

# O SAMBA-ENREDO COMO PATRIMÔNIO MUSEALIZADO:

## UMA ANÁLISE DE SUA UTILIZAÇÃO PELO TURISMO NAS COMUNIDADES DETENTORAS

*por*

***Alessandra Siciliano de Araujo,***

*Curso de **Mestrado** em Museologia e Patrimônio*

*Linha 02 – Museologia, Patrimônio Integral e desenvolvimento*

Dissertação de Mestrado apresentada ao  
Programa de Pós-Graduação em Museologia  
e Patrimônio – PPG-PMUS (UNIRIO/MAST)

O presente trabalho foi realizado com apoio  
da Coordenação de Aperfeiçoamento de  
Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) –  
Código de Financiamento 001

Orientadora: Elizabete de Castro Mendonça

*UNIIRIO/MAST - RJ, Fevereiro 2023*

**FOLHA DE APROVAÇÃO**

**O SAMBA-ENREDO COMO**

**PATRIMÔNIO MUSEALIZADO:**

Uma análise de sua utilização pelo Turismo nas  
comunidades detentoras

Alessandra Siciliano de Araujo

Dissertação de Mestrado submetida ao corpo docente do Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio, do Centro de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO e Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST/MCT, como requisito final para a obtenção do grau de Mestre em Ciências, em Museologia e Patrimônio.

**Aprovada por**

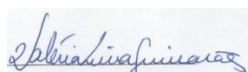


**Prof(a). Dr(a).** \_\_\_\_\_

Nome do membro interno

Prof(a). Dr(a). Luisa Maria Gomes de Mattos Rocha

(PPG-PMUS UNIRIO/MAST)



**Prof(a). Dr(a).** \_\_\_\_\_

Nome do membro externo

Prof(a). Dr(a). Valéria Lima Guimarães

(UFF)



**Prof(a). Dr(a).** \_\_\_\_\_

Nome do orientador

Prof(a). Dr(a). Elizabete de Castro Mendonça

(PPG-PMUS UNIRIO/MAST)

**Rio de Janeiro, 2023**

**Dados internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)**

SA663s Siciliano de Araujo, Alessandra  
O samba-enredo como patrimônio musealizado: uma  
análise de sua utilização pelo Turismo nas  
comunidades detentoras / Alessandra Siciliano de  
Araujo. -- Rio de Janeiro, 2023.  
110

Orientadora: Elizabete de Castro Mendonça.  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do  
Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação  
em Museologia e Patrimônio, 2023.

1. Patrimonialização do Samba-Enredo. 2. Turismo  
de Base Comunitária . 3. Análise da utilização do  
samba-enredo pelo turismo. I. de Castro Mendonça,  
Elizabete , orient. II. Título.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, que guiou meus passos até aqui. Ele sabe que fazer o mestrado era um sonho/desejo desde o final da minha graduação, mas certamente se eu tivesse feito naquela época não teria tido o mesmo aproveitamento que agora. Graças a ele, tudo ocorreu no tempo certo e eu não poderia estar mais satisfeita e grata por ter chegado até aqui.

Aos meus pais, que sempre me apoiaram em todas as minhas decisões e sempre incentivaram a cultura em mim desde criança, me levando a museus e passeios onde eu pudesse ter mais contato com muitos patrimônios importantes para o Rio de Janeiro e para o Brasil.

Ao meu marido, que foi a primeira pessoa que eu contei que estava pensando em voltar a estudar e tentar o processo seletivo de mestrado, ao qual ele me incentivou do início ao fim. Em todos os momentos que eu achei que seria muito pesado, principalmente na parte da pesquisa, ele tinha alguma palavra que recarregava as minhas energias e me dava força pra continuar. Além disso, me ajudou na prática, em algumas entrevistas, me acompanhando inclusive em uma delas. Foi um grande companheiro e apoio nessa jornada.

A todos os professores do Programa, que contribuíram para meu amadurecimento, aprendizado e conclusão do curso.

A minha grande amiga Mayara, que me ajudou quando eu decidi fazer o mestrado, quando eu não fazia ideia de como funcionava o processo seletivo e quais eram as etapas. Ela me deu uma luz que foi iluminando meu caminho até eu conseguir entrar para o Programa.

Ao meu amigo e professor Ivan Martins, que tirou tantas das minhas dúvidas nesse processo, principalmente as mais técnicas, além de fazer excelentes indicações que ajudaram no processo. Sempre atencioso e incentivador.

As minhas companheiras de jornada Fabiana e Helena, amigas da vida inteira, que independente das minhas escolhas estão sempre do meu lado. Agradeço sempre pela torcida pra tudo dar certo, pelo incentivo e alegria que elas compartilham a cada conquista minha.

A professora Camila de Moraes, minha orientadora da graduação, que me apresentou a área acadêmica e por causa dela eu pensei pela primeira vez em fazer o mestrado. Sem ela, talvez essa ideia nunca tivesse passado pela minha cabeça e eu ia achar impossível de conseguir chegar até aqui.

A Alexandra Durão, secretária do Programa, por sempre estar aberta e disposta a ajudar e sanar qualquer dúvida. Sempre muito gentil e atenciosa

Aos professores Valéria Guimarães, Luisa Maria Rocha, Luiz Carlos Borges e Daniel Reis por aceitarem fazer parte da minha banca de qualificação e defesa e participarem desse momento tão especial pra mim.

Por último, agradeço a minha orientadora, Elizabeth de Castro Mendonça, por todos os ensinamentos durante esses dois anos de trabalho e por toda a paciência a cada orientação. Sinto que entrei de uma forma e estou saindo de outra muito melhor, e isso com certeza se reflete no desenvolvimento da pesquisa ao longo do curso. Sou muito Grata a você, obrigada por tudo desde o início!

## RESUMO

DE ARAUJO, Alessandra Siciliano. 2023. **O samba-enredo como patrimônio musealizado: uma análise de sua utilização pelo turismo nas comunidades detentoras.** Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, UNIRIO/MAST, Rio de Janeiro, 2023. 119p. Orientadora: Elizabete de Castro Mendonça.

Este trabalho estuda o samba-enredo em seu processo de patrimonialização e sua utilização pelo turismo através do Carnaval, passando por questões históricas, sociais e culturais. O objetivo principal foi analisar se as atividades turísticas voltadas ao samba e ao carnaval realizadas nas Escolas de Samba da Grande Rio e Portela incluem as comunidades como protagonistas no processo de gestão e formulação da atividade turística. Esta pesquisa justifica-se pela transversalidade do samba como patrimônio nacional conhecido mundialmente, que se destaca tanto no campo da Museologia e Patrimônio, quanto no campo do turismo. A metodologia utilizada foi de natureza qualitativa e exploratória, com pesquisa bibliográfica relacionada ao tema e entrevistas semiestruturadas realizadas com importantes atores sociais desse cenário. Os resultados obtidos são baseados na análise de estudos de caso de projetos sociais e turísticos das Escolas de Samba apresentados, sob a ótica do Turismo de Base Comunitária, que, sendo realizado de forma mais consciente e sustentável, auxilia no empoderamento das comunidades dentro desses processos.

Palavras-chave: **Samba-Enredo; Patrimonialização; Turismo; Comunidade; Salvaguarda; Carnaval.**

## ABSTRACT

DE ARAUJO, Alessandra Siciliano. 2023. **O samba-enredo como patrimônio musealizado: uma análise de sua utilização pelo Turismo nas comunidades detentoras.** Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, UNIRIO/MAST, Rio de Janeiro, 2023. 119p. Orientadora: Elizabete de Castro Mendonça.

This work studies the samba-enredo in its patrimonialization process and its use by Tourism through Carnival, passing through historical, social and cultural issues. The main objective is to analyze whether the tourist activities aimed at samba and Carnival carried out in the Rio de Janeiro Samba Schools of Grande Rio and Portela, include communities as protagonists in the process of management and formulation of Tourism. This research is justified by the transversality of samba as a national heritage known worldwide, which stands out both in the field of Museology and Heritage, and in the field of Tourism. The methodology used was of a qualitative and exploratory nature, with bibliographical research related to the theme and semi-structured interviews carried out with important social actors within this scenario. The results obtained are based on the analysis of case studies of social and tourist projects of the Samba Schools presented, from the perspective of Community Based Tourism, which, by being carried out in a more conscious and sustainable way, helps in the empowerment of communities. against these processes.

Keywords: **Samba-Enredo; Heritage; Tourism; Community; Safeguard; Carnival.**

## **SIGLAS E ABREVIATURAS UTILIZADAS:**

**IPHAN** – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

**LIESA** - Liga Independente das Escolas de Samba

**FGV** - Fundação Getúlio Vargas

**SPHAN** - Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

**UNESCO** - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

**PNPI** - Programa Nacional do Patrimônio Imaterial

**CCC** - Centro Cultural Cartola

**FCP** - Fundação Cultural Palmares

**SEPPIR** - Secretaria Especial para Promoção da Igualdade Racial

**DIP** - Departamento de Imprensa e Propaganda

**UES** - União das Escolas de Samba

**SMDEIS** - Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Simplificação

**TBC** - Turismo de Base Comunitária

**ONGs** - Organizações não Governamentais

**MTUR** - Ministério do Turismo

**UERJ** - Universidade do Estado do Rio de Janeiro

**CEFET** - Centro Federal de Educação Tecnológica

**SWOT** - Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats

**FOFA** - Forças, Oportunidades, Franquezas e Ameaças



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

		Pág.
Figura 01	Cadeia de valor do Carnaval do Rio de Janeiro	70
Figura 02	Perfil do consumidor do Turismo de base comunitária	82
Figura 03	Interesses do turista	84
Figura 04	Elementos-chaves e critérios do Turismo de Base Comunitária	84
Figura 05	Elementos-chaves e critérios do Turismo de Base Comunitária na Portela e Grande Rio	86
Figura 06	Análise Swot ou FOFA dos projetos da Grande Rio e Portela	91
Figura 07	Cruzamento dos pontos da análise Swot ou FOFA	92
Figura 08	Quadro Forças x Oportunidades	92
Figura 09	Quadro Fraquezas x Oportunidades	93
Figura 10	Quadro Forças x Ameaças	93
Figura 11	Quadro Fraquezas x Ameaças	94

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
Cap. 1 SAMBA, PATRIMÔNIO IMATERIAL E MUSEU: CONCEITOS E PROCESSOS DE PATRIMONIALIZAÇÃO E MUSEALIZAÇÃO	6
1.1 Identidade do samba: construção de uma identidade de grupos ao longo do tempo	7
1.2 O Carnaval e o samba: das tradições nas ruas ao luxuoso desfile na Sapucaí	11
1.3 Patrimônio imaterial: reflexões e perspectivas no caso do samba	19
1.4 O Processo de Patrimonialização do Samba: o processo e seus desafios	24
1.5 Museu do Samba: um reduto dos sambistas cariocas	29
Cap. 2 A EXPLORAÇÃO DO SAMBA ATRAVÉS DO TURISMO E O IMPACTO NAS COMUNIDADES DETENTORAS	34
2.1 A popularização do samba: o Carnaval e suas diferentes formas de manifestação pelas camadas sociais	35
2.2 A mídia e o samba: a influência dos meios de comunicação no desenvolvimento e exploração do patrimônio	39
2.3 A turistificação do samba-enredo e Carnaval: como ambos se tornaram um dos principais atrativos turísticos nacionais.	44
2.4 Turismo de base comunitária: conceitos e desdobramentos	46
2.5 Desafios e potencialidades do TBC na atualidade	49
2.6 O empoderamento das comunidades: como ele pode ser obtido através do TBC	54
Cap. 3 EXPERIÊNCIAS DE TURISMO EM TORNO DAS ESCOLAS DE SAMBA E DO SAMBA-ENREDO PATRIMONIALIZADO	57
3.1 Pensando no Carnaval para além do espetáculo	58

3.2 ESTUDO DE CASO DE ESCOLAS DE SAMBA DO RIO DE JANEIRO E SEUS PROJETOS RELACIONADOS AO TURISMO E A COMUNIDADE	61
3.2.1 – Acadêmicos do Grande Rio e o Carnaval Experience: um produto turístico na cidade do Rio de Janeiro	61
3.2.1.1 Visita ao Carnaval Experience	64
3.2.2 – GRES Portela: o Portela Experience e seus eventos do Pós-Carnaval	65
3.3 ANÁLISE DOS CASOS ESTUDADOS	70
3.3.1 O Turismo de Base Comunitária e a análise dos projetos das Escolas de Samba70 cariocas sob sua ótica	
3.3.2 Análise SWOT dos Projetos Turísticos da Portela e Grande Rio	80
3.3.3 Possíveis cenários para as comunidades das Escolas de Samba	84
CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	91

# INTRODUÇÃO

## INTRODUÇÃO

O samba e suas matrizes são reconhecidas hoje como patrimônio imaterial brasileiro, mas o gênero musical sofreu diversas transformações até chegar a essa classificação. Nessa pesquisa, buscamos referências ao seu surgimento no Brasil, mais especificamente na cidade do Rio de Janeiro, quando foi trazido pelos escravos africanos, e era ser visto como uma forma de fuga e ao mesmo tempo de resistência frente à realidade da época. Desde de sua origem no Brasil, o samba serviu de alicerce para as camadas mais populares, principalmente após tentativas de perseguição e marginalização do mesmo no passado. Neste trabalho, será utilizado como objeto de estudo o samba-enredo patrimonializado pelo IPHAN como patrimônio imaterial brasileiro no âmbito do bem cultural das matrizes do samba (samba-enredo, samba de terreiro e partido alto), e sua utilização pelo turismo<sup>1</sup> através do Carnaval, passando por questões históricas, sociais e culturais.

O objetivo principal desta pesquisa é analisar a atividade turística direcionada ao samba e ao Carnaval, de duas Escolas de Samba, a Grande Rio e a Portela, para entender de que forma a comunidade é inserida nas formulações dos seus projetos turísticos com viés social e como ocorre sua participação na gestão dos mesmos. Pode ser visto aqui que o samba sempre pertenceu aos negros, seu povo de origem, mas que após a sua valorização pela elite, houve uma tentativa de embranquecimento, que ocorre até os dias de hoje. Por isso, vale ressaltar, que o samba é muito mais que um gênero musical, é um movimento de resistência, como veremos ao longo do trabalho. Os objetivos específicos consistem em: identificar a relação entre samba e processos de patrimonialização e musealização desse bem cultural, especificar como a popularização do samba e do Carnaval tornaram-se foco de utilização pela mídia e pelo turismo e mapear experiências que relacionam o turismo e a comunidade nas Escolas de Samba da Grande Rio e Portela, comparando-as sob a ótica do Turismo de Base Comunitária.

A escolha do tema diz respeito ao grande fascínio da pesquisadora pelo samba e a forma como suas letras nos contam histórias reais, além de funcionarem como protestos, abordando temáticas do cotidiano. Além disso, a graduação em Turismo agregou o conhecimento sobre até onde vai a utilização do patrimônio imaterial pela atividade turística, mostrando que por um lado pode ser vista como uma exploração do patrimônio,

---

<sup>1</sup> O turismo pode ser definido como o “conjunto de atividades, interações e relações temporárias entre turistas, residentes e mediadores (públicos e privados) estabelecidas em resposta às necessidades e desejos dos turistas e seus resultados no espaço recetor e emissor.” (BERNARDO, 2013, p. 15).

mas por outro pode ser ressignificada através da forma como as comunidades detentoras são inseridas nesse processo.

Como turismóloga, já tive a oportunidade de ver de perto a relação do turismo e Carnaval, através do meu trabalho na área. E justamente por ver esse “boom” que acontece nesse setor de serviços durante essa época, eu resolvi me aprofundar nas questões que vão além da celebração e do alto faturamento. A forma como muitos tours com essa temática é feita, na maioria das vezes não mostra nem 50% do que é o elemento mais importante e que deu origem ao grande evento: o samba-enredo e a comunidade envolvida. Portanto, acredito que a experiência como Turismóloga atuante no campo, me permitiu trazer para esta pesquisa uma visão a partir de uma ótica transversal acerca do samba como patrimônio musealizado e, além disso, minha passagem pelo Mestrado de Museologia e Patrimônio me permitiu ter um olhar mais apurado sobre o processo de patrimonialização, mas principalmente, me chamou a atenção para a necessidade e importância das comunidades nesse processo, pois sem elas, os bens intangíveis não seriam reconhecidos da mesma forma. E assim como no processo de salvaguarda, a atividade turística em torno deste patrimônio deve ocorrer de forma que busque a inclusão e autonomia dessas comunidades no processo e salvaguarda do samba-enredo. Portanto, a troca de experiências, visões e estudos a partir de diferentes áreas, me permitiu chegar até os resultados obtidos, que eu acredito que poderão contribuir para os estudos sobre o objeto em questão.

Este trabalho justifica-se pela transversalidade<sup>2</sup> sobre o samba como patrimônio nacional conhecido mundialmente, que se destaca tanto no campo da Museologia e Patrimônio, quanto no campo do Turismo. É importante ter um conhecimento mais amplo sobre outras formas de fazer turismo, como é o caso do Turismo de Base Comunitário (TBC), visto que as comunidades podem ser muito afetadas por ele, seja pela exclusão ou através do empoderamento<sup>3</sup> das mesmas. Além do que, ter os principais detentores do patrimônio imaterial envolvidos na atividade turística auxilia no processo de salvaguarda.

A partir disso, a principal questão que orienta a pesquisa é: Quais as transformações ocorridas nas comunidades detentoras do patrimônio musealizado do samba-enredo na cidade do Rio de Janeiro por meio da atividade turística? E levando em consideração a forte ligação entre o turismo e o Carnaval, parte-se do pressuposto de que a utilização do samba-enredo como patrimônio musealizado pelo turismo traz mudanças econômicas e

---

<sup>2</sup> Este termo se refere a concepções e práticas diferentes que atravessam diferentes espaços, aumentando o grau de comunicação intra e intergrupos. (Bordalo, 2006)

<sup>3</sup> Esse termo será trabalhado especificamente na seção 2.6: “O empoderamento das comunidades: como ele pode ser obtido através do TBC”

sociais na comunidade de origem, sendo ela a principal afetada no processo. Além disso, ao final da pesquisa serão analisados possíveis cenários de forma que a comunidade possa ser mais inserida nos projetos realizados com as Escolas de Samba e consigam alcançar um protagonismo dentro disso.

A metodologia utilizada foi uma abordagem qualitativa e pesquisa exploratória, com base no pressuposto apresentado anteriormente nesta introdução. Primeiramente foi feito um levantamento bibliográfico com revisão dos principais autores sobre o tema, além da análise de documentos oficiais sobre a patrimonialização e salvaguarda das matrizes do samba. O campo foi de extrema importância, principalmente na construção do terceiro capítulo, que mostra na prática exemplos de como o turismo é realizado em torno do samba-enredo e das Escolas de Samba. Além da observação, foram feitas 09 entrevistas semiestruturadas com atores sociais selecionados, como guias de turismo, responsáveis por projetos dentro das Escolas de Samba escolhidas, a historiadora responsável pelo Museu do Samba, dentre outros. Os estudos de caso escolhidos foram de projetos relacionados ao samba, a comunidade e ao turismo realizados em 2 Escolas de Samba do grupo especial do Carnaval carioca: Portela e Grande Rio. A escolha dessas duas se deve pelas seguintes razões: a Grande Rio, por ter sido pioneira num modelo de projeto de turismo estruturado nos barracões, que hoje serve de exemplo para muitas outras Escolas de Samba; e a Portela, pela sua preocupação em promover eventos e ações para além do período de Carnaval, além de envolver a comunidade na maioria deles.

No que diz respeito à estrutura, a dissertação foi dividida em três capítulos. No capítulo 1- *Samba, Patrimônio Imaterial e Museu: conceitos e processos de patrimonialização e musealização* são apresentadas questões sobre como se deu a história do samba no Brasil, seu processo de patrimonialização e as mudanças ocorridas após esse reconhecimento perante o Estado brasileiro. As matrizes do samba que foram patrimonializadas foram três (samba-enredo, samba de terreiro e de partido alto), mas no capítulo 1, já é possível perceber que há um foco no samba-enredo pelo seu contexto com o Carnaval, evento reconhecido mundialmente. Este capítulo traz fatos históricos que influenciaram na história do samba até ele chegar a ser considerado símbolo nacional, passando pelo Carnaval desde os seus primórdios e todas as transformações ocorridas ao longo do tempo. A questão do patrimônio imaterial e memória afetiva é trazida aqui, com destaque para o processo de patrimonialização do samba e criação de um espaço que hoje é reduto de sambistas da cidade do Rio de Janeiro: o Museu do Samba. No capítulo 2 - *A Exploração do Samba através do Turismo e o impacto nas comunidades detentoras*, é analisado o processo de transformação do Carnaval, que

era apenas de rua, para um desfile de grandes alegorias na passarela do samba e sua utilização através da atividade turística. Hoje, o evento é completamente institucionalizado, com órgãos responsáveis pela organização e venda dos ingressos. Esses fatores, dentre outros, são analisados nessa parte, sob a ótica de como a comunidade é inserida nesse cenário de espetacularização<sup>4</sup> de algo que veio do povo. Este capítulo se aprofunda na questão da popularização do samba por outras camadas da sociedade e o quanto isso foi usado para a construção de uma imagem positiva do gênero musical que antes era marginalizado. O capítulo mostra também a importância do papel da mídia e da televisão no Carnaval e os impactos positivos e negativos provenientes dela. Ao final do capítulo, será abordado o segmento do Turismo de Base Comunitária, que se opõe ao turismo de massa que é feito nessa época do ano, trazendo aqui uma nova perspectiva da atividade turística, mostrando que ela pode ser feita de uma maneira mais consciente e sustentável. Por fim, no capítulo 3 - *Experiências de Turismo em torno das Escolas de Samba e do samba-enredo patrimonializado*, trazemos exemplos de projetos relacionados ao turismo realizados pelas Escolas de Samba junto com as comunidades, mostrando uma maior preocupação com o aspecto social do turismo em torno do samba-enredo e do Carnaval. Neste capítulo, procuramos trazer o perfil de turista que busca ver este espetáculo, mas também aquele que deseja ir além, procurando um contato mais próximo da comunidade e uma experiência mais autêntica. Aqui são observados os casos do Carnaval Experience, produto turístico e social desenvolvido pela Grande Rio, onde o turista visita o barracão da Escola de Samba, tendo um contato mais próximo com o que vê nos desfiles. E o caso da Portela, que além de possuir um produto turístico bem parecido, tem algumas ações e eventos ao longo do ano que envolvem visitantes e comunidade. Ambos os casos serão analisados dentro dos critérios do Turismo de Base Comunitária e ao final do capítulo será possível visualizar novos cenários para a questão problema deste trabalho.

---

<sup>4</sup> O Carnaval se torna um espetáculo a céu aberto. Inicialmente era para o povo festejar nas ruas e passou a ser um desfile super produzido que atrai pessoas do mundo todo para assistir.



## **CAPÍTULO 1**

# **SAMBA, PATRIMÔNIO IMATERIAL E MUSEU: CONCEITOS E PROCESSOS DE PATRIMONIALIZAÇÃO E MUSEALIZAÇÃO**

# **1 CAPÍTULO – SAMBA, PATRIMÔNIO IMATERIAL E MUSEU: CONCEITOS E PROCESSOS DE PATRIMONIALIZAÇÃO E MUSEALIZAÇÃO**

## **1.1 Identidade do samba: construção de uma identidade de grupos ao longo do tempo**

O samba, gênero musical brasileiro caracterizado pela sua diversidade, teve grande parte da sua produção no Rio de Janeiro na região que ficou conhecida como “Pequena África”, onde estava localizada a famosa casa da Tia Ciata, na Cidade Nova (GONÇALVES, 2013). A expressão “Pequena África” teve origem a partir de uma afirmação do compositor Heitor dos Prazeres, que dizia que a Praça Onze era uma miniatura do continente africano, pois era onde a comunidade baiana vivia no Rio de Janeiro por volta dos anos 1870 (MOURA, 1995). O samba na sua forma urbana veio de lá, se espalhando por todo o território nacional. Das “Tias” baianas que moravam lá, Tia Ciata era a mais famosa, tendo sido imortalizada através das alas das baianas, presente em todas as Escolas de Samba até hoje.

A consolidação do samba como canção urbana e traço importante da modernidade cultural deve-se, segundo Jost (2015), a uma inteligência estratégica por parte desse grupo intelectual popular, os sambistas. Apesar de serem conhecidos por esta nomenclatura desde a primeira geração do samba, muitos, segundo o autor, não gostavam de serem denominados assim, pois havia uma aproximação do termo com a ideia de vadiagem e malandragem.

As novas produções eram feitas pelas classes populares da cidade, que eram descendentes de escravos. Por essa razão, as letras tinham muita influência sociocultural destas camadas populares. De acordo com Meirelles (2013), os bantos, primeiro grupo de africanos a virem para o Brasil, introduziram instrumentos musicais e estavam ligados às primeiras festas do samba em território nacional, ainda com uma essência mais folclórica e rural. No século XIX, o Rio de Janeiro, até então capital do país, era formado por escravos negros, e, segundo Meirelles, estes foram os responsáveis pelo desenvolvimento do samba como gênero musical na cidade. Vale ressaltar aqui, que essa forte ligação dos negros com o samba, influenciou durante muito tempo a imagem que o gênero musical tinha para o restante da população, principalmente para a elite, sendo marginalizado e até perseguido pelas autoridades.

A partir do século XX, reformas urbanísticas foram realizadas na cidade sob o comando do Prefeito Pereira Passos, com o intuito de “limpeza” de tudo que era considerado pelos idealizadores da reforma o oposto ao moderno. De acordo com Da Silva (2019), o objetivo principal era “empurrar” para longe a pobreza e o atraso, transformando a cidade esteticamente semelhante a uma metrópole europeia. Mas, essa separação de classes não ocorreu da forma que se esperava. Nem todo mundo se transferiu para o subúrbio, pois muitos tinham seus postos de trabalho localizados no centro, logo a alternativa encontrada foi se mudar para áreas periféricas, pela Cidade Nova ou até mesmo para as favelas.

Para Velloso (1990), além da renovação urbana e reestruturação do espaço geográfico, houve principalmente a tentativa de segregação dos pobres e subclasses, que acabou gerando uma união entre eles e a criação de um movimento de resistência cultural da população marginalizada, desenvolvendo aspectos da música, do samba e Carnaval na região da Cidade Nova, local que atraía muitos músicos e membros da classe média, como Mário de Andrade e Pixinguinha. E foi através do samba que essas pessoas encontraram uma forma de resistir aos movimentos contrários e se mantiveram vivos dentro da sociedade.

Assim como a cidade foi se transformando, o samba também sofreu modificações, com o surgimento de novas tecnologias, alcançando um nível de elegância e sofisticação em seu ritmo e letras, como destaca Cunha (2009). Segundo a autora, a remodelação urbana propiciou o surgimento de novos espaços de lazer e música, além de novos compositores e intérpretes, o que passou a despertar o interesse da intelectualidade brasileira. Dessa forma, o gênero musical que antes era discriminado pela maioria, começou a ser visto com outros olhos, chegando a se tornar um símbolo da cultura brasileira. Com essa questão das reformas e reconfiguração do samba atrelada as mudanças no território, é possível perceber a grande influência que o local exerce sobre as pessoas e o que elas produzem, e como o fato do samba estar inserido em diferentes lugares durante diferentes períodos refletia nas letras das músicas, nas suas narrativas e até nos seus intérpretes.

Percebe-se através dessas breves passagens pela história do samba, o quanto ele sempre representou uma camada popular que os governantes ora perseguiram, ora tentavam esconder e expulsar de seus locais de moradia. Quando a polícia começa a perseguir os negros, estes passam a fazer seu reduto nos morros, segundo Matos (1982), que passa a ser um símbolo para os sambistas e favelados, local livre das pressões cotidianas, da falta de dinheiro e da imposição do trabalho. O morro, assim

como abordado em inúmeras letras de samba, pode ter sido o grito de liberdade e revolução destas classes populares, que ao serem obrigadas a sair dos seus locais de origem, onde também já não se sentiam mais pertencentes devido as mudanças ocorridas, encontraram nesta alternativa uma nova identificação, tanto deles, quanto do gênero musical com o lugar. E assim, o morro passou a fazer parte das letras das músicas dos sambistas. Para Sodré (1998), esta era uma estratégia importante, de oposição à cultura dominante no Rio de Janeiro, por meio da construção de um imaginário das regiões marginalizadas para a cultura negra. A representação do morro no samba seria, portanto, uma afirmação diante do processo de segregação da identidade negra no espaço urbano e na economia vigente na sociedade.

Mas, esta situação mudaria com a urbanização, diversificação social, e principalmente através da industrialização, que levaria o samba a se expandir para outros espaços e para outras camadas da população, o que tornaria a música em produto comercial de consumo de massa, revelando-a assim, como afirma Paranhos (2003), uma mercadoria. O autor identifica alguns fatores que favoreceram este processo: o fato do samba, que era um bem de fruções coletivas alcançar estágios de produção e apropriação deste tipo, com fins comerciais; o desenvolvimento rápido da indústria fonográfica, que por ter como base a cidade do Rio de Janeiro, passou a atingir consumidores dos setores médios e de alta renda da sociedade; a mudança do rádio educativo para o rádio comercial, passando a ser o principal palco para lançamentos da música popular; a produção e divulgação do samba que foram assumidas por compositores e intérpretes brancos, o que antes era de predominância negra. Vale destacar este último ponto de Paranhos (2003), visto que o samba teve em determinado momento a necessidade de ser incorporado por outras classes sociais da população carioca, e para o autor, essa prática se caracterizava pelas trocas culturais contraditórias entre as classes populares e as classes médias.

O tratamento dado a este gênero musical e seus compositores mudou completamente após a ocorrência dos fatores citados por Paranhos (2003). Enquanto o samba não era visto como uma fonte de renda, que poderia ser explorada pelos governantes, era apenas um gênero musical dos negros, ao qual a maioria das pessoas não dava importância. Quando ele chega ao nível de ser comercializado, vemos uma mudança total no comportamento daqueles que julgavam este aspecto da cultura brasileira. Assim, o samba ia incorporando outras dicções e tonalidades, o que abriu caminho para se tornar um bem cultural representante do país e não apenas de um segmento específico. Estes novos tempos são bem retratados na música Verde e

Amarelo, interpretada por Orestes Barbosa e composta por J. Tomás, em 1932: Vocês quando falam em samba/ Trazem a mulata na frente/ Mas há muito branco e bamba/ Que no samba é renitente/ Não me falem mal do samba/ Pois a verdade eu revelo/ O samba não é preto/ O samba não é branco/ O samba é brasileiro/ É verde e amarelo.

No que tange a nacionalização do samba, pelos registros fonográficos, segundo Paranhos (2003), o que consta é que antes considerado apenas manifestações festivas, começou a ser designado como gênero musical específico durante a década de 1910, passando por transformações e incrementos na década de 20 e se tornando hegemônico na década de 30. Para Meirelles (2013), o que provocou a disseminação como gênero musical pelo Brasil foi a sua incorporação pelas rádios e gravadoras e a profissionalização, nas décadas de 20 e 30 do século XX, dos sambistas, em sua maioria negros e mestiços. A autora ainda aborda o interesse das indústrias culturais e a relação com o samba, que varia de acordo com o momento histórico. Ela destaca a cobertura do Carnaval carioca e dos desfiles das Escolas de Samba no Sambódromo, que passou a ser controlado pelo governo e pelas empresas privadas. Apesar desse controle exercido pelos governantes, algumas tradições e elementos da história de cada Escola de Samba<sup>5</sup> foram mantidos, com a presença daqueles que ajudaram em sua construção até os dias de hoje.

A partir daí, houve uma apropriação através de interesses financeiros pelo samba-enredo e Carnaval, levando a um processo de segregação da população originária do universo criado por eles. Um exemplo disso foi a construção da Cidade do Samba pela Prefeitura em 2005, onde passaram a se concentrar os barracões com boas acomodações e infraestrutura mais adequada para a produção e confecção das alegorias das Escolas, que desfilam no Carnaval carioca. A Liga Independente das Escolas de Samba (LIESA) é a responsável pela administração do Carnaval e da Cidade do Samba, papel que foi concedido pela Prefeitura do Rio de Janeiro. A criação de um órgão específico para isso pode contribuir para uma visão mais segregadora do Carnaval, devido a apropriação da gestão do evento pelo governo e por instituições ligadas a ele. Houve muito investimento nesse universo do Samba, principalmente no samba-enredo e Carnaval, visto que este evento se tornou o maior do país, sendo procurado todo ano por inúmeros turistas nacionais e internacionais.

---

<sup>5</sup> As Escolas de samba são um tipo de agremiação popular caracterizada pelo canto, dança e samba, geralmente com um intuito competitivo entre elas. São associações que possuem origem na cidade do Rio de Janeiro, e sua apresentação é feita em forma de cortejo, com enredo ao som do samba-enredo, uma bateria, seus componentes, fantasias de acordo com o tema proposto e alegorias. (PIMENTEL, 2018)

O samba na cidade do Rio de Janeiro pode ser caracterizado desde de sua origem até os dias de hoje, como uma forma de reunir a cultura africana em todas suas variações, realidades e significados que formam cada comunidade. Foram esses povos e suas tradições que deram origem as outras matrizes do samba e permitiram sua expansão através de intensas trocas culturais. Após marginalizarem o gênero musical e seus criadores, a elite e governantes quiseram fazer parte disso, visto que por trás do interesse tinha a questão do retorno financeiro e popularidade que aquilo teria, se apropriando de novas criações, melodias e da celebração do Carnaval. O que era um evento popular, passou a ser também da elite, havendo uma exclusão da população originária de muitos desses processos.

## **1.2 O Carnaval e o samba: das tradições nas ruas ao luxuoso desfile na Sapucaí**

Até chegar ao formato de hoje, o Carnaval do Rio de Janeiro sofreu transformações. No início, durante o século XVI, as tradições ibéricas foram trazidas para a cidade através dos colonizadores portugueses e o Carnaval se caracterizava como uma brincadeira chamada de entrudo, que significa início. A brincadeira do entrudo consistia na prática de jogar água ou pó uns nos outros e em alguns casos lama e até excrementos. Até a metade do século XIX, este era o Carnaval carioca realizado nas ruas. A partir deste período, os bailes de máscara passaram a fazer parte das celebrações, sendo muito frequentados principalmente pela aristocracia carioca e, assim, o Carnaval passou a ganhar uma certa sofisticação, tendo como inspiração o Carnaval veneziano.

Após os bailes de Carnaval, os Ranchos começaram a surgir no final do século XIX, como blocos de origem popular, mas com aspectos luxuosos nas fantasias. Eles tinham divisão em alas, enredo, esplendores, entre outros aspectos. Os primeiros blocos, ao contrário dos Ranchos, não tinham todo este glamour e não apresentavam um enredo. Nessa época, as autoridades não permitiam que negros e mulatos andassem pelas áreas da cidade em que aconteciam os cortejos porque alegavam que estes eram causadores da desordem e violência. Essa segregação provocou uma divisão: o Pequeno Carnaval, que eram as manifestações de origem africana e o “Grande Carnaval”, com as celebrações da elite carioca. A partir daí, aconteceu uma crescente institucionalização do Carnaval pelo Estado, com uma seleção de seus participantes.

Na década de 1910 as pessoas associavam todas as formas de manifestação do samba com o Carnaval. Mas foi somente na década de 1920 para 30, que ocorreu a

fusão que iria revolucionar o Carnaval brasileiro: a criação das Escolas de Samba, que tiveram suas origens ligadas aos segmentos mais populares da sociedade, isto é, indivíduos sem profissão definida ou migrantes de áreas rurais que ocupavam posições inferiores. Segundo Raymundo (2019), os ranchos e os blocos seriam substituídos por uma dança mais espontânea e o coro das baianas passam a ter uma função mais central. Então surge o samba-enredo, que consistia em andar em cortejo expressando um enredo, invocando as tradições da comunidade a qual aquela Escola representava.

Para o autor, essa criação significou o surgimento de um novo gênero artístico, cujos tópicos dos enredos tratavam basicamente da história, geografia, culinária e de todos os aspectos em torno da cultura brasileira. Desde a criação das Escolas de Samba até a atualidade, estes temas têm sido recorrentes.

“Durante a década de 1930, a canção popular firmou-se, de vez, como o traço essencial e mais evidente da fisionomia musical do Brasil moderno. As composições do período solidificaram a linguagem autônoma do samba, foram buscar nesse gênero musical certa raiz própria distintiva da condição de ser brasileiro e elegeram dois eventos para caracterização de seus modelos: a institucionalização do Carnaval como a mais importante festa popular do país e a consolidação do rádio como primeiro veículo de comunicação de massa.” (SCHWARCZ E STARLING, 2015, p. 376)

O samba-enredo e as Escolas de Samba se tornaram representação nacional e esta escolha, segundo Vianna (1995), foi responsabilidade quase exclusiva da elite e classes dirigentes. Mas, de acordo com Fernandes (2001), este processo envolveu principalmente os sambistas, protagonistas e sujeitos criadores do gênero musical, que contribuíram muito para o reconhecimento desta parte da identidade nacional brasileira.

O primeiro desfile das Escolas de Samba ocorreu em 1929 e participaram deste concurso apenas 3 Escolas: Oswaldo Cruz (Portela), Estácio e Mangueira, Escolas de Samba importantes na história desse gênero musical até hoje. O processo de escolha do samba-enredo, segundo Gustavo Oliveira (2022), mestre de bateria do Salgueiro desde 2018, não passou por muitas mudanças e continua em formato de campeonato, onde qualquer pessoa pode participar, desde que o samba esteja condizente com o tema escolhido para a Escola naquele Carnaval.

Nos estudos de Monique Augras (1992) pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), a partir da década de 70 ocorre uma consolidação da figura do carnavalesco, responsável pela parte visual e cênica dos desfiles. Se destaca em 1974 o carnavalesco Joãozinho Trinta, que iniciou no Salgueiro com um desfile repleto de efeitos especiais. A partir daí, o espetáculo não diz mais respeito ao ritmo do samba-enredo e a dança, mas a toda

beleza que está ao alcance dos olhos dos espectadores, com emissoras de televisão disputando a transmissão desse Carnaval glamourizado.

Segundo Arantes (2013), cerca de 100 milhões de pessoas de 116 países diferentes assistem aos desfiles das Escolas de Samba. A capacidade do Sambódromo, inaugurado em 1984 e reformado para o Carnaval de 2012, é de 72.500 lugares. É o Carnaval mais conhecido internacionalmente, com uma bilheteria que possui a arrecadação de cerca de R\$ 60 milhões. Para o autor, isso fez com que o governo e a mídia voltassem os olhos para este evento como uma grande fonte de lucro para a cidade do Rio de Janeiro, que atrai turistas do mundo inteiro nessa época do ano.

Vale ressaltar que as mudanças ocorridas no Carnaval carioca, transformaram seu objetivo inicial que era apenas o entretenimento das classes populares, em um objetivo também comercial. Segundo Campos e Messagi Junior (2015), os enredos costumavam ser originais e os compositores dos sambas das Escolas tinham maior liberdade para escrever sobre os mais variados temas, como podemos ver abaixo no samba-enredo da Imperatriz Leopoldinense de 1989, que chegou até a fazer parte da trilha sonora de uma novela da Rede Globo, cujo enredo era “Liberdade! Liberdade! Abre as asas sobre nós”:

“Liberdade, liberdade!  
Abra as asas sobre nós (bis)  
E que a voz da igualdade  
Seja sempre a nossa voz

Vem, vem, vem reviver comigo amor  
O centenário em poesia  
Nesta pátria, mãe querida  
O império decadente, muito rico, incoerente  
Era fidalguia  
Surtem os tamborins, vem emoção  
A bateria vem no pique da canção  
E a nobreza enfeita o luxo do salão  
Vem viver o sonho que sonhei  
Ao longe faz-se ouvir  
Tem verde e branco por aí  
Brilhando na Sapucaí

Da guerra nunca mais  
Esqueceremos do patrono, o duque imortal  
A imigração floriu de cultura o Brasil  
A música encanta e o povo canta assim  
Pra Isabel, a heroína  
Que assinou a lei divina  
Negro, dançou, comemorou o fim da sina



Na noite quinze reluzente  
Com a bravura, finalmente  
O marechal que proclamou  
Foi presidente”

(Samba composto por Niltinho Tristeza, Preto Jóia, Vicentinho e Jurandir ,1989)

As letras dos sambas de cada Escola mostravam as características principais deste gênero musical: um movimento de resistência e liberdade feito do povo para o povo, imigração, os povos negros africanos e sobre a questão de liberdade. É um tema tradicional que cria uma identidade com o público devido aos pontos abordados, além da melodia, e isso gera uma aderência maior do mesmo. Diferente de letras que são pré-determinadas por patrocinadores e, por causa disso, às vezes não agradam tanto ao público. Apesar do aspecto visual chamar muita atenção no desfile, o samba-enredo ainda é o que gera uma identificação com o público e que pode levar a Escola à vitória.

Campos e Messagi Junior (2015) afirmam que hoje é muito comum ver um patrocínio das Escolas por financiadores que acabam influenciando na escolha do enredo e no processo por trás dos desfiles. Alguns exemplos de Escolas patrocinadas, que tiveram que adaptar seu enredo e samba aos interesses de um financiador foram: a Vila Isabel e a marca Pantene em 2011, que trouxe os cabelos como tema central do desfile; o enredo sobre iogurte da Porto da Pedra em 2012, que fez a Escola cair para o grupo de acesso; e a Beija-Flor, que fez seu Carnaval de 2013 com o enredo “Amigo Fiel”, devido ao patrocínio que recebeu da Associação Brasileira dos Criadores de Cavalo Mangalarga Marchador. Fazendo uma rápida comparação entre os enredos tradicionais e estes patrocinados, consegue-se perceber o quanto tais patrocínios podem interferir no núcleo do Carnaval e principalmente na produção de sambas de outrora, que víamos com frequência antes da sua transformação em um espetáculo. Isso porque, apesar da logomarca da empresa patrocinadora não aparecer, os enredos muitas vezes acabam tendo um apelo comercial por causa do patrocinador, que por sua vez contribui para a materialização das principais alegorias da Escola pro desfile daquele ano.

Encontra-se aqui um paradoxo, pois com a espetacularização do Carnaval carioca pela mídia, ocorreu uma modernização dos desfiles e a necessidade das Escolas de Samba, a cada ano, se superarem no que diz respeito aos aspectos visuais, o que encareceu muito o processo e fez com que financiadores, ao mesmo tempo que impuseram certas condições, passassem a ajudar na concretização do Carnaval para elas. Ou seja, o que por um lado pode ter trazido limitações, já que o enredo acaba abordando o tema em torno da marca e não algum outro tema que tenha mais a ver com as tradições da Escola e do samba, por outro lado as deixou mais fortes e competitivas.

Para Meirelles (2013), as Escolas de Samba se tornaram empresas lucrativas, enfraquecendo a influência dos sambistas e compositores nas quadras. Assim, o que nasceu do povo acaba sendo apropriado como um atrativo turístico, com o objetivo de a cada ano que passa aumentar o número de visitantes nesse período. Na visão de Adorno (1947), as empresas que financiam os desfiles, atuando como patrocinadoras de algumas Escolas de Samba, não estão interessadas em atuar em conjunto com as comunidades, mas sim em se promover através dos espaços midiáticos e atender aos seus interesses, se aproveitando da fragilidade financeira das Escolas de Samba, que sem eles poderiam ter certa dificuldade de fazer uma produção no mesmo nível. Mesmo assim, a realidade da maioria das Escolas de Samba hoje é depender de patrocínio da Prefeitura do Rio de Janeiro, que fornece um valor para ajudar na produção do Carnaval, mas que visto o tamanho do espetáculo que é apresentado no Sambódromo a cada ano, não é suficiente. Isso leva as Escolas a elaborarem enredos com apelo comercial para obter em troca o investimento desses agentes externos.

Além disso, uma das questões mais importantes em torno das Escolas de Samba e do samba-enredo hoje, são as inúmeras desigualdades de gênero, raciais e sociais. É fácil percebê-las na pouca quantidade de carnavalescas mulheres, papel de extrema importância na produção dos desfiles. E dentre os carnavalescos homens, se vê poucos negros, que nos primórdios do samba eram predominantes. São assuntos relevantes que devem ser questionados, sobre qual lugar é ocupado hoje pelas Escolas de Samba do Rio de Janeiro frente a sua origem e história. E as diferenças se expandem para os outros setores como bateria, passistas, diretorias e presidência. Personalidades da televisão, reality shows e influencers famosos em redes sociais vem ocupando lugares pertencentes a comunidade, que de fato possui uma identificação com a Escola e sua história. Aos poucos, vemos uma descaracterização do que era para ser exaltado nos desfiles. E a classe trabalhadora que se empenha durante o ano inteiro na produção do Carnaval no respectivo barracão, muitas vezes participa do desfile, mas sem receber tanto destaque como pessoas que ficam alheias as Escolas e ao Carnaval no resto do ano. O poder e alcance que o samba e o Carnaval possuem, ajuda a transformar a vida de toda a comunidade envolvida até certo ponto, pois apesar de haver geração de emprego e recolocação dessas pessoas em postos de trabalho devido ao Carnaval, essa comunidade permanece ocupando o mesmo lugar dentro da sociedade.

Segundo Viscardi et al. (2013), para que o Carnaval chegasse a receber o título de “maior show da terra”, foi preciso associá-lo a indústria cultural dentro da dinâmica capitalista e a Sociedade do Espetáculo, que conforme explicado pelo autor, torna um

elemento cultural em produto de consumo em massa. Isso provoca a perda de aspectos originais do Carnaval e do samba-enredo, pois eles passam a atender interesses de pessoas que estão de fora deste universo, deixando de lado os atores responsáveis pela sua criação e desenvolvimento.

Na visão de Cavalcanti (2008), a expansão do capitalismo acelera o processo de transformação social, causando a degradação com risco de desaparecimento das tradições. No caso do samba-enredo, essa expansão ocorreu mediante aos desfiles das Escolas de Samba, que começaram bem simples e tiveram um grande investimento e crescimento nas últimas décadas do século XX. Com isso, percebe-se cada vez mais a vinda de pessoas de fora do samba para participar dos desfiles de maneira geral, chamando mais atenção para o que é visto e não ouvido, nesse caso, o samba. O Carnaval se tornou uma vitrine de alegorias e fantasias, onde as pessoas buscam o glamour e beleza, muitas vezes deixando de lado a comunidade local, que é responsável por fazer a festa acontecer.

Nesse contexto do Carnaval, existe uma utilização do patrimônio do samba pelo turismo, o que pode levar à uma exploração inadequada do bem cultural, pois há um interesse maior no retorno, principalmente econômico, que a atividade turística em torno do evento pode trazer para os envolvidos. Assim, de acordo com Vieira (2006), o bem cultural vira uma mercadoria, havendo um conflito entre a noção de produto e a de bem público, que deve ter apenas valor de uso, sendo incalculável seu preço de mercado. Isso gera uma inversão de valores, onde o valor cultural e de memória daquele patrimônio se torna coadjuvante frente a um valor comercial e turístico. A imagem é vendida em detrimento da essência. Ao mesmo tempo que o patrimônio ganha destaque e pode chegar aos turistas, estes em sua grande maioria não têm a oportunidade de ter um contato mais próximo com aquele contexto cultural, sem saber da verdadeira relevância e significado daquilo para a comunidade local. Esta, por sua vez, cada vez menos tem acesso a este Carnaval luxuoso e caro, dando margem a exclusão de muitos numa festa de origem popular que foi tomada pelas pessoas de fora e governantes locais, como afirma Cunha (2009).

Em entrevista com os mestres de bateria da Escola de Samba Acadêmicos do Salgueiro, os irmãos Gustavo e Guilherme Oliveira, filhos do ex-presidente de ala da Escola durante a década de 80, conhecido como Tuninho, foi possível ver mais de perto essas mudanças que vêm ocorrendo no Carnaval carioca ao longo dos anos. Segundo Gustavo Oliveira (2022), o samba até a década de 80 era muito ligado a criminalidade

dos morros de origem. Mas desta década em diante, outros atores sociais entraram em cena e passaram a controlar as Escolas e o Carnaval passou a ter mais investimentos, o que foi despertando o interesse da mídia. Nos anos 90, segundo ele, os desfiles já eram glamourizados, com a presença de figuras conhecidas como os jogadores de futebol Maradona e Romário, e com a criação dos camarotes. “Conforme a mídia foi valorizando mais, a comunidade foi se sentindo excluída. A partir do momento que isso foi acontecendo, as Escolas tiraram suas quadras da comunidade” (OLIVEIRA, 2022). Essa fala do mestre de bateria do Salgueiro, mostra o quanto o lugar influenciou nessas mudanças. Quando a quadra, que é a sede da Escola de Samba, foi retirada da comunidade, esta foi perdendo influência sobre processos decisórios. A única Escola, segundo eles, que ainda se encontra com a quadra na comunidade de origem é a Mangueira, o que permite uma maior proximidade e participação da comunidade neste contexto.

No caso do Salgueiro, que surgiu de 3 Escolas criadas no morro de mesmo nome, após a transferência da quadra para a Rua Silva Teles, na Tijuca, a comunidade criadora passou a ter menos influência sobre a Escola de Samba, que começou a receber pessoas de outras comunidades que participavam dos ensaios e desfiles. Apesar deste fato, Oliveira (2022) diz que a comunidade ainda possui grande participação na Escola de Samba devido ao legado deixado pela família. Ele traz o exemplo do Jô Casemiro, mais conhecido como “Tio Jô”, que é neto de um dos fundadores e atua na direção do setor da harmonia, assim como seu pai atuava, que é hoje um dos setores mais importantes dentro de uma Escola de Samba. Muitos filhos, netos e descendentes das pessoas do morro que participam das Escolas hoje, tiveram sua origem na comunidade, mas não moram nas favelas.

Para Gustavo e Guilherme Oliveira (2022), o samba hoje é mais valorizado pelas pessoas de fora do Rio de Janeiro e do Brasil, do que pelos próprios cariocas, o que é reflexo do grande número de turistas estrangeiros e de fora da cidade que a visitam nessa época. Eles apontam para uma mudança em relação a isso da década de 90, quando a quadra e rua da Escola de Samba ficavam lotadas, coisa que hoje não se vê mais da mesma forma, segundo os mestres de bateria. Eles veem o turismo de uma forma muito positiva para a Escola de Samba nos dias de hoje e que possibilita interações que vão além do Carnaval: “Hoje mesmo estamos recebendo 10 franceses, que tem o que eles chamam de Escola de Samba lá na França, que são grupos de samba-enredo com passista e bateria. E a gente trabalha com baterias nesse estilo pelo mundo inteiro. Como se fosse grupos de samba-enredo” (Guilherme Oliveira, 2022).

Além disso, eles participam de projetos internacionais dando aulas em oficinas de samba-enredo em escolas pelo mundo, como no Japão e Nova York. Segundo eles, a importância do turismo para a Escola de Samba é que acaba virando uma fonte de renda que vai além do Carnaval, como a realização de workshops de dança e bateria para os turistas, que acontecem na quadra do Salgueiro na época de Carnaval e depois é levado para os outros países.

Através das falas dos mestres de bateria do Salgueiro, vemos uma defesa do turismo em torno do Carnaval e samba por parte de duas pessoas de dentro de uma das Escolas mais famosas do Rio de Janeiro. Mas, a partir desses relatos, percebemos também que o Salgueiro hoje parece envolver muito mais as pessoas de fora, do que a própria comunidade de origem. Como já foi destacado algumas vezes neste trabalho, o local influencia muito nesse processo. O fato da quadra da Escola de Samba estar localizada dentro da comunidade garantia um acesso maior e mais frequente, além do envolvimento contínuo com seus detentores, como foi dito pelos membros do Salgueiro. Por outro lado, quando ocorre a mudança de local e a Escola sai do morro de origem para o asfalto, a participação da comunidade pode ficar comprometida e restrita, facilitando a entrada de agentes externos na gestão.

Quando questionado sobre a musealização e salvaguarda do samba como patrimônio imaterial, Gustavo Oliveira (2022) diz que há um grande desrespeito com o samba no geral. Ele acredita que as Escolas de Samba devem ser mais valorizadas pelos governantes, sendo vistas como projetos sociais e locais que promovem o aprendizado, pois, como o próprio nome já diz, são escolas: “Assim como eu cheguei a ser mestre de bateria, vindo da Escola mirim, um dia não vou estar mais aqui e outros terão a oportunidade. Vai ter uma criança que vai assumir esse posto mais à frente. Então eu acho que preservar o samba é preservar esses projetos com as crianças dentro da Escola de Samba” (Oliveira, 2022).

Vale destacar aqui, que as Escolas de Samba mirins, recebendo o investimento adequado, conseguem possibilitar inúmeras oportunidades de crescimento para crianças que até então não tinham muita perspectiva de futuro. Quando uma criança é beneficiada por estes projetos sociais isso impacta na família dela também, e consequentemente na comunidade, proporcionando uma melhor qualidade de vida local.

Os entrevistados, nascidos e criados dentro da Escola de Samba do Salgueiro, são um exemplo claro de que o patrimônio passa por gerações deixando um legado. Mas,

conforme eles mesmos mencionam, apesar do turismo ter muito potencial para ajudar a comunidade do samba, é preciso que os órgãos públicos do governo também envolvam a mesma nesses processos, para que a utilização e manutenção do samba aconteça e, que ele continue se perpetuando ao longo dos anos. Nos tópicos a seguir exploraremos estas perspectivas em relação ao patrimônio imaterial e as matrizes do samba ao qual o samba-enredo está contemplado no processo de titulação e o papel do Estado nas medidas de salvaguarda.

### **1.3 Patrimônio imaterial: reflexões e perspectivas no caso do samba**

O termo patrimônio imaterial passou a ser integrado gradativamente na legislação brasileira e internacional. No Brasil, as noções para o que hoje denominamos patrimônio imaterial tiveram início durante o período do Movimento Modernista, na década de 1920, que trouxe destaque para o folclore brasileiro e as manifestações artísticas nas suas mais variadas formas: pintura, música e escrita, o que chamou a atenção do povo brasileiro no geral para esses aspectos da cultura. O termo patrimônio imaterial, propriamente dito, só seria utilizado mais para frente, mas a valorização dos aspectos culturais intangíveis começava ali.

Os integrantes da Semana de Arte Moderna participaram da criação do antigo Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), que era a antiga instituição criada com o objetivo de proteger o patrimônio cultural durante o governo do Presidente Getúlio Vargas, em 1937, para valorizar a cultura brasileira e seus diversos tipos de patrimônio. Com isso, a política de proteção ao Patrimônio Histórico e Artístico Nacional foi institucionalizada. A preservação<sup>6</sup> era feita através da inscrição do bem nos livros de tombo do SPHAN e assim ficava protegido de qualquer tipo de destruição.

Segundo Nilcemar Nogueira<sup>7</sup> (2015), o processo de manutenção dos bens já era realizado pelas comunidades de origem antes mesmo dessa política de proteção ao patrimônio ser institucionalizada. Para a autora, a oficialização permitiu uma abertura para o diálogo com os detentores do patrimônio. Dessa forma, eles poderiam mostrar

---

<sup>6</sup> Vianna (2003) destaca que os instrumentos de registro e preservação dos bens imateriais, não são restritivos, mas abertos aos pontos de vista e expectativas dos portadores de tradições culturais específicas, sem pretender “engessar” suas formas e conteúdos no tempo e no espaço. Para o IPHAN, a preservação do patrimônio imaterial auxilia na transmissão entre gerações dos conhecimentos de um grupo, fazendo com que esses sejam constantemente recriados pelas comunidades detentoras, gerando um sentimento de continuidade e identidade, com respeito à criatividade humana e diversidade cultural.

<sup>7</sup> Nilcemar Nogueira, neta dos sambistas da Mangueira Cartola e Dona Zica, foi a fundadora do Centro Cultural Cartola, que posteriormente passou a se chamar Museu do Samba, e é uma das responsáveis pela elaboração e envio da solicitação de Patrimonialização das matrizes do Samba ao Iphan.

aos órgãos responsáveis suas preocupações e o que desejavam manter preservado.

A partir da década de 80, Pinheiros (2004) observa uma maior tendência do Ocidente a valorização da memória e do passado, dentro do contexto de tornar algo em patrimônio. Cada vez mais presente nos estudos contemporâneos, essa necessidade de tornar o que é relevante para um determinado grupo de pessoas em bem cultural reconhecido, pode ter sido gerada pela questão temporal da atualidade, segundo o autor, cuja velocidade da transmissão de informações e imagens é muito alta. Isto traz uma sensação efêmera em relação ao presente, o que resulta na tentativa de “congelar” e preservar o passado. Ferreira (2006), destaca o patrimônio como justamente uma tentativa de permanecer de certa forma no passado, evitando que o que foi significativo para a identidade de um povo ou local, desapareça.

A questão da fugacidade do tempo diante do mundo globalizado pela internet e redes sociais, tende a tornar as coisas obsoletas e sem uso muito rápido. Hoje em dia muitos valores estão invertidos e tudo acontece muito rápido e ao mesmo tempo, o que pode favorecer o esquecimento das coisas que realmente importam. O ato de tornar algo em patrimônio, principalmente o que é performático e efêmero, é uma forma de preservar aquele aspecto cultural, da forma que ele é, com sua devida manutenção, ao longo do tempo. Isso, além de manter aquela memória viva, evita desgastes e modificações que alterem seus aspectos principais. De acordo com o IPHAN, a patrimonialização dos bens imateriais é feita visando assegurar que os conhecimentos culturais, tradições e manifestações de um determinado grupo sejam transmitidos de geração em geração e recriados constantemente, gerando um sentimento de identidade e continuidade, para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana.

Nas últimas décadas do século XX, houve uma ampliação no conceito de patrimônio, com a adoção de novos instrumentos de proteção. Nesse contexto, segundo Pelegrini (2008), o Estado ficou com a missão, através da Constituinte de 1988, de resguardar manifestações culturais e datas comemorativas dos diferentes segmentos étnicos nacionais. Para a autora, isso permitiu o pleno exercício da cidadania e acesso às fontes da cultura nacional.

“Numa perspectiva valorativa, o patrimônio cultural do país foi definido como conjunto de bens de natureza material e imaterial (tomados individualmente ou em sua totalidade) portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira. Entre tais bens se incluem: as formas de expressão; os modos de criar, fazer e viver; as criações científicas,

artísticas e tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; sítios de valor histórico, urbanístico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.” (PELEGRINI, 2008, pág. 152)

A UNESCO, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, realizou uma Conferência Geral em Paris em 15 de novembro de 1989, que trouxe a de Salva-guarda da Cultura Tradicional e Popular dentre suas recomendações. Como afirmam Cunha Filho e Telles (2007), este registro influenciou o conteúdo do Decreto nº 3551/2000 no Brasil, principalmente no que diz respeito a valoração dos bens imateriais.

Com base no Decreto nº 3551, foi instituído o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial (PNPI) em 2000, que dizia que os bens intangíveis, ou seja, os saberes, expressões e modos de ser e viver, deveriam ser registrados para garantir sua transmissão por gerações e promoção da diversidade cultural. Ele estabeleceu que a salva-guarda deveria promover também a inclusão social e melhoria das condições de vida dos detentores desse tipo de patrimônio. Sobre este último ponto, há uma questão sobre a inclusão e melhor qualidade de vida das comunidades envolvidas com o patrimônio imaterial, pois, para isso acontecer, é necessário que os órgãos responsáveis pela musealização e manutenção desse patrimônio permitam que as comunidades ocupem espaço nos processos referentes a gestão e salva-guarda do mesmo.

A partir daí, o bem cultural passa a ser o objeto central do PNPI e assim, são realizadas as ações para o inventário de registro e salva-guarda, que segundo Nogueira (2015) permite a construção de vínculos entre os grupos, por meio da valorização do simbolismo envolvido. No período de 2004 a 2012, vinte e cinco bens imateriais foram reconhecidos pelo IPHAN. Na visão de Costa e Castro (2012), a criação do PNPI representou uma mudança para o conceito do patrimônio, tanto nacional quanto internacionalmente, que antes era visto apenas como algo tangível, concreto e passou a englobar também o abstrato, ou seja, aquilo que diz respeito às vivências e experiências de grupos que caracterizam a cultura local e regional. Todo patrimônio imaterial está diretamente ligado ao aspecto humano, pois carrega consigo toda a história, tradição, arte e cultura de uma comunidade. Portanto, sua preservação deve ter um cuidado com seus detentores, para que a salva-guarda aconteça sem que haja qualquer interferência ou modificação na forma como estas manifestações culturais acontecem.



No Decreto 3.551, foram estabelecidas as seguintes dimensões do patrimônio imaterial: os saberes, celebrações, formas de expressão e lugares expressivos das diferentes identidades da diversidade cultural do país. E este Decreto criou meios para que fosse feita a identificação, proteção e salvaguarda do patrimônio imaterial.

Através desse Decreto, aconteceu a abertura de outros 4 livros referentes a intangibilidade do patrimônio pelo IPHAN:

- Livro de Registro dos Saberes e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades;
- Livro de Registro das Festas, celebrações e folguedos que marcam ritualmente a vivência do trabalho, da religiosidade e do entretenimento;
- Livro de Registro das Linguagens verbais, musicais, iconográficas e performáticas;
- Livro dos Lugares (Espaços), destinado à inscrição de espaços comunitários, como mercados, feiras, praças e santuários, onde se concentram e reproduzem práticas culturais coletivas.

Para Vianna e Teixeira (2008), patrimonializar é um ato jurídico e ocorre através de escolhas e alianças feitas em campos com interesses variados:

“O Estado declara um fato cultural como patrimônio nacional e passa a tratá-lo como bem cultural de interesse público. Patrimonializar pode ser compreendido como ato jurídico tanto como político. Patrimonializar aspectos ou fatos culturais é uma escolha sempre política. Envolve mobilização de segmentos sociais e poderes públicos, definições e justificativas em campo com diferentes interesses em jogo”. (VIANNA; TEIXEIRA, 2008, p. 123).

Segundo o IPHAN, há sempre uma preocupação com a continuidade histórica do bem e sua relevância nacional para a formação, memória e identidade da sociedade brasileira ao fazer a inscrição de um bem imaterial em um dos livros de registro. Além disso, existe a possibilidade de abertura de novos livros, apontada pelo mesmo Decreto, caso o bem cultural não se enquadre nos livros já criados. Desta forma, como Vianna (2003) afirma, os instrumentos de registros do patrimônio imaterial não são restritivos, estando abertos para as opiniões, desejos e necessidades dos detentores das tradições culturais em questão.

Em 2003, a UNESCO aceitou a Convenção para a Salvaguarda do patrimônio imaterial. Com isso, a nova categoria do patrimônio intangível ou imaterial foi instituída e reconhecida oficialmente, estendendo a classificação também para as práticas culturais vistas como tradicionais.

Segundo as definições trazidas pela Convenção de 2003, definiu-se o “patrimônio imaterial” como as expressões, práticas e representações, técnicas e conhecimento associados a objetos, artefatos, instrumentos e lugares culturais que as comunidades e grupos reconhecem como parte de seu patrimônio cultural. Este patrimônio imaterial, transmitido por gerações, é recriado constantemente pelas interações com a natureza, seu ambiente e história, criando um sentimento de identidade e continuidade. A Convenção ainda considerou o patrimônio imaterial que fosse condizente com os direitos humanos, respeito mútuo entre as comunidades, grupos e indivíduos e o desenvolvimento sustentável. Isso reforça mais uma vez a atenção que deve ser dada aos verdadeiros detentores do patrimônio imaterial, e o quanto a integridade de sua história e memória devem ser levados em consideração no processo de preservação.

A Convenção destaca como manifestações do patrimônio imaterial: a) conhecimentos e práticas relacionados à natureza e ao universo; b) tradições e expressões orais, incluindo o idioma como veículo do patrimônio imaterial; c) práticas sociais, rituais e atos festivos; d) técnicas artesanais e e) expressões artísticas. Dentre as finalidades, a Convenção estipula a conscientização e respeito ao patrimônio imaterial, estabelecendo a necessidade de uma cooperação e assistência internacionais e o plano de salvaguarda.<sup>8</sup>

No que diz respeito aos órgãos do Estado responsáveis pela patrimonialização, existem muitos pontos que precisam ser revistos, segundo Nilcemar Nogueira (2015), por causa da ausência de propostas de ações voltadas propriamente para as comunidades detentoras destes bens, de forma que ajude de fato na permanência e continuidade dessas manifestações pelas gerações futuras. Patrimonializar um bem não significa que este será preservado. Esta parte depende que os agentes e órgãos responsáveis ponham em prática o que o plano de salvaguarda determina, atuando com base nos instrumentos que eles possuem disponíveis. É preciso que haja uma compreensão sobre esses aspectos culturais e que cada manifestação pertencente a diferentes grupos seja tratada de uma forma específica e adequada a comunidade em questão e seu patrimônio. No caso das matrizes do samba, com destaque nessa pesquisa para o samba-enredo e as Escolas de Samba, a participação da comunidade no processo de salvaguarda é primordial para que o patrimônio imaterial seja tratado de

---

<sup>8</sup>“O Plano de Salvaguarda é um instrumento de apoio e fomento de fatos culturais aos quais são atribuídos sentidos e valores que constituem referências de identidade para os grupos sociais envolvidos; e que são registrados como patrimônio cultural do Brasil, conforme o estabelecido no Decreto n.º 3.551, de 4 de agosto de 2000.” (IPHAN, 2011)

forma compatível com suas tradições e memórias, para que a manutenção das mesmas seja feita de forma adequada.

#### **1.4 A Patrimonialização do Samba: o processo e seus desafios**

O samba participou de muitos períodos históricos do Brasil e com o tempo, se tornou um símbolo de brasilidade e identidade nacional. Em 2001, devido ao grande aumento da sua popularidade e sendo reconhecido pela população como patrimônio, além da preocupação com a apropriação dele por atores que não possuíam vínculo algum com a tradição, foi criado o Centro Cultural Cartola (CCC), com o objetivo de registrar e difundir a memória da Escola de Samba da Mangueira e preservar o legado de Cartola, um líder dessa comunidade. O Centro foi fundado por Nilcemar Nogueira e Pedro Paulo Nogueira, netos de Cartola e Dona Zica, figuras marcantes no universo do samba. Segundo Nogueira e Reis Santos (2020), “o CCC surge como catalisador do samba como agente de transformação social e para atuar na redução do preconceito, na promoção da cidadania, na valorização e salvaguarda da história do samba e de seus principais personagens e ainda, no reforço identitário da comunidade onde a instituição estava inserida, a Mangueira.”

Em 2004, foi criado pelo CCC o projeto “Samba Patrimônio da Humanidade”, com encaminhamento de uma proposta à UNESCO para transformar o samba carioca em obra-prima do Patrimônio Oral e Imaterial da Humanidade, que não obteve êxito, mas fomentou a elaboração da exposição sobre história do samba no Rio de Janeiro (CCC, 2008). Em 2005, houve um convênio entre o Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, o IPHAN, e o CCC, junto da Fundação Cultural Palmares (FCP) e a Secretaria Especial para Promoção da Igualdade Racial (SEPPIR). Nogueira e Reis Santos (2020), contam que para legitimar o pedido de reconhecimento do samba como patrimônio imaterial, foi formada uma equipe com pessoas que estavam ligadas ao gênero musical, para que ele tivesse representatividade junto ao coletivo.

Em 2007, o pedido de registro das Matrizes do Samba do Rio de Janeiro como Patrimônio Cultural foi aprovado na 54ª reunião do Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural. Um dos primeiros efeitos da patrimonialização foi o CCC tornar-se espaço de referência para a salvaguarda do samba, que, desde 2009, com o apoio do IPHAN, ganhou o estatuto de Pontão de Memória das Matrizes do Samba Carioca.

As matrizes patrimonializadas foram: o samba-enredo, o partido alto e o samba de terreiro. Segundo o IPHAN, estas matrizes consolidaram-se a partir de influências musicais do jongo, do samba de roda baiano, do maxixe e da marcha carnavalesca.

Elas se destacam pela sua performance e criação coletivas, já que foram fundadas em comunidades das áreas mais populares do Rio de Janeiro. As três matrizes classificadas como patrimônio imaterial estão presentes no cenário carioca há mais de 90 anos e além de gêneros musicais, são formas de expressão, socialização e pertencimento.

O partido-alto é um tipo de samba cantado por dois ou mais participantes em forma de desafio, que é feito de frases improvisadas, intercaladas com o refrão, cantado por um grupo de pessoas. É uma modalidade de samba que se define pelas suas características musicais e poéticas. Habitualmente tem um tema que funciona como base para a sequência de versos. (IPHAN, 2014, p. 24). O samba de terreiro se caracteriza pelo seu contexto, ou seja, porque ele é realizado no terreiro. Este, pode ser nos quintais das casas onde os sambas eram cantados, dançados e ouvidos ou no terreiro de candomblé. Apresenta uma grande variedade temática, sendo “caracterizado mais como uma prática sócio-musical do que propriamente como um tipo específico de samba”. (IPHAN, 2014, p. 31). E o samba-enredo, que associa a bateria da Escola de Samba com uma canção em formato narrativo dentro da estrutura do desfile carnavalesco, agrega “características dos dois primeiros subgêneros descritos como, por exemplo, a presença marcante do refrão e a inclusão, quase sempre nas entrelinhas, de experiências e sentimentos dos sambistas” (IPHAN, 2014, p. 15).

O Centro Cultural Cartola, se tornou então o responsável por dialogar com os segmentos do samba, com o objetivo de implementar um plano de salvaguarda, para preservar a memória de todas as matrizes desse patrimônio imaterial. Conforme Nogueira e Reis Santos (2020) apresentam no Dossiê do Samba, o plano de salvaguarda precisa envolver os identificados como depositários reconhecidos da tradição e dos saberes envolvidos e caberá a eles detalhar o que precisa ser feito para a realização plena dessa forma de expressão.

O Plano de Salvaguarda das matrizes do samba está pautado em 3 principais vertentes: pesquisa e documentação com um levantamento da produção musical, principalmente as mais tradicionais feitas pela comunidade de sambistas, que por não possuírem caráter comercial, correm o risco de ficarem perdidas; a transmissão do saber, objetivando meios de comunicação, seja através de oficinas, palestras, seminários ou festas, que permitam que o conhecimento em torno do samba seja repassado adiante, e que ao mesmo tempo se mantenha vivo e retorne de alguma forma aos grupos criadores da tradição; e a produção, registro, promoção e apoio a organização, o que permitirá a manifestação, gravação e circulação da produção cultural

dos grupos tradicionais, como as velhas guardas do samba. Dessa forma, serão incrementadas políticas de incentivo específicas a estes grupos, podendo alcançar um público maior e mais variado.

Segundo Nogueira e Reis Santos (2020), a partir de 2013, o CCC se tornou um Museu de Memória Social, alinhando-se assim à política da nova museologia, como um espaço experiencial e de vivências, pensando no museu de uma forma diferente do que a tradicional, que seria “uma prática museológica voltada para e comprometida com o social, numa perspectiva contra hegemônica” (CHAGAS; CAVULLA, 2017:101).

Segundo Duarte (2013), nessa nova museologia, o museu seria o agente da mudança social e de empoderamento das populações. Isso implica numa visão pautada muito mais nas funcionalidades de um museu, do que numa visão limitada ao que se tem exposto entre as paredes de uma instituição. Para Mairesse (2011), a musealização implica nas atividades do museu, ligadas à preservação (seleção, aquisição, gestão, conservação), pesquisa (com fins de catalogação) e comunicação (por meio das publicações, exposições, etc).

Segundo Mendonça (2015), sendo um instrumento da patrimonialização, a musealização se apresenta como uma forma de garantir a proteção e propagação das informações referentes ao bem cultural, potencializando seu processo de salvaguarda. Conforme diz a autora em seu trabalho, o ato de musealizar passou a auxiliar o processo de patrimonialização, de forma que possibilita maior participação das comunidades, uma valorização da diversidade, além do desenvolvimento cultural e socioeconômico. Assim, o museu ocupa um papel importante no que diz respeito a salvaguarda e preservação do bem imaterial, garantindo um espaço de fala para seus detentores, auxiliando os órgãos públicos responsáveis na manutenção do patrimônio e se tornando um espaço de troca de experiências com os visitantes.

Lima (2016) destaca o papel educativo que o Museu desempenha dentro da sua finalidade social. Ele ajuda a materializar de certa forma o patrimônio imaterial, pois em seu espaço encontram-se elementos e documentos que possuem valor simbólico no contexto do bem cultural patrimonializado. Dentro dessa questão da musealização do patrimônio imaterial, a comunidade detentora possui alguns desafios citados por Arantes (2004), como: a participação ativa nos inventários, a formação de acervos e realização de registros; a luta pelos direitos de criação e autoria, frente a grande competitividade do mercado e o controle devido as mudanças provocadas pelas políticas públicas vigentes.

A partir das considerações sobre a musealização e patrimonialização, percebe-se que o ato de musealizar está mais ligado as funções que serão exercidas em relação ao patrimônio imaterial do que atrelado a um espaço físico. Além da conservação, pesquisa e coleta de informações e documentação, a musealização possui um papel fundamental na comunicação, onde podem estar envolvidas ações educacionais e socioculturais.

Entende-se também que deve haver um alinhamento entre a política nacional de patrimônio e as demandas internacionais, porém no Brasil as esferas estaduais e municipais de governo possuem formas distintas de agir nesse sentido. Vale destacar aqui que os planos de patrimonialização em sua maioria não preveem o desenvolvimento e integração social. Existem três termos que se diferem dentro da política de salvaguarda, que são: o produtor cultural (que utiliza a cultura como mercadoria visando o lucro), o produtor de cultura (aquele que produz cultura, contribuindo para a construção de um legado) e aqueles que detém este legado e mantém essas tradições vivas. Com base nesses três tipos, a salvaguarda passa por várias etapas, desde a garantia de direitos básicos como a alimentação, trabalho e saúde, até a inclusão dos sambistas nos processos decisórios referentes a política de patrimonialização e salvaguarda.

A salvaguarda, segundo Nogueira (2015), também valoriza a cultura de matriz africana e deve promover no sambista o orgulho em ser o que é. A autora observa uma tendência, ainda nos dias atuais, em reforçar a cultura eurocêntrica, excluindo os negros. Por isso, o samba deve ser visto além da música, da festa, do canto e dança. Ele deve ser visto principalmente pela luta social que está intrínseca a sua criação. O samba desde seu início no Brasil foi caracterizado por uma forte resistência das classes populares em relação a elite. Apesar de todas as tentativas de dissolver esses grupos e suas criações, houve o efeito reverso, e o que antes era recriminado, passou a ser bem visto por toda a população.

Há de ser considerado também o quanto o samba foi despertando a emoção das pessoas, tornando-se parte de sua identidade. As emoções possuem um papel muito importante na preservação da memória que constitui o patrimônio imaterial, pois elas priorizam as experiências afetivas dos grupos, como condição necessária ao processo de salvaguarda. Pela memória, o passado não só vem à tona, misturando-se com as percepções imediatas, como também muda-as de lugar, passando a ocupar o espaço

todo da consciência. “A memória aparece como força subjetiva ao mesmo tempo profunda e ativa, latente e penetrante, oculta e invasora”. (Bosi, 2003, p. 36)

A criação de políticas, ações ou eventos que não provoquem sentimentos e expectativas nos grupos diretamente ligados a patrimonialização ou na sociedade em geral, pode comprometer a manutenção da memória. Como nos lembra Bosi (2003), a permanência dos fatos na memória depende do quanto têm de impacto afetivo. Conforme apontam Costa e Castro (2018), é preciso muita atenção no processo de patrimonialização e salvaguarda de um bem imaterial no que diz respeito aos papéis sociais e como isso pode trazer novos sentidos e significados para a cultura local alterando as relações sociais de diversas formas. As manifestações culturais de um grupo que recebem a titulação de patrimônio, devem permanecer na memória de todos. Assim, o processo de patrimonialização deve legitimar a contribuição dos indivíduos detentores daquele bem, sem modelar a forma de preservação, permitindo que o processo todo seja uma construção de memórias individuais e coletivas daquela comunidade, onde todos os seus membros possam dar suas contribuições, valorizando o sentimento de pertencimento e integração.

Do ponto de vista de Mangabeira (2020), que traz a questão da memória relacionada ao Carnaval e ao samba, cada Escola de Samba possui a bandeira como um dos elementos que representa a tradição e história do Carnaval. A memória não significa permanecer sempre o mesmo, mas ela se constrói estruturando continuidades, e sendo fio condutor na formação da identidade de cada grupo, segundo o autor.

Para Halbwachs (1990), a memória é construída e reconstruída através de noções comuns entre pessoas que fazem parte da mesma comunidade. Pollak (1989) enfatiza que há indicadores empíricos que ajudam a estruturar as hierarquias e classificações, definindo algo em comum entre os que dividem o mesmo sentimento de pertencimento e estão do mesmo lado da fronteira sociocultural. No caso do samba enredo, cada Escola de Samba possui suas particularidades e cada membro as conhece muito bem, o que gera o sentimento de pertencimento. É muito fácil perceber nesse meio do samba o sentimento que existe em cada membro pela sua agremiação. Inclusive, tem uma ala exclusiva para as pessoas que fazem parte da história daquela Escola desde o início, a chamada Velha Guarda. Esse grupo ajudou na construção da história e de memórias que estão vivas até hoje. Eles criaram e aqueles que vieram depois e passaram a integrar o grupo fizeram a manutenção e reconstrução dessa mesma memória. Ao mesmo tempo que a cada ano temos um novo enredo e samba desenvolvido por cada

Escola, com novas alegorias e fantasias, vemos que aqueles mesmos membros que transformaram o samba em patrimônio permanecem independente do tempo que passe e além disso, seus descendentes herdam essa tradição e passam a fazer parte dessa identidade também. E o patrimônio imaterial se mantém vivo exatamente através dessa passagem por gerações, onde ocorrem mudanças e sua manutenção, mas cuja tradição e características formadoras da memória daquele grupo, se mantém vivas.

No dossiê das matrizes patrimonializadas do samba, o samba-enredo é o que mais se difere dos outros dois subgêneros, pois ao mesmo tempo que agrega características dos outros, nele não há improvisos, e a letra e melodia são pré-determinadas pelas Escolas de Samba, visando ganhar o título de campeã do Carnaval. Como é explicitado no Dossiê do IPHAN, o samba-enredo sempre traz palavras e expressões fora do cotidiano, ao contrário das outras matrizes, trazendo um refinamento e rebuscamento em suas letras. Isso se deve ao seu surgimento estar atrelado a estruturação das Escolas de Samba, que começaram com menos de cinco agremiações, e hoje existem inúmeras espalhadas pela cidade.

O samba-enredo possui uma grande relevância dentro das matrizes patrimonializadas, pois não envolve somente o gênero, mas grandes comunidades que se organizam para a produção do maior evento do país. Tais comunidades de sambistas, apesar de serem maioria, não recebem a centralidade que deveriam, mas hoje possuem um lugar de fala, o Museu do Samba (antigo Centro Cultural Cartola), onde tem a possibilidade de se reunir para promover discussões e debates acerca do samba como patrimônio, mais uma vez mostrando resistência dentro do processo.

### **1.5 O Museu do Samba: um reduto dos sambistas cariocas**

O Centro Cultural Cartola trabalhava a história e memória do Cartola e foi se ampliando, devido a necessidade de ter um lugar para construir essa história pelos sambistas. No momento que fizemos as duas visitas ao espaço, que hoje é Museu do samba, haviam 4 exposições vigentes, sobre diferentes personagens e aspectos do samba, com destaque para o programa de história oral, o “Memórias e as Matrizes do Samba no Rio de Janeiro”, onde os compositores, porta-bandeiras, ritmistas, e outros detentores do samba dão depoimentos sobre sua trajetória no gênero musical e como a patrimonialização impactou nisso.

Numa conversa com a historiadora do Museu, Desireé Reis Santos (2022), ela nos contou um pouco sobre sua construção e o papel que o Museu exerce dentro do universo do samba. Segundo ela, o Museu tem esse lugar de construção a partir da



visão dos protagonistas dessa história. Para ela, o Museu é criado a partir da seguinte perspectiva: “nós não temos a nossa história documentada em lugar nenhum, precisamos fazer que os sambistas sejam fortalecidos a partir de um espaço, justamente por uma onda que acabou tirando o sambista do seu lugar”. (REIS SANTOS, 2022). Essa onda a qual ela se refere, seria justamente a mudança que houve com a evolução da indústria fonográfica e consequente comercialização dos sambas e uma espetacularização do samba-enredo e Carnaval, tirando o foco de suas origens e de seus verdadeiros criadores.

Para Reis Santos (2022), o espaço do Museu trabalha de acordo com uma lógica de defesa e argumentação, para lutar pelo lugar do sambista dentro das Escolas de Samba e debater os desafios que o povo do samba enfrenta. Um exemplo disso, são os encontros de cada segmento do samba para debater diversas questões. Apesar da sua localização ser próximo da quadra da Escola de Samba da Mangueira, ele não se vincula a apenas ela, sendo um espaço de troca entre sambistas de um modo geral, de todas as matrizes e locais da cidade.

“O tempo todo o que deve ficar claro é que o Museu do Samba é um museu criado por sambistas. E chega um determinado momento, que é formado o Conselho do Samba, que são pessoas que pensam a partir da patrimonialização. É um Museu na pluralidade, não inclui somente pessoas da Mangueira” (REIS SANTOS, 2022).

O Centro Cultural Cartola passa a ser Centro de Referência de Salvaguarda do Bem entre 2007 e 2009. Ele foi institucionalizado como Museu do Samba em 2016, mas já atuava antes nesse sentido. Com a visita ao Museu, percebe-se a questão política que está envolvida na criação deste espaço para contar sua história, que assim o transforma num lugar de poder. Apesar do país ter a presença do samba como bem cultural há muito tempo, somente com a criação do Museu do Samba ele passou a ter um espaço exclusivo para este tema e, com a patrimonialização das matrizes, houve um direcionamento maior do espaço nesse sentido de valorização do universo do samba.

A pandemia causou alguns impactos nas visitas, que já estão voltando a normalidade. Mas hoje é possível acessar a página do Youtube do Museu e ver exposições gravadas, assim como algumas oficinas e eventos também. O público do Museu é em sua maioria formado por escolas públicas no entorno da Mangueira e turistas estrangeiros, que vêm principalmente através de um pacote chamado “Vivências do samba”, com visitas à exposição, oficinas de percussão e dança, acesso a algumas

fantasias e uma feijoada que é servida no final. Estas visitas são mediadas principalmente por empresas de intercâmbio que trabalham com escolas estrangeiras que querem vivenciar o samba.

No acervo, há itens que chamam a atenção: o pandeiro pertencente ao sambista Candeia, as roupas originais das cantoras Alcione e Beth Carvalho, o chinelo usado por Martinho da Vila, dentre outros. São relíquias que fizeram parte da trajetória dos sambistas e que foram doados por eles mesmos ao museu.

Assim, há uma construção coletiva no Museu do Samba, com participação dos atores sociais envolvidos. Além dos espaços das exposições, o Museu conta com uma área dedicada as rodas de samba que acontecem entre 1 e 2 vezes por mês, e uma sala de aula onde são ministradas as aulas do pré-vestibular social para os estudantes da região. É importante ressaltar que a localização do Museu na Mangueira, berço do samba carioca, influencia de forma positiva nos projetos e ações da instituição. Sobre a questão das Escolas de Samba e sua origem negra, a historiadora do Museu do Samba diz que:

“A Escola de Samba é um produto da diáspora, um produto negro. O tempo todo o samba é uma resistência e reinvenção das pessoas negras que dialogam e buscam a ampliação da cidadania dentro de um lugar estruturado pelo racismo. A própria ideia destes sambas, das letras, o samba desde que nasceu é uma forma de luta pela reafirmação da identidade dentro de um lugar que te nega isso. Portanto, é uma luta política. O samba-enredo hoje em dia utiliza a Sapucaí como uma caixa de ressonância para que essas histórias sejam gritadas. É um espaço político. Eu acho que entender o samba-enredo, entender o lugar dos sambistas e dessas pessoas é também entender um lugar de denúncia, e de crítica, de luta política e de liberdade, numa estrutura da branquitude, racista, que nega essa história. E quando não nega essa história, retrata ela de uma forma irreal.” (REIS SANTOS, 2022)

Nos próprios desfiles das Escolas de Samba é possível ver inúmeras histórias de luta e resistência contadas através dos sambas-enredo. Só que esta questão da denúncia, críticas e resistências que são levados ao Sambódromo, acabam ficando em segundo plano, com a supervalorização dos aspectos visuais, efeitos especiais e glamour em torno disso. Então, assim como a fala de Reis Santos (2022) e conforme já foi abordado neste capítulo, o samba segue sendo uma forma de resistência dessas pessoas que não conseguem ter suas vozes ouvidas na sociedade. E quando ela fala sobre a luta política, é justamente para buscar o respeito das tradições e memória, mas principalmente a quem fez e faz tudo isso acontecer: a comunidade. Já que o samba é o responsável por movimentar a economia durante o ano inteiro, então deveria ser muito

mais aproveitado de outras formas além do Carnaval. Será que esse bem cultural, que gera tanto lucro em uma determinada época, não possui nenhuma ação durante o ano, voltada para fortalecer as pessoas que o constroem e que dependem dele para viver?

O turismo nesse contexto tem uma responsabilidade muito grande também, pois acaba fazendo com o que o samba seja visto de uma forma estereotipada, através da venda de uma imagem centrada na festa, na passista e no Carnaval como um produto, e pouco se faz de investimentos para mostrar a complexidade do samba em todos os seus aspectos como o principal atrativo e principal ativo cultural do Rio de Janeiro. O Sambódromo, que apesar de utilizar parte de seus espaços durante o ano para outros fins educativos, foi criado com o objetivo de ser o local onde as Escolas de Samba desfilariam no Carnaval. Só que, no restante do ano, o espaço é muito pouco utilizado para eventos ou projetos que remetam ao samba, ao Carnaval, ou até mesmo a cultura brasileira. Existe, inclusive, segundo Reis Santos (2022), um museu do Carnaval dentro do Sambódromo, mas que nunca funcionou como tal, já tendo sido utilizado, inclusive, como camarim por algumas Escolas de Samba.

O Samba é amplamente divulgado como atrativo da cidade, mas sempre vem associado ao Carnaval. Segundo Reis Santos (2022), o turismo poderia e deveria potencializar muito mais e movimentar essa economia da cidade através da complexidade do samba durante o restante do ano. E qualquer política nesse sentido deve levar em consideração as pessoas envolvidas e de que forma isto irá afetar a comunidade.

Quando questionada sobre as mudanças ocorridas após a criação do Museu, Reis Santos (2022) diz que vê 3 principais caminhos que se abriram: o direito à memória do samba através da construção do acervo, a potencialização das políticas públicas e economia a partir do patrimônio e o trabalho de pesquisa e educação ao que se propõe esse museu, essa narrativa. Vale destacar aqui, como o Museu do Samba vem desenvolvendo um trabalho extenso relacionado ao patrimônio, possibilitando que as pessoas tenham mais acesso a história e tradição do samba, permitindo que ela seja contada pelos seus próprios detentores.

Dentre as muitas ações e projetos que surgiram após a criação do museu, Reis Santos (2022) cita a Rede Carioca de roda de samba, que foi criada a partir da patrimonialização das matrizes e está muito ligada a pensar políticas públicas e investimentos para o samba como patrimônio, e viabilidade para os eventos acontecerem. Uma ação feita por eles, bastante significativa, foi um mapeamento das

rodas de samba no Rio de Janeiro e o impacto econômico que isso tem para a cidade durante o ano inteiro. Além disso, o museu fazia uma espécie de exposições itinerantes pelas escolas da Mangueira, através de patrocínios. Eles ficavam 15 dias numa escola atendendo a diversas turmas por dia. O objetivo deste projeto era contar a história do samba e fazer com que esses estudantes se envolvessem ao ponto de perceber que eles também eram os protagonistas desta história. Então, o que começava com uma aula, virava uma roda de conversa onde todos queriam participar dando seus depoimentos.

Hoje, o Museu do Samba é um dos principais lugares de representatividade do gênero musical e de seus detentores, mas a realidade é que muitas Escolas de Samba perderam o envolvimento com a comunidade. A gestão delas em sua maioria não é feita por sambistas, mas sim por pessoas de fora. Para Reis Santos (2022) isso é apenas um reflexo do que acontece na sociedade brasileira, que apesar de ter uma política de democracia racial, tem um predomínio de brancos no poder. Apesar disso, o samba é uma forma de resistência desde sua criação, e assim segue sendo o tempo todo.

O Museu do Samba, antigo Centro Cultural Cartola, atua justamente como um instrumento de direito à memória dos sambistas, diante da falta de um espaço para isso. As vozes excluídas tem neste local sua referência para preservar e guardar seu patrimônio. Para Nogueira (2015), ele marca a diversidade cultural brasileira, dando espaço para os grupos se expressarem e para que estes sambistas reconheçam sua relevância e contribuição para a cultura brasileira através do samba.

## **CAPÍTULO 2**

# **A EXPLORAÇÃO DO SAMBA ATRAVÉS DO TURISMO E O IMPACTO NAS COMUNIDADES DE ORIGEM**

## **2 CAPÍTULO – A EXPLORAÇÃO DO SAMBA ATRAVÉS DO TURISMO E O IMPACTO NAS COMUNIDADES DE ORIGEM**

### **2.1 A popularização do samba: o Carnaval e suas diferentes formas de manifestação pelas camadas sociais**

Denominador comum na construção da identidade brasileira, o samba enfrentou muitos obstáculos pelo caminho até ser consagrado a símbolo nacional. Tratando-se apenas da produção musical, houve a necessidade de ser incorporado, segundo Paranhos (2003), por outras classes sociais, rompendo as barreiras nesse sentido. Assim, o samba ia absorvendo outras influências culturais e musicais, num processo, segundo o autor, de embranquecimento<sup>9</sup> e empretecimento das camadas da sociedade que entraram neste universo. Ao mesmo tempo que essas influências se opunham, também eram complementares, através de trocas culturais entre classe média e as classes mais populares. Apesar dessa mistura entre brancos e negros no samba, no que diz respeito aos lucros obtidos pela produção musical, havia ainda uma grande desigualdade, pois a distribuição sempre favorecia os mais abastados da sociedade.

O samba ter passado de marginalizado para uma ampla divulgação em âmbito Nacional se deve em parte a participação do governo vigente na época, cujo presidente era Getúlio Vargas, e criou um novo modelo de autenticidade para o Brasil, sob o discurso da “mestiçagem”, conforme afirma Vianna (2007). Nesse período, o samba que até então era uma expressão cultural da cidade do Rio de Janeiro apenas, chegou a alcançar a posição de música nacional, com o apoio do governo. Com esse auxílio, o samba superou fronteiras internacionais na década de 40, representando o povo brasileiro não somente dentro, mas fora do país. Um exemplo disso, citado por Pavão (2012), é o Zé Carioca, personagem sambista de Walt Disney e Carmem Miranda, que virou um grande sucesso nos Estados Unidos.

Vale ressaltar que até 1960 o Rio de Janeiro foi capital do Brasil e como tal, tinha um papel de destaque sobre as outras cidades do país, o que favoreceu que suas

---

<sup>9</sup> “O samba, relegado pela elite brasileira à marginalidade e associado à criminalidade, tendo sido reprimido para que sua prática e disseminação fossem impedidas. Pouco a pouco, porém, esse gênero musical sofreu transformações e se tornou símbolo nacional. Mais tarde, o processo de embranquecimento do samba foi uma estratégia do Estado Novo, que, na década de 40 do século XX, através do Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, influenciou sua mudança estético-ideológica, assim passaria a ser mais aceito pela elite da população.” (CARVALHO E OLIVEIRA, 2015).

manifestações culturais se espalhassem por todo o território. Além disso, a cidade recebeu grande parte dos escravos africanos, que foram os que trouxeram as referências do samba para o país.

Com o passar do tempo e o surgimento de novos mecanismos de produção e divulgação dos meios musicais, houve uma ampliação no consumo da música, que para Vieira (2013), propiciava que cada vez mais pessoas aderissem a ele. Segundo a autora, os artistas passaram a ser movidos pela lógica comercial, pois viram seu público crescer e consumir cada vez mais suas composições e produções, o que os estimulava a fazer música de acordo com as pessoas que o consumiam, ou seja, atendendo a demanda crescente que surgia. O samba foi na mesma lógica e suas produções passaram a acompanhar esta mesma tendência.

O papel dos meios de comunicação nesse processo de popularização do samba foi fundamental. A indústria fonográfica marcou o início da fama do samba em território nacional e internacional. A “Era do Rádio”, nas décadas de 1920 e 1930, fez com que o samba fosse difundido pelas principais emissoras, fazendo com que os ouvintes conhecessem as principais composições dos sambistas da época.

Apesar desse novo direcionamento do cenário musical brasileiro, Lopes (2001) pensa que essa manutenção das produções musicais tenha contribuído para a preservação do sentido de seu conteúdo inicial. Dentre as mudanças, citadas por Vieira (2013), estão principalmente o distanciamento entre compositor/executor e ouvintes, e o fato de que, antes essas criações eram manifestações da classe trabalhadora e sua visão de mundo e passaram a ser direcionadas mais ao entretenimento, para assim poder ser consumida por diferentes setores da sociedade. Esta mudança foi o que levou o samba a se destacar dentre os intelectuais e se tornar um símbolo da identidade nacional.

A profissionalização dos sambistas a partir daí significou a ascensão social para muitos deles. Mas, a classe trabalhadora não abandonava seus postos de trabalho para viver somente disso. Vieira (2013) afirma que essa profissionalização dos sambistas e mercantilização do samba, ajudou no processo de consumo pelas classes dominantes, modificando o seu conteúdo inicial, que era retratar o modo de vida e visões de mundo da classe trabalhadora. O ápice dessa mudança foi durante o Estado Novo do governo varguista, que ajudou na promoção e divulgação do gênero musical como símbolo nacional. Mesmo assim, a autora afirma que o samba conseguiu manter suas características originais, já que os sambistas mantiveram suas relações vivas e

continuaram a retratar sua história, mesmo com o consumo em paralelo de composições voltadas para o divertimento de outras classes sociais.

Essa questão social que mistura diversas camadas populares em torno do gênero musical do samba pode ser vista claramente também no Carnaval, que desde seu início apresenta essa segregação entre a elite e o povo, segundo Carvalho e Madeiro (2005). As formas de festejar mudaram, mas essa distinção entre as camadas populares e a alta sociedade não. O povo sempre foi para as ruas, como acontecia no entrudo. E a elite sempre preferia locais mais exclusivos (e conseqüentemente excludentes), como os bailes de máscaras, que eram realizados na cidade do Rio de Janeiro e tinham como principal característica uma sofisticação, sendo bem vindos apenas aqueles que fossem sócios dos clubes onde tais eventos ocorriam ou os que dispunham de um poder aquisitivo que permitia desfrutar dos benefícios. Mas, se essas pessoas tivessem que sair nas ruas, se destacavam em cavalos, charretes e carros de luxo, além das fantasias muito elaboradas, em locais que eram “públicos”, mas proibidos socialmente para as classes populares.

Em 1920, surgiram no Rio de Janeiro as Escolas de Samba, provenientes mais uma vez, assim como o samba e o Carnaval, do povo, o que gerou alguns preconceitos por parte da elite e autoridades. Percebe-se aqui um padrão de comportamento por parte das classes mais altas da sociedade. Se algo é criado por um deles, é aprovado sem precisar passar por qualquer tipo de análise. Mas se vem do povo, gera sempre um questionamento e num primeiro momento é sempre visto como algo marginalizado. Assim foi com o samba, com o Carnaval e com as Escolas de Samba. Primeiro vieram as críticas e depois que eles viram o tamanho da notoriedade que tais aspectos culturais alcançaram, quiseram fazer parte também, mas sempre buscando uma forma de segregar os verdadeiros criadores. Nesse caso específico das Escolas de Samba, conforme elas iam ganhando espaço no cenário brasileiro, os políticos, principalmente, passaram a se interessar mais pelo assunto.

Com o crescimento do número de agremiações em diversos bairros e o envolvimento cada vez maior dos órgãos públicos, foi fundada em 1934, a União das Escolas de Samba (UES). Aí se deu o início da institucionalização do Carnaval, com uma regularização dos desfiles e em meio a negociações que visavam torná-los oficiais no Rio de Janeiro. O primeiro Carnaval com atuação da UES foi em 1935 na Praça Onze e ficaram estipuladas regras, como o tempo limite para cada Escola de 15 minutos e os



desfiles que seriam realizados com a apresentação de dois sambas por Escola. A vencedora nesse ano foi a Portela, com o enredo de “O samba dominando o mundo.”

Na década de 1960, os desfiles das Escolas de Samba passam a ocupar a maior parte dos jornais da época, fazendo com que a classe média descubra o espetáculo. O Carnaval que era democrático, passou então a cobrar ingressos de quem quisesse assistir as Escolas. Pavão (2012) menciona que a partir daí, a elite da sociedade passou a se interessar também em frequentar as quadras das Escolas de Samba para assistir aos ensaios. Esse costume foi se popularizando entre os brasileiros e os estrangeiros, que ao visitarem o país, começaram a buscar os morros e subúrbios para conhecer o samba mais de perto. E o que eles encontram nesses locais é algo mais próximo de uma experiência autêntica do que o Carnaval que é vendido normalmente. O Sambódromo foi um local projetado para isso. Já as quadras, apesar de ainda não mostrarem fielmente esse aspecto cultural, se aproximam mais das origens do samba, de um maior contato com as comunidades, sendo locais mais populares, embora também cobrem ingresso.

As Escolas de Samba, segundo Andrade (2003) eram temporárias e se reuniam apenas na época de Carnaval. Seu surgimento foi proveniente dos blocos de rua das camadas mais populares da cidade do Rio de Janeiro. Ao ser oficializada, se tornou segundo a autora, uma entidade civil sem fins lucrativos. A criação da Liga Independente das Escolas de Samba (LIESA), em 1984, sistematizou a administração do desfile que culminou no controle total em 1995. Assim, o desfile das Escolas de Samba, que teve início em 1932 se transformou num dos principais eventos do país, principalmente devido as estratégias de marketing dos órgãos responsáveis pelo turismo e do governo. Segundo Malaia, Lopes e Vinhais (2009), o sucesso alcançado pelo Carnaval se deve a aplicação de modelos organizacionais modernos.

As Escolas de Samba são organizações que contam com profissionais altamente motivados em produzir o melhor desfile possível. O Carnaval não chegaria a ser considerado um espetáculo se não fosse tamanha dedicação das pessoas que estão envolvidas nos bastidores. É um trabalho árduo feito durante praticamente o ano inteiro que culmina em apenas 60 a 70 minutos de apresentação. É preciso que haja a interação de diversos profissionais para que tudo saia conforme o planejado, assim como acontece numa empresa. Devido a magnitude do evento, existem níveis hierárquicos dentro de cada Escola de Samba, com os responsáveis por determinados setores, como a figura do carnavalesco, a diretoria e o presidente da Escola. A gestão

de cada Escola é adequada aos critérios de avaliação, que implicam no bom desempenho no desfile.

Segundo a Liesa (2009), “as Escolas de Samba vendem sua imagem como um produto de responsabilidade social e investimento cultural.” A Escola de Samba não possui fins lucrativos, mas pode ser considerado um grande, talvez o maior, projeto social na área da cultura, segunda a instituição. O objetivo delas não é lucrar com o Carnaval, mas sim ter ganhos suficientes para se manter e produzir um grande desfile a cada ano.

Segundo Cavalcanti (2007), o samba-enredo e as alegorias possuem um papel complementar durante os desfiles, de maneira que o samba, que é cantado mais de 50 vezes na passagem da Escola, aborda alguns tópicos do enredo escolhido para aquele ano. Já as alegorias, complementam abordando o enredo em sua totalidade e em todos os seus aspectos, sendo ainda complementadas pelas alas. Discordando em parte da autora, que dá destaque maior as alegorias, o samba-enredo desde o início é o mais importante do Carnaval, pois no começo não existia nada além dele e das pessoas cantando pelas ruas. As alegorias, fantasias e todo o glamour que hoje faz parte dessa festa, vieram conforme isso foi sendo absorvido pela elite. Mas a origem do Carnaval no formato do desfile tem como principal símbolo o samba-enredo. Não é toa que as pessoas visitam as quadras das Escolas de Samba para assistirem aos ensaios, que nada mais são do os músicos de cada Escola cantando o enredo acompanhados da bateria.

Assim, cabe ressaltar que o principal elemento do Carnaval é o samba-enredo. Apesar de hoje não receber a devida valorização e destaque durante os desfiles de Carnaval, o processo de patrimonialização das matrizes do samba foi muito importante para as Escolas de Samba, que aumentaram seu capital e passaram cada vez mais a serem vistas como instituições dentro da cidade do Rio de Janeiro e não apenas como manifestações populares que eram no início.

## **2.2 A mídia e o samba: a influência dos meios de comunicação no desenvolvimento e exploração do patrimônio**

O Carnaval surgiu dentro do povo, como um momento de divertimento e descompressão da realidade. Hoje, ainda é caracterizado pelo momento em que as comunidades descem os morros e favelas e mostram suas manifestações para o público. Em contrapartida, as pessoas que hoje vão ao desfile, em sua grande maioria,

não estão interessadas nos protestos feitos na Avenida, mas na festa em si. Eles vão mais para ver a Escola que vai estar mais glamourosa, com os adereços e alegorias mais chamativos, buscando se encantar pela parte visual do desfile. Muitas pessoas que desfilam nas Escolas atualmente, não sabem cantar o samba-enredo completo. Muitas quase não participam dos bastidores, dos ensaios, aparecendo somente no momento da festa. Isso porque sabem que lá terão a oportunidade de obter destaque na mídia, sempre tão presente durante os desfiles.

A ampla divulgação do Carnaval interna e externamente, criou uma imagem individualizada, segundo Ferreira (2005), para a cidade e para o país. É através dessa festa que o povo brasileiro consegue se expressar. Mas, apesar disso, é preciso problematizar a crescente comercialização desta festividade e o quanto a indústria midiática se apoderou de todos os espaços deste evento. Um dos marcos para a transformação do Carnaval em um espetáculo que dá mais valor ao aspecto visual foi, conforme citado anteriormente, o surgimento da figura do carnavalesco na década de 1970, que é justamente quem determina a concepção artística que a Escola irá apresentar naquele ano.

A mídia, conforme diz Viscardi, Sottani e Silva (2014), passa a incentivar o consumo de novos produtos e ideologias, através das suas publicidades. Os meios de comunicação redefiniram as noções de espaço e tempo, possibilitando novas formas de interação social. Hoje ela se faz presente em todos os momentos e até nos lugares mais remotos, fazendo com que as pessoas se sintam conectadas, mesmo que estejam fisicamente distantes daquilo que está sendo transmitido através dos canais de comunicação.

A proximidade cada vez maior dos produtos midiáticos com a realidade cotidiana afeta a dinâmica das interações humanas e sociais, além de causar uma transformação na cultura, no sentido que pode comprometer a possibilidade de uma experiência autêntica. (MATTELART e MATTELART, 2011, p.78). Isso ocorre principalmente através da televisão, em que uma pessoa de fora daquele contexto de samba e Carnaval escolhe o que deverá ser mostrado em destaque e o que não é tão importante. E geralmente essa escolha é pautada no que fica mais bonito na câmera, ou em celebridades que participam dos desfiles hoje, mas que na verdade não se envolvem com a Escola de Samba, e os carros alegóricos mais suntuosos. O samba e o enredo pouco são falados pela mídia, que sabe que o que dará mais audiência são os aspectos visuais do desfile. Essa utilização do Carnaval pelos meios midiáticos marca uma

transição dele como expressão cultural para produto ou indústria, o que pode acarretar sua deslegitimação como experiência cultural.

O status que o Carnaval possui de “o maior show da Terra” não teria sido alcançado sem essa ampla divulgação e venda dele como uma mercadoria pelos canais de comunicação. A televisão hoje é o principal veículo de informação e transmissão do Carnaval. As outras vertentes da mídia ficam em segundo plano. O rádio, que já esteve tão presente na transmissão do Carnaval, hoje já não exerce mais esse papel. Isso se deve ao fato de que a sonoridade, o samba, os compositores que eram valorizados e privilegiados no passado, hoje já não ocupam mais esse lugar, que agora é das alegorias, fantasias luxuosas e toda plasticidade que se pode ver através do vídeo. Além disso, dentro das próprias Escolas de Samba se vê hoje a perda da participação popular. Cada vez mais aumenta o custo para participar de um desfile e apenas quem tem condições de pagar pelos ingressos é que pode participar do evento. E a previsão é que cada vez mais a presença excessiva da mídia aumente a glamourização e segregação no Carnaval.

Barbosa (2006) mostra como funciona a transmissão televisiva de festividades como o carnaval: há sempre um tempo reservado para os comentaristas fazerem suas observações sobre os desfiles, sempre repleto de elogios a cada Escola de Samba. Há também a utilização de intervenções publicitárias, vinhetas e recursos gráficos durante a transmissão, de forma que não tire o foco do atrativo principal. Segundo o autor, a transmissão de qualquer evento ou cerimônia pela televisão molda totalmente a maneira como aquilo acontece. É como uma narrativa jornalística, que ocorre em tempo real, e cria comunidades instantâneas e efêmeras. Essas transmissões mobilizam o público, pois tornam-se eventos únicos, passando a sensação de uma experiência dividida e um sentimento de adesão entre os telespectadores.

A transmissão do Carnaval é feita de forma “rearranjada, adaptada, substituindo-se os elementos do original que a televisão não pode transmitir, tornando-se uma estrutura transitória, uma espécie de pré-imagem”, como afirma Dayan (1989). A televisão consegue montar uma cena organizada como num espetáculo coreografado, onde oferece uma ilusão de participação para quem está assistindo. É ela, segundo Barbosa (2013), que permite ao telespectador “viver” esse momento e ter acesso a algo, que se não fosse pela mídia, ela não teria ideia de como aconteceu. E tal narrativa fica na memória dessas pessoas, que tiveram a sensação de fazerem parte de alguma forma daquele momento.

Para Cavalcanti (2008), esse processo de comercialização dos desfiles das Escolas de Samba teve início em 1962, quando foram construídas as arquibancadas na Avenida Rio Branco e o que até então era gratuito, passou a permitir o acesso somente com ingresso. Hoje o Carnaval é o espetáculo das cores, da beleza plástica e do visual, alcançando público no mundo todo. Essa comercialização, em termos econômicos, é muito favorável para a economia brasileira, com geração de empregos, aumento de receitas e principalmente para o turismo, que tem a sua maior demanda do ano na época de Carnaval. Os setores mais caros do Sambódromo são ocupados justamente pelos turistas estrangeiros, que adoram assistir aos desfiles, muitas vezes vindo pela segunda ou terceira vez ao Brasil com esse objetivo. Segundo Vieira (2013), as manifestações culturais deixam de seguir seus propósitos quando são capturadas pela indústria midiática, se submetendo a comercialização e ao lucro, virando uma mercadoria. Para Adorno (1985), as relações nesse contexto comercial se tornam alienantes, o que favorece a dominação capitalista, que faz nada mais do que padronizar a arte, reproduzindo-a de forma massiva.

No início dessa modernidade industrial, ainda não era possível propagar uma manifestação cultural de forma tão abrangente, pois a tecnologia não era tão desenvolvida. Mas hoje, com a quantidade de equipamentos disponíveis no mercado, há uma capacidade de alcance sem limites. Qualquer pessoa pode assistir a um desfile de Carnaval do lugar mais remoto do planeta. As notícias, imagens, sons e vídeos chegam para todos que desejam ter acesso aquilo. Mas a forma como essas pessoas irão absorver essas manifestações culturais depende totalmente da narrativa dos meios de comunicação, que possuem total domínio sobre isso.

Conforme destacado anteriormente, a televisão, principal meio de transmissão do Carnaval, instaura, segundo Barbosa (2006), as emissões cerimoniais, se tornando um espaço de partilhamento de experiências, onde os espectadores dividem sensações comuns, se sentindo parte de um mesmo ritual. É uma forma das pessoas se sentirem incluídas naquela celebração e saberem tudo que aconteceu no desfile em tempo real, sem a necessidade de estar de corpo presente. A oportunidade de ver ao vivo da tela, permite que os espectadores conheçam detalhes do Carnaval, dos Sambas e dos enredos, o que não seria possível sem a mídia. E isso funciona com qualquer tipo de evento. Gostamos sempre de ter uma prévia, através do campo visual, para saber do que se trata o evento, como funciona e se vale a pena participar de alguma maneira. Sem essa divulgação, não haveria tanta procura para esse e tantos outros eventos que acontecem no mundo. A mídia e a transmissão de imagens, seja por foto ou vídeo, nos

apresenta ao novo de diversas maneiras e desperta a nossa curiosidade e interesse em conhecê-lo mais de perto. Apesar da forma massiva que é feita em relação ao Carnaval, é por causa dela que ele ocupa um lugar de tanto destaque hoje.

Um estudo feito pela Prefeitura do Rio em fevereiro de 2022 fez um levantamento sobre a movimentação econômica da cidade durante o Carnaval. O Relatório Carnaval de Dados, feito em parceria com a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Simplificação (SMDEIS), reforçou a relevância do evento para a capital, que em 2020 movimentou R\$ 4 bilhões. Ele mostrou também que a receita de ISS com os serviços relacionados ao turismo é maior nessa época do ano, com cerca de R\$ 25 milhões de faturamento em fevereiro (PREFEITURA DO RIO, 2022), comparado a cerca de R\$ 21 milhões nos outros meses do ano. Essa comercialização do Carnaval beneficia principalmente o setor de turismo, no qual os hotéis ficam com sua ocupação máxima, além dos atrativos e restaurantes ficarem cheios de turistas brasileiros e estrangeiros. Os contratos publicitários entre empresas privadas e o Sambódromo contribui para a criação de uma fidelização de marcas para o Carnaval. A LIESA cuida dessa parte das publicidades, mas patrocínios individuais e projetos de enredo, as próprias Escolas de Samba que são as responsáveis pela captação.

Malaia, Lopes e Vinhais (2009) mostram como a Rede Globo de Televisão se tornou um elemento fundamental no que diz respeito a transmissão do Carnaval. Ela inicia a cobertura meses antes dos desfiles, com idas a Cidade do Samba, apresentando cada dia uma Escola e seu enredo, além das vinhetas que aparecem durante a programação diária, estimulando o público a conhecer mais sobre o ritmo e letra de cada agremiação. Os direitos de transmissão iniciaram, segundo os autores em 1985, quando a LIESA assumiu a organização.

Já a reestruturação do Carnaval nos moldes de hoje se deu a partir da década de 1990. E isso se deve ao seu reconhecimento pela indústria do turismo, o que atraiu muitos investimentos dos governantes, não apenas nos desfiles das Escolas de Samba, mas também nas festas populares que ocorrem nesse período. Nesse modelo, que acontece até hoje, as festas também ocorrem de forma diferente, dependendo do poder aquisitivo de cada um. É verdade que o Carnaval sempre foi muito democrático no sentido de ter opções para todos os gostos e bolsos, mas tratando-se do principal evento, o desfile das Escolas de Samba, existe uma separação por setores, onde geralmente os mais acessíveis para as camadas populares são os últimos. O restante é vendido a preços bem altos para pessoas de classe média alta ou turistas

internacionais que compram seus ingressos através de agências de viagem. Fora isso, são oferecidas diversas opções de frisas e camarotes que iniciam as vendas quase 1 ano antes do evento. Mas, dentro desses locais é nítida a exclusividade e segregação que é feita entre a elite e o povo. Na maioria dos camarotes, se encontram personalidades famosas, que ganham os ingressos para justamente divulgar o espaço e patrocínios nas redes sociais. São espaços que oferecem shows de outros estilos musicais durante a noite toda, enquanto na parte externa tocam os sambas-enredo das Escolas participantes, que deveria ser o foco do evento. Percebe-se aqui que a glamourização do Carnaval atingiu um nível tão elevado, que acontece de muitas pessoas irem hoje aos desfiles e não assistirem muitas partes dele, devido ao oferecimento de múltiplas atrações, quando a principal deveria ser assistir as Escolas.

### **2.3 A turistificação do samba-enredo e Carnaval: como ambos se tornaram um dos principais atrativos turísticos nacionais**

Quando se fala em Rio de Janeiro, a imagem da cidade pode ser facilmente associada ao turismo, já que é o destino mais procurado pelos turistas estrangeiros no Brasil. Não é à toa que o Rio é conhecido mundialmente como a “Cidade Maravilhosa”, que mesmo em meio a tantos problemas, se mantém atrativa. Para Castro (2006), o turismo no Rio de Janeiro inicia na década de 20, quando começam a surgir empreendimentos do setor, como hotéis, órgãos oficiais e agências de viagem, voltados para começar a receber a demanda de turistas internacionais que surgia. Foi criada nessa década também, a Sociedade Brasileira de Turismo, nomeada mais para frente de Touring Club.

Assim, no Brasil, o interesse pelo turismo se afirmou nas primeiras décadas do século XX, e tinha como principal centro a cidade do Rio de Janeiro. Castro (2001), em outro momento, afirma que a atividade turística no Rio pode ser dividida em três fases: da década de 1920 até a Segunda Guerra Mundial; o segundo período do fim da Segunda Guerra até meados da década de 1970; e a terceira etapa de meados da década de 1970 até os dias de hoje. Na década de 30, durante o governo Vargas, houve uma política de valorização da cultura nacional, que propiciou o desenvolvimento de propagandas para atrair turistas internacionais para o país, mas principalmente para o Rio de Janeiro.

Em 1934, foi criada a União das Escolas de Samba para mediar as negociações entre as agremiações e o poder público, para tornar os desfiles oficiais. Os grupos de poder tentavam se aproximar politicamente dos populares, e o governo aprofundou o

projeto de tornar as Escolas de Samba em uma atração turística. A Comissão de Turismo ficou responsável pela organização das batalhas de confete nas ruas, dos desfiles de ranchos, dos blocos, das grandes sociedades e dos corsos. No mesmo ano, segundo Soieht (2001), foram criados o Departamento de Turismo no Distrito Federal e a Comissão de Turismo da prefeitura do Rio de Janeiro.

Almeida (2015) mostra que após a criação do Departamento de Turismo, houve uma maior dedicação da Prefeitura no sentido de divulgar o Carnaval para os turistas de fora do Brasil. Foram desenvolvidos folhetos que seriam divulgados em jornais estrangeiros, dentre outras ações visando movimentar o turismo em torno do Carnaval. Em 1935, após a oficialização do evento, houve o reconhecimento das Escolas de Samba pelo governo e a festividade começou a ser divulgada como atrativo turístico do país. Aconteciam festas promovidas pelo Touring Club e por sambistas, com incentivo da prefeitura.

Além da oficialização do Carnaval, a Prefeitura passou a ajudar financeiramente as Escolas de Samba na organização e realização dos desfiles. Além disso, a imprensa passou a ser muito requisitada em torno do assunto, para a realização de propagandas com o objetivo de divulgar a festa popular em outros países. A mídia foi fundamental para que o alcance do Carnaval se espalhasse pelo mundo até se tornar o que é hoje.

A mobilização da Prefeitura em torno das Escolas de Samba agradou no princípio ambas as partes: ao prefeito porque, conforme ajudava a popularizar o Carnaval, ganhava maior apoio da população e os sambistas gostavam de ter o reconhecimento do governo e do público estrangeiro. Além disso, o Carnaval como atrativo turístico permitia que estabelecimentos como lojas, restaurantes e hotéis aumentassem muito o seu faturamento nessa época do ano.

Hoje, o Carnaval realizado no Rio de Janeiro envolve dinheiro, plasticidade, política e muita exposição, bem diferente de quando era apenas algo do povo, feito nas ruas, de forma mais simples, mas também com mais liberdade. A sensação que passa a cada ano é que os desfiles tem um aspecto artificial e que o Carnaval se tornou uma mercadoria e não apenas uma festividade, como era no passado.

E esse processo tem destaque para a mídia, principalmente a televisão. Com a transmissão em tempo real dos desfiles das Escolas de Samba no Sambódromo, houve um encarecimento do Carnaval, além de um interesse do poder público e de empresas privadas também em investir no evento, com a intenção de lucrar com ele. Assim como afirmam os autores Giovanini, Zanardo e Souza (2008), com o vídeo a questão estética



se torna uma necessidade, se sobrepondo aos aspectos tradicionais e comunitários, de forma, que assim, acontece uma modificação nas dinâmicas sociais do Carnaval. A mídia contribui para a descaracterização da festa, pois não destaca os principais aspectos culturais ali presentes, que é o samba-enredo e a história que está sendo contada, mas sim os aspectos visuais que chamarão a atenção dos telespectadores. Em contrapartida, para a atividade turística, a mídia é vista como uma aliada, pois é através dela e de toda publicidade em torno do evento que ocorre a divulgação dentro e fora do país, o que permitiu que o turismo no Rio de Janeiro alcançasse tantos adeptos.

Apesar dos grandes benefícios que acontecem com a divulgação e turismo em torno do Carnaval, na maioria das vezes a atividade é realizada de forma massiva, com foco na parte comercial e lucros obtidos, o que acaba afastando a comunidade tradicional, que se vê excluída quando se trata do acesso aos benefícios provenientes do evento. Isso afeta a cultura do samba, de modo que o elemento principal fica em segundo plano, diante de tantos outros aspectos que têm sido valorizados nos desfiles. É preciso que haja uma maior atenção por parte dos envolvidos na forma em que se realiza a atividade turística nesse contexto do samba-enredo e Carnaval, para que seja possível chegar a um turismo mais consciente<sup>10</sup>, que seja pensado para além da festa, em todos os envolvidos por trás disso, buscando gerar benefícios para essas comunidades também, que estão nos bastidores, mas que são os verdadeiros responsáveis pela sua realização a cada ano.

#### **2.4 Turismo de base comunitária: conceitos e desdobramentos**

Atualmente, o turismo é uma das atividades econômicas que mais geram renda para um local, e que contribui para o aprendizado através de novas experiências e contato com lugares, pessoas e culturas diferentes. Porém, esta atividade, tão presente na cidade do Rio de Janeiro, precisa de um planejamento adequado para minimizar a possibilidade dos impactos negativos ao local. Entretanto, o que aconteceu nos últimos tempos foi justamente o oposto disso, com uma expansão desordenada da atividade, que resultou em prejuízos para aspectos da sustentabilidade, cultura e sociedade local.

No fluxo contrário do turismo feito de forma massiva, surge o Turismo de Base Comunitária, de acordo com Coriolano (2012), como uma necessidade e possibilidade

---

<sup>10</sup> De acordo com a Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas (2019), o turismo consciente ou sustentável é aquele que “considera seus impactos atuais e futuros na economia, na sociedade e no meio ambiente, dando atenção às necessidades de visitantes, da indústria, do ambiente e das comunidades locais”

para os moradores das comunidades locais aumentarem sua renda e para atender a demanda crescente de visitantes que buscam “abraçar” questões sociais, ambientais e das minorias étnicas. Para Okazaki (2008), a comunidade faz parte do desenvolvimento sustentável<sup>11</sup> da atividade e o Turismo de Base Comunitária (TBC) permite que ocorra uma construção coletiva por parte dos moradores em busca de uma qualidade de vida melhor.

Se opondo ao turismo de massa, explicado na visão de Pires (2002) como um consumo exagerado do local que acaba trazendo consequências negativas para as populações receptoras, assim como para o ambiente no qual ele acontece, no turismo de base local, a própria comunidade é protagonista de todo o processo. Para Maldonado (2005), o Turismo de Base Comunitária permite a atuação da comunidade na autogestão dos recursos patrimoniais, assim como nas propostas e desenvolvimento de ações democráticas e solidárias, de forma que através do turismo realizado de maneira mais responsável e sustentável, são gerados benefícios também para quem está dentro do processo.

Os autores Sansolo e Bursztyn (2009) afirmam que no TBC o modo de visita e hospitalidade tem um caráter mais relacional, focando no estabelecimento de uma conexão e troca entre hóspede e hospedeiro. Neste tipo de atividade, os anfitriões não ficam submissos aos turistas e estes não veem os moradores locais apenas como objeto de consumo. Ele se distingue através dos valores, técnicas, tradições dos que possuem um patrimônio imaterial e através dos que visitam e compreendem a diversidade e alteridade local.

No trabalho de Sampaio (2011) são apresentados três conceitos chave do TBC: cotidianidade, convivencialidade e comunidade. Este último, protagonista do processo, segundo Coriolano (2012), deve garantir a participação dos seus membros e controle do território, organizando o local e atividade em busca de melhorar a qualidade de vida daqueles que ali vivem. A convivencialidade, segundo a autora, seria o interesse de um sujeito pelo outro, através da troca de experiências, nesse caso, entre os turistas e os moradores. E a cotidianidade, segundo Zuñiga (et al. 2012), pode ser exemplificada pela vivência de atividades cotidianas de outras pessoas, como a participação na confecção de artesanatos.

---

<sup>11</sup> Segundo Lelé (1991), desenvolvimento sustentável busca responder a cinco amplas exigências: integração da conservação e do desenvolvimento; satisfação das necessidades básicas humanas; alcance da equidade e social justiça; provisão da autonomia social e da diversidade cultural; e manutenção da integridade ecológica.

Para Irving (2009), houve uma ressignificação do turismo nos últimos anos, com um turista mais conectado a temas de responsabilidade social e ambiental, dando mais importância para novas experiências, buscando novos aprendizados e vivências.

“(...) integrar olhares distintos, leituras antagônicas, percepções contraditórias, ideologias incompatíveis (...). Este lugar não é um lugar apenas, mas o palco de conflitos e o cenário de transformações; os vários lugares do mesmo lugar, em resposta aos vários olhares sobre o mesmo lugar (...). O lugar turístico é o palco da pluralidade de identidades e o cenário da trama complexa das relações sociais”. (IRVING, op. cit, p. 177-178)

De acordo com Wada (2003), neste tipo de turismo, os visitantes e moradores locais interagem através de suas tradições, desejos, expectativas e necessidades e estabelecem uma relação mais estreita com o outro. Para Grimm e Sampaio (2011), este tipo de turismo incentiva a relação entre modos de vida opostos, trazendo de volta o interesse pelo diferente, valorizando o que é autêntico. Os empreendimentos sociais envolvidos neste tipo de turismo são chamados de “Arranjos Socioprodutivos de Base Comunitária”, que oferecem vivências para os turistas. Estes, por sua vez, se caracterizam por um perfil mais consciente e mais informado, que procuram visitar locais onde consigam ver a autenticidade cultural das comunidades tradicionais. Como define Coriolano (2006), é um tipo de turista que se preocupa mais com a consciência ecológica e a preservação da cultural local.

Fabrino (2013) diz que, apesar desse tipo de turismo muitas vezes vir associado ao Turismo Rural, Ecoturismo e Turismo Étnico, ele não pode ser classificado como um segmento deste mercado, mas sim como uma proposta de desenvolvimento das comunidades locais, que pode ter como base alguns segmentos já existentes no turismo. Para Sampaio (2005), o Turismo de Base Comunitária não se limita apenas à observação, mas traz a oportunidade de envolvimento dos visitantes com os projetos locais, fazendo com que os indivíduos se voltem para o outro. Dessa forma, para que o TBC ocorra de forma sustentável nas dimensões sociais, econômicas e culturais, deve haver um planejamento sustentável da atividade, o que para Grimm e Sampaio (2011) é ser organizado e dirigido pelos membros da comunidade, para minimizar os riscos de exclusão, miséria e marginalidade.

Segundo Irving (2009), apesar de muitas vezes o Turismo de Base Comunitária ser “induzido” por agentes externos, se a iniciativa não tiver uma motivação endógena, não atenderá aos princípios deste tipo de atividade. É preciso que haja uma demanda de

grupos sociais residentes do local em questão e que mantenham com este lugar uma relação de dependência e sobrevivência. Quando esta comunidade se reconhece como pertencente aquele local e possui poder de influência sobre as decisões e processos, passa a enxergar seu protagonismo social. Segundo Holanda (2016), embora seja enfatizada a importância do protagonismo das comunidades durante todo o processo, grande parte desses projetos recebe o apoio de ONGs e universidades, para ajudar na estruturação e operação da atividade turística.

Vale destacar que o turismo não costuma ser a atividade principal dessas comunidades, tendo outras atividades tradicionais mais relevantes e essenciais para a renda local (MTUR, 2010, p.6). Burgos Mertens (2015) destaca a necessidade de analisar a participação da comunidade no processo deste tipo de turismo, a partir dos aspectos dificultadores, pelo grau de apropriação de projetos e possíveis aspectos negativos como a busca de poder, divergências de opinião e resistência à mudança.

Para o Silva, Ramiro e Teixeira (2009), o apoio às iniciativas de TBC visa: fortalecer o poder local em articulação com agentes externos do mercado turístico; aumentar os rendimentos das comunidades locais, fomentando sua economia interna; permitir a estruturação frente à crescente demanda nacional e internacional; contribuir para a geração de empregos e renda locais, promover a atividade garantindo a qualidade e segurança da experiência turística para a comunidade e para os visitantes.

## **2.5 Desafios e Potencialidades do TBC na atualidade**

O princípio básico do Turismo de Base Comunitária, segundo Mielke e Pega (2013) é a melhora da condição de vida das comunidades receptoras, que costumam ser excluídas do sistema econômico local. Mas, como qualquer tipo de atividade turística, o TBC se baseia numa relação comercial, criando-se uma expectativa sobre o serviço. E o lucro obtido deve ser usado tanto nas iniciativas turísticas quanto na manutenção da qualidade de vida das comunidades locais envolvidas. O processo envolve custos e remunerações e tem um prazo de até 12 meses do início das atividades para contribuir efetivamente com a renda das famílias envolvidas, segundo Mielke (2010). Caso isto não aconteça, os princípios que sustentam projetos assim não irão se manter por muito tempo, comprometendo as relações econômicas e políticas. O mais relevante, além do aumento no rendimento mensal das famílias, é o empoderamento da comunidade durante o processo, no contexto de hierarquia e tomada de decisão.

“O TBC é um instrumento de combate à pobreza e capacitação social através do desenvolvimento de relações comerciais envolvendo a

atividade turística. Sendo que não necessariamente as comunidades devem receber turistas, como ocorre em alguns casos em que membros da comunidade têm contato direto com visitantes na prestação de serviços e/ou na intermediação de venda de produtos, como por exemplo, artesanato. O preparo das comunidades e o reforço nas relações de cooperação para a obtenção de resultados no incremento de renda e oportunidades de trabalho são premissa do processo de estabelecimento da governança que possibilite o entendimento das reais possibilidades de acesso ao mercado.” (MIELKE; PEGAS, 2013)

Muitos projetos de TBC não se tornam sustentáveis após a fase de investimento inicial. E uma das principais causas disso é o estabelecimento de uma relação saudável e cooperativa entre as comunidades e os intermediários que farão a venda dos serviços para o cliente final, nesse caso, as agências e operadoras turísticas. Como explica Mielke e Pegas (2013), isso acontece devido à imagem que eles têm dessas empresas como exploradoras e não de colaboradores, como deveria ser. Para os autores, este tipo de problema pode ser minimizado pela presença de ONGS envolvidas que conheçam a dinâmica turística neste contexto, auxiliando as comunidades no conhecimento das metas, limites, objetivos, riscos e benefícios deste tipo de negociação com as empresas turísticas.

Para auxiliar as comunidades no processo, a participação de organizações governamentais e não-governamentais é importante, já que pode auxiliar as comunidades no desenvolvimento de ações de fomento e para melhorar a qualidade do turismo realizado em determinado local. Outra questão importante a ser levada em consideração é de que forma acontece a avaliação e monitoramento desses projetos através de critérios, que geralmente é feita pelas próprias organizações responsáveis pela captação de recursos, o que acaba tornando este processo tendencioso e não imparcial como deveria ser, segundo Santinni & Godwin (2009).

Mielke e Pegas (2013) afirmam que o monitoramento deve ocorrer desde o início do projeto, tendo uma estrutura de indicadores qualitativos, observando a cooperação entre as empresas e as comunidades e o desenvolvimento da autonomia na tomada de decisão das pessoas envolvidas ao longo do processo. Para Mielke (2010), deve haver o estabelecimento dos seguintes indicadores quantitativos que devem ser utilizados como metas de organização pelas comunidades locais: criar metas e processos relativos aos critérios qualitativos e identificar como estes irão influenciar o projeto. A ausência disso, pode comprometer os resultados.

Assim como Rawet (2014) diz em sua pesquisa, parcerias entre as comunidades e o poder público ou agências de turismo podem trazer muitas vantagens para a realização da atividade. Algumas delas seriam: incentivos fiscais, fornecimento de material para estudos, além de maior proximidade com pessoas que estão acostumadas a lidar com clientes e vendas de pacotes turísticos. A associação com esses agentes pode ajudar a potencializar os recursos disponíveis e alcançar mais rápido os objetivos iniciais.

Percebe-se que, Maldonado (2009), em sua definição de Turismo de Base Comunitária, utiliza termos como “empresa” e “organização”, mas deixa claro que o objetivo deste tipo de turismo é a distribuição equitativa, através de investimento em projetos sociais. Para ele, assim como outros autores citados anteriormente, os problemas do TBC ocorrem devido à ausência de profissionalismo, e desconhecimento sobre gestão de negócios e sobre o mercado, além da utilização de meios de promoção e comercialização ser “rudimentar”.

Na pesquisa realizada através da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), pela Leeds Metropolitan University, sob o título de “Monitoramento dos Projetos de Turismo de Base Comunitária”, foram feitas algumas importantes descobertas acerca do TBC. Uma delas, mencionada por Bursztyn e Bartholo (2012), foi que o principal meio de divulgação é o “boca a boca”, o que significa que essas iniciativas não chegam ao conhecimento do grande público, mas por outro lado, permitem que os visitantes tenham um aprofundamento nas relações com as comunidades e uma experiência diferenciada.

Outro problema encontrado é em relação ao acesso aos computadores e internet, que hoje é o principal canal de comunicação com os clientes e divulgação dos serviços turísticos convencionais. Também seria importante cursos de língua estrangeira para atender as demandas internacionais de turistas, permitindo que estes consigam desfrutar da experiência de forma completa.

Apesar de ter se tornado uma alternativa sustentável para o turismo, as comunidades carecem de qualificação para melhorar a gestão do negócio, além de ter um monitoramento constante das atividades. Outra questão citada por Rawet (2014) é a necessidade de comercialização do serviço através do mercado, para que os turistas consigam ter um acesso mais rápido a estas informações. Diante desses problemas, os autores Bursztyn e Bartolo (2012) apontam ações que podem ajudar: a integração dos roteiros de TBC com os convencionais; concorrer em prêmios visando divulgar estes empreendimentos e investir em tecnologia da informação para aumentar o mercado de distribuição.

Uma das principais causas do insucesso dos projetos de Turismo de Base Comunitária é a falta de estratégias de comercialização e de inserção no mercado turístico. Em uma pesquisa realizada por pesquisadores vinculados à Universidade do Estado do Rio de Janeiro e à Leeds Metropolitan University da Inglaterra, este problema foi destacado como o principal enfrentado pelas iniciativas deste tipo de turismo. Dentre os resultados e análises, 74% usam como canal de promoção a própria comunidade e apenas 37% das experiências possuem um website, mas, que não oferecem para os clientes a opção de compra direta. Segundo Mielke (2011), cerca de 16% têm parceria com agências e operadoras e 42% usam empresas de turismo para distribuição e promoção dos produtos.

Para Bursztyn e Bartholo (2012), existe uma desconfiança por parte das comunidades receptoras com relação a parcerias com as grandes agências e operadoras de turismo, devido as relações de poder e ao turista que busca estas alternativas ser diferente dos que realizam o turismo de massa. Portanto, segundo os autores, estas pessoas acabam fazendo parceria com empresas menores de turismo local, pois assim correm menos risco de terem conflitos de poder ou serem explorados, além de garantir para os turistas o tipo de experiência que eles desejam ter. Mas, conforme também afirmam os mesmos autores, os visitantes com este perfil consciente, responsável e mais engajado não tem o hábito de comprar sua viagem no mercado convencional, pois eles fogem de passeios comuns e engessados, buscando uma experiência autêntica, que permita que eles estabeleçam uma relação de troca com o ambiente visitado e pessoas envolvidas.

Portanto, a maior dificuldade no TBC é se fazer conhecer e permitir que os turistas realizem suas viagens. Para isso, deve haver uma divulgação ampla e uma comercialização sólida, junto a grupos sociais que estejam envolvidos na mesma temática. As propostas de TBC hoje estão mais visíveis em diferentes canais, mas precisam ser mais conhecidas. Além disso, Bursztyn e Bartholo (2012) destacam que o fato dessas iniciativas apoiarem e beneficiarem as comunidades locais deve estar bem claro para o visitante. Mostrar que o projeto tem objetivos reais e válidos e que possui ações com propósito ajuda a aumentar a credibilidade desses projetos diante de sua demanda.

Com relação ao idioma, no que diz respeito aos turistas estrangeiros, isso pode ser um empecilho, desde o contato inicial antes de fechar a viagem, até o momento da visita. A comunicação é primordial para o sucesso dessa atividade, então é preciso que a

comunidade tenha uma certa qualificação e capacitação para atender de forma satisfatória a todos os tipos de visitantes que quiserem visitar o projeto.

Por fim, deve-se estimular a manutenção do contato com o visitante após a viagem, no intuito de consolidar um vínculo mais forte. Muitos visitantes manifestam a vontade de apoiar às iniciativas comunitárias, sejam elas ligadas ao turismo ou não. O contato inicial do visitante com as pessoas da comunidade gera uma relação de confiança que pode se estender mesmo depois que eles voltam para seu local de origem.

A internet hoje é a principal ferramenta de consulta sobre viagens e um canal onde você pode realizar suas compras também. Com base nisso, os autores Bursztyn e Bartholo (2012) acreditam que a melhor estratégia para potencializar as iniciativas de Turismo de Base Comunitária é utilizando as novas tecnologias disponíveis. Com a globalização, vivemos num mundo conectado em tempo real, com um público que consegue e deseja todas as informações através de um computador ou smartphone. Os turistas buscam por informações que sejam intuitivas e que já adiantem todo trabalho deles em pesquisar uma viagem mais a fundo. O ideal nesse caso é que esses projetos tenham websites em outros idiomas, com informações sobre as visitas e reservas em destaque, atendendo a demanda existente. Além disso, o estabelecimento de parcerias com empresas locais do ramo do turismo ajuda muito na divulgação, assim como através de operadores de turismo receptivo, hospedagens e restaurantes locais. Tudo isso são possibilidades que contribuem muito para o aumento das visitas.

Outro obstáculo que dificulta a realização bem sucedida das iniciativas de TBC é a baixa qualificação dos envolvidos. Como o turismo é um mercado competitivo e preza pela qualidade dos serviços ofertados, é preciso se preocupar em atender as exigências do público-alvo. As comunidades precisam estar cada vez mais conectadas ao seu perfil de turista e interagir com eles, seja online pelos sites ou pessoalmente durante as visitas.

Diante dos problemas identificados acima, o MTUR (BRASIL, 2010, p.76) determinou algumas ações para o fortalecimento das iniciativas de TBC, como a priorização da qualificação e melhoria do produto e atendimento ao turista, uma maior integração com a cadeia produtiva local e melhoria na gestão operacional, promoção e comercialização.



## **2.6 O empoderamento das comunidades: como ele pode ser obtido através do TBC**

Na literatura específica com definição deste tema, encontra-se em comum a interpretação da comunidade como a protagonista responsável pelo seu próprio avanço, estando presente em todas as etapas da atividade turística, inclusive na gestão. Diante dessa nova filosofia da atividade turística, associada a responsabilidade social e ambiental, Peterson e Romano (1999) destacam a participação das comunidades locais no planejamento, implementação e na avaliação de projetos turísticos como parte da sustentabilidade das iniciativas.

Além de ser fundamental a participação ativa e em todas as etapas do processo da comunidade local, se faz necessário também, segundo Irving (2009), assegurar a qualidade ambiental e social do local visitado, visto que a temática em torno deste tipo de turismo gira em torno da sustentabilidade social e ambiental. A autora ainda destaca em seu trabalho a importância de reaplicar os recursos advindos do turismo para melhorar a qualidade de vida local e adotar medidas para garantir que os benefícios gerados pela atividade não fiquem concentrados em apenas uma das partes envolvidas.

Para o Ministério do Turismo do Brasil (BRASIL, 2010), os princípios do Turismo de Base Comunitária consistem na autogestão, na democratização de oportunidades e benefícios, na valorização cultural local, no associativismo e cooperativismo, na centralidade da colaboração e, principalmente, no protagonismo das comunidades locais na gestão, sendo elas as maiores beneficiadas pelo desenvolvimento deste tipo de turismo. De acordo com Sandolo e Bursztyn (2009), o que sustenta este turismo é a valorização da identidade, a conservação ambiental e a geração de benefícios para as comunidades receptoras. Para eles, o TBC não é apenas um segmento do turismo, mas sim um novo paradigma, do qual são gerados não apenas benefícios econômicos, mas uma contribuição importante para valorizar a identidade da cultura local e para manutenção do modo de vida das comunidades.

O Turismo de Base Comunitária em seu planejamento deve considerar o compromisso ético de respeito e engajamento de quem está e de quem vem, e o intercâmbio real entre os sujeitos que recebem e os que são recebidos e, destes, com o ambiente no qual interagem. Para Irving (2009), sem essa interação, a troca de valores não se efetiva e o espaço ganha contornos apenas circunstanciais.

No Brasil, podemos perceber o surgimento de novos padrões, com uma demanda para conhecer o modo de vida, história e cultura dos locais. De acordo com Zamignan (2010), os turistas têm se tornado bastante seletivos na escolha do destino de suas viagens, se preocupando muito com a cultura local e qualidade das vivências que terão lá. O interesse que antes era de observar de fora, vem dando lugar a um maior engajamento do visitante, que agora também busca sentir e agir nesse cenário. O turismo não precisa ser uma via de mão única, onde apenas o visitante observa e adquire conhecimento sobre o outro lado, mas pode ser um lugar de troca mútua entre turistas e comunidade local, onde ambos possuem muito conhecimento para passar adiante.

No que diz respeito a dimensão social do TBC, Aldecua (2011) diz que é essencial abordarmos aqui o conceito de empoderamento. Para o autor, a comunidade vai ganhando poder em três etapas. Primeiro adquire-se a confiança através da possibilidade de lutar por seus objetivos. Em seguida, os membros se reúnem para em consenso começarem a tomada de decisões. E, por último, começam a agir em conjunto visando transformar as condições em que vivem.

Aldecua (2011) explica os tipos de empoderamento que existem: débil, em processo e o máximo. O débil é quando ocorre a interferência de um agente externo, que pode optar pela manipulação, fingindo que está consultando a comunidade antes de implementar algo naquela área ou que pode apenas avisar sobre as decisões, sem que a comunidade tenha voz ativa. No empoderamento em processo, há vários níveis, em que a comunidade pode receber recursos em troca da concessão de recursos do local e podem até participar da tomada de decisões mais simples, deixando as maiores decisões para os agentes externos. E no empoderamento máximo, a comunidade está presente em todas as etapas do processo, sendo independente de parceiros do poder público ou de agentes do turismo, se tornando a protagonista da atividade como um todo. Ao mesmo tempo que ela é responsável pelo desenvolvimento do turismo local, ela recebe os benefícios disso.

O Turismo de Base Comunitária veio de encontro a uma necessidade das comunidades por maior participação e envolvimento em uma atividade que está totalmente relacionada ao seu ambiente de moradia e as suas tradições. Como legitimar o processo de visitação e aprendizado senão pelo engajamento desses moradores em todas as etapas?

Apesar das pessoas estarem cada vez mais conectadas atualmente, de maneira que é possível acessar informações sobre qualquer assunto de qualquer parte do mundo, o turismo é algo que cria a necessidade de movimento, interação e vivência. E o turista que busca especificamente o TBC não quer apenas ser um observador, mantendo uma distância do objeto em destaque, mas sim participar da atividade também, se sentir inserido naquele local, estabelecendo uma convivência com as pessoas através da troca de conhecimento e experiências anteriores.

De acordo com os princípios do TBC, o ideal seria que a comunidade conseguisse por si só desenvolver todas as etapas da atividade turística sem necessitar da interferência externa. Mas na prática, isso parece se tornar inviável. Desde o financiamento para a realização dos projetos, como o auxílio da comercialização e divulgação desses produtos para o mercado requer uma qualificação e expertise de áreas específicas. A questão aqui é até que ponto deve ser permitida essa cooperação, de forma que não tire o protagonismo dos moradores locais, que devem sempre ser os principais beneficiados por esse tipo de turismo.

Em suma, o Turismo de Base Comunitária é um turismo que traz uma consciência para os visitantes sobre a minimização de impactos que aquela visita poderá causar no local e nas comunidades visitadas. No turismo de massa, o turista não está consciente disso. O objetivo dele ali é apenas praticar a atividade, consumindo tudo que o local tem a oferecer, pensando apenas nos benefícios que aquilo trará para ele mesmo. No TBC, ele já se conscientiza que a atividade deve ser praticada levando em consideração a comunidade, o local e tradições envolvidas, de forma que haja benefício para ambas as partes. Não é uma via de mão única, é uma troca de experiências, que gera benefícios para ambos os lados.

## **CAPÍTULO 3**

# **EXPERIÊNCIAS DE TURISMO EM TORNO DAS ESCOLAS DE SAMBA E DO SAMBA- ENREDO PATRIMONIALIZADO**

## **CAPÍTULO 3 – EXPERIÊNCIAS DE TURISMO EM TORNO DAS ESCOLAS DE SAMBA E DO SAMBA-ENREDO PATRIMONIALIZADO**

### **3.1 Pensando o Carnaval para além do espetáculo**

Muito se fala do impacto do Carnaval para o turismo, geralmente de forma muito positiva, pois a festividade é uma oportunidade de faturamento para o setor de serviços, pois é quando a ocupação da cidade fica em alta e os hotéis, restaurantes e pontos turísticos recebem o maior número de turistas no ano. Em contrapartida, o impacto do turismo sobre o Carnaval e o samba nem sempre é visto com bons olhos. Mas vale lembrar que, a atividade turística e a mídia propiciaram um desenvolvimento maior e mais rápido da celebração, com uma importância mundialmente reconhecida. Mas, se não houvesse esses agentes envolvidos, será que o Carnaval se manteria vivo o ano inteiro? Ao mesmo tempo que pensar dessa forma nos leva para um cenário onde a festa ficaria mais restrita as comunidades e bem menos elitizada do que é hoje, valorizando a tradição e o patrimônio imaterial do samba, também não teriam sido geradas tantas oportunidades de trabalho e desenvolvimento econômico para esses membros da comunidade, que hoje tem como sua ocupação principal trabalhar o ano inteiro na produção do desfile.

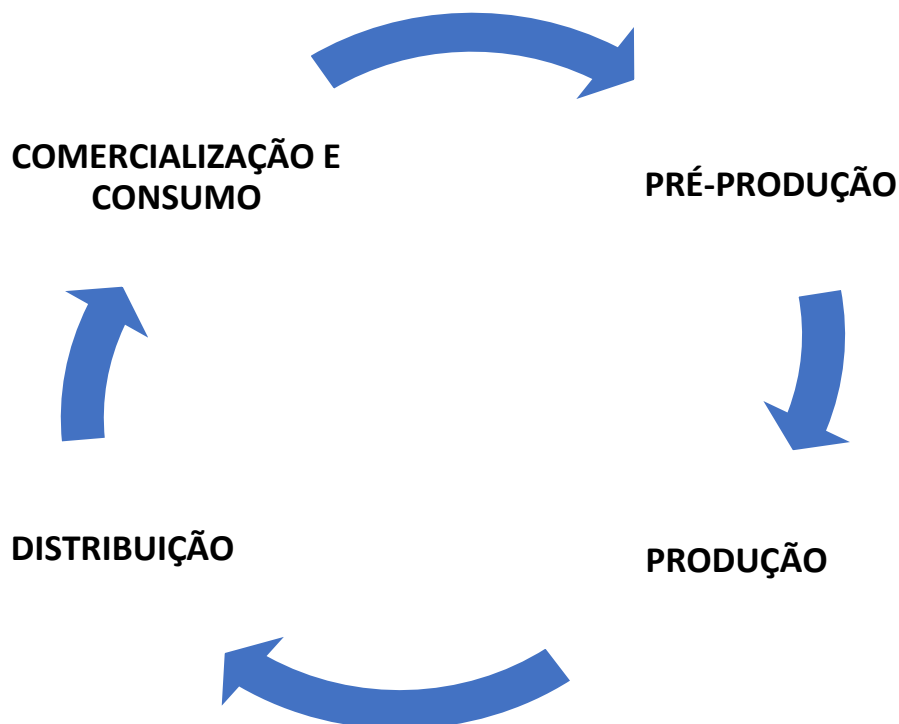
Por trás de toda glamourização e espetáculo que ocorre uma vez por ano, existe uma cadeia produtiva enorme que faz tudo acontecer. Cada Escola de Samba guarda suas particularidades, mas possuem em comum um modelo de hierarquia na mesma lógica empresarial. Segundo Porter (1985; 1989<sup>a</sup>), uma empresa nada mais é do que a reunião de atividades que são executadas para projetar, produzir, comercializar, entregar e sustentar seu produto. Todas essas atividades podem ser representadas fazendo-se uso de uma cadeia de valores.

Conforme a análise de Krucken (2009) sobre a cadeia de valor, é necessário que os envolvidos tenham um planejamento e organização a longo prazo a partir de um objetivo em comum e de uma visão compartilhada. Nesse processo, o aspecto que fica em destaque é o econômico, mais fácil de ser mensurado tanto no planejamento quanto nos resultados. As outras dimensões, social, cultural e ambiental, já são mais difíceis de perceber. No caso do Carnaval, vemos claramente que ele sempre está associado ao aspecto cultural, por ser o maior evento do país, mas que até nesse ponto, sua magnitude se associa aos retornos financeiros que ele traz, encorpando a receita

nacional. Hoje, as formas existentes para lucrar através do Carnaval são inúmeras, desde a cobrança de ingressos, até os camarotes com atrações exclusivas patrocinados por algumas marcas.

De acordo com Prestes Filho (2009), a cadeia de valor do Carnaval do Rio de Janeiro fica dividida em etapas, que podem ser visualizadas conforme a imagem abaixo:

Figura 01. Cadeia de Valor do Carnaval do Rio de Janeiro



Fonte: elaboração própria a partir da cadeia de valor de Prestes Filho (2009)

**Pré-produção:** consiste na manufatura e matéria-prima usada para a fabricação dos desfiles de Carnaval.

**Produção:** no caso do Carnaval, seria a engenharia e arte dos carros alegóricos e fantasias, a confecção e administração (parte financeira, escolha do samba, ensaios e almoxarifado). Esta etapa inclui também a questão dos direitos de imagem e propriedade intelectual.

**Distribuição:** nome da Escola e divulgação na mídia, seleção do samba e publicidade em torno do desfile pelo patrocinador da Escola de Samba.

**Comercialização e consumo:** o consumo do desfile acontece ao vivo, de forma direta no Sambódromo, e, de forma indireta por meio do comércio de produtos culturais, como: vídeos, livros e cinema.

Além dessas etapas da cadeia que está dentro do processo produtivo do Carnaval, Prestes Filho (2009) destaca também outros setores que se envolvem direta ou indiretamente com o evento. São eles: a indústria do audiovisual (transmissão na televisão e Rádio), internet (sites informativos, culturais e comerciais), indústria fonográfica, turismo (hospedagem, transporte, alimentação, comércio), indústria de bebidas e entretenimento (bares, restaurantes, venda de bailes e espetáculos).

Vemos que todas essas etapas e segmentos estão empenhados em vender um produto relacionado ao Carnaval. Mas tirando a questão econômica, como essa cadeia produtiva valoriza as questões social, cultural e ambiental no âmbito deste evento e do samba? No resto do ano, as Escolas de Samba precisam se manter ativas de outra maneira, pois nem todos os membros da comunidade ocupam postos de trabalho relacionados ao desfile. Muitos tem seus empregos informais ou de carteira assinada, mas precisam ter um engajamento e envolvimento maior com a Escola ao longo do ano, já que não estão presentes nos bastidores da festa. E é no resto do ano que devem ser percebidos na prática os benefícios que vão para essa comunidade advindos do Carnaval.

Frente a esta pesquisa, buscando entender melhor as particularidades de duas Escolas durante o ano e como se dá sua relação com a comunidade através do turismo e do Carnaval, trouxemos dois projetos de Escolas de Samba do Rio de Janeiro que relacionam a atividade turística com o samba, Carnaval e comunidade. A partir desses exemplos, este trabalho fará uma análise sobre até que ponto a comunidade participa ativamente das ações implementadas em cada agremiação e como ela é impactada através das mesmas, dentro da lógica da salvaguarda do patrimônio imaterial do samba e da atividade turística a partir de um olhar mais consciente.

## **3.2 – Estudo de Caso de Escolas de Samba do Rio de Janeiro e seus projetos relacionados ao Turismo e a comunidade**

### **3.2.1 – Acadêmicos do Grande Rio e o Carnaval Experience: um produto turístico na cidade do Rio de Janeiro**

O grande evento em torno do samba-enredo e das Escolas de Samba atingiu um nível de popularidade imensurável, caracterizando uma atividade turística em massa, que acaba se voltando mais para as necessidades do mercado em questão do que para a essência que existe por trás do que está sendo “vendido”, que nesse caso é o samba, sua história, os processos e as pessoas responsáveis pela sua criação e desenvolvimento. Os turistas têm muito contato com o resultado de um trabalho árduo feito ao longo de um ano inteiro por muitas pessoas que estão envolvidas não apenas profissionalmente, mas que tem no samba sua identidade. Com o intuito de questionar novas formas de fazer um turismo mais consciente em torno deste tema, foi utilizado para esta pesquisa o estudo de caso de um produto turístico que é comercializado por muitas agências e operadoras de turismo do Rio de Janeiro: o Carnaval Experience, que teve sua história iniciada há cerca de 10 anos.

Tudo começou com a Pimpolhos, Escola de Samba mirim fundada em 2002 pela Acadêmicos do Grande Rio, com o objetivo de manutenção das futuras gerações do Carnaval. A partir dela, foi desenvolvido um intenso projeto socioeducativo com diversos objetivos. A quadra da Grande Rio, que fica localizada em Duque de Caxias passou a ser utilizada para oficinas e cursos voltados para a comunidade, buscando desenvolver as crianças a partir de seus 5 anos para além do Carnaval e samba, mas também para os estudos e mercado de trabalho. Durante muitos anos o projeto se manteve com a ajuda de patrocínios, conseguindo bolsas de universidade, escolas de idioma e dança. Em 2004, a Pimpolhos foi oficializada juridicamente e se tornou uma instituição separada da Grande Rio, com gestão e orçamentos próprios. Além de ser uma Escola mirim, ela também é uma ONG. Apesar do espaço da sua sede ser dividido com a Escola de Samba no município de Duque de Caxias, o barracão da pimpolhos fica próximo à Cidade do Samba, na zona portuária.

A partir de 2012, Camila Soares, 38 anos, mestre em engenharia de produção, e seu marido, Akiva Potasman, israelense, de 33 anos, que já atuavam na direção da Pimpolhos, desenvolveram um projeto com um produto que fosse integralmente de origem da Escola de Samba mirim, com o objetivo de ter um retorno financeiro para a



comunidade e assim torná-la independente de órgãos externos ou de políticas públicas: o Carnaval Experience.

O Carnaval Experience é um produto vendido para as agências e operadoras de turismo durante o ano inteiro, onde o turista tem um contato mais aprofundado com o universo das Escolas de Samba, desfiles e seus bastidores. A visita acontece diariamente na Cidade do Samba e é possível conhecer de perto os carros alegóricos e ver como as fantasias são produzidas. Os grupos são acompanhados por um guia no idioma escolhido, e durante o tour é explicado como acontece a produção ao longo do ano, a história e detalhes sobre o universo do Carnaval. Este tour tem um valor social enorme para seus criadores, pois por trás dele estão os principais responsáveis pelo grande espetáculo acontecer: a comunidade.

Segundo Camila Soares (2021), o Carnaval Experience foi uma ideia de sustentabilidade econômica da Pimpolhos, para gerar recursos para a comunidade e dessa forma continuar fazendo seu trabalho. “O Carnaval é sazonal. Pensando muito em inserir essas pessoas que estão se formando através do projeto no mercado de trabalho, que criamos e desenvolvemos o produto do Carnaval Experience. O objetivo era trazer a sustentabilidade socioeconômica a longo prazo.” (Soares, 2021)

Camila Soares (2021) também conta sua visão sobre o produto e projeto da Pimpolhos e vê o Carnaval Experience como um negócio social iniciado há quase 10 anos atrás, que promove um ciclo de prosperidade, onde a empresa que contrata o tour também apoia o programa socioeducativo da Pimpolhos e, assim, a instituição consegue apoiar sua comunidade, gerar benefícios para ela, através da oferta de cursos para sua formação e inseri-la no mercado de trabalho através do próprio tour, seja como guia, maquiadora, produtor, etc. Existe uma grande equipe por trás desse projeto, que faz ele acontecer, e em sua grande maioria, são pessoas da comunidade. É o caso de Cinthya Ribeiro dos Santos, mais conhecida como King, que é guia do projeto há anos: “Eu comecei na Pimpolhos com 9 anos de idade. Hoje sou embaixadora e tenho a oportunidade de falar sobre o projeto e levá-lo para outras dimensões e outras camadas e fazer com que as pessoas tenham um olhar diferenciado sobre o Carnaval e sua influência desde berço, tanto social, cultural, quanto para sua construção humana mesmo.” (DOS SANTOS, 2021)

Nascida e criada na comunidade de Duque de Caxias, Dos Santos (2021), que também é compositora e cantora, disse que viu no Carnaval Experience a guinada para sua carreira e hoje, consegue atuar paralelamente nas duas coisas. Dentre os frutos

colhidos estão 2 idiomas que ela fala com fluência devido a bolsa de estudos concedida pelo projeto e oficinas de música que eram realizadas também através da Pimpolhos.

Até fevereiro de 2020, o lucro obtido pela venda do Carnaval Experience era responsável por 50% da renda mensal da Pimpolhos. Com a chegada da pandemia, eles viram a quantidade de visitas cair muito, de cerca 20 grupos que faziam o tour por dia, o número foi para zero, já que o foco é o mercado internacional. Sem alternativas para o tour presencial, seus criadores junto com a instituição tiveram que se reinventar e buscaram alternativas, chegando a um novo formato de produto: o virtual. Este, feito do barracão da pimpolhos, conseguiu através de vídeos e narração dos guias manter muitos aspectos do tour original, feito presencialmente. Apesar das dificuldades enfrentadas, o tour virtual deu certo e eles mantiveram em paralelo às visitas presenciais.

Quando questionada sobre a relevância do Carnaval Experience para a comunidade, Soares (2021) diz que o projeto estreitou muito os laços entre eles e a Pimpolhos. A primeira geração empregada passou a servir de exemplo para as próximas gerações, como uma inspiração. Ela acredita que isso representou a independência daqueles que começaram com o projeto ainda crianças e puderam crescer, mudar de bairro, pagar a faculdade, ajudar a família e ter uma vida melhor. Com o Carnaval Experience, foi possível movimentar a autoestima das pessoas da comunidade, dando a possibilidade de autonomia econômica para seus membros. (SOARES, 2021).

Além de todos esses aspectos positivos para a comunidade apontados por Soares (2021), é possível notar também um turismo feito de forma mais consciente e próximo dos criadores, com um propósito maior, que faz o turista ter contato mais próximo com o que é o Carnaval e sua origem. O desfile é um verdadeiro espetáculo, mas superficial, pois muitos nem entendem que aquilo está contando uma história e não fazem ideia de todo esforço e dificuldades que as pessoas envolvidas passam para produzir aquele espetáculo. Para Dos Santos (2021), o tour ajuda a desmistificar o Carnaval que é vendido lá fora, mostrando que ele envolve educação, cultura e a história do país. E segundo ela, “é muito diferente de movimentos como o Favela Tour, pois não é um safari carnavalesco, não é a venda dos corpos das mulheres do Carnaval. Na verdade, ele mostra para as pessoas o que o Carnaval real fomenta, o que o Carnaval é na realidade” (DOS SANTOS, 2021). O guia Gustavo Henrique Martins Sá (2022) também compartilha de uma opinião semelhante: “acredito que seja inovador pela visibilidade gigantesca que traz sobre o Carnaval, questões históricas e sociais de uma forma muito profunda para

o turismo estrangeiro, que eu nunca vi nenhuma outra Escola realizar”. O guia ainda cita o aspecto experimental do tour, que permite, na visão dele, que o turista tenha um contato mais direto com o Carnaval.

Com o tour, além de estarem cientes que estão de alguma forma ajudando a comunidade, os turistas conseguem ver onde começa o Carnaval e entender melhor sua história e como é feita toda a produção. Com isso, ocorre a possibilidade de uma ressignificação para este turista, através de um turismo mais consciente e que vai além da contemplação, trazendo uma experiência e aprendizado que podem ser mais positivos para todos os envolvidos.

### **3.2.1.1 Visita ao Carnaval Experience**

Em visita ao Tour, realizada no dia 7 de abril de 2022, duas semanas antes do desfile das Escolas de Samba, que excepcionalmente em seu último ano mudou a data devido as consequências da Pandemia, observamos muitos pontos no que diz respeito ao turismo ligado ao samba e a inclusão da comunidade nesse processo.

O Tour se inicia do lado de fora do Barracão, onde uma guia bilingue reúne o grupo do horário reservado para dar as orientações antes de começar. Percebi que enquanto ela falava com o grupo, outro tour havia iniciado há poucos minutos com outro guia. Ele acontece de segunda a sábado, em 3 horários regulares todos os dias. Mas também é possível reservar para grupos privados em horários específicos.

No primeiro momento dentro do barracão, a guia conduz o grupo até o segundo andar, de onde podemos observar de forma ampla todos os carros que estão prontos para o desfile. Ela começa explicando como funciona a dinâmica do Carnaval, a hierarquia que existe, fazendo uma comparação com o time de futebol, onde o carnavalesco seria o técnico.

Segundo a guia deste tour, Eneida, o valor investido por ano em cada Escola fica entre 6 a 8 milhões de reais. Estes investimentos englobam parte da Prefeitura, que este ano forneceu 1,5 milhão para cada Escola produzir seu desfile, e também inclui investimento que vem de patrocinadores que a Escola consegue ao longo do ano e do próprio presidente, como é o caso da Grande Rio.

Depois desta breve explicação, fomos conduzidos para o quarto andar, onde a produção de cada peça dos carros e cada fantasia é feita. Entramos numa sala onde assistimos a um vídeo de 10 minutos informando que o Carnaval Experience é um produto que foi criado pela Pimpolhos e que a renda arrecada no tour seria investida

neste projeto. O que chama atenção nesta parte do tour são as paredes que estão cobertas por fotos de figuras emblemáticas do samba, e de momentos que marcam a história do gênero musical.

Após esta parte, seguimos para uma outra sala, com diversas opções de fantasias, onde cada um pode experimentar a que quiser e fotografar. Percebemos que para os turistas, esta parte é a mais divertida e dinâmica, onde eles conseguem se sentir parte do Carnaval por um momento. Uma passista é convidada a entrar e faz uma mini apresentação para os presentes, convidando a todos a sambar com ela.

Na penúltima parte do tour, paramos em uma área onde é servida a caipirinha e vemos diversos produtos relacionados ao samba e ao Carnaval à venda. Aqui também é feito o pagamento do tour por aqueles que não fizeram no ato da reserva. Para finalizar, damos uma volta pela produção de fantasias e peças dos carros, vendo de perto o material e como é feita a produção.

Durante o tour foram feitas considerações pela guia Eneida, que chamaram a atenção. A primeira, logo no início foi sobre os direitos de imagem que a Rede Globo possui sobre as Escolas, sendo proibido fotografar ou filmar qualquer carro alegórico ou fantasia que fosse referente ao Carnaval deste ano. Isso mostra como a mídia controla este universo do Carnaval e do samba hoje em dia. Outra coisa que me chamou bastante atenção é que em nenhum momento ela se aprofunda na história do samba e do Carnaval no Brasil. O tour é muito focado nos aspectos visuais, visto que isso é o que mais agrada aos turistas que o realizam. Segundo a guia, antes eles falavam sobre cada parte da história do samba, ligando a acontecimentos importantes, mas isto não agradava muito aos visitantes. Então eles tiraram esta parte, focando mais naquilo que torna o tour mais dinâmico, que é a parte visual. Além disso, a guia desse dia era moradora do Flamengo, e em nenhum momento demonstrou pertencer à comunidade.

### **3.2.2 – GRES Portela: o Portela Experience e seus eventos do Pós-Carnaval**

Com o sucesso do Carnaval Experience, que já é um produto consolidado no mercado turístico, a Portela também desenvolveu um tour com características tão parecidas que até o nome é quase o mesmo: Portela Experience. Em conversa com Paulo Renato Vaz Arranha (2022), responsável pelo setor de marketing da Escola de Samba, ele nos explica que “qualquer pessoa que queira conhecer como funciona a fábrica de sonhos, toda preparação de um Carnaval, ele consegue visitar esses bastidores mediante marcação prévia”, com a presença de uma pessoa da comunidade

guiando o tour e mostrando como são feitas as fantasias e dando a oportunidade de experimentarem um pouco da sensação de se fantasiar com as dos últimos anos. Apesar do produto ter sido desenvolvido com base no tour realizado pela Grande Rio, ele não é tão conhecido e também não possui ainda uma ampla divulgação, sendo vendido pelo site da Escola de Samba e não tanto pelas agências e operadoras de viagens. Além disso, não existe uma gama de profissionais bilingues para fazer o tour com os estrangeiros, dependendo do diretor da Escola, que faz essa interface em inglês e espanhol quando é necessário. Talvez por ser mais recente, o Portela Experience ainda não apresenta uma lógica empresarial tão forte e estruturada. A Grande Rio tem um foco maior no projeto do Carnaval Experience, que se tornou uma das principais formas da Escola incrementar sua receita, principalmente para a sua Escola mirim e fazer com que a comunidade tenha a oportunidade de participar mais do que acontece na agremiação.

No caso da Portela, no primeiro contato com a Escola de Samba, percebe-se claramente que sua organização é bem estruturada de forma geral, com a administração da Escola dividida em departamentos, visando a gestão e crescimento como um todo. Arranha (2022) nos mostra exemplos de produtos e eventos que a Escola de Samba desenvolveu e oferece ao longo do ano, principalmente no Pós-Carnaval, com o objetivo de arrecadar dinheiro para a próxima data da festividade e melhorar a qualidade de vida e integração com a sua comunidade. Paulo conta que o departamento de marketing foi criado em 2015, junto com o lançamento de um programa em que a Escola é uma das pioneiras: o sócio torcedor. É um portal de serviços, planos e de acesso a vantagens relacionados a Portela, “onde o associado troca não só por experiências, como por exemplo, visitar o barracão da Escola, poder ir as feijoadas da Portela de graça, até resgatar baldes de cervejas, como também cupons de ifood, viagens de uber, etc.” (ARRANHA, 2022).

O esquema do sócio torcedor consiste em o associado escolher seu plano de assinatura que dá acesso a diferentes tipos de benefícios, tendo planos que vão desde R\$ 8,90 até R\$ 249,90 de mensalidade. Também há a contagem de pontos, para tudo que a pessoa consumir dentro da quadra da Portela, podendo trocar depois por algum brinde ou experiência. Um diferencial deste programa em relação a outros para a própria comunidade é que, quem quer desfilar e ser sócio torcedor pode pagar uma taxa única anual de R\$ 150,00 e consegue fazer parte dos dois.

Pela nossa conversa, pode-se perceber que um dos pontos que a Portela possui bem forte e que costuma receber muitos turistas de fora do Rio e do Brasil são as feijoadas que ocorrem religiosamente em todo primeiro sábado de cada mês. É uma das poucas Escolas de Samba, talvez a única, que tem 12 feijoadas no ano. “Nas nossas feijoadas sempre vem muitos grupos de turistas que fecham pacotes e compram mesas antecipadas, camarotes para ter essa experiência de estar na feijoada da Escola, que é um evento muito conhecido, muito tradicional e a gente tem isso no ano inteiro sim através de pacotes” (ARRANHA, 2022). Os turistas conseguem ter acesso a tais pacotes pelo site da Portela, onde podem fazer as cotações dessas experiências através de um telefone e email disponíveis, ou através de empresas de turismo que realizam essa intermediação do serviço entre Escola de Samba e turistas.

Segundo Paulo, quem vive o Carnaval o ano inteiro é o carioca, que marca presença nos eventos da Escola. E os turistas, quando vem pro Rio de Janeiro, em sua maioria querem ver a Lapa, o futebol, o samba, e aí se não estiver na época dos desfiles, eles podem ter acesso a esse universo através da visita ao barracão da Escola de Samba ou marcando presença na quadra nos ensaios técnicos ou na feijoada que ocorre uma vez por mês. Além disso, a Escola ainda funciona como casa de shows, disponibilizando o espaço para apresentações de artistas brasileiros do samba e de outros gêneros musicais ao longo do ano. Quando questionado sobre a utilização do samba pelo turismo, Paulo diz:

“Na verdade, quem conhece minimamente a história do Carnaval, sabe que isso vem desde a época do governo Getúlio Vargas, quando o Carnaval era ligado ao departamento de turismo da cidade. No Rio de Janeiro isso se acentuou muito depois que ele deixou de ser capital, na década de 60, e com isso deixou de ser um estado industrializado, então os serviços passaram a ser fundamentais para a economia da cidade. Então, eu vejo com ótimos olhos o Carnaval ter esse foco pro turista, não perdendo sua essência, porque não perde, porque você vê que ele acontece há tantos anos, sempre evoluindo mas mantendo sua essência ao mesmo tempo, com relevância, com transmissão da maior emissora do país, que paga pra isso. Ele precisa de muito investimento, porque possui muita relevância. É só saber dosar o espetáculo e manter seu cunho cultural, preservando essa parte” (ARRANHA, 2022).

No geral deste trabalho, os entrevistados parecem visualizar o turismo por um viés positivo para o Carnaval, mas acreditam que é preciso haver o equilíbrio para que não prejudique o patrimônio imaterial e seus detentores. Vemos na Portela uma preocupação em manter essa essência e aspectos tradicionais do samba e do Carnaval não somente nos desfiles, mas ao longo do ano nas diversas ações e eventos propostos

pela Escola de Samba. É importante destacar aqui que o samba-enredo, como patrimônio imaterial da cidade do Rio de Janeiro, precisa ser valorizado para além da festividade, envolvendo a comunidade nesse processo de salvaguarda.

A Portela é uma Escola que tem eventos e ações voltadas para arrecadação de fundos para a produção do próximo Carnaval, mas também parece ter muitos projetos voltados para a comunidade, tendo inclusive um setor exclusivo para cuidar dessa parte, que é dirigido por Hellen Mary Costa da Silva, dentista e que está no cargo desde 2017. Este departamento funciona na quadra da Portela aos sábados de forma efetiva durante o ano inteiro, das 8hrs às 13hrs, oferecendo serviços de educação, esportes, cultura e saúde para sua comunidade, pessoas que frequentam a quadra, mas também para os moradores ao redor, dos bairros de Madureira, Oswaldo Cruz, Campinho e Bento Ribeiro.

A Escola conta uma sala de leitura que é oferecida para as crianças da comunidade, tem uma biblioteca em construção e o pré-vestibular social, que inclusive já teve muitos alunos aprovados nas Universidades Federais do Rio de Janeiro. Hellen conta que recentemente a Portela fez uma parceria com o Centro Federal de Educação Tecnológica (CEFET) e em breve serão oferecidos cursos de montagem e desmontagem de computador. Esse tipo de formação que a própria Escola de Samba fornece para sua comunidade, ajuda a integrá-la não somente com a agremiação, mas também é uma forma de inseri-la no mercado de trabalho e na sociedade como um todo. Além disso, no que diz respeito a qualidade de vida e saúde:

“Nós temos atendimento odontológico, nós temos também uma roda de conversa, psicanalítica para mulheres, homens e adolescentes. Oferecemos também ações sociais de grande porte para a comunidade como verificar a pressão, diabetes, glicose e outras ações de saúde. Temos um curso salvando vidas, que ensina como lidar com situações de emergência para as pessoas”. (DA SILVA, 2022)

Há também dentro desse setor de cidadania, o estímulo a autoestima e beleza feminina, com aulas de dança do ventre, dança cigana, ballet e dança afro, onde é trabalhada a história de cada ritmo e suas particularidades, de vestimentas, maquiagem, etc. No esporte, acontecem aulas regulares de jiu-jitsu e capoeira e ações promovidas ao longo do ano com atividades abertas ao público de maneira geral.

Segundo Hellen (2022) o objetivo do setor de cidadania não é fazer um favor, mas sim exercer o dever de garantir a cidadania para a comunidade. Para ela, o samba é agregador, causa um envolvimento emocional, e é justamente isso que o departamento

busca: agregar as famílias, agregar valores que foram se perdendo ao longo da vida de afeto e carinho ao próximo (DA SILVA, 2022). Esses projetos mostram que o samba não está ligado apenas ao período do Carnaval, com a Escola ajudando efetivamente sua comunidade ao longo do ano.

“A gente tem que ter consciência que a Escola de Samba mexe com a auto-estima, com a valorização da pessoa, pode ser também um campo de trabalho, pois muitos trabalham no período de Carnaval. Então, a Escola de Samba é um motor, na verdade eu falo que ela é uma motriz na vida das pessoas, porque além de levar alegria, felicidade, amizade, encontros sociais dentro da Escola de Samba (realizados hoje através do departamento de cidadania), ela oferece também uma ajuda, entregando cestas básicas, quentinhas para os moradores em situação de rua, então quem precisa nos procura. E as vezes também temos pessoas que querem ajudar, participar, seja na confecção das quentinhas, no preparo e na entrega, então a pessoa se sente útil. Então o departamento de cidadania tem esse papel, de ajudar quem deseja ajudar, abrindo espaço para essas pessoas atuarem e se sentirem úteis e ajudando as pessoas que precisam de doações.” (DA SILVA, 2022)

Para a diretora do setor de cidadania, o turismo dentro do contexto do Carnaval e do samba pode fazer o movimento de união das pessoas da cidade do Rio de Janeiro, pois através dele elas podem conhecer mais sobre a cultura do samba, as histórias das Escolas e sua ancestralidade. Para Hellen (2022), a partir do momento que o turista tiver contato com o olhar diferenciado que a Portela tem para sua comunidade, com as inúmeras ações e projetos realizados ao longo do ano, esses turistas também poderão olhar de maneira diferente o samba para além do Carnaval, e ver que na verdade o samba não se restringe aquilo, ele tem muito mais a contar, basta saber onde ir. E esse conhecimento vem muitas vezes pela divulgação da mídia envolvida, que na opinião de Hellen (2022), poderia ajudar mais, procurando a Escola de Samba e divulgando suas ações ao longo do ano, não somente o período do desfile.

Assim como Hellen, o diretor do departamento cultural da Portela, Rogério Rodrigues Santos, também acredita que o papel da mídia pode e deve melhorar: “Compreendendo que Escola de Samba é, antes de tudo, um grêmio recreativo que funciona o ano inteiro e não apenas no Carnaval, urge a necessidade de divulgar suas agendas culturais ao longo do ano” (SANTOS, 2022). Vemos que no caso da Portela, a Escola parece ter uma consciência coletiva em relação a sua comunidade e se preocupa em fazer ações que sejam voltadas para o grande público, mas também para os que fazem parte da sua história e estrutura. Há aqui uma valorização do patrimônio cultural e uma tentativa



constante de trazer a comunidade para dentro da Escola de Samba não somente como mão-de-obra, mas como participante dos eventos.

Talvez por serem muitas as opções de produtos e serviços aqui ofertados, o Portela Experience não ocupe um espaço de destaque como o Carnaval Experience na Grande Rio. Aqui, a Escola de Samba procura trabalhar por diversas vertentes que envolvam a comunidade e os turistas, sendo o evento mais conhecido sua feijoada mensal, que permite uma troca talvez mais sincera por não ser necessário nenhum roteiro e explicação prévia sobre o que as pessoas estão vendo. Elas podem descobrir mais sobre a história da agremiação conversando com a própria comunidade presente no evento, trocando suas experiências e vivenciando uma parte mais tradicional e comum no universo do samba. Seria um tipo de turismo realizado menos focado na parte visual e mais na vivência do momento.

### **3.3 Análise dos casos estudados**

#### **3.3.1 O Turismo de Base Comunitária e a análise dos projetos das Escolas de Samba cariocas sob sua ótica**

O Turismo de Base Comunitária possui uma essência mais sustentável e uma consciência coletiva maior por parte do visitante. Buscando entender qual seria o perfil do turista que busca conhecer o samba, suas tradições e sua comunidade mais de perto, trouxemos aqui a tabela com os aspectos principais que caracterizam esse tipo de turista:

Figura 02. Perfil do consumidor do Turismo de Base Comunitária

Aspectos chave	Perfil do turista
Motivação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• forte desejo por “autenticidade”;</li> <li>• trocas culturais diretas;</li> <li>• sentimento nostálgico com relação à simplicidade e o modo de vida rural;</li> <li>• ajudar comunidades pobres.</li> </ul>
Grupo social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vem de todos os grupos sociais;</li> <li>• entre 30 e 50 anos de idade com alto poder aquisitivo;</li> <li>• elevado nível de escolaridade;</li> <li>• mochileiros e jovens viajantes com orçamento reduzido também consomem o TBC, uma vez que os custos tendem a ser mais baratos.</li> </ul>
Atividades de interesse	<ul style="list-style-type: none"> <li>• visitam lugares de grande interesse histórico e arqueológico, como, por exemplo, os patrimônios da UNESCO;</li> <li>• participam das manifestações culturais locais;</li> <li>• participam de atividades criativas, como, por exemplo, aprender cerâmica, pintura, tecelagem, culinária;</li> <li>• ficam hospedados nas comunidades;</li> <li>• aprendem a língua e a cultura local.</li> </ul>

Fonte: Adaptado de SNV, 2009, p.70.

Com base nos dados apresentados na tabela acima e pensando no turista que busca visitar o país para ver o Carnaval e conhecer melhor o samba-enredo, podemos entender que este tipo de turista é aquele que faz questão de conhecer o lugar mais a fundo, observando os costumes, vivenciando a comunidade e seus hábitos e fazendo contato direto com seus membros para conhecer melhor as tradições, modo de vida e história do local. O turismo já foi muito ligado apenas ao aspecto visual, e realmente até hoje temos lugares cujo principal atrativo são as paisagens, onde os visitantes praticam o turismo contemplativo apenas. Mas em lugares como o Brasil, que possuem diversas opções de passeios e cujo aspecto cultural e patrimonial é muito forte, o turista não quer apenas ver o que acontece à sua frente sem interagir com aquilo, ele tem o desejo de participar. E os desfiles de Carnaval são a parte em que eles visualizam o resultado de uma produção do ano inteiro, ouvem o samba, mas muitas vezes não conseguem entender o que aquilo representa ou se conectar de forma mais profunda. É esse desejo de conexão cultural, de aprendizado e de viver aquilo da forma mais autêntica possível que faz com eles procurem outras formas de conhecer o samba e o Carnaval para além do Sambódromo.

Assim, relacionando estas premissas ao caso estudado e analisado aqui, observamos que quem visita as Escolas de Samba ou projetos sociais associados ao turismo e que gera benefícios para as comunidades, deseja ter um contato mais

humano, não apenas ficar assistindo ao espetáculo do Carnaval da arquibancada ou dos camarotes do Sambódromo. O contato que eles buscam é algo mais próximo do núcleo do samba e suas origens, para que assim consigam obter a percepção da essência por trás do gênero musical, além de ouvir a sua história através das vozes que fazem parte de sua criação.

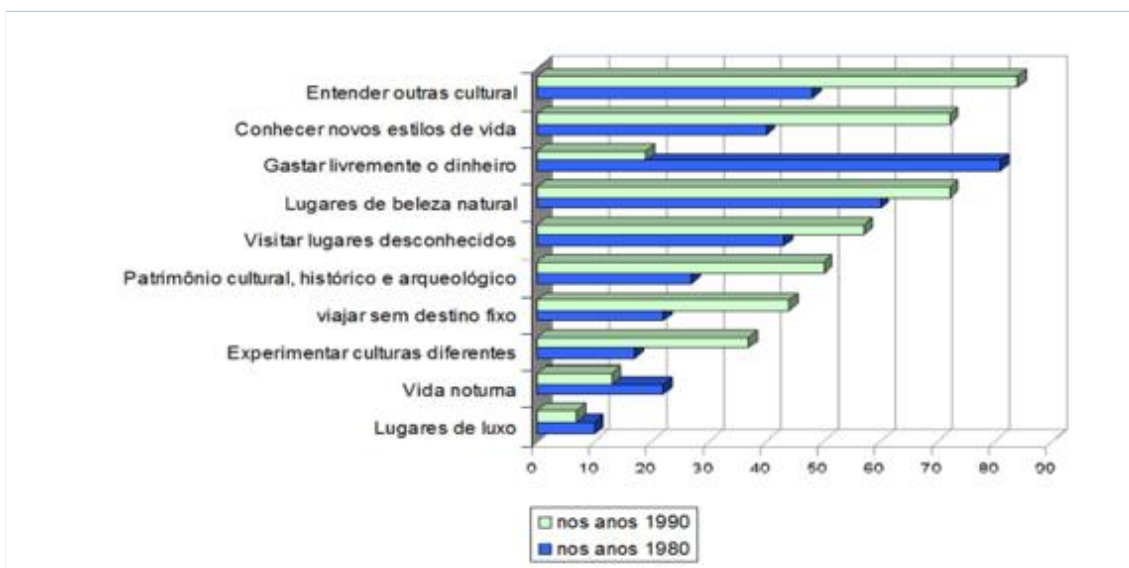
A questão aqui envolve justamente o fato do samba-enredo ser uma das matrizes patrimonializadas no Rio de Janeiro, pela sua potência e por tudo que ela representa. Como vimos no Capítulo 1, o samba tem uma história antiga, e antes de chegar ao Carnaval, ele era uma forma de resistência e luta política. O turismo pode e deve contribuir mais para que os turistas conheçam o samba além do desfile, e tenham um maior contato com a base do gênero musical, com a sua essência. Ver o resultado final pode ser surpreendente para quem não tem contato direto com a nossa cultura, mas saber como tudo aquilo começou, sua origem e entender melhor o que está sendo cantado e o porquê, conduz o visitante sob uma perspectiva muito diferente acerca do patrimônio do samba e sua comunidade.

Nos casos estudados nesse projeto, vemos que o foco, apesar de ter a comunidade envolvida nos processos, está sempre no turista, principalmente nos estrangeiros. Ou seja, o patrimônio do samba-enredo acaba sendo coadjuvante nesse cenário, quando na verdade, tais iniciativas poderiam contribuir e muito com o processo de musealização e salvaguarda do samba.

Um dos pontos em que isso ficou claro foi durante a visita ao Carnaval Experience, na sala onde eles apresentam um vídeo com um breve resumo sobre o projeto e como funciona a dinâmica do Carnaval. Nessa parte do tour, havia uma explicação sobre a linha do tempo do samba desde sua origem, os seus detentores e sua importância para o território nacional, mas foi retirada e hoje, é apresentado apenas a espetacularização do Carnaval, com foco na festa e nos aspectos visuais. Apesar de ser uma forma de trazer esse turista para uma vivência diferente do que a do Sambódromo, percebe-se que a venda e divulgação desses tours ainda é feita com a intenção de buscar um público que pratica o turismo de massa, mas tem uma certa curiosidade de ir além.

No quadro abaixo, podemos ver um comparativo sobre o interesse do turista feito por Bursztyn (2009) nas décadas de 80 e 90, no qual o autor busca entender a partir de quando se formou o perfil do turista de base comunitária, que está mais interessado em praticar a atividade com propósito, buscando uma maior troca cultural, do que apenas praticar o turismo de massa.

Figura 03. Interesses do turista



Fonte: BURSZTYN, 2009, P.75

Nesse comparativo feito por Bursztyn (2009), vemos que a tendência do turista nos anos 80 era uma e passou a ser outra a partir dos anos 90. Nos anos 80, não tínhamos a globalização e a internet como temos hoje e o acesso a certos conhecimentos sobre a cultura de outros locais era mais limitado. Com a difusão dos meios de comunicação e da mídia, vemos esse cenário mudar, e o interesse das pessoas por ir além do que já é conhecido. Assim como vimos anteriormente neste trabalho, o Carnaval passou por muitas mudanças nessa época, tendo seu grande “boom” nos anos 90. Além disso, com a globalização, além da distância física se tornar menor devido a difusão dos meios de comunicação, diversos locais se tornaram mais acessíveis no contexto do turismo. Com a facilitação das vias aéreas e desenvolvimento do setor de hospedagens, o turismo passou a ser mais valorizado. Outra questão que fica evidente na figura acima é o poder aquisitivo e a forma de gastar de cada turista. Percebe-se uma consciência maior nesse sentido, pois possivelmente os gastos passaram a ser medidos após crises econômicas, que geraram uma procura por lugares e passeios que não cobrassem valores exorbitantes. Essa mudança associada ao maior desejo de entender e experimentar culturas diferentes, ajudou a formar o perfil do turista que busca o Turismo de Base Comunitária (TBC). É um perfil que procura fazer uma viagem e voltar para casa com um aprendizado mais legítimo e com a certeza que vivenciou o lugar na sua forma mais autêntica.

O quadro acima nos mostra que ao longo do tempo foi se formando um novo perfil de turista, que busca justamente se conectar com o patrimônio cultural de uma forma

mais verdadeira, se aproximando de sua essência e que deseja um contato direto com a comunidade. É fato que esse turista existe e busca por esse tipo de turismo, mas a forma de divulgação e venda que é feita pelos responsáveis nem sempre atrai exatamente este perfil. Talvez seja necessário rever os canais de comunicação e as formas de divulgação atuais para que o visitante encontre o que realmente procura. E, mais uma vez, é de extrema importância destacar que a comunidade precisa atuar nesses projetos e em qualquer projeto turístico de base local de forma abrangente, e não somente como mão-de-obra.

Buscando analisar de que forma os casos estudados nesse trabalho se encaixam na ótica do Turismo de Base Comunitária (TBC), trouxemos abaixo o quadro desenvolvido por Fabrino, Nascimento e Costa (2016), que mostra os elementos-chaves e os critérios relacionados a eles em iniciativas de TBC:

Figura 04. Elementos-chaves e critérios do Turismo de Base Comunitária

Elementos-chaves	Crítérios	Objetivos/Subcritérios
Dominialidade	1. Propriedade	Identificar se a população local é proprietária dos empreendimentos/serviços turísticos ofertados
	2. Gestão	Verificar se a gestão dos empreendimentos/serviços turísticos é realizada pela população local
	3. Mão de obra	Verificar se a mão de obra alocada nos negócios turísticos é oriunda da comunidade
Organização Comunitária	1. Organização Interna	Identificar e qualificar as formas de organização interna à comunidade que atuem em prol do turismo comunitário. Se constatada a existência de Organização, levantar: modelo de gestão, formalização e frentes de atuação.
	2. Articulação Externa	Verificar a existência de apoio externo técnico e financeiro voltados para o desenvolvimento do turismo comunitário.
Democratização de Oportunidades e Repartição de Benefícios	1. Mecanismos Financeiros	Verificar a existência de mecanismos financeiros/acordos comunitários que contribuam para a repartição dos benefícios advindos da atividade turística na localidade e para a democratização de oportunidade no acesso dos membros da comunidade às atividades relacionadas ao turismo.
	2. Acordos Comunitários	
Integração econômica	1. Fornecimento de Insumos	Identificar se a população local é fornecedora de insumos para a operação dos empreendimentos turísticos da comunidade.
	2. Comercialização de Produtos	Identificar se a comunidade comercializa produtos locais para os visitantes.
Interculturalidade	1. Compartilhamento do Espaço	Verificar se o visitante e a comunidade dividem o mesmo lugar, e este representa um espaço de encontro e convívio.
	2. Participação Cultural	Identificar o acesso do visitante ao patrimônio material e imaterial da comunidade
Qualidade Ambiental	1. Saneamento Ambiental	Identificar como se dá a gestão/acesso da comunidade em relação a três aspectos: 1.1 Resíduos sólidos; 1.2 Efluentes; 1.3 Abastecimento de água
	2. Manejo dos Recursos Naturais	Identificar o manejo dos recursos naturais locais sob duas perspectivas: 2.1 Institucional, refere-se às ações de caráter administrativo, legal e/ou político para salvaguarda dos recursos naturais locais. 2.2 Técnico, relaciona-se ao manejo específico adotado na gestão dos recursos naturais locais (técnicas, petrechos e ofícios).

Fonte: Fabrino, Nascimento e Costa (2016)

Com base nisso, analisamos as Escolas de Samba da Portela e Grande Rio e os seus projetos turísticos e sociais, para entender de que forma eles se inserem na classificação de Turismo de Base Comunitária:

Figura 05. Elementos-chaves e critérios do Turismo de Base Comunitária na Portela e Grande Rio

Elementos-Chaves	Critérios		
		Portela	Grande Rio
Domini- alida- de	1. Propriedade	Não, a comunidade não é proprietária	Não, a comunidade não é proprietária
	2. Gestão	Não, a comunidade não participa da gestão	Não, a comunidade não participa da gestão
	3. Mão de obra	Sim, a mão-de-obra vem da comunidade	Sim, a mão-de-obra vem da comunidade
Organi- zação	1. Organização interna	Divisão em departamentos	Um setor apenas para a gestão
Comu- nitária	2. Articulação Externa	Há investimento externo de parceiros da Escola de Samba	Não há investimento externo
Democ- ratiza- ção de Oportu- nidade s e Repart- ição de	1. Mecanismos Financeiros	Valor reinvestido em projetos sociais para comunidade	Valor reinvestido e pagamento para a comunidade atuante no tour
Benefí- cios	2. Acordos Comunitários	Não há. O setor de cidadania existe, mas pertence a organização da Escola de Samba, não a comunidade	Não há
Integra- ção	1. Fornecimento de Insumos	A comunidade fornece mão-de-obra para que o turismo aconteça	A comunidade fornece mão-de-obra para que o turismo aconteça
	2. Comercialização de Produtos	Não há comercialização de produtos	Há comercialização no final do tour
Intercu- lturali- dade	1. Compartilhamento do Espaço	O visitante e a comunidade ocupam o mesmo espaço (quadra e barracão)	O visitante e a comunidade ocupam o mesmo espaço (barracão)
	2. Partici	O visitante acessa o patrimônio	O visitante acessa o

	pação Cultural		patrimônio
Qualidade	1.Saneamento Ambiental	Não se aplica	Não se aplica
Ambiental	2.Manejo dos Recursos Naturais	Não se aplica	Não se aplica

**-Dominialidade:** nesse quesito, é analisado se a comunidade é proprietária dos empreendimentos e serviços ofertados, se são os responsáveis pela gestão dos mesmos e se fazem parte da mão-de-obra. Nos casos estudados, vemos claramente que em ambas as Escolas de Samba e seus projetos e ações voltadas para o turismo, não temos a presença tão forte da comunidade no que diz respeito a gestão e a propriedade dos projetos. O Carnaval Experience, apesar de ter sido criado dentro da Escola mirim da Pimpolhos da Grande Rio, como um projeto turístico de cunho social, pertence aos seus criadores, Camila e Akiva, que são membros da Escola, mas não membros da comunidade, sendo os mesmos que fazem a gestão do projeto e determinam de que forma ele acontecerá, quem irá participar, como a comunidade estará inserida e quem direciona os benefícios provenientes desses tours. Na Portela, temos o mesmo cenário, com setores específicos cuidando da parte dos tours, não necessariamente pessoas da comunidade. Mas, em ambos os casos, vemos que a forma de incluir a comunidade nesse contexto é sempre inserindo-a como mão-de-obra e não de forma mais ativa nos processos decisórios que influenciam no curso desses projetos e na maneira como eles irão ocorrer.

**-Organização Comunitária:** se refere a forma de organização interna que atua em prol do turismo comunitário. Já a organização externa se refere ao apoio financeiro e técnico vindo de fora para esses projetos. Aqui temos uma diferença entre as duas Escolas de Samba. No caso da Portela, existe uma clara divisão em departamentos que são responsáveis por diferentes assuntos dentro da Escola. É notável também que nenhum dos diretores dos 3 departamentos que tivemos contato nesse trabalho é membro da comunidade, vindos de fora há alguns anos para integrar a equipe. Já a Grande Rio não tem essa organização em setores no que diz respeito ao Carnaval Experience, sendo o mesmo grupo que cuida do marketing, da parte das visitas, da divisão de benefícios, das decisões em torno do tour, etc. Além disso, a Portela recebe investimento externo para realizar tais ações e no caso do Carnaval Experience, não há

patrocinadores, sendo a ideia inicial do projeto a autossustentabilidade, sem depender de investimentos de agentes externos para sobreviver. Do ponto de vista organizacional, dividir a Escola de Samba em setores ajuda na concretização de um maior número de projetos e ações e pode ser uma forma mais garantida de obter o sucesso e integrar a comunidade nesse processo. A questão do investimento externo depende muito do quanto a Escola de Samba tem de retorno a partir de tais projetos, o que por um lado pode ajudar no desenvolvimento, mas por outro pode tornar a Escola dependente de uma ajuda externa para que tais ações ocorram. Enquanto na Portela, há a condição de uma ajuda financeira para a concretização dos mesmos, na Grande Rio, são usados apenas os recursos internos.

**-Democratização de Oportunidades e Repartição de Benefícios:** nesse ponto, analisamos se há mecanismos financeiros e acordos comunitários que auxiliam no processo de repartição dos benefícios gerados pela atividade turística e garantam a distribuição de oportunidades pela comunidade. No caso da Grande Rio, vemos um aproveitamento grande da comunidade como mão-de-obra do tour, participando inclusive como guias bilingues e trilingues, devido aos cursos de idioma que os mesmos tiveram a oportunidade de fazer na Pimpolhos. Há um reaproveitamento das crianças que fizeram parte de diversas oficinas da Escola de Samba mirim e são inseridas na produção do tour, nas mais variadas áreas.

Além disso, mesmo que membros da comunidade não se beneficiem diretamente através da inserção como força de trabalho na atividade turística, parte da renda obtida nesse projeto é usada para reinvestir na Escola mirim e nos demais projetos sociais que ajudam a melhorar a qualidade de vida da comunidade. No caso da Portela, o setor de cultura emprega pessoas da comunidade, além do projeto Portela Experience, que usa os membros como guia em português. Essa questão do idioma, que é muito mais avançada na Grande Rio, diferencia muito o nível do turismo realizado em cada barracão. Isso porque, apesar de ter a comunidade inserida no tour em português, eles dependem de uma única pessoa para fazer a tradução simultânea em inglês ou espanhol, o que dificulta o crescimento do projeto e uma maior inserção da comunidade nessa parte. Talvez fosse melhor investir nas oficinas de idioma, assim como a Grande Rio faz, gerando mais possibilidades de aproveitamento da própria comunidade e aumentando ao mesmo tempo os benefícios para eles e para a agremiação. Esse tópico também aborda os acordos comunitários, que em ambos os casos é inexistente. Isso reflete o ponto sobre a dominialidade, cuja a imagem passada pelos desenvolvedores



do projeto é a que a comunidade participa como protagonista, o que na prática não vemos acontecer, pois os papéis ocupados pela mesma são de coadjuvante.

**-Integração Econômica:** evidencia a relação de outras atividades econômicas do local com o turismo. Há uma integração de espaços que são da Escola de Samba e da comunidade nesses projetos, com a utilização do barracão da Portela e Grande Rio na Cidade do Samba e da quadra também no caso da agremiação de Madureira. A comercialização de produtos ocorre de forma diferente nas duas: no tour da Grande Rio, são vendidos produtos como camisas do Carnaval Experience ao final, na mesma sala onde é servida a caipirinha. Já na Portela, não temos produtos exclusivos do tour, mas a Escola faz a comercialização de ingressos de diversos tipos de eventos, voltados para o público de fora da comunidade, cuja renda obtida é reinvestida nos projetos internos. A quadra funciona como casa de show, muitas vezes recebendo artistas variados para apresentações noturnas e tem também a feijoada que ocorre em todo primeiro sábado do mês, evento mais tradicional da Escola.

- **Interculturalidade**<sup>12</sup>: analisa como a atividade turística comunitária propicia o intercâmbio cultural e troca de experiências entre os visitantes e a comunidade local. O prefixo inter traz a ideia de mistura entre as culturas, que com base nos pontos do quadro acima ocorre por meio da interação no espaço pertencente as comunidades das Escolas de Samba: a quadra e o barracão onde o Carnaval é produzido em sua totalidade. No que diz respeito ao patrimônio do samba e esse contato mais próximo que o turismo possibilita, há um acesso maior, sem dúvidas, do que no espetáculo que é apresentado no Sambódromo, mas ainda assim, a questão do patrimônio e valorização da sua essência fica um pouco comprometida. No caso do Carnaval Experience isso fica claro pois a parte do tour que mais faz as pessoas se envolverem é a que eles vestem as fantasias e tiram fotos. Na única parte que havia uma explicação mais detalhada sobre a história do Carnaval e do Samba, eles encurtaram pois os turistas não se interessavam, segundo a guia. Isso evidencia que o tipo de turismo realizado pela Grande Rio no Carnaval Experience não se encaixa no TBC do princípio que o turista que busca esse tipo de tour, precisa de um envolvimento e contato direto com a comunidade, história e tradições locais. Acaba que o turista que visita o barracão quer apenas dar uma sequência ao que viu no Sambódromo, de maneira que o contato

---

<sup>12</sup> De acordo com Mendez (2013), o termo interculturalidade pressupõe multiplicidade e devir, não sendo possível serem feitas totalizações a partir dele. Ele infere a heterogeneidade e suas diversas combinações.

mais íntimo com o patrimônio imaterial do samba-enredo ocorre, mas não de uma forma tão profunda quanto poderia ser no TBC. No caso da Portela, o Portela Experience se assemelha nesse sentido ao projeto da Grande Rio, visto que até o nome é o mesmo e um acabou servindo de inspiração para o outro. Só que, a Portela é uma Escola que se mostra presente para a comunidade o ano inteiro, e suas ações, seja feijoada, feira literária ou eventos nos finais de semana, englobam turistas também, propiciando esse contato de forma mais autêntica.

- **Qualidade ambiental:** este aspecto se refere ao manejo dos recursos naturais da comunidade diante da realização da atividade turística no local. Mas, no caso de ambas as Escolas de Samba, o turismo é feito ou no barracão ou na quadra da Escola, não tendo assim a questão de recursos naturais inserida. Aqui abordamos mais os aspectos culturais, sociais e econômicos, mas não são identificados nesses projetos turísticos a questão de como é feito o manejo dos recursos naturais, não se aplicando este critério, portanto, a esta pesquisa.

Esses projetos que envolvem a atividade turística e o aspecto social, não são exclusivos das Escolas de Samba analisadas aqui. Na Estação Primeira de Mangueira, por exemplo, já foram desenvolvidos projetos deste tipo e o Museu do Samba hoje possui o projeto Vivências do Samba, que atrai turistas para conhecer esse mundo do Carnaval mais de perto. Vale destacar que o Museu, apesar de ser hoje o espaço usado para reunir sambistas da cidade inteira e dar voz a essa classe, se dirige muito mais a Mangueira do que as outras Escolas de Samba, devido a sua localização. Isso fica bem nítido durante as entrevistas, nas quais ele sequer é mencionado. Talvez seja importante estabelecer uma relação mais próxima do Museu do Samba com o restante das Escolas do Rio de Janeiro, podendo até criar novos projetos que envolvam mais de uma agremiação. É importante para o processo de salvaguarda do patrimônio, mostrar em primeiro lugar para a comunidade que o samba é deles, veio deles e que deve ser passado adiante através deles. Para que isso aconteça, a educação patrimonial poderia ser uma alternativa, reunindo as comunidades do samba no espaço do Museu, para que elas tenham os aprendizados necessários e passem a ocupar os papéis de protagonistas na preservação e musealização desse patrimônio, principalmente no que diz respeito a propriedade e gestão.

Quanto ao turismo realizado hoje nessas Escolas, ele se encaixa na classificação do Turismo de Base Comunitária apenas em algumas partes, não sendo o suficiente para ser inserido dentro desse segmento da atividade turística, de acordo com os critérios

analisados acima. A utilização de agentes externos para compartilhar sua expertise sobre a atividade turística se faz necessária, mas tais agentes devem apenas contribuir para o sucesso do projeto e não tomar a frente do processo de decisão como um todo. A partir do momento que pessoas de fora decidem o que será feito e não a comunidade, pode haver uma descaracterização do patrimônio imaterial e de sua salvaguarda, indo na contramão do princípio de autonomia da comunidade que estabelece o plano de salvaguarda criado pelo IPHAN, cujas suas vertentes foram mencionadas no primeiro capítulo.

A questão do protagonismo e empoderamento das comunidades através da patrimonialização e musealização do samba-enredo se afasta das medidas de preservação que o Plano de Salvaguarda estabelece, principalmente no que diz respeito aquilo que é mais antigo e tradicional, que por ser utilizado como mercadoria pode deixar de ser valorizado frente ao novo que chega a cada ano. As tradições em torno do samba-enredo e do Carnaval são muito fortes e, devido a isso, é importante pensar numa forma adequada antes de envolvê-los em outros processos, como na atividade turística, para que durante sua utilização o valor de mercado não se sobreponha ao valor da memória que foi criada e perpetuada por seus detentores. Se faz necessária, por isso, a presença das comunidades nos processos de utilização e preservação do patrimônio.

### 3.3.2 Análise SWOT dos Projetos Turísticos da Portela e Grande Rio

Com base nos fatores internos e externos que estão ligados aos projetos turísticos das Escolas de Samba de caráter comunitário e sustentável, abaixo temos uma análise SWOT ou FOFA para identificar os principais aspectos:

Figura 06. Análise Swot ou FOFA dos projetos da Grande Rio e Portela

	<b>Forças</b>	<b>Fraquezas</b>
<b>Fatores internos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Hospitalidade dos moradores</li> <li>-Existência de guias locais</li> <li>-Atrativos culturais e valorização das tradições locais (Titulação de patrimônio imaterial)</li> <li>-Associação com empresas de turismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Baixa Qualificação</li> <li>-Pouca Profissionalização</li> <li>-Pouca Participação da comunidade</li> <li>-Baixa divulgação dos projetos</li> </ul>
	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participação de agentes externos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Agentes externos na tomada de decisão, tirando o poder da</li> </ul>

<b>Fatores externos</b>	- Procura pelo turismo de experiência e um maior contato com o patrimônio imaterial -Turista mais consciente -Mais postos de trabalho gerados	comunidade  - Aumento desordenado do turismo, comprometendo a salvaguarda do patrimônio -Falta de Investimento -Falta de acesso à internet

A partir desses pontos, podemos fazer o cruzamento entre eles e descobrir as medidas que podem ser tomadas para resolver ou evitar possíveis problemas e quais aspectos podem ser desenvolvidos e potencializados.

Figura 07. Cruzamento dos pontos da análise Swot ou FOFA



Fonte: elaboração própria com base no trabalho de João Grand Junior (2016)

### Quadro Forças x Oportunidades

Figura 08. Quadro Forças x Oportunidades

<b>Forças</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Estratégias de Desenvolvimento</b>
Hospitalidade dos moradores	Procura pelo turismo de experiência e um maior contato com o patrimônio imaterial	Aumento das trocas culturais entre turistas e comunidade
Associação com empresas de turismo	Participação de agentes externos	Fortalecimento da atividade e trocas de conhecimento de pessoas com prática na área
-Atrativos culturais e valorização das tradições locais	Turista mais consciente	Enriquecimento do turismo cultural, com valorização do patrimônio local

(Titulação de patrimônio imaterial)		
Existência de guias locais	Mais postos de trabalho gerados	Aumento da renda dos moradores e melhor qualidade de vida

### Quadro Fraquezas x Oportunidades

Figura 09. Quadro Fraquezas x Oportunidades

<b>Fraquezas</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Estratégias de Crescimento</b>
Baixa Qualificação	Participação de agentes externos	Treinamento e qualificação da comunidade para participar ativamente dos projetos
Pouca Profissionalização	Mais postos de trabalho gerados	Oportunidade de trabalho para mão-de-obra informal
Pouca Participação da comunidade	Turista mais consciente	A comunidade pode se envolver muito mais nas ações, visto que o turista quer conhecê-la melhor
Baixa divulgação dos projetos	Procura pelo turismo de experiência e um maior contato com o patrimônio imaterial	Ampliar as formas de divulgação para alcançar o público-alvo que está crescendo

### Quadro Forças x Ameaças

Figura 10. Quadro Forças x Ameaças

<b>Forças</b>	<b>Ameaças</b>	<b>Estratégias de Manutenção</b>
Hospitalidade dos moradores	Aumento desordenado do turismo, comprometendo a salvaguarda do patrimônio	Adequar e recepção dos turistas sem prejudicar a comunidade
Existência de guias locais	Falta de Investimento	Aumentar o investimento em cursos para qualificação da comunidade
Atrativos culturais e valorização das tradições locais (Titulação de patrimônio imaterial)	Falta de acesso à internet	Aumentar a divulgação dos atrativos, para que alcance um maior número de turistas
Associação com empresas de turismo	Agentes externos na tomada de decisão, tirando o poder da comunidade	Utilizar o conhecimento de empresas de fora para agregar valor, mas sem tirar o protagonismo da comunidade

### Quadro Fraquezas x Ameaças

Figura 11. Quadro Fraquezas x Ameaças

Fraquezas	Ameaças	Estratégias de Sobrevivência
Baixa Qualificação	Agentes externos na tomada de decisão, tirando o poder da comunidade	Ampliar a oferta de oficinas e cursos que qualifiquem as comunidades para atuar de forma ativa nos projetos, participando principalmente da gestão
Pouca Profissionalização	Falta de Investimento	Buscar investimentos e patrocínio para a profissionalização da comunidade
Pouca Participação da comunidade	Aumento desordenado do turismo, comprometendo a salvaguarda do patrimônio	Incluir a comunidade em todos os processos da atividade, inclusive na gestão e salvaguarda
Baixa divulgação dos projetos	Falta de acesso à internet	Melhorar as estratégias de divulgação e marketing através da internet, promovendo o acesso para a comunidade

Analisando o cruzamento dos dados da análise SWOT, vemos que os principais problemas no que diz respeito ao Turismo de Base Comunitária tem origem tanto interna quanto externamente e que é preciso identificá-los e criar um plano com estratégias para contorná-los. Assim como vimos acima, nos projetos da Grande Rio e Portela, um desses pontos é a pouca participação da comunidade, com perda da autonomia para agentes externos e a baixa qualificação e profissionalização, o que acaba dando poder as pessoas de fora na tomada de decisão. Além disso, devido à falta de acesso à internet e a ineficácia de associações comunitárias, não há uma divulgação ampla de tais ações, para que alcance o maior número de turistas que buscam esse tipo de experiência mais endógena.

Por outro lado, tais iniciativas das Escolas de Samba podem trazer muitos benefícios e oportunidades para as comunidades de origem, com uma maior valorização do patrimônio a partir de um contato mais próximo com o turista, o que permite uma troca cultural mais verdadeira, que é uma vivência muito diferente da que eles têm no Sambódromo. Além disso, esses projetos geram novos postos de trabalho para os moradores, a possibilidade de se qualificar e também realizar a troca de suas experiências no samba com os turistas e um aumento da renda, propiciando uma melhor qualidade de vida para eles.

E a partir do que vimos acima, em resposta a questão feita sobre o porquê da comunidade não chegar a ocupar lugares de poder nesses processos, feita

anteriormente neste trabalho, os maiores empecilhos são justamente as fraquezas e ameaças apontadas, que acabam limitando o acesso e poder dos moradores na elaboração de um projeto consistente, com aprofundamento do conhecimento e uma gestão que possa resolver os problemas de forma eficaz.

Por sua vez, aproveitando-se dessas fragilidades, os agentes externos entram não somente com investimentos, mas com a expertise necessária para realização do turismo e, na maioria das vezes, não dividem seu conhecimento com os moradores, ensinando para eles apenas o necessário para atuarem no projeto nos postos de trabalho disponíveis, mas nunca em uma posição de poder decidir sobre os caminhos a serem seguidos. Essa limitação da participação da comunidade associada ao turismo realizado de forma massiva e sem a conscientização dos moradores pode prejudicar diretamente o patrimônio imaterial, comprometendo seu processo de salvaguarda. Por isso, é necessário promover um engajamento da comunidade frente a esses projetos, pois somente ela consegue saber o que é importante e mais relevante para a manutenção das tradições, o que deve ser passado a frente e como cada etapa do processo poderá afetar o patrimônio cultural e seus detentores direta e indiretamente.

Nos casos apresentados, é sempre frisado pelos entrevistados a relevância desses detentores e o nível de envolvimento dos mesmos nos projetos das Escolas de Samba. Mas, na prática, o que vemos é a comunidade sendo conduzida pelos processos que envolvem o patrimônio e o turista, ao invés de estarem do outro lado, fazendo eles mesmos essa condução. Aos poucos, o samba-enredo e o Carnaval foram sendo apropriados por pessoas que não falavam sua linguagem e que os transformaram no que é hoje. Apesar de todos os entrevistados mostrarem a preocupação que existe por parte da Escola de Samba em incluir seus detentores, estes ainda são excluídos nos processos de gestão e utilização do samba pelo turismo.

### **3.3.3 Possíveis cenários para as comunidades das Escolas de Samba**

Segundo João Grand Junior (2016), a cultura do samba-Carnaval se insere num patrimônio imaterial territorializado. Isso porque o consumo não se limita a Cidade do Samba e Sambódromo, espaços tradicionais da festividade. Há uma reinvenção do Carnaval da década de 20, com as festas e blocos de ruas, que refletem para o autor a autonomia, espontaneidade e capacidade de auto-organização de forças subjacentes.

“Assim, sugerimos pensar as Escolas de Samba, os blocos de rua e as rodas de samba como espaços de germinação de recursos e de externalidades, indo além da perspectiva que os classifica

simplesmente como produtos culturais. Em outros termos, eles atuam como nós estratégicos em uma complexa rede de interações sociais e produtivas que constituem o sistema territorial de produção do samba-Carnaval na cidade.” (GRAND JR., 2016)

A dinâmica do samba-enredo e Carnaval está muito ligada à uma lógica mercantil, onde o patrimônio imaterial exerce o papel de produto cultural para o grande público dos desfiles, o que conforme já vimos anteriormente, gera uma perda de autonomia política, cultural, econômica e social para as comunidades originárias desse patrimônio. Mas vale apontar aqui, que existem outras formas de manifestação do samba-enredo nessa época do ano, que são os blocos de carnavais e rodas de samba, em sua maioria gratuitos ou a preço popular, o que os torna acessível ao público de modo geral, gerando uma maior possibilidade de trocas reais entre as pessoas e manutenção das tradições, além de representar uma potência criativa frente a espetacularização do Carnaval e uma alternativa para o povo que deseja apenas celebrar a festa, valorizando o samba como patrimônio imaterial.

Em sua pesquisa, a autora Regina Marteleto (2010) afirma que existem personagens-chave nas redes de relações sociais que desempenham essa função dentro de uma sociedade fragmentada, diferenciando-se dos demais indivíduos pela sua capacidade de mobilização. Para a autora, essa análise está pautada na ideia de apropriação de conhecimento, que pode ser transformado pelas pessoas que o possuem, através da associação feita de diferentes formas. Além disso, ela identifica dois fatores que interferem nesses elos: os níveis de coesão e densidade entre eles. Se forem muito fortes, segundo a autora, podem chegar à redundância e inércia. Por outro lado, se forem muito fracos, com os índices muito baixos, podem causar a incapacidade de comunicação.

No caso deste trabalho, os agentes internos seriam a comunidade local e os agentes externos seriam as pessoas que auxiliam no processo de gestão dos projetos e das atividades turísticas. É preciso que haja um equilíbrio entre ambos, para que as ações implementadas atinjam o objetivo em comum, que não pese apenas para um lado mais do que para o outro. A centralidade dos projetos da Portela e Grande Rio deve ser a comunidade, por mais que eles envolvam pessoas de fora para atingir os objetivos, que nesse caso seriam os turistas e gestores. Se o personagem-chave conforme definido por Marteleto (2010) deixa de ser um agente interno, o projeto perde o seu propósito e passa a ter um caráter muito mais ligado a mercadoria e a aspectos comerciais do que à memória e ao patrimônio. É o que acontece com a maior parte das comunidades locais



ligadas ao Carnaval e ao samba-enredo. Isso porque a comunidade não escolhe de que forma os processos ocorrerão, elas são conduzidas através dos agentes externos responsáveis pela gestão, a fazerem o que foi pré-determinado. E acreditam que aquilo será bom para eles e lhes trará benefícios.

Na teoria, a comunidade aparece como protagonista quando é de interesse da mídia e de outros agentes exaltar a memória e tradição. Porém, na prática o que acontece é que pessoas de fora ocupam espaços que poderiam e deveriam ser dos agentes internos e conduzem o curso das coisas conforme acreditam que será melhor para todos. É possível ver que a existência desses projetos nas Escolas de Samba ajudou e continua ajudando a comunidade local, recolocando-os em postos de trabalho, inserindo-os na cultura local e melhorando a qualidade de vida de muitas famílias envolvidas. O que é questionado aqui, é porque o lugar de poder, de decisão, de estar no núcleo dos projetos não é ocupado também por essa comunidade. Porque não dar oportunidade para que essas pessoas, que mantêm uma relação tão profunda com o patrimônio imaterial do samba-enredo, mostrem suas ideias? Porque não ouvir a opinião delas sobre como os projetos poderiam acontecer visando a salvaguarda do patrimônio e o bem-estar local? A principal questão aqui é entender por que a comunidade local nunca está inserida nos lugares de poder.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciamos esta pesquisa questionando quais transformações ocorrem nas comunidades detentoras do patrimônio imaterial do samba-enredo por meio da atividade turística na cidade do Rio de Janeiro. Visando analisar essas atividades turísticas direcionadas ao samba e ao Carnaval, escolhemos duas Escolas de Samba, a Grande Rio e a Portela, para entender de que forma a comunidade é inserida nas formulações dos seus projetos turísticos com viés social e como ocorre sua participação na gestão dos mesmos. Para chegar aos resultados obtidos, passamos por alguns pontos importantes, visando entender o processo histórico do samba e do Carnaval, a participação e influência da mídia nesse processo e o turismo em suas diferentes vertentes que é realizado em torno deste patrimônio imaterial.

O samba, proveniente da África e dos negros, teve o início da sua história no Brasil muito conturbado, marcado por uma marginalização e perseguição do gênero musical pela elite e pelas autoridades. O capítulo um traz algumas passagens históricas que ajudaram a formar a identidade do samba, desde tentativas de segregação das classes populares até a popularização do gênero com o auxílio da indústria fonográfica, chegando a se tornar símbolo nacional. Além disso, foi possível visualizar como o Carnaval começou nas ruas como uma tradição popular e foi sendo absorvido pela elite, passando pelos bailes de máscaras até chegar aos desfiles das Escolas de Samba que acontecem todo ano no Sambódromo.

O samba foi ganhando destaque ao longo do tempo, chegando a ter a titulação de patrimônio imaterial pelo IPHAN em 2007. Partindo do princípio que para qualquer bem cultural ser considerado patrimônio é preciso que ele seja relevante para algum grupo ou sociedade, entende-se a importância de manter viva a memória dessas origens. E para isso, incluir essas pessoas, detentoras desse patrimônio, no seu processo de musealização e salvaguarda é fundamental. No caso do samba, foi elaborado um plano de salvaguarda pelo IPHAN, que deveria ser executado junto de sua comunidade, mas isso não foi bem visto na prática ao longo da pesquisa.

O capítulo 2 se aprofundou na questão da popularização do samba por outras camadas da sociedade e o quanto isso foi usado para a construção de uma imagem positiva do gênero musical. Vimos que o Carnaval ter se tornado um espetáculo se deve a influência da mídia e da televisão na festividade, que ao mesmo tempo que possibilitaram o crescimento das Escolas de Samba e o surgimento de novos postos de trabalho, descaracterizaram em partes o patrimônio imaterial, tirando do evento suas

características tradicionais, além de hoje vemos que quem comanda a festa é mais a elite do que o povo. Esta ampla divulgação do evento e do gênero musical, fez com que o governo o transformasse em um produto turístico, que atrai milhões de pessoas do mundo inteiro para assistir aos desfiles. Se opondo ao turismo de massa tradicional que é feito apenas visando o consumo por parte do turista, abordamos aqui uma nova forma de fazer e pensar o turismo de forma geral, mais consciente e sustentável, o Turismo de Base Comunitária. A base desse tipo de turismo é a autonomia da comunidade frente a todos os seus processos, principalmente na participação de forma ativa da gestão e tomada de decisões.

A partir desse conceito de Turismo, foram analisados os projetos turísticos e sociais de duas Escolas de Samba, visando responder à questão central deste trabalho. A Grande Rio e o seu produto turístico do Carnaval Experience, consolidado no segmento há anos e a Portela com sua divisão de setores e eventos distribuídos no Pós-Carnaval.

O Carnaval atrelado a cultura do espetáculo com as pessoas apenas como espectadoras da festa pode estar ficando para trás. Claro que o desfile continua ocupando o papel principal nessa época do ano e em termos econômicos, pois é por causa dele que setores de serviço como o turismo, entre outros, lucram muito mais que nos outros meses. Mas, no que diz respeito a forma de viver o Carnaval, cada vez mais as pessoas buscam experiências para além do Sambódromo, que as façam vivenciar o Carnaval ou qualquer aspecto cultural dele, por menor que seja. Conhecer o barracão e ver de perto a produção de fantasias, podendo até vestir uma e se sentir uma passista. Andar atrás dos blocos de rua ou participar de rodas de samba, oficinas de percussão e frequentar as feijoadas nas quadras das Escolas de Samba, dentro outros, são exemplos de ações criativas que dão uma maior possibilidade para as pessoas não apenas assistirem ao Carnaval, mas experienciarem aquilo mais próximo de sua essência e comunidade. E é nessa lógica que o Turismo de Base Comunitária pode ganhar força. Isso porque na verdade, esses turistas buscam um maior contato com as comunidades locais.

Porém, nos estudos de casos feitos nessa pesquisa, analisamos diversos critérios que se aplicam ao segmento do TBC, mas que não correspondem a forma como tais projetos são realizados nessas Escolas de Samba. Tanto a Grande Rio quanto a Portela não realizam efetivamente um turismo que possua como base a comunidade, inserindo-a, em sua maioria, como mão-de-obra para ocupar os postos de trabalho gerados pelos projetos. Apesar dessas ações proporcionarem uma melhor qualidade de vida a essas

pessoas, que acabam se beneficiando com os tours e projetos economicamente, elas são mantidas numa posição de coadjuvantes dentro desses processos. Não possuem voz ativa e nem buscam se organizar internamente para ocuparem o papel de protagonista nessas ações relacionadas ao patrimônio. Nesse ponto, duas coisas contribuem muito para essa situação: o fato da Escola de Samba se localizar “longe” da comunidade, o que distancia a mesma da tomada de decisões e de saber exatamente como as coisas acontecem dentro da agremiação; e a falta de conhecimento e qualificação para lidar com a parte de gestão, divulgação e contato com os visitantes e agentes externos de forma eficaz.

Dentre as sugestões de melhoria que podem ser adotadas para que o Turismo de Base Comunitária aconteça de fato nessas Escolas de Samba estudadas aqui e, para que a comunidade tenha autonomia dentro dele, estão: os órgãos competentes do Estado responsáveis pelos processos de salvaguarda do patrimônio devem incluir as comunidades nos processos e proporcionar à elas a qualificação necessária para que elas possam ocupar seu lugar de detentoras do patrimônio frente a todas as formas de utilização do mesmo, principalmente pelo viés do turismo; é importante que aconteçam associações internas da comunidade, para fortalecerem seu elo e ocuparem seus espaços por direito; as Escolas de Samba podem proporcionar oficinas sobre marketing e o uso da internet, para facilitar o acesso da comunidade a principal ferramenta de comunicação e divulgação dos projetos para os visitantes. Infelizmente a comunidade hoje não dispõe dos recursos necessários para conseguir se fazer tão presente nessas ações, mas visto que o samba só é patrimônio imaterial devido a ela e que as Escolas de Samba só existem porque começaram com elas, é preciso que haja uma certa responsabilidade do Estado e das agremiações com os detentores do bem cultural que traz tantos benefícios para o país de forma geral, inclusive para os seus criadores, mas ainda são deixados de fora da parte principal.

## **REFERÊNCIAS**

## REFERÊNCIAS

- ALDECUA, M. J. F. "Turismo comunitário y empresas de base comunitárias turísticas: ¿estamos hablando de lo mismo? (Ensayo)", **El periplo sustentable**, n. 20(jan./jun.), pp. 31-74. México, 2011
- ADORNO, T. W. **Indústria Cultural in Público, Massa e Cultura**. cap.16, pag. 287-295. São Paulo, 1947.
- ADORNO, T. W. HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Jorge Zahar Editor. Rio de Janeiro, 1985.
- ALMEIDA, P. C. O Carnaval institucionalizado no Rio de Janeiro: Programas de Turismo (1932-1935). In: **XXVIII Simpósio Nacional de História** - ANPUH, 2015, Florianópolis. Anais Eletrônicos – ANPUH. Florianópolis, 2015.
- ANDRADE, R. G. N.; COSTA, C. R. F. Carnaval, samba e comunicação no Morro da Mangueira. In: **XVI INTERCOM Reunião Científica de Comunicação**, 2003, Belo Horizonte. CD Romm, UFMG. Belo Horizonte, 2003.
- AUGRAS, M. **MEDALHAS E BRASÕES: A história do Brasil no samba. Fundação Getúlio Vargas** – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – CPDOC – Rio de Janeiro, 1992.
- ARANTES, Antonio. O patrimônio imaterial e a sustentabilidade de sua vanguarda. **Resgate - Revista Interdisciplinar de Cultura**. Campinas, UNICAMP, n. 13, p. 11-18, 2004.
- ARANTES, N. Pequena história do Carnaval no Brasil. **Revista Portal de Divulgação**, n.29. Ano III, ISSN 2178-3454. São Paulo, fevereiro/2013.
- BARBOSA, M. C. **As cerimônias festivas da televisão brasileira: em cena o Carnaval**. **Revista Comunicação Midiática**, v. 1, n.1, p. 1-17. Curitiba, 2006.
- ARRANHA, Paulo Renato Vaz. **Responsável pelo setor de marketing da Portela**. Entrevista concedida em 26 de setembro de 2022. Rio de Janeiro, 2022.
- Bernardo, E.; Uma Introdução ao Turismo: Conceitos, classificações e tipologias. **CIES e-Working Papers (ISSN 1647-0893)**. Av. das Forças Armadas, Edifício ISCTE, 1649-026 LISBOA, PORTUGAL
- BRASIL. **Decreto nº 3.551. de 4 de agosto de 2000**. Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências. Brasília, 2000. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/D3551.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D3551.htm)>.
- BORDALO, Alípio Augusto. Estudo transversal e/ou longitudinal. **Revista Paraense de Medicina**, Vol. 20(4) outubro-dezembro, 2006

BRASIL. Ministério do Turismo. Edital MTur n.º 001/2008. **Seleção de Propostas de Projetos para Apoio às Iniciativas de Turismo de Base Comunitária**. Ministério do Turismo. Brasília, 2008.

BURGOS, A; MERTENS, F. A perspectiva relacional na gestão do Turismo de base comunitária: o caso da Prainha do Canto Verde. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 15 n.1., p.81-98. Rio de Janeiro, abr/2015.

BURSZTYN, I., BARTHOLO, R. "O processo de comercialização do Turismo de base comunitária no Brasil: desafios, potencialidades e perspectivas", **Sustentabilidade em Debate**, v.3, n.1, pp. 97-116. Brasília, 2012.

CAMPOS, D. A.; MESSAGI JUNIR, M. Enredo Patrocinado: Uma Intervenção da Mídia e do Mercado no Carnaval Carioca. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, 2015.

CARVALHO, C. A. P.; MADEIRO, G. **Carnaval, mercado e diferenciação social**. **Organizações & Sociedade**, v. 12, n. 32, p.165-177. Salvador, 2005.

CASTRO, C. "Narrativas e imagens do Turismo no Rio de Janeiro". In VELHO, Gilberto (org). **Antropologia Urbana: Cultura e Sociedade no Brasil e em Portugal**. Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 2006. CASTRO, Celso. "Narrativas e imagens do Turismo no Rio de Janeiro". In VELHO, Gilberto (org). **Antropologia Urbana: Cultura e Sociedade no Brasil e em Portugal**, Jorge Zahar. Rio de Janeiro, 2006.

CASTRO, C. The tourist nature of Rio de Janeiro, Brazil. **Studies And Perspectives In Tourism Electronic Journal**, v. 1, p. 60-67. Buenos Aires, 2001.

CAVALCANTI, M. L. V. C. As alegorias no carnaval carioca: visualidade espetacular e narrativa ritual. **Textos Escolhidos de Cultura e Arte Populares (Online)**, v. 3, p. 3. Rio de Janeiro. 2007.

CAVALCANTI, M. L. V. C. **Carnaval Carioca: dos bastidores ao desfile**. Ed. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2008.

CAVALCANTI, M. L. V. C.; GONÇALVES, R. **Carnaval em múltiplos planos**. **Aeroplano**, Rio de Janeiro, 2008.

CENTRO CULTURAL CARTOLA – CCC. **Catálogo da Exposição Samba Patrimônio Cultural do Brasil**. Rio de Janeiro, 2008.

CHAGAS, M.; CAVULLA, R. Museu do samba carioca: samba, ginga e movimento. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação do Museu do samba carioca: samba, ginga e movimento**, Nº 5. Rio de Janeiro, set/2017.



CORIO LANO, L. N. Turismo: prática social de apropriação e de dominação de territórios. In: LEMOS, A. I; et al (ORGs). **América Latina: cidade, campo e Turismo**. Expressão Popular. São Paulo, 2006.

CORIO LANO, L. N. Turismo comunitário no contexto da globalização. In: CORIO LANO, L. N.; VASCONCELOS, F. P. (Org.) **Turismo, território e conflitos imobiliários**. Eduece p. 11-26. Fortaleza, 2012.

COSTA, M. L. da; & Castro, R. V. de. Memória e patrimônio imaterial: caminhos investigativos de um estudo de Psicologia Social. **Pesquisas e Práticas Psicossociais**, 7(2), São João Del-Rei, 2012.

CUNHA, F. L. **As Matrizes do samba carioca e carnaval: algumas reflexões sobre patrimônio imaterial**. Patrimônio e Memória UNESP – FCLAs – CEDAP, 5 (2), p. 34-57. São Paulo, 2009.

CUNHA FILHO, F. H; TELLES, M. F. P. **As Formas de Preservação do Patrimônio Cultural Brasileiro face à Constituição Federal de 1988**. O público e o privado, nº 10 – UECE. Fortaleza, 2007.

DA SILVA, Hellen Mary Costa. **Diretora do Departamento de Cidadania da Portela**. Entrevista concedida em 26 de setembro de 2022. Rio de Janeiro, 2022.

DA SILVA, M. G. C. F. Reforma Urbana Pereira Passos: resistências de uma população excluída. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil. **Revista de Ciências Sociais**, v. 50, n. 1, mar./junp, 409–447. Fortaleza, 2019.

DAYAN, D. “**Télévision interruptive: Entre spectacle et communication**”. In: Hermès, n. 4. CNRS, pp. 143-153. Paris, 1989.

DOS SANTOS, Cinthya Ribeiro. **Guia de turismo do Carnaval Experience**. Entrevista concedida em 10 de julho de 2021. Rio de Janeiro, 2021.

FERNANDES, N. N. **Escolas de samba: sujeitos celebrantes e objetos celebrados**. Rio de Janeiro, 1928-1949. Rio de Janeiro: Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro, 2001.

FABRINO, N. H.; BURGOS, A.; CARNEIRO, D. M. R. Turismo de base comunitária: estado da arte e experiências brasileiras. **Ambientalmente Sustentable**. Espanha, 2013.

FERREIRA, F. **Inventando Carnavais: o surgimento do carnaval carioca no século XIX e outras questões carnavalescas**. Ed. UFRJ. Rio de Janeiro, 2005.

FERREIRA, M. L. M. **Patrimônio: discutindo alguns conceitos**. Diálogos, DHI/PPH/UEM, v. 10, n. 3, p. 79-88. Maringá, 2006.

GIOVANINI, D.; CARMO, E.; ZANARDO, M. **O Carnaval como Mercadoria: A cultura em xeque**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares

da Comunicação XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – São Paulo, 2008.

GONÇALVES, R. S. **Eu sou o samba: sobre lugares, pessoas e pertencimento**. Soc. e Cult, v. 16, n. 1, p. 107-117. Goiânia, 2013.

GRIMM, Isabel Jurema; Turismo de base comunitária: convivencialidade e conservação ambiental. **Revista Brasileira de Ciências Ambientais**, v. 19, p. 57-68. Rio de Janeiro, 2011.

HOLANDA, L. A. Empresarização do Turismo de base comunitária. **Caderno Virtual de Turismo (UFRJ)**, v. 16, p. 18-35. Rio de Janeiro 2016.

IRVING, M. A. Reinventando a reflexão sobre Turismo de base comunitária – inovar é possível? In: BARTHOLO, R.; SAN SOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Org.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem. Rio de Janeiro, 2009.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Dossiê Matrizes do Samba Carioca: partidoalto, samba de terreiro, samba-enredo**. DF: Departamento de Patrimônio Imaterial/Iphan. Brasília, 2014.

JOST, M. A construção/invenção do samba: mediações e interações estratégicas. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC). **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, n. 62, p. 112-125. Rio de Janeiro, 2015.

LIESA – **Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro**. Disponível em: <<http://liesa.globo.com>>. Acesso em junho 2022.

LIMA, Ari. **ArtCultura**, Uberlândia, v. 15, n. 26, p. 121-135, jan.-jun. 2013

LIMA, Diana Farjalla Correia. PATRIMONIALIZAÇÃO-MUSEALIZAÇÃO: A LONGA TRAJETÓRIA PARA A CATEGORIA PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL. GT 9 - Museu, Patrimônio e Informação - Comunicação Oral. XVII **Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (XVII ENANCIB)**. Bahia, 2016.

LOPES, C. A.; MALAIA, M. C. B. T.; VINHAIS, J. C. **Administração em Escolas de Samba: os bastidores do sucesso do carnaval carioca**. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Rio de Janeiro, 2009.

LOPES, G. G. **Samba e Mercado de Bens Culturais** (Rio de Janeiro, 1910 – 1940). Dissertação de Mestrado. PPGH/UFF: Niterói, 2001.

MAIRESSE, F. Muséalisation. Regard & Analyse. In: Desvallés, André & MAIRESSE, François (dir.). **Dictionnaire encyclopédique de muséologie** (pp.252-269). Paris, França, 2011.

MALDONADO, C. "Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de Turismo comunitario", **Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina**, n. 73. Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra, 2005.

MALDONADO, C. "O Turismo comunitário na América Latina: gênese, características, e políticas". In: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**, pp. 25-44, Rio de Janeiro: Letra e Imagem. Rio de Janeiro, 2009.

MARTINS SÁ, Gustavo Henrique. **Guia de Turismo**. Entrevista concedida em 5 de outubro de 2022.

MATOS, C. N. **Acertei no milhar: samba e malandragem no tempo de Getúlio**. Rio de Janeiro: Paz e Terra. Rio de Janeiro, 1982.

MATTELART, A.; MATTELART, M. História das Teorias da Comunicação. São Paulo: Loyla, 2011. MEIRELLES, P. O. **Samba: produto cultural e patrimônio imaterial**. **Revista Parágrafo**, v. 1, p. 111-124. São Paulo, 2013.

MÉNDEZ, Maria Laura; PUGET, Janine. . Mesa de abertura. In: **Congreso de FLAPAG. Clínica de la diferencia e interculturalidad**. Anais... Buenos Aires, Argentina, 2013

MENDONÇA, Elizabete de Castro. Programa Nacional de Patrimônio Imaterial e Museu: apontamentos sobre estratégias de articulações entre processos de patrimonialização e de musealização. **MUSEOLOGIA E INTERDISCIPLINARIEDADE**, Vol.4, nº8. UNIRIO. Rio de Janeiro, dez. de 2015.

MIELKE, E. **Monitoramento dos Projetos de Turismo de Base Comunitária**. Relatório Final – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2011. MIELKE, E. J. C.; PEGAS, F. V. Turismo de Base Comunitária no Brasil. Insustentabilidade é uma Questão de Gestão. **Revista Turismo em Análise**, v. 24, p. 170-189. São Paulo, 2013.

MIELKE, E. J. C. Cooperativas de Turismo: Uma Estratégia ao Desenvolvimento Turístico Integrado - Análise do Roteiro dos Imigrantes (Paraná, Brasil). **Revista brasileira de pesquisa em Turismo**, v. 4, p. 92/1-111. Brasil, 2010.

MTUR. "**Perfil do turista de aventura e do ecoturista no Brasil**", Ministério do Turismo. Brasília, 2010.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional Departamento do Patrimônio Imaterial Coordenação Geral de Salvaguarda. **Termo de Referência para a Salvaguarda de bens Registrados como Patrimônio Cultural do Brasil**. IPHAN. 2011.

MOURA, Roberto. Tia Ciata e a Pequena África no Rio de Janeiro. 2. ed. **Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura**, 1995.

NOGUEIRA, N. **O Centro Cultural Cartola e o Processo de Patrimonialização do Samba Carioca**. Tese de Doutorado apresentada ao Instituto de Psicologia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2015.

NOGUEIRA, N.; REIS SANTOS, D. Samba, cidadão brasileiro: desafios e efeitos do processo de patrimonialização das matrizes do samba no Rio de Janeiro. **Dossiê: Patrimônio Imaterial no Brasil: trajetórias, participação social e políticas de reconhecimento**. Núcleo de Dinâmicas Urbanas e Patrimônio Cultural. v 9, n 17, Florianópolis, 2020.

OLIVEIRA, Guilherme. **Mestre de Bateria do Salgueiro**. Entrevista concedida em 17 de fevereiro de 2022. Rio de Janeiro, 2022.

OLIVEIRA, Gustavo. **Mestre de Bateria do Salgueiro**. Entrevista concedida em 17 de fevereiro de 2022. Rio de Janeiro, 2022.

Okazaki, Et. A Community-Based Tourism **Model: Its Conception and Use**. **Journal of Sustainable Tourism**, Vol. 16, No. 5, 511-529, 2008.

TURISMO, Organização Mundial. **Introdução ao turismo**. Roca. São Paulo, 2001.

PARANHOS, A. **A invenção do Brasil como terra do samba: os sambistas e sua afirmação social**. História (UNESP. Impresso) (Cessou em 2004), v. 22, n.1, p. 81-113. São Paulo, 2003.

PAVÃO, F. O. A megalópole do samba: uma análise sobre a valoração do samba no eixo Rio-São Paulo. **Iara: Revista de Moda, Cultura e Arte**, v. 05, p. 59-89. São Paulo, 2012.

PELLEGRINI, S. C. A. **A gestão do patrimônio imaterial brasileiro na contemporaneidade**. HISTÓRIA, pág 152. São Paulo, 2008.

PIMENTEL, Matheus. Escolas de samba: de ícone da cultura à crise de identidade . **Nexo Jornal**. São Paulo, 2018.

PINHEIRO, M. J. **Museu, memória e esquecimento: um projeto da modernidade**. E-papers. Rio de Janeiro, 2004.

PIRES, P. **Dimensões do Ecoturismo**. Editora SENAC, 272pg. São Paulo, 2002.

RAYMUNDO, Jackson. **A construção de uma poética da brasilidade: a formação do samba-enredo**. 479f. Tese (Doutorado em Letras) - Instituto de Letras, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

REIS SANTOS, Desiree. Historiadora do Museu do Samba do Rio de Janeiro. Entrevista concedida em 28 de março de 2022. Rio de Janeiro, 2022.

SAMPAIO, C. A. C. **Turismo como fenômeno humano: princípios para pensar a socioeconomia e sua prática sob a denominação turismo comunitário.** EDUNISC. Santa Cruz do Sul, 2005.

SAMPAIO, C. A. et al. Perspectiva do Turismo comunitário, solidário e sustentável. In: SAMPAIO, C. A. C.; HENRIQUEZ, C.; MANSUR, C. (Org.). **Turismo comunitário, solidário e sustentável: da crítica às ideias e das ideias à prática.** Edifurb, p. 23-30. Blumenau, 2011.

SANSOLO, D.; BURSZTYN, I. Turismo de base comunitária: potencialidade no espaço rural brasileiro. In: BARTHOLLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Org.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras.** Rio de Janeiro: Letra e Imagem, p. 142-161. Rio de Janeiro, 2009.

SANTINI, R. & Goodwin, H. **Community-based tourism: a success? International Centre for Responsible Tourism ICRT Occasional Paper,** 2009.

SANTOS, Rogério Rodrigues. Diretor do Departamento Cultural da Portela. Entrevista concedida em 3 de outubro de 2022. Rio de Janeiro, 2022.

SILVA, K. T. P., RAMIRO, R. C. e TEIXEIRA, B. S. Fomento ao turismo de base comunitária: a experiência do Ministério do Turismo In BARTHOLLO, R. S., SANSOLO, D. G. e BUSZRTYN, I. **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras.** Rio de Janeiro: Letra e Imagem. Rio de Janeiro, 2009.

SOARES, Camila. **Engenheira e Coordenadora do projeto Carnaval Experience.** Entrevista concedida em 15 de junho de 2021.

SODRÉ, Muniz. **Samba, o dono do corpo.** Rio de Janeiro: Mauad. [1 ed. – 1979]. Rio de Janeiro, 1998.

SOIHET, R. Um debate sobre manifestações culturais populares no Brasil: dos primeiros anos da República aos anos 1930. **Trajeto Revista de História Ufc**, v. 1, no. 1, p. 11-36. Fortaleza, 2001.

SOTTANI, S. M.; VISCARDI, Adriana Woichinevski ; SILVA, E. . Carnaval: entre a contradição de classes e o produto midiático espetacular. **Estação Científica (FESJF. Online)**, v. 1, p. 1. Juiz de Fora, 2014.

UNESCO. Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, de 17 de outubro de 2003. In: Lima E Alves, Flávia (Org.), **Patrimônio imaterial: disposições constitucionais: normas correlatas: bens imateriais registrados.** pp.37-54. Brasília, 2003.

VIANA, H. **O mistério do samba.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Rio de Janeiro, 2007.

VIANNA, L. **Patrimônio imaterial: novas leis para preservar... O quê? Salto para o Futuro** – Cultura Popular e Educação, 24 a 28/03. Brasil, 2003.

VIANNA, L; TEIXEIRA, J. G. **Patrimônio Imaterial, performance e identidade**. Concinnitas. vol. 1, n. 12. Universidade Estadual do Rio de Janeiro / Instituto de Artes. Rio de Janeiro, 2008.

VELLOSO, M. P. As tias baianas tomam conta do pedaço: espaço e identidade cultural no Rio de Janeiro. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, n. 6, v. 3, p. 207-228, 1990. **Revista de Ciências Sociais**, v. 50, n. 1, mar./jun., 2019, p. 409–447. Fortaleza, 1990.

VIEIRA, J.L. **O samba e a comercialização da cultura da classe trabalhadora carioca** (1916-1930). XXVII Simpósio Nacional de História: conhecimento histórico e diálogo social. Natal, 2013.

VIEIRA, N. M. **Autenticidade x Exploração Imagética do Patrimônio Cultural**. Ilha Revista de Antropologia, p 275-294. Recife, 2006.

VISCARDI, A. W.; SOTTANI, S.M.R.; SILVA, E.J.S. CARNAVAL: entre a contradição de classes e o produto midiático espetacular. Estação Científica – nº 9. Juiz de Fora, 2013.

RAWET, V.L. **Turismo de base comunitário no Rio de Janeiro: inclusão social e desenvolvimento local apoiados pela atividade turística**. Escola Politécnica. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2014.

RIOTUR – **Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro**. Disponível em: <[www.riodejaneiro-turismo.com.br](http://www.riodejaneiro-turismo.com.br)>. Acesso em junho 2022.

Wada, E. Reflexões de uma Aprendiz de Hospitalidade. In: Dencker, A. F. M.; Bueno, M. S. (Org.). **Hospitalidade, Cenários e Oportunidades (p. 61-71)**, Pioneira Thompson Learning. São Paulo, 2003.

ZAMIGNAN, G. ; SAMPAIO, C. A. C. . **Turismo de base comunitária como perspectiva para a preservação da biodiversidade e de modos de vidas de comunidades tradicionais: a experiência da Microbacia do Rio Sagrado, Morretes (PR)**. In: V Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade (ANPPAS). Florianópolis, 2010.

Zuñiga, C. E. H.; Pilquiman, M. Skewes, J. C.; Sampaio, C. A. C. Culturas originárias e Turismo: uma experiência de Turismo Comunitário no mundo Mapuche, Tralcao, sul do Chile. UNIFESP: **Revista Brasileira de Ecoturismo**. v.5, n.1, jan/abr, p.103-118. São Paulo, 2012.