

**Título: O carnaval do Brasil começa aqui: o carnaval de Vitória como produto cultural e turístico**

**Autor(es)** Adriana Sartório Ricco; Ruth Braz Ramirez

**E-mail para contato:** adrianasartorio@hotmail.com

**IES:** FESV

**Palavra(s) Chave(s):** Carnaval. Produto turístico. Turismo cultural. Vitória (ES)

#### **RESUMO**

O carnaval é considerado como uma das festas populares mais animadas e representativas do mundo. Caracteriza-se atualmente como um símbolo da cultura brasileira e tornou-se um espetáculo que, na sua produção, movimentou milhões de reais a cada ano e gera significativos postos de trabalhos diretos e indiretos, além de fomentar uma série de negócios atrelados a ele. Na cultura brasileira, o carnaval constitui um dos fatores que compõem a identidade de seu povo e apresenta características distintas nas diferentes regiões, dependendo do contexto histórico e sociocultural de cada lugar. O samba, o carnaval e os desfiles das escolas de samba constituem elementos de diferenciação com relação aos outros eventos festivos mundiais, servindo como uma marca do “ser brasileiro”, da identidade do povo brasileiro. O Carnaval de Vitória é um evento cultural que tem como ponto alto os desfiles das escolas de samba dos municípios de Vila Velha, Cariacica, Serra e Vitória e é realizado uma semana antes do carnaval carioca, na passarela do samba popularmente conhecida como Sambão do Povo. Os desfiles das escolas de samba do carnaval de Vitória transformaram-se, nos últimos anos, em motivo de atração e retenção de turistas do estado e de outras localidades da região sudeste. O Carnaval, objeto de estudo desta pesquisa, foi visto aqui como um produto turístico de atratividade local e com perspectivas de ser consolidado nacionalmente, como pretendem o Governo do Estado e a Prefeitura Municipal. Ou seja, este estudo analisou o carnaval em suas características artísticas e culturais, o custo e investimento para as entidades públicas e o consumidor, os canais de distribuição e os aspectos da programação do evento. Este estudo teve como objetivo pesquisar o carnaval de Vitória como indutor para o desenvolvimento econômico e turístico do Espírito Santo, a partir da análise de sua composição e estruturação como produto turístico. Como procedimento metodológico, trata-se de um estudo exploratório, desenvolvido dentro de uma concepção fenomenológica, cujas técnicas de investigação foram a pesquisa bibliográfica e documental, seguida de estudo de campo. Nesta fase, observou-se o envolvimento dos órgãos governamentais, comunidade e entidades privadas na organização e no planejamento do carnaval de Vitória. Também foram feitas entrevistas semi-estruturadas a representantes de órgãos públicos responsáveis pelo evento, presidentes das escolas de samba, carnavalescos, foliões, turistas e comunidade. Como resultado, constatou-se que o Carnaval de Vitória evoluiu bastante e está deixando de ser uma atração apenas para o público local, para se tornar um produto turístico que atrai visitantes de outras partes do Brasil e, talvez, até do exterior. Considerado o maior evento do ES, os desfiles das Escolas de Samba da Grande Vitória têm forte influência do Carnaval do Rio de Janeiro, mobiliza milhares de pessoas, prestadores de serviços e, em virtude de sua expansão e repercussão junto à mídia nacional e internacional, precisa buscar a profissionalização das pessoas envolvidas e ter um melhor planejamento, para se tornar autossustentável. Constatou-se que trata-se de um grande negócio cultural e turístico, digno de investimentos com recursos públicos e privados. Favorece o crescimento de diversas atividades econômicas, fomenta empregos diretos e indiretos e, ainda, promove melhorias nas comunidades que participam deste empreendimento. Isto posto, conclui-se que o Carnaval de Vitória é um evento em vias de se tornar um produto turístico consolidado e, para que isto ocorra, é necessário que os órgãos públicos, entidades privadas e representativas das escolas de samba construam parcerias e concentrem esforços na elaboração de propostas que viabilizem a a “praça” e os elos de ligação da cadeia de distribuição do produto “O Carnaval começa Aqui” no mercado turístico.