
O CARNAVAL COMO ELEMENTO IDENTITÁRIO E ATRATIVO TURÍSTICO: ANÁLISE DO PROJETO FOLIA DE RUA EM JOÃO PESSOA (PB)

Anna Karenina Chaves Delgado¹

Recebido em 13/07/2012

Aprovado em 17/09/2012

¹ Mestre em turismo pela UFRN e Graduação em Turismo pela UFPB. Professora do IFPE, *Campus Barreiros*. annajpa22@hotmail.com

RESUMO:

O carnaval é um dos festejos de maior vulto do país, sua importância enquanto elemento que compõe a identidade brasileira é inegável, um ritual nacional que une todos numa mesma classe social, uma parodização da sociedade. Os festejos carnavalescos se desenvolvem de forma diferenciada nas distintas regiões brasileiras, até mesmo dentro de uma mesma região, cada estado pode possuir especificidades. O presente estudo propõe-se a analisar os festejos ‘carnavalescos’ da cidade de João Pessoa (PB), localidade onde o pré-carnaval intitulado ‘Folia de Rua’ é criado e organizado pela população residente com o apoio de órgãos públicos e privados. Para tanto, recorreu-se ao levantamento de documentos no SEBRAE/ PB e na Associação Folia de Rua (AFR), além de uma entrevista semiestruturada com o presidente da AFR e de observação participante direta. Considerado o evento de maior expressividade em João Pessoa, os organizadores do ‘Folia de Rua’ começam a pensá-lo como atrativo turístico, em especial os três blocos de maior representatividade, com este intento contam com a consultoria do SEBRAE/PB, no entanto, a escassez de patrocínio das empresas privadas tem-se mostrado um grande entrave a ser transposto. economicamente rentáveis para todos os participantes.

PALAVRAS-CHAVE:

Carnaval. Turismo. Folia de rua.

1. INTRODUÇÃO

Na cultura brasileira o carnaval é muito mais do que um simples festejo, ou um feriado, constitui uma das peças que compõem a identidade brasileira, sendo esta entendida como tudo aquilo que nos diferencia dos estrangeiros. A necessidade de estabelecer uma identidade é inerente ao ser humano, um mecanismo de auto-afirmação que é contraditório, já que é composto mutuamente pela diferença e pela semelhança, somos diferentes dos outros (estrangeiros), mas somos iguais aos que compõem a ‘nossa comunidade’ (em termos de nação: brasileiros). É através da diferença com relação ao outro que a idéia de unidade da nação se constrói. Assim, o carnaval/samba constitui um elemento de diferenciação com relação ao outro, servindo como uma marca do ‘ser brasileiro’, a imagem de povo alegre, descontraído e sensual tem grande relação com os festejos carnavalescos.

Ao observar o carnaval no Brasil, percebe-se que os festejos apresentam características distintas nas regiões Sudeste e Nordeste, adquirindo, na maioria dos estados nordestinos, um caráter mais popular, assim, propõe-se a análise do pré-carnaval¹ pessoense, festejo de grande destaque no calendário de eventos municipal e cuja gênese se deu através de uma iniciativa popular.

O pré-carnaval em João Pessoa possui como característica diferenciadora o fato de ser uma iniciativa da própria população autóctone², o que cria a hipótese de que ao contrário de outras festividades carnavalescas muito enfatizadas, como o carnaval da Bahia, o 'Folia de Rua' (pré-carnaval pessoense) se apresenta como um espaço mais democrático, onde a ideia de *communitas* colocada por Da Matta (1990) parece ser mais forte, devido a inexistência de 'cordões de isolamento' e a ampla participação da população local.

O artigo utiliza o método de análise qualitativo, com uma pesquisa de caráter exploratório, que se desenrola a partir do levantamento bibliográfico a respeito do carnaval enquanto elemento da identidade brasileira (baseado nos estudos de Da Matta) e da relação existente entre turismo e carnaval. Num segundo momento utiliza-se como instrumento metodológico a busca de fontes primárias e secundárias junto a associação que organiza o pré-carnaval pessoense, a Associação Folia de Rua (através de uma entrevista semi-estrutura com seu presidente) e o SEBRAE/PB (por meio de uma pesquisa realizada pelo órgão) que presta consultoria ao 'Folia de Rua'.

2. A CULTURA POPULAR COMO ATRATIVO: OS EVENTOS TURÍSTICOS

A existência da atividade turística infere a presença do atrativo turístico, este consiste no elemento motivador da viagem. Comumente, classificam-se os atrativos turísticos em naturais e culturais, alguns autores inserem a categoria 'atrativo artificial'. A principal diferença entre os atrativos culturais e artificiais é que os últimos são construídos com o intuito de formar um não-lugar, ou seja, produzir, ou em muitos casos reproduzir, um simulacro, localidades como a Disneylândia são exemplos de atrativos artificiais; enquanto que os atrativos culturais são aqueles criados pela ação humana, dentro de um determinado contexto histórico, social ou artístico com uma finalidade que pode ser turística ou não.

¹ A denominação pré-carnaval é utilizada pela associação que organiza o evento em decorrência deste ocorrer oito dias antes do sábado de carnaval.

² Na visão de Beni (2000) a população autóctone é aquela coletividade de pessoas que uma área territorial limitada, que lhe serve de base para realizar a maior parte de suas atividades cotidianas; participa de uma cultura comum; revela consciência de sua unicidade e identidade própria com o grupo, ou seja, a comunidade estável que é a receptora dos grupos em mobilidade (turistas e trabalhadores temporários)

Segundo Dias (2006, p.52) os recursos culturais, que correspondem a matéria-prima dos atrativos turísticos culturais, se dividem em quatro tipos, a saber: a) museus e manifestações culturais; b) folclore; c) realizações técnicas, científicas ou artísticas contemporâneas; e d) acontecimentos programados.

A utilização dos eventos, ou acontecimentos programados segundo a classificação de Dias (2006), pelo turismo surge como um dinamizador do fluxo turístico e como instrumento de combate a sazonalidade nos destinos, a ‘apropriação’ de eventos culturais pelo turismo possibilita a agregação de valor ao produto turístico que passa a refletir parte da identidade local ao turista.

A importância econômica dos eventos turísticos é sempre destacada como benéfica, no entanto, ao pensar no carnaval enquanto atrativo turístico deve-se pensar em outros fatores além dos impactos econômicos, a representatividade que o carnaval tem na cultura brasileira reflete sobre a imagem que os turistas constroem do país.

Ao realizar uma pesquisa com os britânicos, no final da década de 80, Bignami (2002, p.106), concluiu que o carnaval está entre as imagens mais representativas do Brasil para os britânicos, o carnaval/ samba foi considerado a quarta imagem mais representativa do país, perdendo apenas para o futebol, problemas econômicos (pobreza) e café, respectivamente.

A associação que os turistas estrangeiros fazem do carnaval, lê-se desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro, com o Brasil é muitas vezes carregado do estereótipo da ‘mulher fácil’, em decorrência da seminudez presente nos desfiles. Assim, a imagem do Brasil no exterior de acordo com Bignami (2002) e Ouriques (2005) é composta por duas vertentes, uma relaciona o país as suas belezas naturais (praia, sol, mar, calor, floresta amazônica, etc.) e outra a sensualidade das mulheres brasileira classificadas com adjetivos como ‘sem pudor’, ‘sensual’ e ‘maliciosa’, e que “são conquistáveis com pouco dinheiro” (BIGNAMI, 2002, p.115).

É essa dupla imagem, de um país ‘bonito por natureza’ e jardim dos prazeres’, que permanece e se reforça com a disseminação, inclusive ideológica, do turismo como atividade econômica importante para localidades, cidades, estados e regiões do país. Evidentemente, a segunda imagem não é explorada explicitamente pela maior parte do capital turístico e pelo Estado, por conta de problemas morais e jurídicos, mas pululam evidências de que a mulher brasileira é encarada como um atrativo turístico de caráter sexual, reproduzindo o mesmo tipo de realidade experimentada por outros países periféricos [como a Tailândia]. (OURIQUES, 2005, p.121).

Conforme afirma Ouriques (2005), a imagem de jardim dos prazeres não foi criada e sustentada exclusivamente pela divulgação do carnaval, mas também pela própria atividade turística, o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) encarregado de planejar a divulgação do Brasil no exterior teve um papel fundamental na criação desta imagem negativa da mulher brasileira.

Encontram-se nitidamente alusões também em folhetos da própria Embratur, que, em um período, chegou a enfatizar esse aspecto para atrair turistas do mercado estrangeiro, com fotos de bumbuns arrebitados, garotas usando tangas ou biquínis 'asa delta'. (BIGNAMI, 2002, p.115).

Além da ênfase no crescimento do turismo sexual, outra preocupação que aparece em muitos estudos sobre a utilização dos eventos culturais, ou de qualquer elemento do chamado patrimônio cultural imaterial, como atrativo turístico é a possível descaracterização, perda da autenticidade, das representações culturais ocasionadas pelo contato com os *outros* (turistas).

Os riscos que corre o patrimônio imaterial – intangível – são semelhantes aos que se sujeita o patrimônio material – tangível –, pois o turismo altera hábitos, rituais, valores, práticas tradicionais, etc. Há um agravante para a análise, pois o patrimônio imaterial não pode ser congelado no tempo, como uma amostra viva do passado. Como todo fenômeno cultural, está em constante mutação e certamente se modificará com a atividade turística, pois esta implica contatos e interação de culturas diferentes, que, sem dúvida, sofrerão influências recíprocas. (DIAS, 2006, p.49).

As tradições e costumes sofrem naturalmente transformações, as manifestações culturais têm por característica básica a mudança ao longo do tempo, no entanto, o contato com os turistas, assim como, a crescente popularização das tecnologias de comunicação e a globalização têm acelerado este processo.

De acordo com Hobsbawn (1997) as modificações e transformações sofridas pelas manifestações culturais é que permitem sua sobrevivência, caso estas não sofressem constantes processos de modificação ao longo dos anos elas seriam esquecidas, já que a comunidade que as apresenta (ou representa) muda, sendo assim, as manifestações devem acompanhar as modificações ocasionadas pela vida moderna, a exemplo do fenômeno turístico.

A reprodução das tradições não exige fechar-se à modernização, o destino fatal dos grupos tradicionais não é ficar de fora da modernidade, o culto tradicional não é apagado pela industrialização dos bens simbólicos, nunca houve tantos artesãos, nem músicos populares, porque seus produtos mantêm funções tradicionais (dar trabalho aos indígenas e camponeses) e desenvolvem outras modernas (atraem turistas e consumidores urbanos). (CANCLINI, 2006).

Na visão de Canclini (2006) o processo de construção de toda cultura latino-americana é híbrido, a influência que sofrermos em decorrência da colonização européia, da escravidão dos africanos e da presença indígena refletiu sobre a formação de nossas representações, que segundo o conceito tradicional, não podem ser consideradas puras (ou autênticas).

Normalmente acredita-se que original é aquilo criado sem nenhuma influencia dos outros (aqueles que não pertencem a identidade escolhida pela comunidade), no entanto, quando pensamos nas representações ditas originais brasileiras, a exemplo do carnaval, da capoeira,

alimentos e bebidas típicos (como feijoada e a cachaça), etc., percebemos que a origem do autêntico brasileiro sofreu influência de outras culturas. Assim, o carnaval brasileiro, surge a princípio como uma representação adaptada dos festejos carnavalescos de Paris e do entrudo português (ou melamele como é chamado por muitos folcloristas no Brasil), nem por isso o festejo carnavalesco deixa de ser uma representação ‘original’ da identidade brasileira.

Desta forma, entende-se por original aquilo que simboliza questões próprias da comunidade, aquilo que é produzido por ela ao longo da história. Ao discutir a formação de uma identidade autêntica brasileira, Ortiz (1980, p.8) afirma que “não existe uma identidade autêntica, mas uma pluralidade de identidades, construídas por diferentes grupos sociais em diferentes momentos históricos”. Assim, de forma análoga a identidade autêntica, as representações originais são construídas e modificam-se conforme as modificações sociais e os momentos históricos. A representação cultural não pode ser cristalizada, esse fator levaria a verdadeira descaracterização e a morte de sua representatividade.

Por outro lado, em determinados casos, a comunidade acaba por se adequar à cultura dos visitantes, por ‘imposições’ próprias do mercado globalizado, estabelecendo um processo de aculturação que culmina na criação de espaços artificiais (simulacros, não-lugares³) e de ‘pseudo-acontecimentos’ ou ‘autenticidade encenada’. Urry (2001, p.23) cita a teoria de MacCannel, a qual discorre sobre a ‘autenticidade encenada’, segundo este autor, na verdade a comunidade autóctone não admite a invasão do turista em seu cotidiano e nas suas manifestações culturais, desta forma cria uma cortina de fumaça caracterizada pela encenação de suas manifestações, os chamados ‘pseudo-acontecimentos’, para encobrir suas manifestações cotidianas do turista e assim salvaguardar sua privacidade sem deixar de obter lucro com o turismo.

De acordo com Santana (2009) o encontro entre turistas e comunidade local implica numa adaptação da cultura tanto do turista como do residente, as culturas locais são adaptadas pelo residente com o intuito de colocar certa ordem num ambiente aparentemente caótico e o indivíduo quando se transforma em turista também acaba por passar por um processo de conversão cultural.

Surge, assim, uma cultura de contato ou cultura do encontro, resultante das formas adaptadas de visitantes e residentes, que a fazem diferentes das duas matrizes e onde cada uma delas empresta parte de seus conceitos, valores e atitudes de forma assimétrica, constituindo em si mesma uma combinação cultural única. O que determina a forma de interação entre os turistas e os membros dos grupos residentes é até que ponto estão predefinidos os papéis dos turistas e de seus anfitriões, de suas culturas, e são conhecidas as expectativas sociais. (SANTANA, 2009, p.156).

³ Na visão de Cruz (2007, p.18) o não-lugar, ou simulacro, remete a uma antítese do lugar antropológico aquele onde não há uma identidade ou relação de pertencimento da população local para com ele, uma localidade sem valor simbólico.

Nesta perspectiva a interação entre turistas e população residente sempre resulta num processo de 'aculturação', afetando principalmente a comunidade local que está constantemente em contato com os turistas, ao contrário dos últimos que retornam ao seu local de residência habitual, retomando a sua cultura matriz. (SANTANA, 2009).

O processo de aculturação se torna realmente preocupante quando ocorre uma apropriação das representações culturais, quando sua lógica de funcionamento é subvertida, ao invés de funcionar como um mecanismo de autoafirmação cultural e identitário o evento se transforma num produto de mercado a ser comercializado, sem sentido para a população que a apresenta/ representa.

O lucro financeiro advindo da utilização do patrimônio cultural não é um mal em si mesmo, há relatos de patrimônios culturais (materiais e imateriais) que ainda existem em decorrência da comercialização de seus produtos, a preservação das representações culturais nem sempre é algo fácil, o turismo ao atribuir valor a uma determinada representação pode salvá-la da extinção. (BARRETTO, 2007). O problema maior surge quando o evento cultural perde a representatividade que tinha para a população local e passa a ser um espetáculo exclusivo para 'turista ver', uma mera encenação.

Segundo dados da Secretaria de Cultura da Bahia (SECULT) apenas 18%⁴ da população da região metropolitana de Salvador participou - trabalhando ou brincando - dos festejos carnavalescos da cidade em 2008, segundo o relatório este foi o dado mais alarmante apontado pela pesquisa, indicando a necessidade da criação de um programa que incluía a população local no carnaval de Salvador (SECULT, 2009).

A apropriação dos eventos culturais pelo turista pode ocorrer devido a diversos motivos, no caso específico de Salvador um dos motivos apontados pelo relatório da SECULT (2009, p.4) é o baixo poder aquisitivo da população, ou seja, a caracterização dos festejos carnavalescos em Salvador aponta para uma exclusão da população com baixo poder aquisitivo, o valor dos camarotes e dos abadás é elevado para a comunidade autóctone adquiri-los.

3. O CARNAVAL ENQUANTO ELEMENTO IDENTITÁRIO BRASILEIRO

Apesar da origem do carnaval brasileiro não ser um consenso, a maioria dos estudiosos afirma que as festividades carnavalescas européias especialmente as de Paris, Veneza e o entrudo de Portugal influenciaram a criação do carnaval brasileiro, assim como, o *mardi gras* americano, ainda

⁴ O que corresponde a 504 mil moradores da região metropolitana de Salvador, destes 110 mil foram aos festejos carnavalescos para trabalhar, assim um pouco mais de 390 mil moradores de Salvador e entorno participam como foliões do carnaval da Bahia. (SECULT, 2009, p.6).

há aqueles que acreditam que o carnaval no Brasil surgiu com a chegada da corte portuguesa, as comemorações que os colonos (brasileiros) fizeram para celebrar a chegada dos portugueses, chamados de ‘mela-mela’, deram origem ao carnaval no Brasil.

Vale salientar que nos primórdios do festejo havia dois tipos de carnaval, aquele associado às elites que foi substancialmente influenciado pelas festividades de Paris e Veneza, os chamados bailes de máscaras, realizados em espaços fechados, cuja iniciativa de acordo com Moraes Filho (2002, p.41) foi da cantora Delmastro; e aquele relacionado ao povo, que ocorria ao ar livre (na rua), cuja origem remota ao entrudo e ao mela-mela, ou mesmo a pequenos grupos de mascarados errantes.

Os dois carnavais são denominados por Nogueira (2008) como Grande Carnaval (das elites) e Pequeno Carnaval (do povo), estes foram unificados com o intuito de criar um elemento que representasse a identidade nacional, este processo de agrupamento se deu de forma quase que natural, nas palavras de Nogueira (2008, p.53) ocorreu através de uma negociação entre elite e povo.

O processo de organização da nova festa carnavalesca, pautada na junção de interesses das manifestações do Grande Carnaval e Pequeno Carnaval, representados respectivamente pela elite e povo, dar-se-ia a partir do século XX com a imposição gradativa de regulamentações cada vez mais estruturadas por parte do poder público como, por exemplo, policiamento ostensivo nos locais da festa, itinerário previamente definido aos grupos carnavalescos e logradouros roteirizados. (NOGUEIRA, 2008, p.52).

A junção do carnaval num único evento deve-se ao desejo de criar algo originalmente brasileiro que constituísse um dos elementos que compõe a identidade brasileira, e que auxilia no ideário de adesão que forma a nação.

O conceito de identidade carrega consigo um aspecto contraditório, ao mesmo tempo em que, necessita da diferença num espaço mais amplo global (o ser diferente de outras comunidades) busca também a igualdade entre os integrantes da mesma comunidade, a identidade é formada na diferença com relação aos *outros* e na igualdade com relação ao *nós*.

A construção da identidade nacional está atrelada a idéia de pertencimento a nação, ao que Hall (2006, p.51) chama de ‘comunidade imaginada’, através da identidade nos criamos esta comunidade imaginada ou simbólica. A identidade não é algo adquirido ao nascer, ela é aceita e incorporada em nossas vidas, quando a idéia de nação é incorporada ela passa a dar unidade/lealdade a sociedade que a compõem, tornando todos pertencentes à mesma ‘família’.

Uma cultura nacional é um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quando a concepção que temos de nós mesmos. [...] As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre a nação, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades. Esses sentidos estão

contidos nas estórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas. [...] a identidade nacional é uma comunidade imaginada. (HALL, 2006, p.50 - 51).

Ao analisar a composição da identidade inglesa, Hall (2006, p.52) aponta a narrativa da nação como um dos elementos que corroboram a identidade nacional; sendo esta entendida como “uma série de estórias, imagens, panoramas, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais que simbolizam ou representam as experiências partilhadas, as perdas, os triunfos e os desastres que dão sentido à nação”.

Assim, o carnaval no Brasil pode ser entendido como um dos elementos que compõe a narrativa da nação (um ritual nacional) que forma, em conjunto com outros elementos⁵, a identidade brasileira, o ser brasileiro. A classificação do carnaval enquanto ritual nacional está presente nos trabalhos de Da Matta (1990) e Bruhns (2000). De acordo com Da Matta (1990) o ritual nacional consiste naquele evento extra-ordinário que pára ou muda radicalmente as atividades da coletividade (nação).

Os brasileiros vêem no Brasil o país do carnaval. As datas dos compromissos, muitas vezes, são modificadas (adiantadas ou atrasadas) em razão da proximidade dessa data. Durante quatro dias, o país ‘estaciona para pular’ ou acompanhar os festejos, os quais recebem grande divulgação dos meios de comunicação de massa. É quase impossível não se contagiar quando ‘tudo é carnaval’. (BRUHNS, 2000, p.92).

Bakhtin (1993, p.6) reitera o caráter extra-ordinário do evento e ainda observa a liberdade vivenciada na época dos festejos:

Os espectadores não assistem ao carnaval, eles o vivem, uma vez que o carnaval pela sua natureza existe para todo o povo. Enquanto dura o carnaval, não se conhece outra vida senão a do carnaval. Impossível escapar a ela, pois o carnaval não tem nenhuma fronteira espacial. Durante a realização da festa, só se pode viver de acordo com as suas leis, isto é, as leis da liberdade. O carnaval possui um caráter universal, é um estado peculiar do mundo: o seu renascimento e sua renovação, dos quais participa cada indivíduo.

Além da modificação no cotidiano, Da Matta (1990), também insere a idéia de ritual nacional, a possibilidade da dramatização de valores globais, críticos e abrangentes da nossa sociedade, estudando como principais rituais nacionais o Carnaval e o Dia da Pátria.

A possibilidade da chamada dramatização e até mesmo da transgressão da ordem é uma característica comum ao carnaval brasileiro até os dias atuais, os pobres podem se organizar para tornarem-se ‘nobres’; os homens podem ‘virar’ mulheres, quase tudo é permitido durante o carnaval. Na visão de Da Matta (1990) o carnaval contém uma essência igualitária, onde as relações

⁵ Além da narrativa da nação Hall (2006) cita a ênfase nas origens, na continuidade, na tradição e na intemporalidade; a invenção das tradições (Hobsbawm e Ranger); o mito fundacional e a idéia de um povo ou *folk* puro, original.

de espontaneidade e afetividade vividas em ‘casa’ extrapolam para a ‘rua’, o espaço da rua se transforma temporariamente no espaço de casa.

A transgressão trazida pelo carnaval também é observada na obra de Bakhtin (1993) ao analisar o riso popular na Idade Média e no Renascimento afirma que este funciona como uma forma de oposição à cultura oficial (da elite), em algumas formas de carnaval, ocorre uma verdadeira parodização de elementos da cultura oficial como o culto religioso. Dentre as manifestações do riso estão às formas dos ritos e espetáculos, a exemplo dos festejos carnavalescos.

[os ritos e espetáculos] Ofereciam uma visão do mundo, do homem e das relações humanas totalmente diferentes, deliberadamente não-oficial, exterior à Igreja e ao Estado; pareciam ter construído, ao lado do mundo oficial, um segundo mundo e uma segunda vida aos quais os homens da Idade Média pertenciam em maior ou menor proporção, e nos quais eles viviam em ocasiões determinadas. Isso criava uma espécie de dualidade do mundo. (BAKHTIN, 1993, p.4 -5).

Atualmente, o carnaval constitui uma das imagens mais relacionadas ao Brasil, e é considerado por muitos brasileiros não só como a festa mais representativa da identidade brasileira, mas também como a maior festa do mundo, principalmente quando se faz referência ao desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro e São Paulo.

Por outro lado, as festividades carnavalescas realizadas nas cinco regiões do país, enfatizando o Sudeste e Nordeste como principal *locus* das festividades, possuem caráter distinto. No Sudeste, os festejos mais destacados são os desfiles das escolas de samba, no Nordeste, a ênfase é dada ao carnaval de rua com a presença de trios elétricos ou orquestras de frevo. Na Bahia o carnaval é marcado pela presença dos trios elétricos cujo acesso aos blocos ou camarotes é pago⁶; já o carnaval realizado em Pernambuco, Alagoas, Rio Grande do Norte e Paraíba possuem acesso gratuito em sua maioria.

Em ambas as regiões existem tanto os desfiles das escolas de samba quanto o carnaval de rua – blocos carnavalescos, no entanto, a representatividade que os desfiles das escolas de samba possuem no Sudeste (Rio de Janeiro e São Paulo) é maior do que o carnaval de rua. Ao contrário do que ocorre no Nordeste onde apesar de haver desfile das escolas de samba, o público que as prestigia é bastante reduzido em comparação com os blocos carnavalescos.

O símbolo coletivo do espetáculo disfarça as desigualdades sociais, porém logo as denuncia através de um mapeamento traçado no espaço social. Dificilmente encontramos representantes da elite no carnaval de rua de Salvador ou Olinda (com exceção de alguns turistas estrangeiros, vindos para tirar fotos do ‘exótico’ e conhecer a festa, participando de algum bloco), a não ser em locais reservados,

⁶ De acordo com o *site* Central do Carnaval (2010) o preço para ter acesso a um camarote ou adquirir um abadá de um bloco no carnaval de Salvador varia de R\$ 110,00 (o que corresponde a um dia no bloco Bicho) até R\$ 1.680,00 (que corresponde a um dia no bloco Camaleão Vip – em cima do trio).

como camarotes, onde é garantida a não mistura com o ‘povão’. (BRUHNS, 2000, p.94).

Apesar de o carnaval proporcionar um momento de união que aparentemente supre as barreiras sociais (de classe, de cor, de gênero, de orientação sexual, etc.), formando uma ‘instituição paradigmática’ que Da Matta (1990) usando a denominação de Turner chama de *communitas*, na verdade os festejos carnavalescos apenas passam esta falsa idéia de que todos se encontram no mesmo *status*, na mesma posição.

[...] o Carnaval é um momento de *communitas*, mas que serve – nas condições da organização social da sociedade brasileira, dividida em classes e segmentos – para manter a hierarquia e a posição das classes. Numa palavra, a *communitas* do Carnaval é uma função da rígida posição social dos grupos e segmentos nele implicados no mundo cotidiano. Sua universalidade e homogeneidade servem precisamente para reforçar e compensar, num outro plano, o particularismo, a hierarquia e a desigualdade do mundo da vida diária brasileira. (DA MATTA, 1990, p.63).

Quando Da Matta (1990) considera todo festejo carnavalesco como um momento de *communitas*, faz-se referência aos velhos carnavais até o ano de 1979 (período em que a primeira edição do livro foi publicada).

O carnaval ‘fechado’ (os desfiles das escolas de samba no RJ e em SP, assim como, o carnaval de blocos na Bahia ou os carnavais de clube) deixa clara a falsa ilusão de que todos são iguais, neste sentido, os carnavais de rua abertos, a exemplo do ‘Folia de Rua’ de João Pessoa, constituem espaços mais democráticos onde as idéias de conagração, de *communitas* e de homogeneidade parecem fazer mais sentido.

4. O PROJETO ‘FOLIA DE RUA’: O PRÉ-CARNAVAL DE JOÃO PESSOA/ PB

João Pessoa sonha com o seu verde colorindo o azul do mar
 E a cidade velha, já se acorda com seu canto secular
 São as Muriçocas, abram alas que elas vão voar
 Espalhando alegria de Tambaú ao rio Sanhauá
 É um trê-lê-lê, é um zum-zum- zum- zunindo
 É um trê-lê-lê, cuidado que elas vão te picar
 Salve, salve, sejam, bem, bem-vindas as Muriçocas do Miramar
 Coça, coça, coça, que nesse frevo a gente se enrosca
 Coça, coça, coça, ninguém segura o carnaval das Muriçocas
 É fogo, é fogo, é fogo
 É quarta-feira, é quarta-feira de fogo
 É fogo, é fogo, é fogo
 É um trê-lê-lê é um zum, zum, zum de novo

(Hino das Muriçocas do Miramar, Mestre Fubá)

Na capital paraibana, os festejos carnavalescos se dividem em dois tipos, a saber: o projeto folia de rua e o carnaval tradição. O projeto Folia de Rua compreende as comemorações pré-carnavalescas que se iniciam no final de semana (na sexta-feira) anterior ao período de carnaval, sendo encerradas no domingo de carnaval. Já o desfile das escolas de samba, o chamado carnaval tradição, ocorre durante o período carnavalesco (de domingo a terça-feira), sendo marcado pelo desfile das vinte e três escolas de samba na Avenida Duarte da Silveira no bairro do Centro.

O projeto Folia de Rua é organizado pela Associação Folia de Rua (AFR), órgão da sociedade civil organizada, presidida atualmente pelo artista plástico Clóvis Júnior, com o patrocínio e apoio de diversos órgãos públicos a exemplo da Prefeitura Municipal de João Pessoa (PMJP), a Fundação Cultural (FUNJOPE), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Seccional Paraíba (SEBRAE/ PB), o Governo do Estado da Paraíba além de demais órgãos públicos e privados que patrocinam o evento⁷.

Atualmente a AFR é composta por trinta blocos, estes são: Folia Cidadã (Varadouro); Anjo Azul (Centro); Picolé de Manga (Centro); Pingüim (Centro); Confete e serpentina (Centro); Bloco dos Atletas (Tambaú); Tambiá Folia (Tambiá); Dxmantelados do Cristo (Cristo); Amoringas dos Bancários (Bancários); Virgens de Mangabeira (Mangabeira); Piabas (Tambaú); Virgens de Tambaú (Cabo Branco); Imprensados (Cabo Branco); Viúvas da Torre (Torre); Melhor Idade (Tambaú); Portadores da Folia (Tambaú); Bloco do Castelo (Castelo Branco); 25 Bichos (Jaguaribe); Baratas dos Bancários (Bancários); Acorde Miramar (Miramar); Muriçocas do Miramar (Miramar); Muriçoquinhas do Miramar (Miramar); Galo do 13 de Maio (13 de Maio); Canto do Teteu (Jaguaribe); Cordão do Frevo Rasgado (Manáira); Elefante da Torre (Torre); Cafuçu (Centro); Boi do Bessa (Bessa); Peruas do Valentina (Valentina); e Urso Gay (Mangabeira), de acordo com o presidente da AFR.

Dos blocos acima mencionados três deles, o Folia Cidadã (do Varadouro), o da Melhor Idade (do Tambaú) e o Portadores da Folia (do Tambaú), estão relacionados a projetos sociais. O projeto Folia Cidadã foi uma iniciativa da PMJP em conjunto com a AFR, inclusive sua sede funciona ao lado da sede da AFR no Porto do Capim (Varadouro), o projeto foi fundado com o intuito de oferecer a jovens de baixa renda oficinas de artes e informática, em 2010 os professores das oficinas de artes organizaram uma exposição de telas de grandes artistas plásticos paraibanos e toda a renda levantada pela exposição foi revertida para o projeto.

⁷ Neste ano de 2010 o Governo do Estado da Paraíba doou trezentos mil reais a AFR e a Prefeitura Municipal de João Pessoa (PMJP) doou cento e oitenta mil para ser distribuído entre os blocos pré-carnavalescos conforme a necessidade de cada um, esta decisão é tomada pela própria AFR.

Os dois outros blocos, da Melhor Idade e Portadores da Folia, foram organizados/ criados pela Associação da Melhor Idade e pela Fundação Centro Integrado de Apoio ao Portador de Deficiência (FUNAD), respectivamente, o intuito da associação e da fundação é a inclusão social das pessoas com deficiência física e dos idosos.

Ao ser indagado sobre os blocos de maior destaque do 'Folia de Rua', o presidente da AFR, afirmou que em termos de vulto e de participação de turistas os principais são: Muriçocas do Miramar, Virgens de Tambaú e Cafuçu, o público de foliões destes blocos, no ano de 2010, foi de aproximadamente quinhentos mil (Muriçocas do Miramar), mais de quatrocentos mil (Virgens de Tambaú) e mais de setenta mil (Cafuçu).

O bloco das 'Virgens de Tambaú' foi criado a vinte e três anos pelos proprietários do Posto Cabo Branco, local onde é realizada a concentração do bloco. O traço principal das 'Virgens' é a irreverência, nele os homens se travestem de mulheres e as mulheres de homens.

O presidente da AFR explicou que dos grandes blocos do 'Folia de Rua', as 'Virgens de Tambaú' foi o mais afetado com a escassez de recursos, até três semanas antes do bloco ir às ruas não havia verba para a contratação de seguranças particulares, banheiros químicos e som, apenas os artistas e trios elétricos haviam sido contratados, o bloco ainda necessitava de cento e oitenta mil reais; parte destas despesas foi sanada pelo patrocínio do Governo do Estado a AFR, no entanto, o recurso disponibilizado não foi suficiente para suprir, com qualidade, toda a necessidade do bloco.

O bloco Cafuçu surgiu em 1990 por iniciativa de um grupo de jornalistas e artistas com o objetivo de resgatar os antigos blocos de carnaval de João Pessoa caracterizados pela utilização de fantasias e pelo som do frevo. A proposta do bloco era criar uma sátira da figura do 'matuto' (tão associada ao Nordeste brasileiro), assim, a irreverência do bloco é marcada pelas roupas, acessórios e maquiagem considerados bregas e extravagantes dos foliões. Atualmente, além das orquestras de frevo também há apresentação de cantores bregas.

A origem da AFR remota a própria origem do bloco Muriçocas do Miramar. Em 1986 um grupo de amigos formado por não mais do que trinta pessoas comemorava o aniversário de Thiago Lima (com uma festa a fantasia) numa quarta-feira que antecedia a quarta-feira de cinzas no bairro do Miramar, a comemoração ficou muito animada e os amigos resolveram fazer uma 'brincadeira' batendo em panelas e latas na rua, como no período a cidade não dispunha de nenhum festejo carnavalesco ou pré-carnavalesco a brincadeira continuou no ano seguinte, desta vez os 'foliões' do ano anterior se organizaram mais, criaram um estandarte (batizando oficialmente o bloco de Muriçocas do Miramar – devido ao grande número de muriçocas existente no bairro) e convidando outros amigos para participar do bloco, neste ano o número de foliões chegou a aproximadamente duzentas pessoas. Em 1988 foi criada a primeira camiseta das Muriçocas e foi

contratado um pequeno trio elétrico que levou para as ruas do bairro de Miramar, mil pessoas. Atualmente o bloco arrasta pelos bairros do Miramar e Tambaú (num percurso de cinco quilômetros) aproximadamente quinhentos mil foliões, e a praça onde ocorre a concentração do bloco foi oficialmente batizada de Praça das Muriçocas, no final da avenida Presidente Epitácio Pessoa (principal avenida de João Pessoa) fica erguido durante os meses de janeiro e fevereiro o boneco símbolo das Muriçocas que figura no estandarte do respectivo ano. Em 1992, surgiu o bloco Muriçoquinhas do Miramar, uma versão infantil do bloco, que arrasta aproximadamente cento e cinquenta mil foliões na ‘segunda-feira da alegria’. (MURIÇOCAS DO MIRAMAR, 2007).

Com a consolidação das Muriçocas do Miramar no final da década de 80 e início da década de 90, os moradores de outros bairros seguiram o exemplo dos idealizadores do bloco e acabaram criando novos blocos que aos poucos foram se expandido por toda cidade.

Em 1992 os blocos se juntaram com o objetivo de gravar um disco (na época um LP) com os hinos dos blocos carnavalescos de João Pessoa cantados por grandes artistas paraibanos da época, a este foi dado o nome de ‘Folia de Rua’, a reunião dos blocos para gravar o disco acabou levando a criação da AFR, em 1994, com o intuito de organizar mais efetivamente os festejos pré-carnavalescos e tornar os desfiles dos blocos um evento único denominado ‘Folia de Rua’.

Desde a fundação da Associação Folia de Rua, o evento busca prestigiar artistas locais e regionais, apesar de contar com a participação de alguns artistas regionais conhecidos, a exemplo de Elba Ramalho, Chico César, Capim Cubano, Yégo Gomez (ex-vocalista do Capim Cubano), Renata Arruda, Zé Ramalho, Alceu Valença, Geraldo Azevedo, Nando Cordel entre outros, a ênfase do evento é contribuir para a divulgação da cultura pessoense, assim, a maioria das apresentações são de artistas locais pouco conhecidos do grande público, o objetivo é proporcionar entretenimento e cultura ao folião.

A capital paraibana até o ano de 2004 possuía outro evento de destaque que acontecia na Avenida Cabo Branco e Almirante de Tamandaré, nos bairros de Tambaú e Cabo Branco, denominado Micaróa, no entanto, devido ao constante descontentamento da população destes bairros e devido a falta de entendimento entre a PMJP e a Planart (empresa que organizava o evento) a micaróa foi totalmente reformulada, deixou de ser realizada nas ruas de João Pessoa e passou a acontecer em um ambiente fechado (e pouco habitado) no município de Cabedelo durante todos os domingos do mês de janeiro, o evento passou a se chamar Fest Verão Paraíba. É interessante notar que as reclamações da população dos bairros de Tambaú e Cabo Branco com

relação ao tumulto⁸ causado pela Micaroa não acontecem durante o 'Folia de Rua', evento que atualmente possui um público muito maior do que a Micaroa.

A explicação dada para este fato pelo presidente da AFR é a identificação da população com o 'Folia de Rua', grande parte da população pessoense participa do evento, ao contrário do que ocorria na Micaroa. Acredita-se que por ser uma iniciativa totalmente popular, feita pelo povo, e por ser coordenado por artistas locais, ao contrário das 'micaretas' das principais capitais nordestinas, o 'Folia de Rua' consegue, mesmo com artistas pouco conhecidos, reunir um público expressivo de pessoenses.

Apesar de não existir nenhuma pesquisa sobre a adesão da população de João Pessoa ou mesmo da Região Metropolitana de João Pessoa (RMJP) ao evento, o presidente da AFR, por meio de entrevista semi-estruturada realizada em 22 de fevereiro de 2010, afirma que é grande a participação da população pessoense no Folia de Rua, segundo uma pesquisa realizada pelo SEBRAE/PB em fevereiro de 2009 a cerca do perfil do turista que frequenta o pré-carnaval pessoense mais de 62,4% dos turistas que estavam em algum dos trinta blocos do 'Folia de Rua' são paraibanos, em sua maioria de Campina Grande e o segundo grupo mais representativo são os 'turistas' provenientes de Bayeux (que faz parte da RMJP). No ano de 2008, a maioria dos turistas paraibanos era proveniente de Cabedelo (município que também faz parte da RMJP). Um total de 41% dos turistas entrevistados visitou João Pessoa durante o período do evento com a intenção principal de participar do projeto Folia de Rua, o gasto médio do turista por dia varia de R\$ 81,19 (paraibanos) a US\$ 187,86 (estrangeiros). (SEBRAE, 2009).

Assim, percebe-se que a despeito do vulto do evento, este não pode ser considerado um evento turístico. Na visão do presidente da AFR os maiores entraves para o 'Folia de Rua' se estruturar como um produto turístico é a falta de divulgação na mídia nacional e a escassez de patrocínio que compromete a qualidade do evento, no entanto, o evento tem grande potencialidade turística e já existe um trabalho da AFR em conjunto com o SEBRAE/PB para profissionalizá-lo e transformá-lo num produto turístico. Atualmente, o 'Folia de Rua' pode ser entendido como um evento criado pelo povo (população residente de João Pessoa) para o povo.

Como já mencionado anteriormente, são os próprios blocos na figura da AFR que arcam com os custos de levar os blocos para a avenida, segundo o presidente da AFR a falta de patrocínio é um dos maiores problemas que o evento enfrenta. O 'Folia de Rua' no ano de 2010 estava orçado em aproximadamente oitocentos mil reais, a parte mais representativa de recursos vêm da própria associação que através da promoção de eventos, comercialização de produtos diversos (a exemplo de camisetas, cd's, adesivos, entre outros) e doações, arrecada recursos. Os órgãos públicos são os

⁸ A única atitude da PMJP para diminuir o barulho do 'Folia de Rua' foi estipular um limite de horário para os trios elétricos do evento, duas horas da manhã.

maiores patrocinadores do 'Folia de Rua', constituindo a segunda maior fonte de recursos do evento, depois da AFR, por último ficam as empresas privadas que contribuem de forma ainda tímida para o evento.

Devido a carência de patrocínio e de ajuda financeira no geral, os investimentos sofreram uma drástica redução, no ano de 2008 estes totalizaram um milhão e duzentos mil reais sendo reduzidos para setecentos mil em 2009, ou seja, um redução de mais de quarenta por cento no investimento. Possivelmente em decorrência da redução no investimento inicial o incremento da economia paraibana, com relação ao evento, também caiu de 2008 para 2009, em 2008 o incremento foi de 72 milhões e em 2009 foi de 32 milhões, apesar da queda no incremento da economia a Associação Brasileira de Indústrias Hoteleiras – Seccional Paraíba (ABIH/ PB) afirmou que não houve queda na ocupação hoteleira (que é de aproximadamente 88%) e no fluxo de turistas durante os oito dias do evento. (SEBRAE/PB, 2009).

A queda de investimentos no 'Folia de Rua' não interfere significativamente na ocupação hoteleira, em decorrência do evento ainda não se constituir como um produto turístico, ou mesmo como um atrativo de destaque, como o grande público do evento é procedente de RMJP não há incremento na utilização dos meios de hospedagens, no entanto, o pré-carnaval impacta outros setores econômicos.

Segundo estimativas do presidente da AFR e do SEBRAE (2009) aproximadamente duas mil e quinhentas pessoas trabalham de dezembro até o período de encerramento do evento, em empregos formais, a maior parte destes estão empregados como segurança (aproximadamente 888 pessoas) e artistas/ bandas (616 pessoas), o maior impacto econômico do 'Folia de Rua' ocorre no setor informal, especialmente entre os ambulantes, estes durante os oito dias de 'Folia de Rua' podem chegar a apurar entre R\$ 840,83 a R\$ 1.230,60.

A despeito da grande adesão popular ao Folia de Rua, o evento possui problemas infraestruturais gravíssimos. Durante pesquisa realizada pelo programa televisivo Fantástico da Rede Globo no dia 14 de fevereiro de 2010 (domingo), um dos blocos do Folia de Rua, o bloco das Virgens de Tambaú (segundo maior bloco do evento) ganhou o troféu "manequinho" dado àquele bloco/ cidade aos quais o maior número de foliões urinassem nas ruas. Enquanto nas demais cidades onde foi realizada a pesquisa (Salvador, Rio de Janeiro, Santos e Fortaleza) uma média de apenas quarenta pessoas urinaram na rua por um período de duas horas, durante as 'Virgens de Tambaú' este número passou de duzentas e cinquenta pessoas.

Outro problema preocupante do pré-carnaval de João Pessoa é o aumento da criminalidade, que já é sentida nos grandes blocos do 'Folia de Rua' (Muriçocas do Miramar e Virgens de Tambaú). Casos de agressões físicas e até mesmo assassinados dentro dos blocos são

constantemente anunciados nos principais veículos de comunicação do Estado nos últimos anos, o que há pouco tempo atrás não ocorria.

Atualmente o SEBRAE/ PB tem prestado consultoria a AFR com o intuito de profissionalizar o evento realizando oficinas de capacitação em temas como *marketing*, plano de negócios, qualificação para o atendimento, entre outras, além de auxiliar na elaboração do projeto anual do evento e realizar pesquisas de *marketing* (com os turistas), o objetivo do SEBRAE/PB é ‘profissionalizar’ o ‘Folia de Rua’, conseguir ampliar o número de patrocinadores e transformar definitivamente o pré-carnaval de João Pessoa num atrativo turístico.

A ação de ‘profissionalização’ do SEBRAE/PB no ‘Folia de Rua’ ao mesmo tempo em que desponta como uma esperança para o grave problema da falta de patrocínio, já que a transformação do pré-carnaval em produto turístico infere maior investimento tanto do *trade* turístico como do Governo (em decorrência dos interesses econômicos envolvidos), também traz inquietações sobre sua possível apropriação pela ‘indústria’ do turismo, transformando-a em uma mercadoria sem nenhuma representatividade para a população residente de João Pessoa.

5. CONCLUSÕES

O espaço do Carnaval é um espaço mítico contemporâneo. Um espaço onde se vive, se brinca e se extravasa, soltando pressões acumuladas em tantos espaços comuns; mas também acumulando outras pressões capazes de municiar a busca pela qualidade de vida em todos os espaços. É, portanto, um espaço anárquico, momentâneo e sedutor. No entanto, tão simbólico quanto significativo. (OLIVEIRA, 2007, p.15).

A importância do carnaval para o brasileiro é inegável, a maior festa popular do país, um lugar onde a transgressão é possível, o mundo da rua se transforma temporariamente no espaço de casa (DA MATTA, 1990), o homem se veste de mulher e o pobre pode parecer nobre; um elemento importante que compõe a colcha de retalhos que forma a cultura e a identidade brasileira.

A origem da festividade já demonstra como o Brasil é constituído de amplas influências, o carnaval de Paris, o entrudo português e os bailes de máscaras de Veneza, além das raízes africanas presentes no samba brasileiro, ritmo que não pode faltar nos festejos carnavalescos. Assim, entendemos que a gênese do processo de construção de muitos elementos que formam o original brasileiro foi baseada na observação, em muitos casos na ‘cópia’ adaptada, de representações de outras culturas estrangeiras, desta forma, a influência de outros (aqueles que não compartilham da nossa comunidade) não significa um mal em si mesmo, já que, a partir da influência/ observação ou adaptação das culturas estrangeiras pode nascer algo ‘original’.

A influência do turista na cultura da comunidade não é sempre ruim, o problema esta na apropriação das tradições culturais pelo turista fazendo com que estas percam o sentido para a

população local, o que, aparentemente, vem acontecendo com o carnaval na Bahia, como já foi citado anteriormente é através do outro que a nossa identidade é criada, ou seja, necessitamos do estrangeiro (outro) para nos reafirmarmos, para marcar a nossa diferença, e o turista pode servir como esse elemento exógeno que temporariamente observa ou interage com a nossa diferença podendo inclusive fazer com que a população passe a valorizar algum aspecto da cultura antes esquecido ou desvalorizado.

A utilização econômica das festividades tem, em alguns casos, levado ao afastamento do residente que deixa de se identificar com a representação, além de que, o valor para participar do festejo o exclui, assim, entendemos que uma representação cultural criada pelo povo e gerida por ele, onde o planejamento e gestão do evento é feito visando primordialmente a população local, mas que acaba também atraindo turistas, consiste no verdadeiro segmento de turismo cultural que deve ser incentivado.

O exemplo do projeto Folia de Rua demonstra que podem existir representações culturais mais democráticas que promovam um conagraçamento, ao menos parcial e temporal, entre as distintas classes sociais formando a *communitas* enfatizada por Da Mata (1990). Um evento que se caracteriza por ser criado e gerido pelo povo para o povo (com ampla participação popular), no entanto, a ‘independência’ do evento da atividade turística, assim como, seu caráter democrático (sem cordões de isolamento) têm levado a um cenário de insustentabilidade econômica, a possibilidade de futuramente o ‘Folia de Rua’ não existir não é descartada pelo presidente da associação que organiza o evento.

O aumento no número de foliões não tem sido acompanhado de um incremento das cotas de patrocínio o que leva a dados preocupantes, como a grande quantidade de foliões urinando nas ruas (descrito pela pesquisa do ‘Fantástico’), o aumento da criminalidade nos grandes blocos também pode estar associada a falta de verba, já que os investimentos em segurança particular vem sendo reduzidos.

A solução vista pela AFR e pelo SEBRAE/PB para a manutenção do evento depende de sua reestruturação, deixando de ser exclusivamente uma representação cultural da sociedade pessoense e se transformando num produto turístico.

A transformação do ‘Folia de Rua’ num produto turístico não infere necessariamente numa perda de representatividade do evento para a população residente. Lembrando que em algumas situações a atividade turística desempenha papel fundamental na manutenção de representações culturais ao aquecer a economia local, no entanto, pensar o ‘Folia de Rua’ como um produto turístico significa promover uma ação conjunta da AFR e do SEBRAE/PB com diversos órgãos públicos e privados, ampliando a infraestrutura local (serviços básicos como abastecimento

de água, luz, etc.), otimizar o planejamento da circulação de veículos durante o evento, entre outros. Segundo dados do Jornal O Norte (de 14 de janeiro de 2010) a previsão de movimentação de foliões em 2010 no 'Folia de Rua' foi de aproximadamente um milhão de pessoas durante os oito dias de evento. Projetar o evento como um atrativo turístico significa ampliar ainda mais a quantidade de pessoas circulando numa cidade que dispõe de pouca infraestrutura turística e que, apesar de ter uma população relativamente pequena com 703 mil habitantes segundo o IBGE (2010), já apresenta problemas típicos de grandes cidades como grande quantidade de veículos circulando (engarrafamentos constantes) e especulação imobiliária, problemas estes que podem se tornar ainda mais graves com o aumento no fluxo turístico em João Pessoa.

6. REFERÊNCIAS

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

BARRETTO, Margaritta. **Cultura e turismo: discussões contemporâneas**. Campinas: Papirus, 2007.

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 3.ed. São Paulo: SENAC, 2000.

BIGNAMI, Rosana. **A imagem do Brasil no turismo: construção, desafios e vantagem competitiva**. São Paulo: Aleph, 2002. (Série Turismo).

BRUHNS, Heloisa Turini. **Futebol, carnaval e capoeira: entre as gingas do corpo brasileiro**. Campinas: Papirus, 2000.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4 ed. São Paulo: UNESP, 2006.

CENTRAL DO CARNAVAL. **Carnaval da Bahia: venda de abadás e camarotes do carnaval baiano**. Disponível em: <<http://home.centraldocarnaval.com.br/>> Acesso em: 13 fev. 2010.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Geografias do turismo de lugares a pseudo-lugares**. São Paulo: Roca, 2007.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. 5. ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1990.

DIAS, Reinaldo. **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Saraiva, 2006.

FANTÁSTICO. **João Pessoa tem maior número de foliões fazendo xixi na rua**. Disponível em: <<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL1491038-15605,00-JOAO+PESSOA+TEM+MAIOR+NUMERO+DE+FOLIOES+FAZENDO+XIXI+N+RUA.html>> Acesso em: 18 fev. 2010.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOBBSAWM, Eric. Introdução: a invenção das tradições In: HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence (org). **A invenção das tradições**. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

IBGE. Canal Cid@des Disponível em: <<http://www.ibge.org.br>> Acesso em: 28 mar. 2010.

JORNAL O NORTE. O Folia de Rua movimentará um milhão de foliões em 2010. Disponível em: <<http://www.jornalonorte.com.br>> Acesso em 26 mar. 2010

MORAES FILHO, Melo. **Festas e tradições populares no Brasil**. Brasília: Senado Federal, 2002

MURIÇOCAS DO MIRAMAR. **Folheto informativo**: a história em quadrinhos do bloco Muriçocas do Miramar, 2007.

NOGUEIRA, Rodrigo Muniz. O carnaval como uma peça da construção identitária brasileira. In **Caderno Virtual de Turismo (CVT)**, UFRJ, v. 8, n. 1, 2008. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/>> Acesso em: 10 fev. 2010.

OLIVEIRA, Christian Dennys Monteiro de. **Geografia do turismo na cultura carnavalesca**: o sambódromo do Anhembi. São Paulo: Paulistana, 2007.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

OURIQUES, Helton Ricardo. **A produção do turismo**: fetichismo e dependência. Campinas: Alínea, 2005.

SANTANA, Agustín. **Antropologia do turismo**: analogias, encontros e relações. São Paulo: Aleph, 2009.

SANTOS FILHO, João dos. Embratur omite a verdade, sobre a história do turismo: faz leitura “politicista” dos fatos. In **Revista Espaço Acadêmico**, n. 68, janeiro 2007. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/068/68jsf.htm>>Acessado em: 05 fev. 2010

SEBRAE/PB – Dados, Informações e Pesquisas (Assessoria DIP). **Pesquisa Folia de Rua**: Perfil do turista e oportunidades de negócios das agremiações. fev. 2009.

SECULT. **Carnaval de Salvador**: perfil das entidades e participação dos metropolitanos. Infocultura – Informativo da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, ano 2, nº 3, Janeiro de 2009. Disponível em: <<http://www.cultura.ba.gov.br/multimeios/documentos>> Acessado em: 12 fe. 2010.

URRY, John. **O olhar do turista: Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel/Sesc, 2001.