagem urbanas e das relações pessoais, o Carnaval altera não só a imagem, mas também a ordem e a moral vigentes, interferindo, em seguida, na construção do cotidiano da sociedade que experimenta essa vivência. É também como consequência da festa que a identidade atribuída ao baiano quase sempre está relacionada à alegria, bom-viver e despojamento.

¹⁵ O gráfico 12 evidencia o número de registros dos patrocinadores oficiais no Carnaval de Salvador, computado através do sistema de observação da Prodasal/Emtursa. Para medir a exposição das marcas dos patrocinadores oficiais e demais patrocinadores na festa, a Prodasal, em parceria com a Emtursa, posicionou estrategicamente observadores em campo para registrar as marcas exibidas durante os desfiles dos blocos e trios nos três circuitos oficiais.

Nesse sentido, outro aspecto a ser destacado é a singularidade conferida a Salvador no mercado turístico. O “Carnaval da Bahia”, sua relação com a indústria da música, mas também e, principalmente, a identidade cultural atribuída à multidão que o produz, valorizam positivamente a cidade, não apenas no intervalo momesmo, mas durante todo o ano. Disso resulta um maior movimento também em outros segmentos do turismo, inclusive no de eventos e negócios.

Note-se ainda que a exportação de sua estrutura e atrações para outros municípios (micaretas), estados (carnavais fora de época), ou mesmo países, notadamente Espanha, Portugal e Estados Unidos, serve não apenas ao marketing de artistas e instituições culturais locais, mas também à promoção turística e empresarial da própria cidade.

Os resultados desse estudo sinalizam que o Carnaval 2007 movimentou recursos financeiros da ordem de R\$ 302,1 milhões, provenientes, sobretudo, dos gastos dos foliões (73,8%), notadamente os turistas, que realizaram despesas substantivas na festa – aqui consideradas, hospedagem, alimentação, transporte, camarotes e abadás (figura 1). Os gastos do Poder Público (16,3%) relacionaram-se com suas atribuições – infra-estrutura, segurança, publicidade e fomento. Quanto ao setor privado, as informações disponíveis só permitiram que fossem computados os gastos com patrocínio. Foram considerados, assim, três elementos motores da movimentação financeira gerada, direta e indiretamente, pela festa: (a) as despesas dos foliões, turistas e residentes; (b) o gasto público, das três esferas, e (c) o patrocínio privado. Considera-se, portanto, que as despesas de empresas privadas estão já contabilizadas nos gastos dos foliões.

A figura 1 mostra também que as empresas de lazer e entretenimento diretamente relacionadas ao megaevento são as principais beneficiárias, já que obtêm a maior parcela do retorno financeiro da festa (**R\$ 46,1 milhões**)¹⁶. Em contrapartida, em decorrência da sua baixa capacidade de arrecadar e formalizar os serviços prestados, a Prefeitura Municipal de Salvador se apropria de uma fração mínima dos efeitos econômicos da folia, ficando em posição de dependência relativamente ao apoio do Governo estadual, e sendo obrigada, com frequência, a contrair dívidas para honrar seus compromissos. Essa conclusão se apóia no resultado da arrecadação tributária da PMS em 2007 (**R\$ 2,9 milhões**).

Os gastos diretos de mais de 300 milhões têm um impacto indireto que resulta das despesas realizadas pelas empresas, organizações e trabalhadores autônomos que são remunerados por foliões, Poder Público e patrocinadores. A estimativa da movimentação financeira total do Carnaval depende, assim, da aplicação de um multiplicador sobre o consumo e o investimento efetivados primeiramente, vale dizer, sobre os elementos motores.

Uma estimativa precisa do valor desse multiplicador dependeria da construção de uma matriz de insumo-produto para a economia da festa em Salvador, que, infelizmente, não existe. Optou-se, por isso, pela apresentação de três cenários com multiplicadores: 1,4 (pessimista), 1,5 (moderado) e 1,6 (otimista). Estudo recente sobre o impacto econômico do carnaval de Notting Hill, em Londres, trabalha com multiplicadores variando de 1,5 a 2,0. A economia londrina

¹⁶ Blocos de trio, camarotes, hotéis, transportes rodoviário e hidroviário, comunicação, energia, limpeza, engenharia de montagem.

é, no entanto, bem mais completa e complexa do que a de Salvador, o que reduz as “fugas” (gastos com bens e serviços importados) derivadas do consumo e investimentos diretos; em uma economia como a soteropolitana, situada num estado nordestino, deve-se levar em conta que uma parcela considerável dos gastos carnavalescos é desviada para o consumo de produtos adquiridos em outras praças. Para o Carnaval de Salvador, um multiplicador médio de 1,5 parece, assim, bastante razoável¹⁷.

Como a figura 1 ainda revela, **o impacto econômico total, direto e indireto, do Carnaval de Salvador é de cerca de meio bilhão de reais**. Esse valor pode ser considerado ainda subestimado, pois a análise aqui realizada ainda não leva em conta outros importantes efeitos tangíveis e intangíveis da festa, entre os quais:

- vendas de bares, restaurantes, lojas de shoppings centers, supermercados, pequeno comércio de alimentos e estabelecimentos de prestação de serviços;
- gastos de residentes e turistas nos períodos imediatamente anterior e posterior à festa;
- exportação da festa para outras cidades, através do trabalho de artistas e bandas locais e também de filiais de blocos;
- desenvolvimento da economia da cultura local, notadamente no segmento da música;
- reforço da imagem turística de Salvador, com alavancagem do turismo ao longo do ano;

- benefícios sociais resultantes de uma maior integração comunitária e urbana, com reafirmação da identidade soteropolitana.

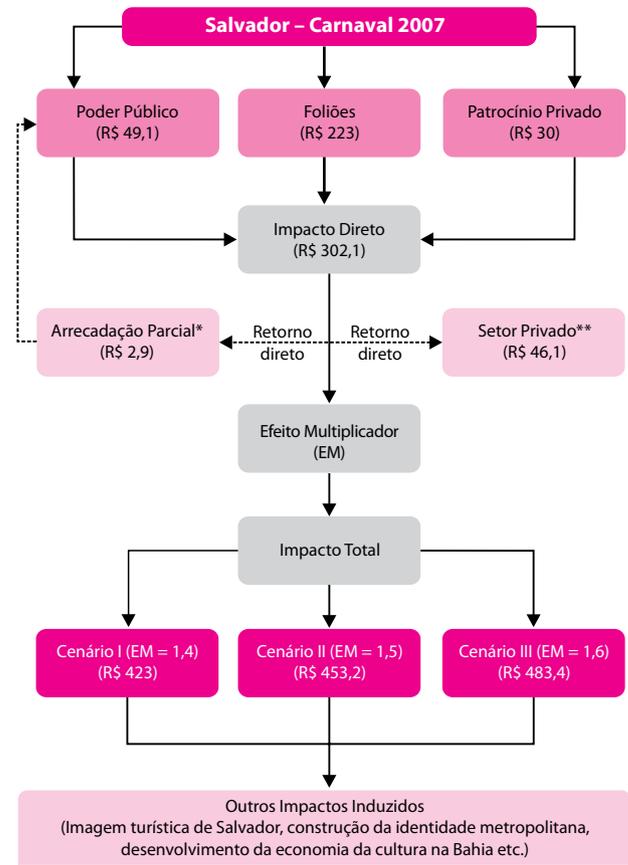


Figura 1
Fluxo de recursos e impactos sobre a economia Salvador – Carnaval 2007
(Em milhões de reais)

Fonte: Secult, SEI, Setur, PMS-Sefaz/Emtursa. Nossos Cálculos.

* Valor referente apenas à arrecadação da Prefeitura com ISS de blocos, camarotes, hotéis e taxas de licenciamento do uso do espaço público. As contribuições de outros segmentos que também pagam ISS, ICMS e diversas taxas não foram consideradas por falta de informações disponíveis.

** Considerou-se lucratividade média entre 15% e 40%, a depender do setor de atividade.

¹⁷ Sobre o impacto econômico do carnaval londrino, ver LDA (London Development Agency), The Economic Impact of the Notting Hill Carnival, London: LDA, 2003, disponível em: http://www.lda.gov.uk/upload/pdf/18_467_NottingHillfinal.pdf.

Conclusões e recomendações

- O Carnaval agrega valor às economias de Salvador e da Bahia, não apenas através dos negócios da festa, mas também porque desencadeia efeitos multiplicadores importantes, tangíveis e intangíveis, sobre diversas atividades. Com base em uma estimativa prudente e incompleta, calcula-se que a festa tenha movimentado, em 2007, **R\$ 453,2 milhões**.
- Durante o período festivo, circularam pelas ruas da cidade cerca de 900 mil pessoas, entre residentes e turistas, principais responsáveis pelo resultado econômico do evento. Apesar de boa parte dos foliões de fora não utilizar a rede hoteleira local, o gasto médio diário dos visitantes responde por uma fração considerável do consumo dos bens e serviços ofertados pelas empresas e trabalhadores autônomos que produzem a festa.
- O Carnaval tem atraído patrocinadores de segmentos diversos, empenhados em estar presentes nas áreas mais concorridas dos circuitos. Observa-se, porém, nos últimos anos, uma nítida preferência desses investidores pela vinculação de suas marcas aos grandes blocos e camarotes.
- É grande a concentração dos benefícios financeiros do Carnaval. Poucas empresas, operando nos segmentos mais elitizados do mercado de blocos e camarotes, bem como da hotelaria, apropriam-se da maior parcela dos lucros e são tributadas com dificuldade. No lado oposto da economia da festa, o trabalho autônomo informal disputa um mercado altamente competitivo, porque saturado, com margens de lucro provavelmente em declínio.
- Os blocos de trios absorveram a maior parcela da receita estimada da festa (**R\$ 69,3 milhões**), cabendo sublinhar que nesse total subestimado estão incluídas apenas as vendas de abadás, já que não se teve acesso a outras fontes de receitas.
- Presentes em menor quantidade (2%), as **agregações** que atendem **aos foliões de maior poder aquisitivo**, aí incluídos os turistas, responderam por quase **45% do faturamento total** dos blocos de trio, o que evidencia os elevados preços cobrados e a concentração de receitas e lucros.
- Outra grande beneficiada é a hotelaria, que nesse período consegue alcançar taxas de ocupação acima das médias anuais. Estima-se que, nos seis dias de Carnaval deste ano, a **receita da hotelaria** com a cobrança de diárias tenha alcançado quase **R\$ 60 milhões**.
- A receita direta da Prefeitura em 2007 foi incompatível com o volume de recursos que despendeu o município com a organização da festa (**R\$ 20,6 milhões**). O Imposto Sobre Serviços (ISS) das empresas de blocos, de camarotes e hotéis totalizou **R\$ 1,6 milhão**. As taxas administradas pela SESP e pela SUCOM, advindas dos prestadores de serviços, somaram **R\$ 1,3 milhão**. Observa-se que, do total de ISS arrecadado em março de 2007, apenas 5,9% estão relacionados diretamente ao Carnaval. A experiência recente mostra, contudo, que é possível melhorar a arrecadação direta da PMS a partir de vontade política, do aperfeiçoamento do sistema de tributação e da implantação de novos critérios para o recolhimento desse tributo.
- A festa constitui importante fonte de geração de renda e de emprego, absorvendo trabalhadores de segmentos diversos. É preciso, entretanto, não superestimar, desse ponto de vista, o evento. A maior parte dos postos de trabalho criados ocupam – de modo efêmero – mão de obra desqualificada e mal remunerada.

- O atual modelo de governança do Carnaval tem impedido o exercício de regulação da festa pelo Poder Público. O planejamento estratégico é insuficiente e não se desenvolveu um sistema de informações que facilite a definição de políticas públicas de gerenciamento da festa. Há pouca transparência na alocação dos recursos públicos.
 - A **elevada informalidade** e a inexistência de um modelo de administração da festa têm prejudicado também os ambulantes. O Poder Municipal não tem conseguido melhorar as precárias condições de trabalho desses pequenos comerciantes que atendem, basicamente, foliões de menor poder aquisitivo.
 - No que diz respeito ao ICMS, o modo de sistematização de dados da SEFAZ dificulta a mensuração do efeito da festa sobre a receita tributária estadual. Com base nas informações atualmente disponíveis, o valor arrecadado com atividades diretamente envolvidas com o evento parece irrelevante.
 - Para garantir a realização do Carnaval de 2007, o Governo estadual desembolsou **R\$ 27,7 milhões** no cumprimento de suas funções constitucionais, mobilizando servidores públicos de diversas áreas, principalmente de segurança pública, para prestar atendimento aos foliões e realizar outras tarefas após a finalização dos festejos;
 - O modelo vigente do Carnaval tem acentuado o processo de privatização do espaço público, ampliando as formas de segmentação social e étnica que sempre estiveram presentes nesse festejo. Apesar da visibilidade midiática dos blocos de trios e camarotes, apenas **16% dos foliões** brincam nesses espaços privados. Cabe ao Poder Público garantir o direito de ir e vir e a regulação dos espaços públicos.
 - Há pouca valorização das manifestações populares espontâneas distribuídas pela cidade, o que contribui para agravar as tensões nos principais circuitos, com a elevada concentração de pessoas em poucos locais públicos. Para administrar tais tensões, são deslocados para as áreas dos circuitos carnavalescos parte dos contingentes policiais que atendem bairros periféricos, o que transtorna a vida dos moradores dos bairros mais carentes, que sofrem com o aumento da violência.
- Diante do exposto, mostra-se premente a necessidade de construção de um novo modelo de gestão para o Carnaval de Salvador. Neste novo modelo, o custo da festa deve ser melhor partilhado com a iniciativa privada, o que pode vir a ser feito mediante a venda de cotas de patrocínio e o estabelecimento de parcerias, envolvendo principalmente os grandes beneficiários. A definição das posições nos cortejos por um sistema misto de sorteio e leilão pode garantir não apenas uma maior democratização do acesso aos desfiles, mas também uma fonte extra de recursos para o poder público. Considera-se igualmente necessária o aperfeiçoamento de outros mecanismos de regulação da festa, notadamente nos campos fiscal, ambiental, sanitário e de gestão de multidões. Recomenda-se, portanto:
- Construção de uma metodologia de trabalho e estruturação de um sistema integrado de coleta e sistematização de dados quantitativos e qualitativos, envolvendo as várias instituições públicas diretamente vinculadas à festa. Esse sistema de “registros administrativos”, somado a outras pesquisas e levantamentos de dados, permitirá uma aferição, mais precisa e em tempo hábil, dos impactos do Carnaval sobre a economia do município, contribuindo para um planejamento de ações mais eficiente e para que o retorno financeiro e não financeiro da festa seja mais bem distribuído.

- Planejamento estratégico da festa pelo Poder Público, considerada uma necessidade inadiável, já que se faz premente uma melhor alocação dos escassos recursos materiais, financeiros e de pessoal, assim como a identificação de novas possibilidades e cenários futuros.
- Montagem de um sistema eficiente de arrecadação e fiscalização, com o objetivo de reduzir fraudes fiscais, sonegação de impostos e inadimplência; seu objetivo principal deve ser assegurar maior justiça tributária, reduzindo a taxaço sobre o micro comércio de rua e distribuindo melhor o peso da sustentação da festa entre Poder Público e grandes beneficiários privados.
- Oferta de microcrédito para dar suporte ao pequeno comércio de rua e aos prestadores de serviços autônomos.
- Estímulo à formalização do trabalho no Carnaval, com maior fiscalização de empresas, redução de taxas sobre o comércio ambulante e desburocratização do licenciamento.
- Estímulo permanente à expressão da diversidade e investimento na capacidade criativa local, de modo a incentivar a renovação de expressões e manifestações culturais, não apenas na música, mas também em outras linguagens.
- Mudança radical no modelo de apoio público às organizações carnavalescas. É preciso alterar os parâmetros que norteiam a política de incentivo a Entidades Carnavalescas sem fins lucrativos. O importante papel que estas podem desempenhar na ação social, no resguardo de tradições da cultura popular e no desenvolvimento da economia criativa local mostra a necessidade do fomento, de modo mais eficiente, de sua participação na festa. Isso pode e deve ser feito através de políticas estruturantes, implementadas de forma democrática e transparente, ao longo do ano, através de editais públicos.
- Redistribuição dos espaços de realização da festa, como forma de reduzir riscos da saturação demográfica, aperfeiçoar a gestão das multidões e reduzir a violência; apoio imediato à revitalização do Carnaval de bairro.
- Controle da tendência à privatização do espaço público, com imposição de critérios mais rígidos, notadamente nos campos ambiental (camarotes) e de segurança pública (blocos, passarelas).
- Investimento maior em campanhas de prevenção a doenças transmissíveis e em vigilância sanitária, principalmente na regulação da produção e consumo de alimentos e bebidas.
- Definição de estratégias mais agressivas, visando à captação de recursos privados em maior volume, para custear a organização da festa; nesse sentido, construção de alternativas de valorização e valoração do espaço midiático, estabelecendo-se, inclusive, novos critérios para o ordenamento da saída de blocos.

ANEXO – PRINCIPAIS NÚMEROS DA FESTA DURANTE OS 6 DIAS – SALVADOR – CARNAVAL 2007

Movimento de foliões	900	mil
Movimento financeiro direto	302,1	milhões
Cenário I – Conservador (Multiplicador = 1,4)	423,0	
Cenário II – Moderado (Multiplicador = 1,5)	453,2	
Cenário III – Otimista (Multiplicador = 1,6)	483,4	
Ocupações Temporárias	131	mil
Iniciativa Privada	97	
Poder Público – Servidores e Ocupações Temporárias	34	
Receita Pública	5,8	milhões
ISS (Blocos / Camarotes / Hotéis)	1,6	milhão
Taxas (SUCOM, SESP, etc.)	1,3	milhão
Cotas de Patrocínio	2,9	
Receita Privada	171,1	milhões
Blocos / Entidades	69,3	
Hotéis	59,9	
Camarotes	17,0	
Transporte Rodoviário	5,3	
Ferry Boat	1,7	milhão
Infraestrutura (Montagem, Energia, Limpeza, etc.)	14,6	
Comunicação / Publicidade	3,5	
Despesas Públicas	49,1	milhões
Prefeitura Municipal de Salvador	20,6	
Governo do Estado da Bahia	27,7	
Ministério da Cultura	0,9	milhão
Transferência de Recursos para as Entidades Carnavalescas	7,9	milhões
Governo Estadual / Entidades	4,7	
PMS / Entidades	2,3	
Governo Federal / Entidades (Lei Rouanet)	0,9	milhão
Fluxo de Passageiros	840	mil
Transporte Rodoviário	156	
Transporte Aéreo	446	
Transporte - Ferry Boat	238	
Taxa Média de Ocupação Hoteleira	72,9	%
Despesa Privada (estimativa)	125	milhões
Patrocínio Privado (estimativa)	30	milhões
Despesas dos Foliões (estimativa)	223	milhões