

**ARTIGO ORIGINAL**

CARDOSO, Felipe Sanzi Silva <sup>[1]</sup>, CORREIA, Isabela Rodrigues <sup>[2]</sup>, SILVA, Liliane Aparecida da <sup>[3]</sup>

CARDOSO, Felipe Sanzi Silva. CORREIA, Isabela Rodrigues. SILVA, Liliane Aparecida da. Carnaval Carioca: ausência de investimentos e sua importância para a gestão municipal. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 06, Ed. 03, Vol. 05, pp. 27-57. Março de 2021. ISSN: 2448-0959, Link de acesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/carnaval-carioca>

**Contents**

- RESUMO
- 1. INTRODUÇÃO
- 2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA
- 2.1 A IMPORTÂNCIA DO CARNAVAL
- 2.2 ORÇAMENTO
- 2.3 PROJETOS SOCIAIS E EMPREGABILIDADE
- 2.4 CARNAVAL DE RUA
- 3. METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS
- 3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA: QUANTO A NATUREZA, AO OBJETIVO E A ABORDAGEM DO PROBLEMA
- 3.2 PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS
- 3.2.1 LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO
- 3.2.2 INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS
- 3.2.3 POPULAÇÃO A SER PESQUISADA
- 3.3 PROCEDIMENTOS PARA TABULAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS
- 4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS
- 4.1 TABULAÇÃO DE DADOS
- 4.2 GRÁFICOS
- 4.3 ASPECTOS DA ANÁLISE
- 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS
- 6. REFERÊNCIAS
- ANEXO 1
- ANEXO 2

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar de forma abrangente a problemática da falta de uma política de investimentos no carnaval carioca, no sentido de repensar algumas medidas da administração municipal que comprometem a festividade, podendo afetar diretamente a economia; além de mostrar como o investimento na festividade é tão importante. Apresentam-se o conceito e recursos econômicos advindos da cultura do carnaval, mostrando que o evento tem uma grande importância na captação de receita gerando recursos fundamentais para o gerenciamento municipal. Mostraremos que é preciso

uma gestão eficaz e inovadora para que se consiga, não só um retorno dos investimentos aos cofres públicos, assim como a preservação da cultura, o desenvolvimento socioeconômico e o bem-estar da população de uma forma geral. Consequentemente apontaremos as mudanças positivas nas políticas públicas através da captação desses recursos. Sua finalidade é a obtenção de argumentos importantes que explicam o grande sucesso na área econômica e do turismo por causa do carnaval, evidenciando a importância de um programa de ação do governo nos setores e na área cultural.

Palavras-chave: Administração Pública, Carnaval Carioca, Economia da Cultura.

## 1. INTRODUÇÃO

Como no futebol, o carnaval é considerado um grande evento do espírito nacional, uma grande harmonia entre as pessoas e está relacionado a diversas características da nossa cultura, envolvendo sensualidade, críticas governamentais, críticas sociais, bom humor e alegria em fazer acontecer. Tais atributos fizeram com que o mundo inteiro conhecesse melhor a imagem e a essência do povo brasileiro. O carnaval é um costume, um rito nacional, há muito enraizado, unindo todas as classes sociais, padronizando a sociedade. Segundo Araújo (1996):

O carnaval é comumente definido como a festa da confraternização universal, a festa da democracia social e racial, que une e iguala a todos: brancos e pretos, ricos e pobres. Esta pressuposta universalidade da festa, capaz de destruir as diferenças e desigualdades culturais internas, de unificá-las e de promover a integração social, possibilitou sua conversão em símbolo da identidade nacional. (ARAÚJO, 1996, p. 19)

A relação entre o carnaval e o município do Rio acontece desde 1840, com a alta sociedade carioca começando a realizar bailes de carnaval. Com influências dos festejos europeus, com muita bebida, comida e ritmos típicos como a quadrilha. Nas ruas das cidades, milhares de foliões aproveitavam o entrudo - festa popular portuguesa em que pessoas fantasiadas jogavam umas nas outras, limões, água, farinha, etc. Algumas décadas após, começaram a surgir os primeiros cordões carnavalescos cariocas, embalados por muitos elementos da

cultura negra e indígena. Os blocos e as escolas de samba foram criados por intermédio dessas duas manifestações. Em 1935, as escolas de samba do Rio de Janeiro foram reconhecidas pelo prefeito Pedro Ernesto, recebendo o nome de Grêmio Recreativo Escola de Samba (GRES) e entram na programação oficial da cidade, passando a desfilar na Avenida Rio Branco. A partir de 1961 começa a venda de ingressos para público e arquibancadas são instaladas para melhor desfrute dos desfiles pelos pagantes. Vinte e três anos depois, a Passarela Professor Darcy Ribeiro, popularmente conhecida como Sambódromo da Marquês de Sapucaí e projetada pelo arquiteto Oscar Niemeyer foi inaugurada.

Podemos observar que o carnaval não é apenas um feriado prolongado para viajar, ficar livre da correria cotidiana ou se divertir com as festas de rua. Carnaval brasileiro é qualificado como bem cultural imaterial protegido pelo Instituto de Patrimônio Histórico, Artístico e Nacional – IPHAN, um bem imaterial e a maior manifestação cultural popular do Brasil. O feriado também é um dos mais impactantes do país, responsável por movimentar boa parte da economia em setores como turismo, influenciando positivamente no cenário econômico geral do Estado e Município pelo resto do ano, assim como o Réveillon.

No setor de turismo, a festa possui uma grande influência no alcance de metas financeiras, uma vez que o feriado atrai inúmeros turistas de dentro e fora do país. O evento carnaval associado ao verão carioca, é a maior atração turística do Brasil, movimentando grande número de pessoas, rede hoteleira, trabalhos temporários e ainda auxiliando outras regiões do país, considerando que muitos destes turistas permanecem mais alguns dias, após o feriado, para conhecer outras cidades.

Embora sejam sempre mencionadas como de vital importância, as políticas culturais ainda não recebem, na prática, atenção equivalente à de outras políticas sociais, mesmo tendo a mesma importância. Nos governos locais isso ocorre de forma muito pontual. Na maioria dos municípios brasileiros, a cultura simplesmente é ignorada ou tratada de forma secundária, servindo até para trocas eleitoreiras, segundo Faria e Nascimento (2000). A grande exceção a essa tendência ocorre por ocasião das festas populares, principalmente pelo potencial desses eventos de trazer ganhos financeiros para as localidades.

A importância e o peso econômicos de comemorações turísticas são sempre apontados como positivos. No entanto, o carnaval vai além de um atrativo turístico, seus domínios vão além

dos impactos econômicos, como por exemplo a representatividade e resistência que tem na cultura e no social.

O setor do comércio é um dos mais beneficiados pela festividade ao se tratar do desenvolvimento da economia. Com os desfiles de escolas de samba e os blocos de rua, a economia gira desde a alta procura por materiais para a preparação de fantasias à estruturação detalhada para melhor receber os turistas.

Cada centavo investido no carnaval gera um retorno muito maior, ou seja, a falta de investimento desperdiça uma grande oportunidade de captação de recursos financeiros para a cidade. A análise histórica da relação entre as festas carnavalescas e os governos mostra que foi bastante dinâmica, ora cordiais ora bastante conflituosas, entretanto o carnaval sempre resistiu.

Na gestão municipal de Marcelo Crivella, podemos perceber que se estabeleceu uma relação conflituosa com a referida festividade, indo além dos interesses políticos. Inúmeros episódios posteriores a eleição do então prefeito construíram sua fama de inimigo do carnaval. Episódios estes: ausência em reuniões oficiais para discutir e divulgar os números da folia; ausência na cerimônia de entrega das chaves da cidade ao Rei Momo; redução dos subsídios com justificativas que não se concretizaram e/ou infundadas; o embate sem argumentos plausíveis, com os blocos de rua; a tentativa arbitrária de transferir a administração do Sambódromo para o Estado; divulgação de falsos valores gastos com o carnaval; inquérito civil instaurado pelo Ministério Público do Rio de Janeiro, para apuração de improbidade administrativa do prefeito e do presidente da RioTur, devido a problemas ocorridos na cidade durante a passagem de blocos de carnaval; a tentativa de transferência e concentração dos blocos no bairro da Barra da Tijuca; entre outros. A prefeitura (2017-2020) tentou através de políticas públicas destruir a matriz do carnaval brasileiro – o carnaval da cidade do Rio de Janeiro. A retirada da subvenção foi um ato criminoso contra a identidade cultural carioca.

Em termos cronológicos, há uma relação antiga entre o carnaval e a administração pública, passando por períodos de democracia à ditadura militar. As políticas culturais sofreram alterações, processos eram extintos, ajustados ou continuados de acordo com as demandas das novas diretrizes de governo. Fatores como implementação de políticas de investimentos nesta festividade popular, além de fortalecer a identidade cultural, o sentimento de

pertencimento e os laços comunitários, podem ter conexões territoriais em diferentes escalas (locais, regionais e nacionais). Sendo assim, essas políticas são de suma importância no aspecto econômico para a gestão, pois tal festividade gera recursos para a própria máquina governamental, provenientes de diversas áreas, que futuramente serão investidos em serviços fundamentais à população. Os limites temporais deste estudo compreenderão os documentos e medidas originados a partir de 2017 até 2020. O trabalho foi elaborado através de um levantamento bibliográfico de diversos autores que abordam o tema durante esse período, além de uma pesquisa de campo com diversas questões para entrevistados profissionais de diferentes áreas do carnaval e assim ter dados qualitativos importantes para o estudo.

A justificativa estabelecida é que diante de toda nossa análise feita sobre as explicações das autoridades, as quais alegam que o município apresenta um déficit de bilhões no erário e, consequentemente, faz-se necessário uma redução de investimentos na festividade, ou seja, no carnaval, para que os recursos sejam aplicados nos serviços básicos, como saúde, educação, segurança, dentre outros, de certa forma é conflitante, pois uma política adequada de investimentos na área cultural propicia recursos econômicos essenciais para que a máquina governamental consiga cada vez mais prestar de forma eficiente os serviços públicos, que constituem os Direitos e Garantias Fundamentais estabelecidos pela Constituição Federal de 1988.

Em sua campanha à reeleição, do então prefeito defendeu mais uma vez que a prefeitura colocava todo ano R\$ 70 milhões no carnaval da cidade e que sua gestão não gastou nem um centavo com a festa. Equivocada declaração vinda do chefe do Poder Executivo Municipal. A prefeitura investiu em torno de R\$ 79,6 milhões no carnaval durante os quatro anos de gestão. Essa informação pode ser verificada no portal Rio Transparente, sob a rubrica de “Projeto Carnaval”. Outra declaração improcedente, afirmou que parte desse valor não investido na folia foi transferido para creches. Entretanto essa atividade não é registrada, assim não é possível checar a transação de uma fonte para outra no portal de transparência.

Através do tópico Revisão Bibliográfica o artigo apresenta as visões de autores como: Lessa, Simas, Prestes Filho e outros, que abordam sobre política cultural, uma área que tem uma importância significativa e que precisa ser dada a devida atenção quando se tratar de

políticas públicas. A administração pública na área cultural não recebe, usualmente, o tratamento sistemático e contínuo que é dado a outras áreas. Assim, políticas culturais, tomadas isoladamente, não conseguem atingir o plano cotidiano, e as políticas de cultura no Brasil não têm obtido articulação entre as esferas necessárias para que seus resultados sejam efetivos na área.

Carnaval é gasto ou investimento para o Estado? Através do problema analisado sobre a falta de investimentos no carnaval carioca, o objetivo geral, como já citado anteriormente, é analisar de forma abrangente a problemática da ausência de uma política de investimentos no carnaval carioca.

Os objetivos específicos são: identificar o impacto da influência que a cultura do carnaval carioca, com suas diversas etnias, fomenta para ter uma implementação adequada de políticas públicas que visam incentivar a área cultural, acarretando um impacto econômico de forma positiva e assim gerando recursos para o Governo; apontar e avaliar o impacto na economia quando há esses respectivos investimentos no carnaval, ou seja, o que esse evento propicia de retorno, seja cultural como também recursos econômicos para serem investidos em serviços públicos; e ressaltar a importância econômica do carnaval, como fonte de renda, geração de emprego e recursos econômicos fundamentais para a Gestão Municipal.

Essa manifestação cultural multisectorial, que envolve empenho de setores públicos e privados para a eficiência da administração de seus recursos, investimentos, arrecadações e para atender à demanda de seus consumidores. É uma indústria que opera 365 dias no ano, movimentando ao longo de todo o período, o comércio nacional e internacional, além de sustentar inúmeras famílias. Ademais, é geração de emprego e em larga escala, não somente do ponto de vista da economia criativa, mas da mão de obra especializada. Através dessas vertentes abordadas tentaremos esclarecer para alguns cidadãos que ainda acreditam que o carnaval é apenas um gasto inútil e desconhecem a verdadeira relevância e dimensão do evento.

Esta é uma pesquisa muito em voga durante a gestão municipal do ex-prefeito, tendo em vista que o carnaval é uma das duas maiores fontes de receita para o Rio de Janeiro.

Espera-se com a pesquisa contrapor os conceitos de investimento e gasto e encontrar contraprovas que esse grande evento contribui favoravelmente para a manutenção e desenvolvimento da cidade carioca, seja aquecendo a economia ou incentivando o turismo.

## 2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

A Economia da Cultura para ser melhor definida se divide em duas vertentes. A primeira como um ramo da Economia que se dedica a pensar nos impactos econômicos do setor cultural como um todo. A segunda como aspectos substantivos dos bens e serviços dos mercados culturais. São aspectos não ligados apenas a valores econômicos em stricto sensu, mas também à disseminação da diversidade cultural, de identidades e do bem-estar social, de acordo com o vídeo da Rádio Arquibancada, exibido em julho de 2020.

O grande desafio para o setor cultural brasileiro é encontrar métricas adequadas para demonstrar os impactos sobre o produto econômico e sobre o bem-estar socioeconômico que as atividades culturais geram. Valores que, em dado momento, podem parecer subjetivos demais, como a diversidade, a identidade e a capacidade de pensar no outro, são também valores econômicos. A primeira grande dificuldade do nosso campo está ligada à produção de números e indicadores em uma perspectiva de comparação com outros setores econômicos. E um segundo desafio é pensar na diferença entre valor e preço.

Em cada região do país, podem ser listadas festas que envolvem milhares de pessoas trabalhando para o consumo de milhões de brasileiros e de turistas. Dentre essas festas, o destaque vai para o carnaval, festa anual tradicional que é preparada ao longo de quase todo o ano em diversas cidades brasileiras. Carnaval é geração de empregos e oportunidades de trabalho em diferentes setores da economia, aumentando o movimento do comércio, estimulando o turismo e a formação de novos negócios. Corroborando, destaca-se segundo a Fundação Getúlio Vargas de Projetos (2015):

O carnaval da cidade do Rio de Janeiro gera cerca de 250 mil novos empregos a cada ano, movimentando cerca de US\$ 1 bilhão e atraindo 900 mil turistas. O impacto indireto do carnaval em todo o país ativa não apenas o setor do Turismo, como também o âmbito da hotelaria; os mercados de bebidas e alimentação, de

música e de audiovisual [...] o carnaval configura hoje nessas cidades um mercado próprio, com o poder de atrair patrocinadores e investidores, o que movimenta negócios ao longo de todo o ano em locais como a Cidade do Samba, no Rio de Janeiro. Apresentações de grupos itinerantes por inúmeras cidades do país e do exterior são também exemplo dessa movimentação econômica e de pessoas. (FGV PROJETOS, 2015, p. 114)

Após a pesquisa realizada por Luiz Casarin, sob análises empíricas de dados disponibilizados pelo IBGE de Contas Regionais, da ANP de produção e refino de petróleo e arrecadação de royalties, orçamentos públicos do Tesouro Nacional e Ipeadata, avaliou que o Rio de Janeiro foi o estado que menos cresceu nas últimas 3 décadas, ainda que a sua economia seja a segunda maior da federação brasileira. O setor industrial é a principal atividade econômica do Estado, e isto significa cerca de 46 % do Produto Interno Bruto – PIB, 53% oriundos do comércio e serviços, e outros 7% da agricultura.

Dessa maneira é impraticável negar que o carnaval contribua significativamente para manter o Estado funcionando durante todo o ano, impulsionando o comércio e serviços.

No Brasil, é recente o interesse pela economia da cultura, não obstante a diversidade sociocultural do país, com o que isso significa como potencial. Importante ação para ampliar o conhecimento sobre a produção cultural brasileira foi a elaboração do Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2003-2005 (SIIC, 2007). Os números e dados sobre o impacto que essa economia gera na gestão municipal envolvendo empresas, setor público e pessoal envolvido, expressam a concepção sobre o significado da cultura no Brasil.

“Não há como negar a relevância do carnaval para a economia. Só as escolas do grupo especial do Rio de Janeiro geram mais empregos e renda que muitas empresas.” (LESSA, 2011).

A sociedade e a gestão pública ainda não conseguem enxergar o carnaval como indústria ou cadeia produtiva, o tanto de pessoas e profissionais imbuídos que trabalham o ano inteiro, mas não tem condições de fazer planejamento para ter incentivo público.

Em 2019, a Prefeitura do Rio de Janeiro divulgou em seu site oficial um vídeo informativo que

propagava uma informação errada, na qual dizia que o gasto com as escolas de samba do grupo especial custaria aos cofres públicos a quantia de 70 milhões de reais. Uma informação deturpada. Esse valor é o custo do carnaval de todo o Estado do Rio de Janeiro.

A prefeitura repassou para cada escola do grupo especial o valor de R\$500 mil reais, o que dá um total de 7 milhões de Reais, número equivalente a 0,002% do orçamento do Rio.

De acordo com o Portal da Transparência, a agência de publicidade PROPEG Comunicação recebeu, no ano passado, mais recursos do município do que todas as escolas de samba do Grupo Especial, juntas.

Podemos identificar uma crítica por Boni através de artigos e entrevistas publicados na Revista da Beija-Flor, retratando a falta do devido conhecimento, por parte das autoridades, para a importância cultural das escolas de samba. A partir disso, ele aborda os aspectos de infraestrutura, produção e comercialização sob a lógica do carnaval como espetáculo. Esta abordagem está exposta conforme Revista Beija-Flor (2013):

É uma pena que as autoridades pensem pequeno e entendam o carnaval apenas como um evento turístico. Não é: o carnaval é uma manifestação cultural popular e legítima. E as Escolas de Samba, em especial, precisam de investimentos. O desfile das Escolas, em si, é tão somente o fecho de um esforço humano brutal e de um amor descomunal pelo evento. Não sou chauvinista e não tenho preconceito contra artistas internacionais. Mas escorre grana grossa dos cofres públicos e dos anunciantes para pagar “shows” milionários de invasores culturais, enquanto se ouve besteiras do calibre de que “o dinheiro da subvenção doado às Escolas de Samba dá para fazer um razoável desfile”. Dá para fazer??? Que é isso? Tem que haver verba para fazer, de verdade, o maior espetáculo da Terra e as Escolas já provaram que têm capacidade para isso. Nada contra um “Rock in Rio”, do competente e empreendedor Medina, um Steve Wonder, Lady Gaga, Madonna ou qualquer grupo e cantores de fora. Mas são espetáculos sem qualquer cunho de cultura local, absolutamente inferiores e apagados perto da criatividade, da importância, da magnitude e do brilho das Escolas de Samba. (RBF, 2013, p. 48)

É procedente a crítica a respeito de despreparo e falta vontade política de autoridades no que se refere às escolas de samba. Entretanto, não se pode negar que há investimentos públicos significativos na produção da festa, apesar dos objetivos predominantemente turísticos. Cabe discussão se tais investimentos são de fato suficientes. Segundo Revista Beija-Flor (2014):

Para fazer o que precisa ser feito e não para “o que dá para fazer” é necessário que o poder público reavalie a sua política de investimentos e passe a priorizar nosso carnaval. Vamos acabar com a conversa fiada e, em detrimento do lixo cultural estrangeiro, vamos dar prioridade ao que é bom e autenticamente brasileiro. Atualmente, as Escolas estão correndo atrás dos enredos vendidos para patrocinadores, para garantir a produção do desfile e a sobrevivência do carnaval. É um risco incrível para a degeneração do espetáculo. Em alguns anos, essa prática autofágica levará as Escolas de Samba a consumir o restante da carne magra e da pele seca que esconde seus problemas. (RBF, 2014, p. 49)

O carnaval movimenta muitos setores ligados ao turismo como alimentação, transportes e hotelaria e por essa razão, costuma receber grandes investimentos do poder público.

No Rio de Janeiro investimento da prefeitura foi de R\$ 13,5 milhões apenas na capital. Além de verba pública, a cidade também arrecada verba através de patrocínios e parcerias com a iniciativa privada, como cervejarias. Mesmo com o ensejo favorável que o carnaval traz para o investimento privado, não sugere que governos não devam cooperar, de acordo com o historiador, vereador e presidente da Comissão Especial “Carnaval é Direito” Tarcísio Motta, publicado em sua rede social em junho de 2019. Na opinião de Luiz Felipe Ferreira, coordenador do Centro de Referência do Carnaval da Universidade Estadual do Rio de Janeiro – UERJ, “o investimento público deveria ser redirecionado para a infraestrutura da cidade, a segurança, a organização do sambódromo, o receptivo de turistas e a decoração”. “O poder público tem total prioridade em relação à educação, à saúde e à segurança. Mas a gente não pode se esquecer que o nosso país depende cada vez mais de atividades econômicas que vão trazer receita para poder investir em todos os setores. Um deles é o carnaval”, argumenta Guedes em entrevista para o site ‘Os Fatos’. A seguir a validação da Fundação Getúlio Vargas de Projetos, 2015:

Há impactos diretos (hospedagem, alimentação e bebidas, transporte local, passeios e atrativos e compras) e indiretos (indústria fornecedora de insumos, treinamento, imobiliário, hospitais, entretenimento e logística) na economia. Em 2018, foram criados mais de 70 mil postos de trabalho, gerando uma arrecadação de impostos de R\$ 179 milhões, sendo R\$ 77 milhões de ISS para o Rio de Janeiro, de acordo com dados de uma pesquisa da FGV contidos na edição de 2019 da revista “Ensaio Geral – Informativo Oficial da LIESA”. Entre os turistas, 88% foram brasileiros, que tiveram uma permanência média de 6,6 dias e gastaram R\$ 280,32 por dia (média). Já os 12% de estrangeiros, ficaram mais dias e gastaram mais também: 7,7 dias, com gasto médio de R\$ 334,01. (FGV PROJETOS, 2015, n.p.)

Os ensaios técnicos também compõem os números do carnaval, consoante a Fundação Getúlio Vargas de Projetos, 2015:

[...] Eram realizados no período anterior ao carnaval, atraíam um público de dezenas de milhares de pessoas para assistir a uma espécie de “prévia” do desfile. Por mais de 15 anos em que o evento foi realizado, contribuiu (e muito) para movimentar a economia (formal e informal) carioca. Os ensaios foram suspensos em 2018, retomados no ano passado, mas em 2020 deixaram de ocorrer novamente. (FGV PROJETOS, 2015, n.p.)

O orçamento pode ser discutido, incluindo o repasse para a Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro – LIESA. Mas uma questão que não é divulgada: o orçamento da cidade para a folia não é pago integralmente pela prefeitura, a maior parte sempre foi paga pela iniciativa privada, como as cervejarias. Carnaval é parte fundamental da administração pública, podendo sua receita ser utilizada em vários setores da cidade, pagamento de servidores e outros investimentos.

Hoje, para muitos autores que debatem sobre a economia da cultura, tais como Luiz Carlos Prestes Filho, Luiz Antônio Simas, Leandro Valiati, Carlos Lessa, entre outros, o carnaval está sendo analisado como uma ótima transação comercial, que movimenta bilhões de reais por todo Brasil. Um exemplo, são os números e dados alcançados no carnaval de 2017 por um dos principais palcos do carnaval no Brasil, o Rio de Janeiro. É uma cadeia produtiva

impactante na economia, pois gerou cerca de R\$ 3 bilhões em 2017, segundo dados divulgados pela Empresa Pública de Turismo do Rio de Janeiro – RioTur, no mesmo ano. Ratificando, segundo Alves (2017):

Mais uma vez o carnaval provou porque é o maior produto turístico do Rio. Nossa cidade encanta pela beleza natural, simpatia, povo hospitalar e, como não falar, o astral desta festa maravilhosa. A cidade se preparou para receber o turista e tivemos 1,1 milhão deles espalhados por praias, pontos turísticos, blocos, palcos e Marquês de Sapucaí. Este carnaval gerou para a cidade aproximadamente R\$ 3 bilhões. (ALVES, 2017, n.p.).

O carnaval sempre provocou grandes divergências políticas. Outra discrepância que envolve a composição do festejo e a sua democratização. Um evento que faz parte da cultura carioca e que tem uma grande importância, que seguramente pode ser inserido em meio a política de Estado, e não de Governo. Torna-se importante identificar a política de investimentos através de estudos que englobam essa área, pois é possível perceber que quanto mais há investimentos de forma equilibrada, o retorno de recursos será benéfico para serem utilizados nas prestações dos serviços que a sociedade demanda. O carnaval modifica a estrutura da cidade, a vida do cidadão, então é uma questão de política pública e econômica, não esquecendo que o empenho da sociedade nesse curso é indispensável; assim política pública é algo crucial e está acima de gostos e crenças pessoais; ela deve existir e ser cumprida, independente do gestor. A máquina governamental do Rio de Janeiro beneficia-se com o carnaval, pois podemos considerar o mesmo como um agente importante da economia local e cabe ao gestor público assegurar os interesses da administração pública e do coletivo.

Esse evento associado ao samba são as maiores culturas populares nacionais e não são exploradas devidamente por falta de apoio e entendimento do poder público. Assim, entra em ação o empreendedorismo. Essa vertente deve ser melhor cultivada, e para exemplificar temos a AMEBRAS – Associação de Mulheres Empreendedoras do Brasil é uma agregação que capacita pessoas para a cadeia produtiva do carnaval desde 1998, gerando renda para inúmeras famílias durante o ano inteiro produzindo artigos de diversos usos que são vendidos para turistas; e o Grupo Ami7 – que exporta o carnaval do Rio de Janeiro e de São Luiz – MA para a Argentina. Além de realizar a famosa Carnavália Sambacon, uma feira de

franquias e exposições de fornecedores. Feiras de exposição são importantes para reduzir gastos com exportações de matérias primas, além de pensar no carnaval como negócio, ajudando na busca de alternativas como reciclagem de materiais e oferta de espaço para parceiros mostrarem seus produtos. As feiras mesmo que famosas, ainda são tímidas e muito corporativas. Uma estratégia seria planejar uma feira de carnaval como se planeja a feira de livros. A feira do carnaval tem potencial para ser a maior feira de todas as feiras, mas precisa ser profissional e não uma feira de um grupo fechado. De acordo com o debate realizado pela Rádio Arquibancada em junho de 2020, no qual estavam presentes representantes da Amir7 e da AMEBRAS, deve haver uma organização com empreendedores para obter respeito do mercado de trabalho externo, com agenda de negócios e políticas de fomento definidas e independentes, além de uma bolsa de incentivo. Não há capitalização, não há meios oficiais de arrecadar receitas com essa indústria e com o turista ao longo do ano inteiro, mesmo havendo demandas.

O economista Carlos Lessa enriqueceu a discussão ao estudar a economia do carnaval carioca e afirmar que a evolução dos desfiles representa um grande exemplo de como uma criação da cultura popular pode evoluir da esfera não-mercantil para a centralidade da indústria de serviços de lazer em massa do Rio de Janeiro. Atualmente não há dúvidas acerca da transformação do carnaval em um grande negócio, existindo três aspectos dessa realidade merecedores de destaque. (FIGUEIREDO, 2012, n.p.)

Políticas públicas em diversas áreas culturais, mais precisamente no carnaval, têm papel fundamental para o crescimento econômico e social. Governos que chegam ao poder e que tem como um dos objetivos reduzir investimentos nesta área para compensar o rombo no erário, fruto de governanças passadas irresponsáveis, desviando recursos públicos para finalidades pessoais, além de gestões corruptas que propiciaram o quadro deficitário, pode ser entendida como um erro. Como percebemos, essas medidas devem ser tomadas visto que além de financiar a cultura e a expressão popular, são rentáveis e ajudam ao governo a prestar serviços públicos com qualidade.

O economista e ex-presidente do BNDES Carlos Lessa, em um estudo realizado em 2002 sobre as implicações econômicas do carnaval, afirma que “o principal centro gerador de emprego e renda do desfile carnavalesco – Cidade do Samba/barracões – é o lugar onde uma

estrutura quase empresarial planeja e implementa uma sequência de tarefas complexas e encadeadas (Cadeia Produtiva do Carnaval), (Lessa, 2002 *apud* Prestes-Filho *et al*, 2007).

Existe uma ampla e extensa cadeia produtiva da economia do carnaval, e em um estudo feito a pedido do SEBRAE/RJ, há grande demanda sobre a fornecedores de materiais para dar vida as alegorias e fantasias, como ferragens, tecidos, isopor, plástico, etc. além de gerar muitas oportunidades de trabalho em especialidades diversas.

Segundo a Secretaria Municipal de Turismo – RioTur, o carnaval de 2020 gerou 3,2 bilhões de reais para a economia carioca. É incerto afirmar quanto desse montante se transformou em taxas e tributos que inflam o erário, mas presume-se que serviços como transporte por aplicativo, hospedagem, alimentação – geradores diretos de tributos para o município através do ISS (Imposto Sobre Serviços) – ultrapassem os 70 milhões dispendidos pela Prefeitura do Rio.

Figura 1 – Investimentos e Arrecadação Prefeitura do RJ

<b>Ano</b>	<b>Investimento</b>	<b>Arrecadação</b>
<b>2017</b>	R\$ 30 milhões	R\$ 3 bilhões
<b>2018</b>	R\$ 20 milhões	R\$ 3 bilhões
<b>2019</b>	R\$ 13,5 milhões	R\$ 3,7 bilhões
<b>2020</b>	R\$ 14 milhões	R\$ 3,2 bilhões

Fonte: RioTur, (2017-2020)

Diante da percepção dos autores analisados que demonstraram o impacto econômico que o carnaval provoca na economia, para que o governo execute as políticas públicas é necessário ter a criatividade de gerar inúmeras receitas para a obtenção dos recursos para o financiamento de tais medidas. Com as políticas definidas e os recursos arrecadados, o desafio que se tem é garantir que esses recursos sejam destinados corretamente e que sejam aplicados de maneira eficiente, buscando atingir os objetivos definidos pela política.

Outro aspecto relevante é que o valor aplicado em cultura, urbanização, transporte,

educação, saúde e demais setores, é definido pelo poder legislativo. Se porventura a prefeitura decidisse em não investir no carnaval, teria de encontrar outra área na cultura para empregar o dinheiro.

Em síntese os questionamentos que devem ser feitos acerca deste assunto são:

## **2.1 A IMPORTÂNCIA DO CARNAVAL**

O carnaval brasileiro pode ser estudado por diversos prismas: a cultura, a festa, o entretenimento, o turismo e o impacto econômico. Falamos de educação quando os enredos das escolas de samba, inclusive as mirins, levam ao público as histórias e estórias muitas vezes desconhecidas. Falamos de difusão cultural, quando a comunidade se junta ao turista para cantar o samba-enredo; e falamos de impacto econômico diretos (a quem o turista paga diretamente) e indiretos (salários e fornecedores) que proporcionam renda, arrecadação de impostos e criação de empregos. Esses são alguns dos benefícios, que vão muito além do simples entretenimento.

O estado do Rio de Janeiro não entra em colapso financeiro em virtude do retorno monetário que cinco eventos culturais que ocorrem anualmente, que além de impostos geram renda e emprego. Esses eventos são: carnaval, Réveillon, Anima Mundi, Game XP e Feira Literária Internacional de Paraty – FLIP.

## **2.2 ORÇAMENTO**

Após cortes financeiros, já mencionados, foi desenvolvido pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) um programa denominado “Rio de Janeiro a Janeiro” demonstrando uma metodologia que permitiu mensurar dados como esses e comprovar que o retorno financeiro de um evento cultural vai muito além do investido. Lançado pelo Ministério da Cultura no último trimestre de 2018, o programa visa contribuir para a revitalização econômica do estado e município por meio do apoio à realização de eventos capazes de atrair investimentos e turistas.

O estudo mostra que a cada real investido em eventos do programa, resultou em um retorno

de R\$13. Desse modo, corrobora para desmistificar o que a prefeitura justificou sobre os cortes. Medir impacto econômico é um fator que envolve amplo conhecimentos nas esferas socioculturais, provando o quanto significante é esse estímulo econômico, como mostra a Figura 1.

### 2.3 PROJETOS SOCIAIS E EMPREGABILIDADE

A AMEBRAS desde 2003, com a colaboração do até então prefeito Luiz Paulo Conde e da RioTur, está localizada no Sambódromo e recebe uma gama de turistas com o projeto “Carnaval e Cidadania”. Nesse espaço, há exposições de fantasias na qual o visitante tem acesso; há exibições de vídeos com os desfiles e bastidores do espetáculo; além de projetos sociais ligados ao carnaval. Há também um quiosque com vendas de produtos artesanais (*souvenires*) dos artistas do carnaval que produzem ao longo do ano, fora de um barracão de escola de samba. Com esse projeto simples, o turista se sente agraciado por conhecer um pouco da estrutura e leva consigo um pedacinho do carnaval, e o artesão consegue seu sustento.

Para que se produza um espetáculo deste porte, são necessários uma diversidade de mão de obra, como engenheiros, arquitetos, designers, cenógrafos, entre outros profissionais do setor acadêmico, trabalham lado a lado com costureiras, artesãos, ferreiros, pintores e escultores elevando a festa ao patamar de maior espetáculo da Terra, assim a AMEBRAS nesse quesito oferece oportunidades de capacitação, qualificação e inserção no mercado de trabalho que não se limitam apenas à folia, mas são aproveitados também em outros segmentos como tv, teatro, abertura de eventos como as Olimpíadas.

Fotos desses produtos confeccionados pelos artesãos estarão no Anexo 2.

Em 2000, foi publicado um estudo realizado pela Social Democracia Sindical - SDS, intitulado “Indústria do Carnaval no Rio de Janeiro”, referente ao evento daquele mesmo ano. Esse estudo teve foco sobre a geração de renda e criação de postos de trabalho, como forma de subsidiar programas de intermediação de vagas de emprego e qualificação profissional da Central de Apoio ao Trabalhador, entidade mantida pela SDS. Foi constatado que as escolas tiveram uma receita de R\$74,1 milhões. Assim, pode-se considerar que a cadeia produtiva do

carnaval é mais abrangente se considerar os direitos autorais, de imagem, de arena, das políticas públicas de incentivo e tecnológicos.

## 2.4 CARNAVAL DE RUA

O carnaval de rua também tem seu espaço e valor. De acordo com Rita Fernandes, presidente da Associação Independente de Blocos de Carnaval de Rua da Zona Sul, Santa Teresa e Centro da Cidade do Rio de Janeiro - Sebastiana, quer provar que o carnaval dialoga com a cidade e constantemente defende que o desenvolvimento da cidade está diretamente ligado ao carnaval.

Há 14 anos, a Sebastiana promove anualmente um encontro chamado “Desenrolando a serpentina”, no qual seus objetivos são debater sobre o carnaval, cidade e empreendedorismo, além de atividades recreativas e minicursos. A Sebastiana também defende a criação de um marco regulatório transformando o carnaval em política de Estado e não de governo, desse modo alguns dos problemas existentes já teriam sido sanados e haveria uma estrutura bem mais desenvolvida e alinhada.

A questão que nos resta, por fim, é o que, de fato, torna-se a nova fronteira ou limite global que se perpetra sob o tecido social e que implica na revalorização de certos tipos culturais. Em suma, na lógica do capitalismo, a discrepância com que determinadas culturas produzidas na metrópole são tratadas diante das políticas públicas de financiamento reafirmam sua constante relação com os aspectos econômicos da sociedade e reforçam a ideia de uma cultura, ainda que não mais vista diretamente sob o prisma da hegemonia, mas incentivada por órgãos de administração dominantes.

## 3. METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

### 3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA: QUANTO A NATUREZA, AO OBJETIVO E A ABORDAGEM DO

## PROBLEMA

Em conformidade com Gil (2002), as pesquisas de campo têm como objetivo proporcionar maior proximidade com o problema, com intuito a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Desse modo o universo de pesquisa será composto por duas etapas. A primeira com análise literária e a segunda com pesquisa de campo na qual serão entrevistados profissionais de diferentes áreas do carnaval na Cidade do Samba do Rio de Janeiro, pesquisadores do tema e os foliões. Pesquisas realizadas pelo Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR, constataram que no período da folia, há um comportamento típico dos festejos, porém a caracterização de eficiência e de excesso, depende de múltiplas variáveis do contexto da situação psicológica dos indivíduos e dos estímulos específicos recebidos, ou seja, depende do investimento em diversos setores.

Em uma pesquisa qualitativa, não há a necessidade de utilização do processo de amostragem probabilística, nem mesmo um grande número de entrevistados (GIL, 2010; APPOLINÁRIO, 2006; MALHOTRA, 2006). Assim, a seleção da amostra é não probabilística, estipulada por acessibilidade, sem uso de procedimentos estatísticos intrínseco apesar de a amostra selecionada ser inerente ao universo carnavalesco com atuação no ambiente carioca e em relação à experiência de profissionais e foliões.

### 3.2 PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS

#### 3.2.1 LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO

Para cumprir os objetivos realizou-se inicialmente um levantamento bibliográfico através de livros, matérias de jornais, revistas e sítios da internet, além de artigos publicados, com o intuito de apresentar a Economia da Cultura, explorando este assunto um pouco mais a fundo e expondo sua relevância, uma vez que este conceito não é de conhecimento de todos no país. Assim, tendo a disposição um conteúdo de embasamento teórico que permita análise da relação entre Economia da Cultura e o carnaval. Em seguida, uma análise bibliográfica através de artigos ou revistas publicadas pela LIESA e pela Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro - RioTur, assim como entrevistas com profissionais envolvidos

com as escolas de samba, com o desfile no sambódromo e foliões.

A coleta de informações terá origem com a revisão de literatura em livros, periódicos, mensagens eletrônicas, trabalhos de dissertação e teses, pesquisa documental, anotações pessoais, dentre outras fontes bibliográficas.

Optou-se pelo tratamento e análise dos dados qualitativos por meio da análise de conteúdo. De acordo com Bardin (1977), a análise de conteúdo é:

Um conjunto de técnicas de análise de comunicação visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens (BARDIN, 1977, p. 42).

### **3.2.2 INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS**

O instrumento de pesquisa será formado por um questionário semiestruturado com perguntas específicas, ou seja, de caráter qualitativo, de acordo com a ocupação de cada entrevistado, e como o investimento público no carnaval interfere diretamente na execução de suas tarefas. Assim oferecer, sobre cada assunto, um estímulo para que as respostas às perguntas, sejam comparáveis (BABBIE, 1995).

O convite para participação na pesquisa deste artigo foi realizado por meio de mensagens eletrônicas e presencialmente durante o carnaval 2020.

O questionário constará no Anexo 1.

### **3.2.3 POPULAÇÃO A SER PESQUISADA**

Foram selecionados 06 participantes, dos quais 04 são profissionais do carnaval, 1 folião que teve sua vida transformada positivamente pelo carnaval através da inclusão social e um folião aleatório. Todos aceitaram o convite para participar da entrevista online realizada

individualmente.

### 3.3 PROCEDIMENTOS PARA TABULAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

As ferramentas utilizadas para análise dos dados foram o Excel 2019 e o Google Forms.

## 4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O período da coleta ocorreu entre os meses de agosto e setembro de 2020 de forma *online* em consequência da pandemia de COVID-19 ter impossibilitado os encontros presenciais e a pesquisa de campo nos barracões da Cidade do Samba.

Os dados foram comparados e analisados através de recursos computacionais, como gráficos. Foram avaliados os aspectos que mudaram com a intervenção da gestão municipal anterior e os resultados posteriormente tabulados e analisados com literatura existente e confrontados com ações e medidas da respectiva gestão.

O padrão de validação utilizado baseou-se nas respostas recebidas aos questionários e dados fornecidos abertamente pela impressa.

Ao realizar este tipo de pesquisa, o intuito é selecionar pessoas capazes de oferecer informações pertinentes sobre o tema pesquisado, dispondendo como base a sua vivência. Van Kaam (1959), estabelece seis critérios que devem ter para a seleção dos participantes: a) habilidade para se expressar facilmente com palavras; b) habilidade para perceber e expressar seus sentimentos e emoções sem vergonha ou inibição; c) habilidade para expressar as sensações orgânicas que acompanham esses sentimentos; d) experiência relativamente recente com a experiência que está sendo estudada; e) interesse espontâneo na própria experiência; e f) habilidade para escrever ou reportar-se a respeito do que estava ocorrendo anteriormente nesse período.

Ao optar por uma determinada estratégia devido a recurso enfraquecido, os profissionais do carnaval levam em consideração as ameaças em seu ambiente. A análise dos recursos e as qualidades dos desfiles e cortejos são relevantes para o impacto econômico. Observa-se que

todos os entrevistados possuem grande experiência na área e em seus históricos constam trabalhos em diversos níveis do carnaval, com no mínimo 09 anos de atuação e com diferentes gestores municipais. Além disso, todos estão envolvidos no processo de criação em suas respectivas escolas/blocos.

Foram utilizados os principais elementos expostos no referencial teórico da pesquisa para a construção do roteiro aplicado como orientador da entrevista.

A análise de conteúdo foi concretizada pela frequência de respostas semelhantes (método de dedução de frequência) ou análise por categorias temáticas.

Para a análise exploratória dos dados quantitativos, foram questionários fechados, preenchidos e leitura das sugestões feitas pelos entrevistados; a contagem de frequência de dados foi utilizada para identificar as informações mais citadas pelos entrevistados e a estatística descritiva, como exemplo, a distribuição percentual de respostas para cada propriedade e o grau de importância atribuído pelos entrevistados as propriedades em cada item.

A pesquisa apresentou uma razoável quantidade de dados sobre o carnaval carioca, na visão dos profissionais. Os dados revelam informações importantes a serem consideradas pelas políticas públicas, uma vez que o carnaval é uma fonte de receita e fortalecimento da cultura local.

#### **4.1 TABULAÇÃO DE DADOS**

A transcrição de cada entrevista foi adicionada individualmente no software, depois codificada e, por fim, analisadas. O próprio software gerou relatórios automáticos, possibilitando a criação de gráficos e interpretação. De acordo com Quivy e Campenhoudt (2005):

Descrever os dados de uma variável equivale a apresentar a sua distribuição com a ajuda de quadros ou gráficos, mas também a exprimir esta distribuição numa medida sintética. O essencial desta descrição consiste, pais, em pôr bem em evidencia as características da distribuição da variável. (QUIVY; CAMPENHOUDT,

2005, p. 12)

#### 4.2 GRÁFICOS

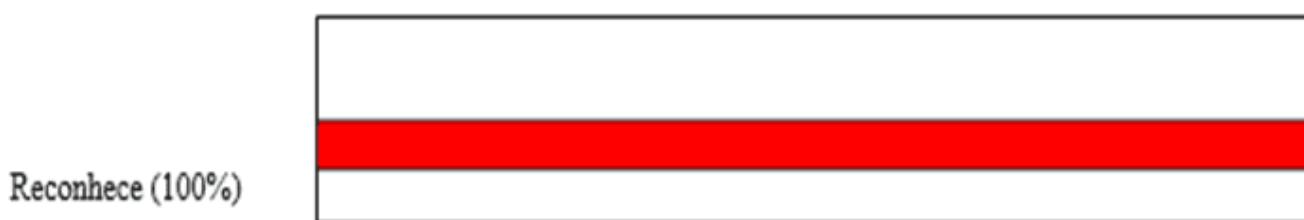
Da interpretação dos dados da pesquisa foi possível identificar o nível de entendimento dos participantes acerca do carnaval. Dos dados da coleta inseridos no Excel 2019, foram extraídos dos resultados e fórmulas automáticos, na forma de gráficos que se encontram discriminados a seguir:

Figura 2 – Percentual de participantes que reconhecem a importância econômica do evento



Fonte: *O autor*, (2020)

Figura 3 – Percentual de participantes que reconhecem a importância das escolas de samba para a comunidade



Fonte: *O autor*, (2020)

Figura 4 – Percentual de participantes que acreditam que o poder público deveria apoiar e investir no evento



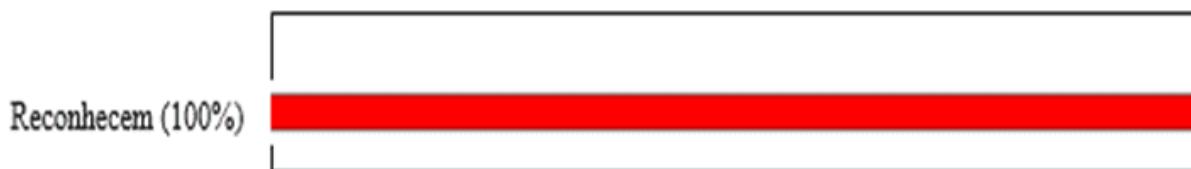
Fonte: *O autor, (2020)*

Figura 5 – Percentual de participantes que avaliam como deveriam ser a origem dos recursos



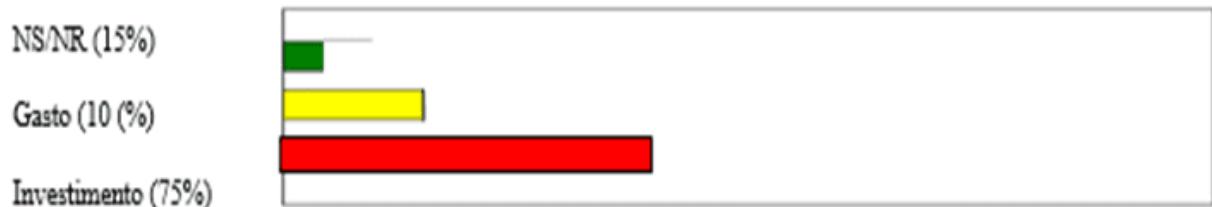
Fonte: *O autor, (2020)*

Figura 6 – Percentual de participantes que reconhecem o aumento da taxa de empregos, informal, formal ou temporário, como consequência do evento



Fonte: *O autor, (2020)*

Figura 7 – Percentual de participantes que reconhecem o recurso utilizado no carnaval como gasto ou investimento



Fonte: *O autor, (2020)*

#### 4.3 ASPECTOS DA ANÁLISE

A pesquisa demonstrou com clareza o pensamento dos profissionais quanto à sua participação no carnaval do Rio de Janeiro. É unânime o reconhecimento da importância das escolas de samba, do carnaval da Sapucaí, e dos blocos de rua, principalmente por se constituírem na vitrine e na imagem do carnaval do Rio de Janeiro.

- A importância econômica – Empregabilidade: O carnaval no Rio de Janeiro é uma indústria complexa e capilarizada de empregos formais e informais. A maioria é, de fato, sazonal, mas a produção dos eventos de grande porte, em particular os desfiles das escolas de samba, geram empregos durante todo o ano, como é o caso dos artistas e técnicos que trabalham nos barracões. Gera empregos para a classe com baixa renda e classe média, além de promover aprendizado outras profissões e ofícios podendo estes se tornarem e trabalharem como costureiras, bordadeiras, ferreiros, cozinheiras entre muitos outros dentro de barracões, quadras de escolas de samba e no mundo; profissionais estes que trabalham durante o ano inteiro no processo de criação e produção intensa para levar à Avenida fantasias, alegorias e toda a infraestrutura.
- A importância cultural é imensa, uma vez que a principal vocação da cidade é o turismo. Sendo o carnaval carioca uma atração de notória fama internacional, é de se concluir que seja uma das maiores fontes de retorno financeiro, de imagem e de marketing do Rio de Janeiro. Dentro desse contexto é notório que há forte integração social entre indivíduos de várias comunidades e classes sociais. Além de oferecer cursos profissionalizantes nas oficinas e plataformas, abrangendo as áreas de educação, saúde, gastronomia entre tantos outros. Não podendo esquecer de mencionar a campanha intensa de inclusão social e projetos de reciclagem. A comunidade é o carnaval. Sem a engenharia social do carnaval (termo cunhado pelo economista Carlos Lessa) seria impossível a realização da festa. Através do Carnaval a comunidade excluída social e economicamente afirma sua identidade. Quanto mais a engenharia é realizada, mais possibilidade de fortalecimento das atividades carnavalescas.

A Covid-19 – as escolas de samba foram cruciais para a comunidade, uma vez que mesmo fora da época do carnaval as escolas de samba arrecadaram alimentos e distribuíram diversas cestas básicas pelas comunidades, além de fabricarem máscaras entre outros itens para uma melhor saúde de todos. A maioria dos entrevistados acreditam que a pandemia trará sérias consequências para o carnaval nos próximos anos.

Quem mais sofrerá, afetivamente e economicamente com a não realização do carnaval serão as escolas de samba. Porém, por terem raízes comunitárias vão sobreviver; não permitindo a paixão e o ideal morrerem, contando com o apoio extraoficial do Jogo do Bicho. Hotéis, restaurantes, empresas de transporte e de turismo que nunca investiram no Carnaval serão severamente prejudicados.

- O poder público e o carnaval – O grau de participação do poder público no evento varia conforme a personalidade do chefe do executivo. Mas, até o início da gestão do ex-prefeito, sempre houve um entendimento de que o dinheiro aplicado no carnaval carioca era um investimento de grande retorno, tanto financeiro (para qualquer um que investisse) como também para a imagem da cidade como um todo e há mais de uma década, todas as gestões têm participado, de uma forma ou de outra, desses investimentos. Analisando a postura pessoal do ex-prefeito Marcelo Crivella, a diminuição do investimento do município no carnaval, o recrudescimento nas exigências burocráticas e os argumentos dados para tais atitudes (que geralmente não são fundamentadas ou inverossímeis), tudo leva a crer que o ex-chefe do executivo do município coloca opiniões pessoais e seus dogmas religiosos acima dos interesses e do bem-estar geral dos cidadãos do Rio de Janeiro, deixando de ter uma visão mais abrangente da potência que é o carnaval. A gestão carioca, independente do gestor, precisa olhar para a festividade como um negócio rentável. Fora do Rio de Janeiro, cidades como São Paulo, já aprenderam a olhar para a folia como um tesouro que pode multiplicar, em vez de cortar investimentos, trabalham com carta de crédito, movimentando vários nichos da economia, o que infelizmente não ocorre no meio carioca.

O poder público ainda não compreendeu a leitura da Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval. Sem essa leitura os artifícios não poderão ser eficientes. Nos últimos anos, a gestão de Marcello Crivella, perdeu grandes oportunidades para melhor estruturar a festa. O ex-prefeito, através de sua gestão, tentou estrangular economicamente todas as escolas de samba.

A redução dos subsídios tem reflexos negativos, como explicado neste artigo. Mas a força e o poder inventivo provenientes das escolas de samba demonstram que o carnaval resiste e vai resistir. O “Jogo do Bicho”, mais uma vez foi um dos importantes apoiadores nesse período, não abandonando as escolas de samba nem as comunidades. Os eventos dos últimos anos demonstraram profissionalismo e grandiosidade.

O carnaval é uma ferramenta para o poder público e empresarial potencializar o desenvolvimento econômico e social, colaborando positivamente para a realização de políticas no campo da indústria, comércio, educação, esporte, cultura, turismo e segurança.

- Parcerias com o setor privado – No caso dessa política pública municipal perdurar, deveria haver um aumento nas parcerias das entidades envolvidas com o setor privado, campanhas de financiamento coletivo, reengenharia dos personagens envolvidos em busca de redução de custos e soluções criativas, além de ouvir os profissionais do carnaval.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O carnaval é amor, paixão, garra, inteligência e sabedoria! O carnaval do Rio de Janeiro representa o Brasil porque faz parte da formação cultural do povo excluído, vilipendiado e massacrado pela elite branca, racista e preconceituosa. O evento é a prova de que o povo sabe impor seus valores. O povo do carnaval é o povo que inventou o Brasil.

O poder público não apoia e a iniciativa privada não consegue sustentar por um longo período de forma isolada. O Estado, em conjunto com a iniciativa privada devem unir-se, oficializar, capitalizar e estruturar todo o processo da indústria do carnaval. O retorno financeiro é para a cidade, logo o poder público não deve isentar-se de sua responsabilidade, ou seja, quando se deixa de investir em carnaval o impacto no comércio, na economia e no turismo são visíveis.

No entanto, mesmo que os atuais gestores municipais tenham opiniões ou planos de ação específicos sobre a festividade, acredita-se que muito se tenha que fazer no sentido de que estes cumpram seus deveres que competem ao cargo com a excelência e competência, compreendendo a folia como oportunidade de crescimento.

Outras pesquisas se fazem necessárias no que diz respeito ao papel da gestão pública aos desafios de encarar o carnaval como parte integrante na arrecadação de verba para investimentos de outras áreas, e não apenas uma festa de rua e também no que se refere sobre geração de empregos/trabalhos formais e informais ao longo do ano.

O carnaval se mantém como um evento de importância crucial, tanto para a economia, como para cidade e comunidades cariocas que encontram neste período boa parte de seus sustentos durante o ano inteiro.

## 6. REFERÊNCIAS

A CULTURA NA ECONOMIA BRASILEIRA. FGV Projetos, Rio de Janeiro, n.23, 2015. Disponível em: <<https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/pdf.pdf>>. Acesso em: 09 maio 2019.

ABIHRJ. Site da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Rio de Janeiro. A plataforma que reúne informações sobre empresas de hospedagem com sede e estabelecimentos no Estado do Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://abihrj.com.br/>>. Acesso em: 05 out. 2019.

APPOLINÁRIO, F. Metodologia da ciência: filosofia e prática de pesquisa. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

ARAÚJO, R. de C. B. de. Festas: Máscaras do tempo: entrado, mascarada e frevo no carnaval do Recife. Recife: Fundação de cultura cidade do Recife, 1996.

BABBIE, E. R. The practice of social research. Belmont: Wadsworth Pub. Co., 1995

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARREIRA, Gabriel. Veja o que é #FATO ou #FAKE em vídeo do horário eleitoral de Crivella sobre o carnaval no Rio. O Globo, Rio de Janeiro, 09 out. 2020. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/fato-ou-fake/veja-que-fato-ou-fake-em-video-do-horario-eleitoral-de-crivella-sobre-carnaval-no-rio-1-24686360>>. Acesso em: 14 nov. 2020.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

CAMPOS, A. C. Crivella diz que déficit nas contas da prefeitura chega a R\$ 3 bilhões em 2017. Agência Brasil, Rio de Janeiro, 03 fev. 2017. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-02/crivella-diz-que-deficit-nas-contas-da-prefeitura-chega-r-3-bilhoes-em-2017>>. Acesso em: 19 set. 2019.

CANCLINI, N. G. As culturas populares no capitalismo. São Paulo: Brasiliense, 1982.

CARNAVAL deve injetar R\$ 4 bilhões na economia do Rio de Janeiro neste ano. IG Economia, 21 fev. 2020. Disponível em: <<https://economia.ig.com.br/2020-02-21/carnaval-deve-injetar-r-4-bilhoes-na-economia-do-rio-de-janeiro-neste-ano.html>>. Acesso em: 20 abr. 2020.

CARNAVAL é direito. Comissão especial com a finalidade de analisar a relação e as responsabilidades entre o poder público municipal e o carnaval, Rio de Janeiro, dez. 2019.

CARNAVAL movimentou R\$ 3,78 bilhões na economia do Rio de Janeiro. Revista Exame, Rio de Janeiro, 11 mar. 2019. Disponível em: <<https://exame.com/economia/carnaval-movimentou-r-378-bilhoes-na-economia-do-rio-de-janeiro/>>. Acesso em: 11 out. 2019

CASARIN, L. O. B. Economia do Rio de Janeiro: senso comum e agenda de desenvolvimento. In: 1º PRÊMIO SEFAZ-SEDEIS FINANÇAS PÚBLICAS E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. Rio de Janeiro, 2009.

CIDADE DO SAMBA. Site da Cidade do Samba. A plataforma que reúne informações sobre os barracões das agremiações do Grupo Especial e da LIESA. Disponível em: <<http://cidadedosambarj.globo.com>>. Acesso em: 11 out. 2019.

CONTAS RIO. Site da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. A plataforma para divulgação de informações sobre as contas públicas do município. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/web/contasrio/>>. Acesso em: 13 nov. 2020.

DAMATTA, R. O carnaval como rito de passagem. In: Ensaios de antropologia estrutural. Petrópolis: Vozes, 1973.

EMBRATUR. Site do Instituto Brasileiro de Turismo. A plataforma para divulgação e informações sobre planejamento e implementação de ações promocionais de comércio de produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior. Disponível em: <[http://www.embratur.gov.br/piembraturnew/opencms/salalimprensa/artigos/arquivos/Carnaval\\_e\\_alegria\\_que\\_gera\\_emploi.html](http://www.embratur.gov.br/piembraturnew/opencms/salalimprensa/artigos/arquivos/Carnaval_e_alegria_que_gera_emploi.html)>. Acesso em: 23 jan. 2020.

FARIA, H.; NASCIMENTO, M. E. do. Desenvolvimento Cultural e Planos de Governo. São Paulo:

Pólis, 2000.

FIGUEIREDO, João. Carnaval, a força econômica da cultura. Administradores.com, 03 fev. 2012. Disponível em <<https://administradores.com.br/artigos/carnaval-a-forca-economica-da-cultura>>. Acesso em: 12 abr. 2020.

GALDO, Rafael. Leia a íntegra da entrevista com Boni, o homenageado da Beija-Flor de Nilópolis. O Globo, Rio de Janeiro, 09 jan. 2014. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/carnaval/leia-integra-da-entrevista-com-boni-homenageado-da-beija-flor-de-nilopolis-11433250>>. Acesso em: 07 jun. 2019.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

IFec RJ. Site do Instituto Fecomércio de Pesquisas e Análises. A plataforma para divulgação e informações sobre análises e pesquisas econômicas empresariais e de consumidores. Disponível em: <<http://www.fecomercio-rj.org.br/categorias/pesquisas-com-consumidores>>. Acesso em: 15 abr. 2020.

KRIPPERNDORF, J. Sociologia do Turismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LESSA, C. A economia do lazer e o nascimento da indústria cultural de massa. In: CAVALCANTI, M.C.; PRESTES FILHO, L.C. Economia da Cultura: A força da indústria cultural no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: E-papers, 2002. p.141-152.

LIESA. Site da Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro. A plataforma para divulgação e informações sobre carnaval e desfile do grupo especial. Disponível em: <<http://liesa.globo.com>>. Acesso em: 10 out. 2019.

LINS, H. N.; RIBEIRO, K. S. Produção do carnaval em escolas de samba: ensaio à luz do debate sobre economia da cultura. Textos de Economia, Florianópolis, v.18, n.1, p.37-59, jan./jun.2015.

LOPES, C. A.; MALAIA, Maria C. B. T.; VINHAIS J. C. Administração em Escolas de Samba: os bastidores do sucesso do Carnaval carioca. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, n.6, 2009. Rio de Janeiro. Anais [...]. Rio de Janeiro: SEGet, 2009.

MACEDO, Aline. Prefeitura faz propaganda defendendo fim do dinheiro público no carnaval. Jornal Extra, Rio de Janeiro, 07 jun. 2019. Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/extra-extra/prefeitura-faz-propaganda-defendendo-fim-do-dinheiro-publico-no-carnaval-23725423.html>>. Acesso em: 10 nov. 2020.

MACIEIRA, Alexandre. Mais de 94% dos turistas estrangeiros que vieram para o carnaval carioca voltariam ao Rio. Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, 07 mar. 2017. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/web/guest/exibeconteudo?id=6793494>>. Acesso em: 13 out. 2018.

MAGALHÃES, Luís Ernesto. Crivella corta do carnaval, mas investimentos em saúde e educação caíram. O Globo, Rio de Janeiro, 12 mar. 2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/crivella-corta-do-carnaval-mas-investimentos-em-saude-educao-cairam-23514766>>. Acesso em: 20 out. 2019.

MALHOTRA, N. K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

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

MOREIRA, D. A. O método fenomenológico na pesquisa. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.

NOGUEIRA, Ítalo. Crivella deve manter distância de festa durante Carnaval. Folha de São Paulo, Rio de Janeiro, 12 dez. 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/02/1858131-crivella-deve-manter-distancia-de-festa-durante-carnaval.shtml>>. Acesso em: 13 out. de 2019.

PRESTES FILHO, L. C. Cadeia produtiva da economia do carnaval. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

PRESTES-FILHO, L.C; *et al.* Relatório Técnico do Estudo da Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval. Rio de Janeiro, 2005. Estudo encomendado pelo SEBRAE/RJ em parceria com a Associação Comercial do Rio de Janeiro.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Luc Van. Manual de investigação em Ciências Sociais. Departamento de Sociologia da Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 4<sup>a</sup> ed., Gradiva, out. 2005.

REVISTA DA BEIJA-FLOR. Rio de Janeiro n. 12, 48-49 p., fev. 2013

RIO DE JANEIRO A JANEIRO. Pesquisa de impacto socioeconômico. Brasília: FGV, 2018. Disponível em: <<http://www.riodejaneiroajaneiro.com.br/index-impacto.php>>. Acesso em: 09 set. de 2019.

RIO recebeu mais de 700 mil turistas durante o carnaval. Jornal de Brasília, 22 fev. 2020  
Disponível em:  
<<https://jornaldebrasilia.com.br/brasil/rio-recebeu-mais-de-700-mil-turistas-durante-o-carnaval/>>. Acesso em: 10 out. 2019.

RIOTUR. Site da Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro. A plataforma para divulgação e informações sobre execução da política de turismo delineada pela administração municipal. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/riotur>>. Acesso em: 05 out. 2019.

RODRIGUES, José Augusto. Antropólogo e Ex-Diretor de Eventos da RioTur. Entrevista concedida em 09 abr. 2009. Rio de Janeiro: 2009.

ROESCH, S. M. A. Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SANTOS, F. B. P. dos. Estado, política cultural e manifestações populares: a influência dos governos locais no formato dos carnavais brasileiros. 2008. Dissertação (Mestrado em Administração Pública e Governo) - Eaesp/FGV, São Paulo.

SEBASTIANA - Site da Associação Independente dos Blocos de Carnaval de Rua da Zona Sul, Santa Tereza e Centro da Cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro. A plataforma para divulgação e informações. Disponível em: <<http://www.sebastiania.org.br/>>. Acesso em: 05 out. 2020.

SEMINÁRIO A IMPORTÂNCIA DO CARNAVAL CARIOCA, 2017, Rio de Janeiro. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social - Museu Nacional - UFRJ.

TESI, Rômulo. Prefeitura do Rio lança campanha contra dinheiro público para o carnaval. Setor 1, São Paulo, jun. 2019. Disponível em: <<https://setor1.band.uol.com.br/prefeitura-do-rio-lanca-campanha-contra-dinheiro-publico-pa-ra-o-carnaval>>. Acesso em: 10 out. 2019.

Van KAAM, Adrian. Phenomenological analysis: exemplified by a study of the experience of "really feeling understood". *Journal of Individual Psychology*, v. 15, p. 66-72. 1959.

VIEIRA, M. M. F. Por uma boa pesquisa (qualitativa). In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. Pesquisa qualitativa em administração. Rio de Janeiro: FGV, 2004, p. 13-28.

## ANEXO 1

Questionário aplicado: A importância econômica do carnaval

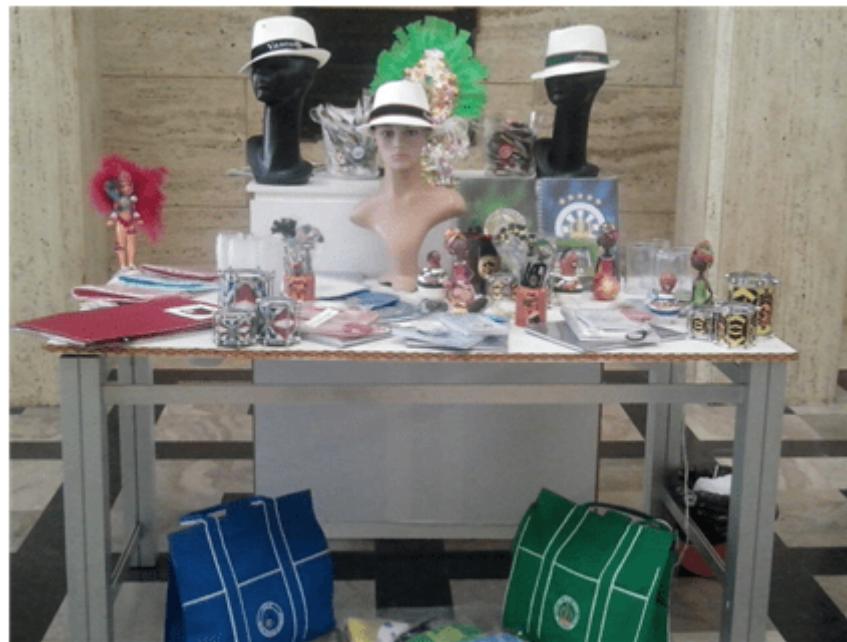
Disponível em:  
[https://docs.google.com/forms/d/11JMb-0QQf5W8\\_nwczvgzekBpUdYXHNmBE6k00ZtS7R8/closedform](https://docs.google.com/forms/d/11JMb-0QQf5W8_nwczvgzekBpUdYXHNmBE6k00ZtS7R8/closedform)

## ANEXO 2

Produtos confeccionados pelos artesãos da AMEBRAS

Figura 8 – Produtos de carnaval

## Carnaval Carioca: ausência de investimentos e sua importância para a gestão municipal



Fonte: *Divulgação AMEBRAS, (2019)*

Figura 9 – Produtos de carnaval



Fonte: *Divulgação AMEBRAS, (2019)*

Figura 10 – Produtos de carnaval



Fonte: OBCAR, (2019)

<sup>[1]</sup> Graduando em Administração Pública, Universidade Federal Fluminense – UFF.

<sup>[2]</sup> Graduanda em Administração Pública, Universidade Federal Fluminense – UFF.

<sup>[3]</sup> Orientadora.

Enviado: Janeiro, 2021

Aprovado: Março, 2021