



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
CAMPUS MORRO DO CRUZEIRO / OURO PRETO-MG
DETUR- Departamento de turismo

MERCANTILIZAÇÃO DO CARNAVAL E SEUS IMPACTOS NA FOLIA
IAGO EUGÊNIO CASTOR

OURO PRETO

2022

IAGO EUGÊNIO CASTOR

MERCANTILIZAÇÃO DO CARNAVAL E SEUS IMPACTOS NA FOLIA.

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção de título de Bacharel em Turismo pelo Departamento de Turismo - UFOP.

Orientadora: Profa. A Dra. Alissandra Nazareth de Carvalho

OURO PRETO

2022

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

C354m Castor, Iago Eugenio.
Mercantilização do carnaval e seus impactos na folia. [manuscrito] /
Iago Eugenio Castor. - 2022.
44 f.

Orientadora: Profa. Dra. Alissandra Nazareth de Carvalho.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Escola de Direito, Turismo e Museologia. Graduação em Turismo .

1. Turismo - Carnaval. 2. Política econômica - Mercantilismo. 3.
Turismo - Carnaval - Impacto. I. de Carvalho, Alissandra Nazareth. II.
Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 338.48

Bibliotecário(a) Responsável: Maristela Sanches Lima Mesquita - CRB-1716



FOLHA DE APROVAÇÃO

Iago Eugênio Castor

Mercantilização do Carnaval e seus impactos na folia

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo

Aprovada em 01 de novembro de 2022

Membros da banca

Dra. Alissandra Nazareth de Carvalho - Orientadora - Universidade Federal de Ouro Preto
Dra. Carolina Lescura de Carvalho Castro Volta - Universidade Federal de Ouro Preto
Me. Marcelo Viana Ramos - Universidade Federal de Ouro Preto

Alissandra Nazareth de Carvalho, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 15/02/2023.



Documento assinado eletronicamente por **Alissandra Nazareth de Carvalho, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 15/02/2023, às 12:31, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0475854** e o código CRC **449D13BE**.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus familiares, amigos e professores que estiveram presentes nessa jornada e me ajudaram a chegar a este momento.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Claudiney e Claudineia, por todo apoio sempre, só cheguei onde cheguei com a ajuda de vocês. Aos meus irmãos Walker, Larissa e Islaine, aos meus avôs em especial minha Vó Maria Olímpia que infelizmente não está presente neste momento, a minha madrinha Cleidinha por todo apoio e aos restantes dos meus familiares que mesmo de longe sempre estiveram torcendo pelo meu sucesso.

Aos meus amigos Fabio, Ingrid, Lívia, Stefani, Nara, Luciellen, Matheus.O, Inaie, Bruna, Anna Luiza, Lucas, Pedro, Rafael, Derliane, Matheus.B, Daniel, Carol, Nehty, Dominique, Cacau, João Victor, Rayara, Maria Luiza, Rodrigo, Polyanna, Guilherme, Kaio, Ana Vida, Laís, Pedro Euzito, Gisele, Clara, Gabriela G, Isabeli, Jordânia, Paulo Vitor, Leandro, Américo, José Augusto, Clauder, Domicio, Walysson, João Francisco, Rafael, Carlos e as Repúblicas Academia da Cachaça, Forasteiras e Life por todos os momentos vividos em Ouro Preto e na vida.

Agradeço a todo o corpo docente do Detur, pelo ensino de qualidade, pelas disciplinas, visitas técnicas e todo aprendizado. Em especial a minha orientadora, a Profa. A Dra. Alissandra Nazareth de Carvalho por todo apoio durante esse caminho e por não me deixar desistir. A UFOP pela oportunidade, apoio e toda estrutura nesses anos de graduação e pelo ensino superior público e de qualidade. Viva a universidade pública e toda sua contribuição para a sociedade, a educação salva-vidas.

RESUMO

O carnaval, considerado como a maior festa popular do país. Que teve sua origem em 1723, a festa que tinha o nome de entrudo era frequentada por diversas classes sociais, econômicas e étnicas de uma forma mais precária, enquanto a elite aproveitava dentro das suas casas junto de outras famílias em melhores condições buscando formas de fazer com que o carnaval ficasse cada vez mais elitizado. Nos processos sofridos até que a festa chegasse ao formato que é feito hoje, muita coisa aconteceu, ela acabou dando espaço para o turismo e para a mercantilização, que juntos fizeram com que se tornasse uma identidade cultural do brasileiro sendo visto e consagrado, ganhando um destaque internacional. Diante disso o presente estudo visa falar sobre os impactos que essa mercantilização teve e tem na festa carnaval, seus pontos positivos e negativos e os aspectos que são encontrados nesse fenômeno e que são eles: criação de novos ritmos, o novo carnaval, o turista no carnaval e o papel da violência no mesmo.e que podem contribuir para que esse processo ganhe cada vez mais espaço nos carnavais do Brasil.

Palavra-Chave: Carnaval, Mercantilização, Turismo, Impactos.

ABSTRACT

The carnival, considered as the biggest popular party in the country. Having its origins in 1723, the festival called Shrovetide was attended by different social, economic and ethnic classes in a more precarious way, while the elite took advantage of it in their homes with other families in better conditions, looking for ways to make with the carnival becoming more and more elitist. In the processes suffered until the party reached the format it is today, many things happened, it ended up giving way to tourism and commercialization, which together made it become a cultural identity of the Brazilian being seen and consecrated, gaining international prominence. In view of this, the present study aims to talk about the impacts that this commodification had and has on the carnival party, its positive and negative points and the aspects that are found in this phenomenon and which are: creation of new rhythms, the new carnival, the tourist in the carnival and the role of violence in it. and that can contribute to this process gaining more and more space in carnivals in Brazil.

Keywords: Carnival, Commodification, Tourism, Impacts.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Carnaval em Barcelona	13
Figura 2 - Carnaval no Equador	14
Figura 3 - Entrudo no Brasil	16
Figura 4 - Bloco da Favorita RJ.....	18
Figura 5 - Bloco do Urso – Carnaval Santa Rita do Sapucaí	20
Figura 6 - Turista em Salvador	23
Figura 7 - Carnaval é Diversão, Violência Não!.....	28
Figura 8 - Desfile da Acadêmicos do Salgueiro, na Avenida Presidente Vargas, no Rio de Janeiro, em 1964	30
Figura 9 - Carnaval no Sambódromo da Marquês de Sapucaí.....	32
Figura 10 - Origem Micareta no Brasil	34

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1. CARNAVAL	12
1.1. História do Carnaval: Sua origem, a festa realizada no Brasil e no mundo.....	12
1.2. Criação de Novos Ritmos: Da marchinha, samba e o axé até as músicas da atualidade.	16
1.3. Novo Carnaval : O carnaval atual e os novos formatos da festa.	18
2. MERCANTILIZAÇÃO DO CARNAVAL E SEUS IMPACTOS.	22
2.1. Turistas no Carnaval: A atribuição dos visitantes nas festas locais.	22
2.2. A mercantilização do Carnaval: A gradativa perda da essência popular. 24	
2.3. A violência no espaço da Folia : E os impactos desse fenômeno no Carnaval.....	26
3. ORGANIZAÇÃO, TURISMO E MERCANTILIZAÇÃO.....	29
3.1. Organização e Realização: A função administrativa do Estado sob a perspectiva do Carnaval no país.....	29
3.2. Turismo e Mercantilização : Fatores presentes no Carnaval.	31
CONCLUSÃO.....	35
REFERÊNCIAS.....	37

INTRODUÇÃO

O presente estudo buscou mostrar o papel que a mercantilização tem no carnaval, e quais os impactos esse fenômeno tem na folia. Diante disso, foram feitas pesquisas com base nos carnavais do Brasil para identificar como se desenvolveu essa mercantilização e como isso afeta as festividades dessas localidades, destacando os pontos positivos e negativos em relação ao carnaval. O interesse em estudar sobre esse movimento partiu de estudos aplicados na Universidade sendo a disciplina de eventos a principal agente por despertar a curiosidade sobre o tema durante a graduação, e nas vivências no carnaval da minha cidade natal, Cruzília, e da cidade de Ouro Preto. Assistindo uma defesa de monografia na qual se falava sobre o carnaval do município de Fervedouro, onde se obteve a divulgação de alguns dados sobre a festa, foi notado que em cidades vizinhas onde o processo de mercantilização já tinha ganhado espaço o número de visitantes estava cada vez maior, trazendo crescimento econômico e turístico, enquanto outras localidades perdiam seu público e sua cultura carnavalesca. (DUARTE, 2017)

Trazido pelos portugueses, o carnaval é considerado uma identidade nacional, além de atrair turistas de todo o mundo para aproveitar os 7 dias de folia, que em algumas localidades como Salvador a festa dura praticamente o mês inteiro. A festa é esperada o ano inteiro, que por muitos é tratada como uma fonte de negócios e lucros, tanto que durante os outros meses do ano escolas de samba, clubes, hotéis e locais de eventos fazem planejamentos para serem executados durante o carnaval.

E perceptivo que o carnaval sempre teve uma questão de diferenciação social, só que com o tempo e as evoluções da sociedade isso foi se perdendo e fazendo com que ele ficasse mais acessível ao público. E apesar da volta da sua monetização em grande parte das localidades, o acesso a essa experiência na atualidade é bem mais fácil. Já que as classes sociais estão cada vez mais diversificadas e com acesso maior a renda, mesmo com essa diversificação o carnaval ainda pode ser excludente. Do jeito pelo qual ele é vendido pelas mídias

sociais, temos uma impressão que se trata de uma festa unitária de fácil acesso e sem exclusões, mas verificando sua origem, podemos observar que não é bem assim, desde o passado as formas de festividade eram diferentes entre a elite, que ia nos bailes de máscaras, e os pobres que usufruíram do entrudo.

A situação dos festejos carnavalescos na cidade do Rio de Janeiro de meados da década de 1840 pode ser explicada, à primeira vista, como uma tensão entre brincadeira do entrudo e a tentativa de implantação de uma nova festa ainda sem formato definitivo, mas certamente mais adequada, segundo a elite, à capital de um país desejoso de marcar sua participação no cenário mundial. (FERREIRA, 2005, p.39).

Apesar da reformulação, as diferenças sociais ainda estão presentes na folia, o acesso aos grandes desfiles de escola de samba, nas grandes cidades, ainda continua difícil para moradores de certas regiões, onde nem mesmo o carnaval de rua é uma opção, imagina o acesso aos desfiles. Isso deixa uma brecha para o morador não se sentir pertencente aquele local, fazendo a exclusão ser cada vez maior e nos fazendo pensar que de certa forma o carnaval continua o mesmo do período colonial, só passou por pequenas adaptações, onde os mais pobres aproveitam nas ruas e blocos, com poucos investimentos e segurança, que podemos definir como entrudo da atualidade. E a elite que frequenta festas privadas, bailes, desfiles, camarotes com maior investimento e segurança, que são semelhantes aos bailes de máscaras da atualidade, ainda com a tentativa de monetização da festa, a deixando cada vez mais elitista. Tornando a festa vista cada vez mais para o turista, para o exterior do que para a população local e nacional.

Quando falamos em exterior, em atrair o olhar dos turistas internacionais, esquecemos que eles também celebram o carnaval nos seus respectivos países. Não dá mesma forma que no Brasil, já que a festa lá fora não é tão popular, e quando uso o termo “ popular ” não é sobre a questão de fama ou reconhecimento, mas sim na questão de ser algo do povo, onde praticamente o país todo se mobiliza para curtir a festa, onde ela se torna uma identidade cultural daquela nação, como é no caso do Brasil.

Usando alguns países como exemplo, na Suíça, o carnaval de Lucerna é comemorado há mais de 500 anos, onde a cidade fica decorada com máscaras e pinturas com a presença de desfiles em temperaturas entre 3° C e - 3°C, sendo um dos mais populares do país, junto com o de Basileia que é bastante conhecido em toda a Europa com a duração de 72 horas. Já na Bélgica, na cidade de Binche os desfiles de carnaval são uma tradição desde o século 16 que é considerado como Patrimônio Mundial pela Unesco, a festa dura três dias: domingo, segunda e terça-feira. No caso da Jamaica o carnaval é comemorado entre janeiro e abril, contando com bailes, concursos de fantasias, desfiles a céu aberto e festas fechadas ocorrem durante todo esse período. (Hoteis.com,2008)

Com isso, podemos ver que as festas têm bastante fama fora do Brasil e isso faz com que ela conquiste um público muito fiel. E assim se levanta o questionamento, do por que os organizadores e poderes públicos das cidades dos grandes carnavais do Brasil querem tanto atrair esse público para o nosso país, lembrando que o olhar deles para a nossa festa não é ruim, até porque faz a economia girar e isso é algo positivo para nosso país. Só que da forma como se anda vendendo a festa para o público de fora acaba fazendo com que a nossa festa perca sua essência e cultura, e se torne algo apenas comercial.

Assim sendo, dentro desse contexto, algumas inquietações foram trazidas pelo pesquisador no presente trabalho, tais como: Quais impactos essa mercantilização pode trazer para folia? A criação de novos ritmos e novos formatos de festa pode ajudar esse processo a crescer? Qual a relação do carnaval com o turismo, e qual o papel dos turistas nesse fenômeno? Como a violência vem ganhando espaço na festa e que consequências isso pode trazer? E como é feita a organização e realização do carnaval e participação da mercantilização nesse processo.

Para tanto o trabalho teve como objetivo geral entender o papel que a mercantilização tem no carnaval, e como objetivos específicos, identificar quais impactos positivos e negativos os carnavais tiveram com esse fenômeno, verificar se os novos ritmos musicais e novos formatos de festa podem intensificar esse processo, analisar como a violência vem ganhando espaço no mundo carnavalesco, ver qual a relação do carnaval, turismo e a mercantilização.

Como metodologia, buscou-se através de pesquisas de caráter qualitativo, que segundo Minayo (2014) Às pesquisas qualitativas se preocupam com o nível de realidade que não pode ser quantificado, ou seja, elas trabalham com o universo de significados, de motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes. Junto com uma pesquisa de caráter exploratório que se desenrola a partir do levantamento bibliográfico de artigos, monografias, sites, jornais e revistas voltados para o carnaval.

Pesquisa exploratória é quando a pesquisa se encontra na fase preliminar, tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que vamos investigar, possibilitando sua definição e seu delineamento, isto é, facilitar a delimitação do tema da pesquisa; orientar a fixação dos objetivos e a formulação das hipóteses ou descobrir um novo tipo de enfoque para o assunto. Assume, em geral, as formas de pesquisas bibliográficas e estudos de caso. (PRODANOV e FREITAS, 2013, p. 51-52).

Este trabalho, portanto, se estruturou da seguinte forma: No primeiro capítulo, “ O Carnaval “, foi abordada toda a história do carnaval, da sua origem quando ainda era chamado de entrudo até a forma que a festa é realizada na atualidade. Mostrando como a festa é realizada em outras partes do mundo, que apesar do Brasil ser considerado como o país do carnaval ele não é o único que promove a festa. E também abordou como se deu a criação dos novos ritmos, pegando desde marchinhas, sambas e axé que eram marcas registradas do carnaval até a atualidade que conta com novos tipos musicais no cenário carnavalesco. Também foi abordado como é feito os novos formatos de carnaval, a forma como ele é realizado atualmente e as novas formas de se aproveitar a festa.

O segundo capítulo, “ Mercantilização do carnaval e seus impactos_ “, foi abordado a forma na qual o carnaval é feito pensando no turista, os espaços, a divulgação, tudo feito para atrair cada vez mais turistas e deixando a população local cada vez com menos acesso a festa, se sentindo excluída. Também foi abordado como uma festa considerada popular na forma que é representada no Brasil, conseguiu ficar tão comercial e como aconteceu esse processo. E o aumento da violência durante o carnaval e quais impactos o aumento desse fenômeno trouxe para a festa.

No terceiro e último capítulo, denominado “ Organização, Turismo E Mercantilização “, fala de como é organizado e realizado o carnaval e qual o papel do governo nesse processo e a forma como qual isso é levado para todo o país e também para o exterior, e também fala sobre a forma que o turismo e a mercantilização estão presentes no carnaval e quais fatores fazem com que eles apareçam na festa, pegando o carnaval sendo visto como um atrativo turístico e a forma na qual a divulgação da festa a deixou em um denominação mais comercial.

1. CARNAVAL

1.1. História do Carnaval: Sua origem, a festa realizada no Brasil e no mundo.

O carnaval é conhecido como uma das maiores festas populares do mundo, e não é realizado apenas no Brasil. Apesar do seu grande sucesso e do país ser considerado o país do carnaval, outros lugares do mundo também reproduzem essa festa. Originado do catolicismo, e realizado antes da quaresma que para os católicos são 40 dias de práticas de penitências como jejuns e bastante oração. A festa teve sua origem na antiguidade, e sua influência veio de outras festas que já existiam naquela época. Vindas da Babilônia duas festas podem ter originado o carnaval da forma que conhecemos hoje em dia, uma delas era a Saceias, festa na qual prisioneiros podiam assumir por alguns dias a figura do rei com todas as suas regalias, e a outra era a comemoração do ano novo na Mesopotâmia, onde o rei perdia todos seus poderes e era humilhado na frente da estátua de Marduk, mostrando que era servo da divindade. O que faz essas festas terem alguma ligação com o carnaval é a troca dos papéis sociais que é uma das características da festa até a atualidade.

O Carnaval é uma tradição cultural brasileira que foi transformada em referência mundial, quando se analisa o conjunto das festas populares no país. Durante a festa, o cotidiano da população ganha nova ordem e, nos locais no país onde a folia é pública, as ruas ganham uma diferente forma de ocupação, mais anárquica e cheia de cores, divertimento e brincadeiras (TEIXEIRA, 2005).

No Brasil o carnaval é considerado como uma identidade nacional, além de atrair turistas do mundo todo para aproveitar os 7 dias de folia, que em algumas localidades como Salvador, a festa dura praticamente o mês inteiro. A festa é esperada o ano inteiro, que para muitos pode ser considerada como fonte de negócios e lucros, tanto que durante os outros meses do ano escolas de samba, clubes, hotéis e locais de eventos fazem planejamentos para serem executados durante o carnaval. Com a mistura de classes, culturas e ritmos musicais, o carnaval une toda a população brasileira que em grande parte só considera que o ano começou após a realização da festa, algo que não acontece. Os maiores carnavais do Brasil estão concentrados nos estados da Bahia, São

Paulo, Rio de Janeiro, Pernambuco e Minas Gerais, fora os outros estados que também levam a tradição do carnaval à risca. Entre Trios Elétricos, Desfiles de Escola de Samba e Blocos de rua o brasileiro promove a maior festa do país, movimentando a economia e alavancando o turismo nacional. Fazendo com que a festa seja reconhecida em todo o mundo.

O Carnaval chama a atenção em diversos aspectos, por se tratar de oportunidade para resgatar tradições, preservar a cultura local e reafirmar os estreitos laços de amizade entre as comunidades que participam do evento, sendo, ainda, fonte de trabalho e de renda (SANTOS, 2008).

Pensando no carnaval de forma geral, é interessante ver a forma que ele é realizado em outros lugares do mundo. O carnaval em Veneza é o mais conhecido da Europa com bailes clássicos de máscara sendo um dos mais antigos, com duração de 10 dias. O de Barcelona com blocos de ruas, fantasias e muitas festas. O de Portugal na famosa cidade de Torre Vedras, que surgiu em 1574 é dura até hoje. O da Alemanha com sua famosa festa chamada Weiberfastnacht, de desfile com máscaras. O carnaval inglês que ocorre em agosto e é chamado de August Bank Holiday, uma das folias mais conhecidas do país que acontece desde 1956.

Figura 1 - Carnaval em Barcelona



Fonte: Egali Intercâmbio - Carnaval pelo Mundo (fevereiro, 2021).

Em outros países da América, o carnaval também acontece, como nos EUA, que tem o famoso Mardi Gras. O Uruguai, que tem uma duração maior que a do Brasil. O Canadá promove a folia em pleno inverno, na cidade de Quebec com duração de 3 semanas e é considerado um dos maiores carnavais de inverno do mundo. Na Colômbia com suas danças e ritmos folclóricos, que fazem ser considerados pela UNESCO como patrimônio intangível da humanidade. E o do Equador, com duração de duas semanas com muita dança, roupas típicas e desfiles de carros alegóricos.

Figura 2 - Carnaval no Equador



Fonte: Egali Intercâmbio - Carnaval pelo Mundo (fevereiro, 2021).

A festa no Brasil teve início no período colonial, com suas primeiras manifestações no ano de 1723. Naquela época, a classe mais pobre aproveitava a folia nos espaços públicos e tinha a denominação de entrudo, que foi uma manifestação trazida por imigrantes portugueses. O entrudo era caracterizado por brincadeiras onde se dava um banho de farinha ou qualquer outro material nos participantes e acabava resultando em uma grande bagunça e “mela-mela”,

contava com a participação de diversas classes sociais, econômicas e étnicas que na maioria das vezes era cercada de conflitos pela sua falta de controle e segurança. Já nas classes mais altas, as festas eram realizadas nas suas casas, de uma forma mais refinada com o uso de laranjas e limão de cheiro nos banhos e também tinha o intuito de criar futuros laços matrimoniais.

As regras de hierarquização eram profundamente respeitadas por todos os membros que compunham a casa e demonstravam a segregação entre as classes sociais, “ou seja, membros da elite podiam lançar projéteis e líquidos sobre escravos, por exemplo; mas a esses restava rirem-se das brincadeiras sem nunca revidar (FERREIRA, 2005, p.30).

Na transformação do Entrudo até o seu atual nome, denominado Carnaval, a sociedade burguesa buscou formas de conseguir uma nova forma de se festejar, de um jeito mais elegante e purificado. Buscando referências em Paris, em 1840 na cidade do Rio de Janeiro ocorreu o primeiro baile de máscara brasileiro, com um caráter exclusivista e elitista pelo fato de apenas a alta sociedade ter acesso a festa, por serem vistos com bons olhos pela alta classe. Já o restante da sociedade continuava pelas ruas aproveitando do entrudo que era a única opção de festa que restava para eles naquele momento.

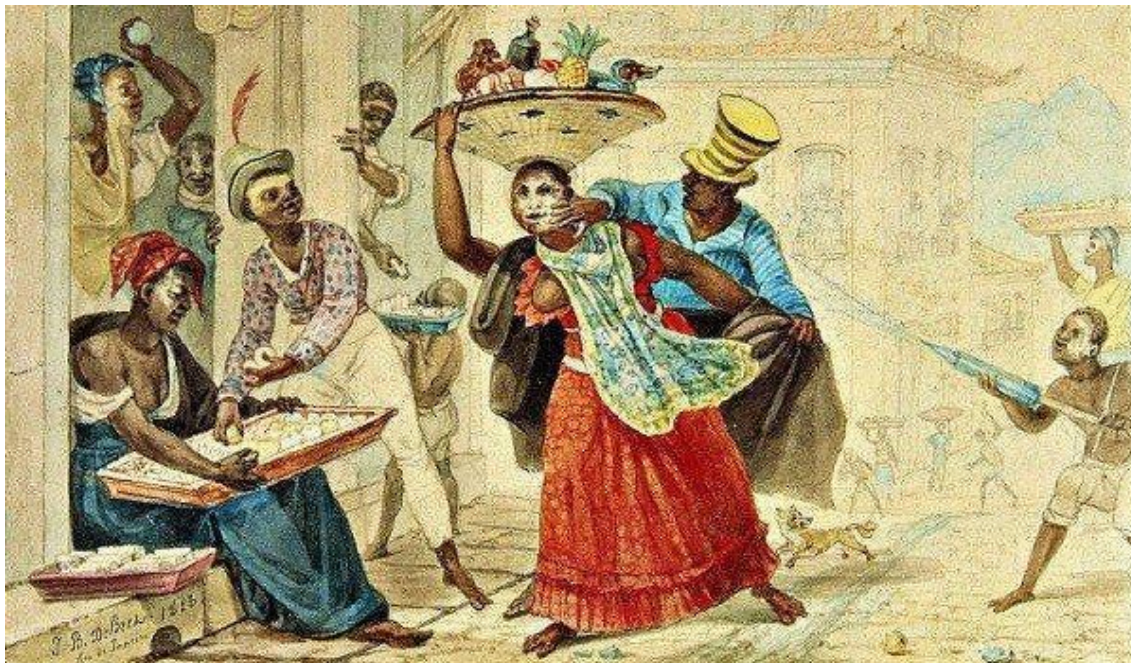
O entrudo continuava sendo um grande obstáculo para a elite, por ser realizado nas ruas impedia de certa forma que a elite colocasse em prática seu modelo de festa. Com isso aconteceu a criação das sociedades carnavalescas que buscavam ocupar os espaços públicos para a realização de suas festas, com a ideia de fazer desfiles pela cidade, fazendo com que o entrudo perdesse força e a sociedade aceitasse o carnaval como única forma de festa.

Os meios de comunicação, nesse momento representados pela imprensa escrita, também contribuíam para a desqualificação da brincadeira publicando em seus jornais matérias que sempre associavam o entrudo “ao passado, ao atraso, a uma doença perniciososa que precisava ser evitada. (FERREIRA, 2005, p.35).

E aos poucos a sociedade, com ajuda das mídias sociais foi aceitando os desfiles e fazendo deles a melhor forma de se aproveitar o carnaval. Porém, esses desfiles eram realizados na maior parte nas proximidades do centro da cidade, fazendo com que lacunas fossem abertas e outras formas de brincar o

carnaval fossem criadas, e ganhassem cada vez mais espaço até mesmo nas mídias sociais fazendo a festa ser da forma que é conhecida nos dias de hoje.

Figura 3 - Entrudo no Brasil



Fonte: Brasil Escola – Uol – www.brasilecola.uol.com.br – Abril 2020

Na foto é retratado o entrudo na forma na qual ele era praticado, a população na rua brincando com farinha e água fazendo um verdadeiro melamele e se divertindo da forma que eles podiam. No caso da imagem era a forma praticada pelas demais classes sociais, já que as classes mais altas realizavam o entrudo dentro de suas casas.

1.2. Criação de Novos Ritmos: Da marchinha, samba e o axé até as músicas da atualidade.

Uma das características do carnaval é a sua mistura de ritmos, iniciando em suas raízes e chegando até o atual cenário das músicas carnavalescas, podemos citar diferentes estilos que vão desde as marchinhas nos seus gloriosos bailes de carnaval, passando pelo samba e seus grandes desfiles na Sapucaí, com enredos criados pelas escolas de sambas por grandes nomes como de Noel rosa, chegando até o axé que tem sua marca registrada na Bahia

com seus trios elétricos e as famosas músicas de Dodô e Osmar que fazem o circuito barra ondina e atravessam a cidade de Salvador.

Nas décadas de 20 e 30, o samba se estabelece como ritmo brasileiro por excelência e pequenos grupos carnavalescos aparecem aqui e ali nos registros da imprensa e nas memórias de antigos foliões (MOURA, ANO, p. 101).

O predomínio das marchas de carnaval foram mantidas até a chegada do trio elétrico, nos anos 60, em Salvador e as mais cantadas, eram as que se originaram no Rio de Janeiro, e, duravam por muitos anos (SIMSON, 2007).

E por muito tempo esses três ritmos estavam presentes em qualquer festa de carnaval, só que com outros ritmos e a evolução da folia, outros estilos musicais foram ganhando forças e acabaram entrando no cenário carnavalesco. Um deles foi o sertanejo, que nos anos 2.000 disparou com diversos artistas os fazendo ganhar espaços nos trios elétricos e blocos por todo país. Logo depois o funk entrou em ascensão e também conseguiu seu espaço, principalmente no carnaval carioca, um exemplo é o Bloco da Favorita que faz todo seu trajeto apenas com músicas de funk na cidade do Rio de Janeiro..

Carol Sampaio – O Bloco nasceu da vontade que eu tinha de levar o clima do Baile da Favorita para as cidades que têm Carnaval de rua. O Baile e o Bloco da Favorita trouxeram o funk de volta para a cena do Carnaval. Conseguimos promover uma festa com alegria e alto-astral (CarnaUol 2019).

Na figura 4, a foto do trio elétrico usado durante o desfile do bloco, com personalidades da mídia que são convidadas para agitar a festa e interagir com os foliões durante todo o trajeto do bloco.

Figura 4- Bloco da Favorita RJ



Fonte: Glamurama Uol – www.glamurama.uol.com.br – Fevereiro 2018

Atualmente ritmos como brega funk, rock e pop também vem ganhando seu espaço. Dito isso, diferentes formas de festas carnavalescas começaram a aparecer, entre elas blocos e festas privados trazendo ritmos que não eram considerados de carnaval, dando oportunidade para que todo tipo de público consiga curtir a festa.

1.3. Novo Carnaval : O carnaval atual e os novos formatos da festa.

O considerado “Novo Carnaval” ganha espaço a partir do momento que os novos ritmos começam a aparecer na cena carnavalesca. Quando a festa começa a dar acesso para que todo tipo de gosto musical tenha espaço, novas festas são criadas de acordo com cada gosto. E de certa forma esses novos formatos de festa contribuem para que a monetização do carnaval aconteça, já que cada lugar vai se adequar de acordo com a demanda que o público procura.

A festa pode ser identificada também como “um palco simbólico onde os interesses e desejos dos diferentes grupos sociais marcam uma presença substancial” (PEREIRA FILHO, 2006, p.66).

Essas novas festas costumam ser feitas por empresas privadas, já que os órgãos públicos realizam a festa para toda a comunidade, e nesses casos eles não podem e nem fazem a festa com variedade de estilo, buscando um público específico e sim o público em geral. Já as empresas privadas têm uma maior liberdade para isso, já que elas podem fazer eventos para públicos específicos com um planejamento e estruturação que podem ser abertos ou fechados, com cobrança de ingresso, os revertendo em investimento para contratar atrações específicas, pensando no público que irá consumir aquela festa.

O Relatório do Carnaval no ano de 2015, elaborado pela Belotur, define que, para os órgãos públicos municipais, a evolução do Carnaval representa um desafio, tendo em vista a necessidade de se interpretar as mudanças sociais da festa e a adoção de políticas públicas de infraestrutura e logística urbana para abrigar o evento (BELOTUR, 2015).

Em algumas cidades, esses novos formatos fazem com que a cidade ganhe um alto número de turistas por ser algo que na localidade desses turistas não tenha. Fazendo com que tenha geração de renda e de emprego nesses lugares sendo algo positivo, e ao mesmo tempo fazendo com que o carnaval de rua perca público e em muitos casos chegue ao fim, já que a demanda não está sendo grande. Este fato acaba trazendo à tona a questão do pertencimento, já que muitas pessoas só têm condições de frequentar o carnaval de rua e isso faz com que a tradição daquele lugar comece a se perder e dependendo da cidade, os lugares onde essas festas privadas são realizadas em lugares que não podem ser acessados por todos, trazendo a exclusão como impacto negativo para a população.

Figura 5 - Bloco do Urso – Carnaval Santa Rita do Sapucaí



Fonte: Expedição Oriente – www.expedicaooriente.com.br – Junho 2019.

A imagem ilustrada acima é do bloco do urso, realizado na cidade de Santa Rita do Sapucaí – MG e que atrai milhares de pessoas todos os anos em 5 dias de festa com diversas atrações, sendo um dos maiores carnavais privados do Brasil.

Atualmente, uma tendência importante é o desenvolvimento da herança cultural, da preservação da herança histórica dos lugares, das suas construções, povo, costumes e de tudo aquilo que garanta suas tradições (KOTLER et al., 2006).

No cenário atual, no qual estávamos passando por uma crise de saúde por conta da pandemia da COVID 19, o carnaval estava há quase 2 anos sem ser realizado devido à grande proporção da festa e por conter muita aglomeração, que é algo que a Organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda que seja evitado.

Com sua volta total, prevista para o ano de 2023, esses novos formatos de festa podem ganhar ainda mais força já que o público está querendo aproveitar a festa novamente, e com as novas restrições que tivemos que adotar por conta da pandemia ainda não ter acabado, o carnaval de rua pode perder um pouco do seu público, pelo fato de muitas pessoas ainda estarem com medo de se expor a uma festa que tenha uma grande número de público e vão optar

por festas menores que tenha uma maior organização e estrutura para que eles se sintam mais seguros para aproveitar o carnaval. Essa medida fará com que as pessoas que não tem acesso a esses eventos fiquem à espera da volta da folia em espaços públicos para poderem curtir o carnaval.

2. MERCANTILIZAÇÃO DO CARNAVAL E SEUS IMPACTOS.

2.1. Turistas no Carnaval: A atribuição dos visitantes nas festas locais.

O carnaval como forma de movimentação turística, vem buscando realizar melhorias a cada edição e essas melhorias não são feitas pensando na população local e sim na forma de agradar e trazer cada vez mais turistas para as localidades. “O carnaval é um artefato institucionalizado pelo Estado como artifício na atração de visitantes para a geração de renda local através do turismo” (PERNAMBUCO, 2012). Independentemente de ser em um espaço público ou privado esse planejamento é voltado na maior parte às questões turísticas, fazendo com que os moradores dessas cidades se sintam cada vez menos pertencentes às festas de carnaval, já que em grande parte dos casos esses lugares já são turísticos e tem um fluxo de turistas muito grande durante o ano todo. É válido pensar que essas ações proporcionam geração de renda a esses locais, e que o carnaval é uma das maiores festas culturais do país possuindo uma enorme participação na economia dos municípios, porém as formas de pensar no carnaval devem ter como objetivo tanto atrair o turista quanto o morador local.

A maioria dos turistas ou até mesmo a população local não conseguem ver esse “carnaval feito para o turista”, já que para grande parte o intuito é de ir até a localidade curtir a folia no horário livre, visitar algum ponto turístico e consumir nos estabelecimentos da cidade, que para alguns moradores locais já é o suficiente, uma vez que eles estão tendo um retorno financeiro que na maioria dos casos é o que importa, já que a maioria vê o carnaval como uma forma de trabalho e não como um lazer como a maioria dos brasileiros.

Os produtores primários (hotéis, restaurantes, bares, comércio etc.) geraram 176,2 mil postos de trabalho/mês, com a mobilização de 369,3 mil trabalhadores. O principal segmento gerador de postos de trabalho foi a rede de alimentação que gerando 51,6 mil postos de trabalho/mês, mobilizou, durante a semana do carnaval, 221,1 mil trabalhadores para atender aos seus clientes. [...] a rede hoteleira gerou 26,6 mil postos de trabalho mobilizando, para 10 dias de alta hospedagem, 79,8 mil pessoas. Em todas as categorias de trabalho há uma

participação maior de empregos formais (PRESTES FILHO, 2009, p.41-42).

Quando a festa é vista de forma comercial, é difícil identificar uma exclusão. E partindo desse pressuposto, a aceitação é sempre certa já que a condição financeira fala sempre mais alto, porém não são todos que aceitam essa condição tranquilamente. Muitos sentem falta de algo feito pensado mais na população local, um evento com infraestrutura, segurança e que seja próximo dos bairros e não apenas em bairros estratégicos das cidades.

Figura 6 - Turista em Salvador



Fonte: Radio Uirapuru - www.rduirapuru.com.br - 2022

Usando cidades do interior como exemplo, pode-se notar que o carnaval vai ganhando investimentos maiores de acordo com o número de visitantes recebidos no ano anterior. Pensar que a população local está aderindo cada vez mais a festa não é tão interessante quanto pensar que o número de turistas está cada vez maior, lembrando que essa interação maior da população é algo positivo, até porque se não for bom para quem mora ali, dificilmente alguém de fora vai ter interesse em conhecer, visitar ou indicar.

E com isso é bom pensar em formas nas quais turistas e moradores locais possam se sentir abraçados pela festa. Até porque o Carnaval é uma festa feita para todos, e fazer com que esses dois grupos tenham uma boa relação ajuda a festa na cidade a ganhar cada vez mais espaço e ambos saem no lucro. Fazendo com que a participação dos turistas no carnaval local seja positiva.

2.2. A mercantilização do Carnaval: A gradativa perda da essência popular.

O carnaval, considerado como uma festa popular e unitária, pode estar sofrendo um grande processo de mercantilização.

É compreensível que as festas populares tenham se tornado um importante produto mercantilizado pela cultura de marketing, pois elas são capazes de trazer para a atualidade as experiências culturais vivenciadas por determinado grupo de pessoas, que produzem e consomem essas diversas manifestações, e as apresentam aos diversos consumidores esses costumes para serem novamente vividos na cotidianidade (FERREIRA, 2006; MONTES, 1998).

É notável que o carnaval vem se modificando e a cada geração ele ganha um novo formato, o que antes era apenas uma festa de rua hoje já conta com shows, camarotes, desfiles, bailes entre outras formas de realização. E essas novas formas vem fazendo com que algumas tradições antigas sejam esquecidas, acarretando ao carnaval a perda de sua essência, deixando de ser uma festa popular e acessível para todos.

Levando em consideração que nesse espaço entre os primeiros carnavais até os atuais tiveram muitas mudanças, algumas dessas mudanças foram necessárias para acompanhar a realidade da nossa sociedade. A comercialização do carnaval vem junto com a sua propaganda, quando colocado na mídia, ele consegue ter alcances gigantescos fazendo com que ele fique cada vez maior e com isso seus investimentos acabam crescendo o tornando um meio de comercialização que beneficia em maior parte a iniciativa privada, mas também faz com que o turismo cresça e ajude no crescimento econômico da localidade.

O Turismo pode ser visto como o grande responsável para que o carnaval tenha se tornado cada vez mais comercial, pensar que como uma das maiores

festas do país conseguiu chamar atenção de outros países e ganhar uma fama internacional faz com que um investimento maior traga retornos positivos para o país em várias áreas.

Como já foi dito, o carnaval também é realizado em outros lugares do mundo, só que no Brasil a forma em que se é aproveitada é diferente. No Brasil, o carnaval tornou-se uma das mais relevantes expressões de brasilidade, nele o povo brasileiro parece desfrutar os dias festeiros com liberdade e irreverência (FERREIRA, 2004; DINIZ, 2008). Com o passar do tempo e com o processo de mercantilização, algo que era visto como uma forma de irreverência e liberdade deu espaço para eventos comercializados. Os bailes de máscaras e os desfiles de escolas de samba que antes tinham a intenção de promover a diversão e a partilha de novas culturas, hoje em dia se tornou uma disputa entre quem entrega o melhor baile, o melhor camarote e as melhores atrações, trazendo à tona a questão comercial.

Na Bahia, onde na pipoca, lugar que acontece a folia de graça para o público. Com blocos sem cordas, onde não precisa usar abadás. E no circuito Barra/Ondina que liga as belas praias da Barra e de Ondina, com uma vista para a Baía de Todos os Santos. com uma extensão de aproximadamente 4 km, onde se concentra grandes shows da música baiana e tinha-se um público fiel indo de turistas e moradores locais de diversas idades brincando na festa, hoje em dia com a exposição da mídia e o olhar internacional se tornou um circuito rodeado de camarotes com preços absurdos e uma grande disputa entre empresas e grandes mídias brasileiras para ter os melhores lugares no circuito, fazendo com que os moradores locais fiquem cada vez mais distantes desse espaço. Os desfiles de escolas de samba que em São Paulo, são realizados no Sambódromo do Anhembi, fundado em 1991. E no Rio de Janeiro, que acontece no Sambódromo da Marquês de Sapucaí, fundado em 1984, também tiveram o mesmo destino e estão cada vez mais elitizados e cercados de interesses comerciais.

É notório que o carnaval brasileiro sempre esteve sobre os olhares do público internacional, e com isso a festa viu como uma forma de lucro a sua

comercialização e esse processo começou nas grandes cidades e grandes carnavais e atualmente está ganhando espaço em pequenas localidades que buscam atrair não só o público internacional, mas também o nacional, fazendo com que os municípios comecem a disputar quem faz o melhor carnaval e qual consegue atrair mais lucros. Deixando a festa cada vez mais mercantilizada, em um processo que está só começando.

Um exemplo disso foi o carnaval do ano de 2022, onde só aconteceram carnavais em espaços privados. Uma vez que o governo não liberou para que ocorresse a festa em espaços públicos alegando que poderia ser perigoso e poderia aumentar o número de casos da Covid-19. Dessa forma, podemos perceber que, para o Carnaval virar um evento totalmente privado, não é algo impossível de acontecer, deixando evidente o quanto as privatizações estão ganhando espaço.

A multidão em júbilo que enche as ruas ou a praça pública não é uma multidão qualquer. É um todo popular, organizado à sua maneira popular, exterior e contrária a todas as formas existentes de estrutura coercitiva social, econômica e política, de alguma forma abolida enquanto durar a festa (BAKHTIN, 1993, p. 262).

Diante disso, pode-se chegar à conclusão que a essência do carnaval é ser livre e popular, e que nada pode ou poderia interferir na festa para que ela continue sendo a mesma mantendo seu público fiel.

2.3. A violência no espaço da Folia : E os impactos desse fenômeno no Carnaval.

A violência está presente em quase todo lugar, e no carnaval ela vem ganhando espaço. Fazendo com que um lugar de diversão e alegria, também tenha insegurança e confusão.

Além da criatividade, irreverência e participação popular, o Carnaval é um espetáculo da segurança. Como tal, a segurança sugere duas condições bastante distintas (ZEDNER, 2003).

Isso vem trazendo impactos negativos para a festa, muitas das pessoas deixam de ir nas folias e outras até procuram lugares com mais segurança, que podem ser encontrados em carnavais fechados que tem uma estrutura e segurança melhor, junto às regalias que são oferecidas. O carnaval sendo realizado em espaços públicos, faz com que a fiscalização seja frágil, deixando livre o acesso de armas letais e não letais por conta dos foliões e com isso vem o uso de drogas lícitas e ilícitas que junto ao grande número de pessoas e constante contato corporal acaba gerando confusões que vão de furtos até homicídios.

A disputa pelo lugar mais próximo resulta em empurrões, quedas cotoveladas e, no limite, conflitos abertos entre os foliões à paisana, de um lado, e segurança dos blocos e policiais, de outro (MOURA, 2000, p. 61).

O fato do carnaval ser uma festa com alto contato corporal, faz com que a violência seja algo “normal”, uma normalidade que acaba com muitas festas e até com muitas vidas. Muitas das pessoas aproveitam do clima de folia e curtição para cometer assédios, furtos e até atos de covardia. Durante o carnaval a chance de uma pessoa sair para a folia e não voltar é muito grande e isso é algo preocupante.

Por ser uma festa muito grande e movimentada, torna difícil monitorar todas as pessoas, e o consumo de álcool acaba deixando algumas pessoas um pouco alteradas e violentas causando tragédias que em certos casos ganha grande proporção pelo fato de se alastrar facilmente fazendo com que pessoas que não estão no meio acabem se machucando.

A cada ano o investimento na segurança durante o carnaval aumenta, e esse índice de violência não fica restrito apenas a lugares públicos já que em festas privadas o número da violência também é grande. E qual seria a solução para que esse número fique cada vez menor? Limitando o público? Proibindo o consumo de bebida? Cancelando a festa? São vários os questionamentos e ideias para resolver o problema, só que na prática é totalmente diferente. Nas configurações das redes formais e informais, a segurança se volta para a preservação da ordem estabelecida contra ameaça, perigo e distúrbio advindos de dentro ou de fora dessa ordem (SHEARING, 2003).

O carnaval é uma festa popular, e essa popularização faz com que todos os tipos de público tenham acesso a festa, o que torna difícil criar um plano de segurança que limite ou restrinja um determinado público. Até porque, a pessoa que pode cometer o ato de violência não tem um rosto específico e isso dificulta na contenção da mesma. O que resta são os órgãos públicos junto com as mídias sócias divulgarem programas contra a violência durante o carnaval, para que a população tenha uma melhor conscientização e consiga aproveitar a festa com mais tranquilidade.

Figura 7 - Carnaval é Diversão, Violência Não!



Fonte: Agência Alagoas – Governo do estado do Alagoas – Fevereiro 2020

Na figura acima, um exemplo das campanhas que são realizadas durante o carnaval com a intenção de informar o público e tentar diminuir a violência durante a festa. São pequenas ações como essas que podem fazer com que a violência perca força durante o carnaval, e a festa fique cada vez mais segura para o público local e turistas.

3. ORGANIZAÇÃO, TURISMO E MERCANTILIZAÇÃO.

3.1. Organização e Realização: A função administrativa do Estado sob a perspectiva do Carnaval no país.

Depois de falar sobre a história do carnaval, e a forma na qual ele chegou no Brasil e todo o processo de construção da festa para que ela se tornasse na forma na qual é hoje. É importante falar em como sua realização é pensada e planejada pelos órgãos públicos das cidades onde ele é realizado e como essa administração é feita de forma geral, sendo seguida em todo território nacional.

O Ministério da Cultural é o grande responsável pela administração da festa, é ele que faz o repasse das verbas para que as prefeituras possam planejar e realizar o carnaval. Pegando desde sua origem lá em 1985, quando o mesmo foi criado ele passou por diversos desafios, mesmo sendo considerado um dos mais importantes, o ministério, entre todos os existentes é o que menos recebe atenção dos governos. Na maioria dos municípios brasileiros, a cultura simplesmente é ignorada ou tratada de forma secundária, servindo até para trocas eleitoreiras (Faria & Nascimento, 2000).

A Era Vargas, teve um papel muito importante no crescimento do ministério da cultural. Em busca de uma identidade nacional, aspectos culturais ganharam espaço fazendo com que questões relacionadas à cultura popular fossem discutidas e implementadas naquele momento. O Rio de Janeiro teve destaque na escolha do símbolo da brasilidade, já que naquela época o samba e formato do carnaval realizado na cidade estavam em destaque, fazendo com que ambos fossem transformados em patrimônio cultural nacional.

Um órgão que teve grande destaque, e ainda ajudou no fortalecimento da identidade nacional foi o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). Na época ele era responsável pela censura de atividades artísticas, na qual o carnaval foi inserido. Segundo Moraes (1987), inicialmente grande parte das músicas de carnaval era direcionada às questões políticas. No entanto, com o DIP e o Estado Novo, os compositores não podiam fazer qualquer crítica ao governo, devendo apenas elogiar Getúlio Vargas. Depois disso as letras dos sambas de enredo passaram a ser sobre a cor da pele, sobre mulheres, sobre o morro e até sobre o amor.

Figura 8 - Desfile da Acadêmicos do Salgueiro, na Avenida Presidente Vargas, no Rio de Janeiro, em 1964



Fonte: Aventuras na História - aventurasnahistoria.uol.com.br – 2022

Na atualidade os carnavais têm uma liberdade maior na sua realização, no caso das escolas de samba, elas podem falar de variados assuntos, inclusive fazer críticas ao governo. O restante da folia também tem espaço para fazer a festa de acordo com suas preferências. No que tange a realização da festa, mesmo com os maiores carnavais do país sendo organizados e feitos pela iniciativa privada. A estruturação e toda organização da festa é feita por órgãos públicos,

que na maioria das localidades a responsável é a Secretaria da Cultura, que em algumas cidades tem a participação de algumas empresas públicas de turismo que ajudam na divulgação da folia para o resto do país.

Levando em conta que já há algum tempo a relação do governo com as festas carnavalescas vem sendo muito boa, por se tratar de uma das festas populares mais famosas do Brasil, e que os investimentos colocados ali, trazem lucros satisfatórios para o país. Que contribui para a geração de empregos, aumento da economia e aumento do fluxo turístico do país. Fazendo com que o carnaval brasileiro seja reconhecido em todo mundo, dando espaço para que a mercantilização da festa seja cada vez maior, já que existe uma troca nesse processo. O governo dá o investimento, e as cidades atraem turistas e população local para a festa, fazendo a economia girar.

3.2. Turismo e Mercantilização : Fatores presentes no Carnaval.

O Turismo é um fator que está bastante presente no carnaval, já que através dele a festa consegue grande parte do seu público. Atraído pela divulgação, nas quais as grandes cidades fazem com que a mesma vire um produto turístico. Nas localidades onde já existe um atrativo turístico, a relação é ainda melhor, por que o turista além de aproveitar a festa ainda pode se entreter com os roteiros disponíveis naquele determinado lugar.

Durante o carnaval, o fluxo turístico é muito grande já que muitas pessoas se deslocam de suas cidades para aproveitar a festa em outras folias, muitos vêm até de outros países para se jogar na festa. E esse fenômeno faz com que o carnaval se torne também uma forma de atrativo turístico para essas localidades. Atrativo turístico é um elemento que efetivamente recebe visitantes e tem estrutura para propiciar uma experiência turística (BRAGA, 2007).

Com isso, os turistas ganham um importante papel nas festas carnavalescas. Já que com sua participação na festa eles fazem com que tenha maiores investimentos na folia, que a população local com algum tipo de negócio durante

essa época consiga ter um lucro positivo, fora a divulgação da festa que pode trazer benefícios para os próximos anos. Segundo o Ministério do Turismo, no ano de 2020 quando foi realizado o último carnaval antes da pandemia era que a expectativa de público do setor turístico para o carnaval era de 36 milhões de foliões divididos em 6 cidades brasileiras. Sendo elas São Paulo, Rio de Janeiro, Olinda, Recife, Belo Horizonte e Salvador.

Figura 9 - Carnaval no Sambódromo da Marquês de Sapucaí



Fonte: Ministério do Turismo

Partindo da combinação carnaval e turismo, e os frutos colhidos através dessa relação. Podemos notar que a festa deu espaço para a chegada de um novo fenômeno chamado mercantilização, que apesar de estar sempre presente no meio da festa, na atualidade vem sendo cada vez mais notada. Vendo que o número de carnavais de pequeno e médio porte e até mesmo blocos tradicionais de grandes carnavais vem deixando de existir, e o número de festas privadas vem crescendo bastante e atraindo um grande público. Fazendo com que a folia se torne algo comercial, deixando que ela vire praticamente uma festa negócio.

Diferentemente dos antigos carnavais, o carnaval de hoje em dia se transformou num artigo de consumo, produto de uma indústria, no qual os atores viraram espectadores; o produtor passou a ser consumidor; e a espontaneidade deu lugar à institucionalização e normatização cultural (Nogueira, 2006).

A mercantilização no espaço carnavalesco começou na década de 80, quando se deu início ao fim do antigo formato de carnaval de clubes e desfiles de rua. Deixando a festa no formato que tem hoje em dia, ganhando espaço nas transmissões de TV, ganhando data fixa nos calendários municipais fazendo ela se moldar nos aspectos mercadológicos. Diante de vários processos entre continuar sendo um aspecto cultural e ver a mercantilização ganhar cada vez mais espaço, a festa foi se tornando uma indústria e ganhou ainda mais os olhares dos grandes empresários, da mídia e das prefeituras locais em realizar a festa com a intenção de ter um retorno econômico.

Diferentemente dos antigos carnavais, o carnaval de hoje em dia se transformou num artigo de consumo, produto de uma indústria, no qual os atores viraram espectadores; o produtor passou a ser consumidor; e a espontaneidade deu lugar à institucionalização e normatização cultural (Nogueira, 2006).

Esse processo se tornou um negócio milionário, além das festas privadas durante o carnaval a folia ganhou espaço além da sua época tradicional de realização. Os carnavais fora de época são denominados como Micaretas, que chegaram ao Brasil no início do século XX na cidade de Jacobina, na Bahia. No ano de 1989, a cidade de Campina Grande, criou a primeira micareta fora da Bahia, fazendo com que o carnaval fora de época ganhasse força e se alastrasse por todo o Brasil. Os abadás que são usados durante a festa, tem sua origem nas misturas das culturas brasileira e africana. No ano de 1993, a Banda Eva popularizou o termo quando apelidou a roupa do seu bloco com o mesmo nome. ” (SOUSA, 2015, s/p).

Figura 10 - Origem Micareta no Brasil



Fonte: *Segredo do Mundo - Micareta - Origem, história e sucesso do famoso evento - 2022*

As micaretas são em sua maioria realizadas por empresas privadas, acompanhadas de seus abadás e camarotes fazendo com que ela seja mais um exemplo do processo de mercantilização do carnaval. Que junto ao turismo atrai milhares de pessoas para essas festas fora de época, mostrando que ambos trabalham juntos e tem uma grande participação no novo formato de carnaval. Sendo algo que pode estar ganhando uma denominação mais forte agora, mas já está no meio carnavalesco a muito tempo e que tende a crescer a cada ano.

A mercantilização vai fazendo com que o carnaval fique ainda mais comercial, e pensar nesse processo dá pra ver que não é algo que seja totalmente negativo. Apesar de fazer com que muitas tradições e a essência de alguns carnavais acabem, ela ajuda na divulgação e crescimento de novas festas. Os impactos são diferentes em cada espaço onde esse fenômeno acontece, e é algo que vai acontecer cada vez mais. E a forma com que cada localidade vai lidar com isso é algo para se pensar nos próximos anos.

CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo compreender como a mercantilização se manifesta no meio dos carnavais e quais os impactos esse processo traz para a festa. Buscando desde sua origem, quando a folia chegou no país e que através das suas transformações fez com que a mesma se tornasse um símbolo cultural do país até chegar a um ponto onde as autoridades responsáveis pela realização da festa passaram a ver que além de uma representação cultural, o carnaval também poderia ser explorado em uma forma financeira e política.

O carnaval é a grande celebração que a cidade faz de si própria. Todas as energias, todas as mudanças e movimentos sensíveis que a cidade experimenta durante o ano inteiro são celebrados no carnaval. Inclusive a repartição desigual do poder e do espaço, tudo é re-dito e reeditado durante o carnaval. (Milton Moura, 1996)

Com isso, olhando a festa de forma geral sendo realizada em todo o país e também fora dele, pegando do famoso entrudo, e os bailes de máscara até a chegada do samba, axé e marchinhas que são características predominantes do carnaval até hoje. Na virada para o séc. XX, o carnaval não significava mais a festa da esculhambação e da esbórnia, passando a ser encarado como uma expressão da tradição (Ferreira, 2004).

Dessa forma a chegada de novos ritmos carnavalescos, deu brecha para que novos formatos de festa fossem criados e com isso a mercantilização começou a ser mais potencializada, juntamente com o turismo fazendo com que o carnaval se tornasse além de uma festa negócio, um atrativo turístico para as localidades na qual ele é realização.

Essa junção em grande parte é positiva, já que além de fazer girar a economia local, ainda faz com que o fluxo turístico dessas localidades cresça. Porém, se não for feita de forma devida, deixa um espaço para que a falta de pertencimento e a mercantilização da festa seja maior que a essência popular da festa.

Portanto, o presente estudo conclui que esse processo está apenas começando e que muitas pessoas ainda não conseguem enxergar. Já que

muitas dessas pessoas olham para o carnaval apenas como uma festa para ser aproveitada, como uma oportunidade de renda e não vê toda a problemática que está por trás da folia, que pode ser em sua maioria positiva, mas também tem a parte negativa.

O número de estudos presentes para poder entender melhor o assunto é bem pequeno e desmembrado, já que se pega falando de vários aspectos e não do fenômeno no seu todo. Acredito que com o tempo o número de pesquisas e recursos para que esse tema tenha seu devido reconhecimento vai ser bem maior, fazendo com que seja um fato exposto para todos.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais. São Paulo: HUCITEC; Brasília: Editora da UnB, 1993.

BRAGA, Debora Cordeiro. *Planejamento Turístico: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

COMO É o Carnaval no mundo? Saiba mais neste post!. [S. l.], 20 fev. 2021. Disponível em: <https://www.egali.com.br/blog/carnaval-no-mundo/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

DINIZ, A. Almanaque do carnaval: a história do carnaval, o que ouvir, o que ler, onde curtir. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

DUARTE, Carmem Milena Alves. **Deixem me mostrar meu carnaval: Uma análise do carnaval de Tombos/MG no ano de 2017**. Orientador: Lucia Portilho Mattos. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) - Universidade do Estado de Minas, Carangola, 2017.

EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO - BELOTUR. Relatório do Carnaval de BH 2015. Belo Horizonte, 2015. 39 p

ESCOLA, Equipe Brasil. "Carnaval no Brasil"; Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/carnaval/carnaval-no-brasil.htm>. Acesso em 05 de maio de 2022.

ESPECIAL: Carnaval: O universo místico do Carnaval. *In*: JR, J. Muniz. **ESPECIAL: Carnaval**: O universo místico do Carnaval. A Tribuna de Santos: J. Muniz Jr., 23 fev. 1996. Disponível em: <http://www.novomilenio.inf.br/festas/carna05.htm>. Acesso em: 15 jun. 2021.

FARIA, Hamilton e NASCIMENTO, Maria Ercilia do. Desenvolvimento cultural e planos de governo. São Paulo: Pólis, 2000.

FERREIRA, F. O Livro de Ouro do Carnaval brasileiro. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

FERREIRA, Felipe. O livro de ouro do carnaval brasileiro. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

KOTLER, P. et al. Marketing de lugares: como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe. Pearson Prentice Hall, 2006.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 14ª ed. Rio de Janeiro: Hucitec, 2014. 408 p.

MORAES, Eneida. História do carnaval carioca. Edição revista e atualizada por Haroldo Costa. Rio de Janeiro: Record, 1987.

MOURA, M. O oriente é aqui: o cortejo de referências fantásticas de outros mundos no Carnaval de Salvador. In MOURA, M. (Org.). A larga barra da baía: essa província no contexto do mundo. Salvador: EDUFBA, 2011. Disponível em: <http://books.scielo.org> Acesso em: 20.06.2014.

MOURA, Milton. O transcaráter do carnaval. In: Bahia Análise e Dados. Entrevista, Salvador, v. 5, n. 4, p. 93-100, 1996

NOGUEIRA, Rodrigo Muniz Ferreira. A Indústria Cultural no carnaval de Itabuna como agente transformador da cultura local. Monografia, Ilhéus: UESC, 2006.

NOGUEIRA, Rodrigo Muniz Ferreira. A Indústria Cultural no carnaval de Itabuna como agente transformador da cultura local. Monografia, Ilhéus: UESC, 2006

PEREIRA FILHO, H. F. Glórias, conquistas, perdas e disputas: as muitas máscaras dos carnavais de rua em Belo Horizonte (1899-1936). 2006. 221 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós Graduação em História, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

PRESTES FILHO, Luiz Carlos. (coord). Cadeia produtiva da economia do Carnaval. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. D. Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2ª. ed. Novo Hamburgo: Universiade Freevale, 2013.

SANTOS, F. B. P. Carnaval e Administração Pública: como os governos locais têm lidado com essa relação. In: ENCONTRO NACIONAL ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E GOVERNANÇA (EnAPG). Anais... Salvador, Bahia, 2008.

SHEARING, Clifford D. A relação entre policiamento público e policiamento privado, In: TONRY, Michael & MORRIS, Norval (orgs.), Policiamento Moderno. São Paulo: Edusp, 2001. (série Polícia e Sociedade n. 08)

SILVA, Daniel Neves. "História do Carnaval"; Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/carnaval/historia-do-carnaval.htm>. Acesso em 19 de abril de 2022.

SIMSON, O. R. de M. Carnaval em branco e negro: carnaval popular paulistano. Campinas UNICAMP; São Paulo: USP; Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2007.

SOUSA, Rayner. **A origem das micaretas**. Acesso em: 25 jan. 2023.

TEIXEIRA, C. A. Pernas para o ar que ninguém é de ferro!!! Lembranças da Banda. Belo Horizonte: Historiarte, 2005. 72p.

TOP 10 Carnavais fora do Brasil para conhecer: Formatos, estações e culturas diferentes que oferecem muita folia. [S. l.], 2008. Disponível em: <https://www.hoteis.com/go/italia/blog-top-carnavais-fora-do-brasil-para-conhecer>. Acesso em: 19 abr. 2022.