



AILSON DA SILVA ECHEVERRIA

FOLIA NA ESPLANADA FERROVIÁRIA:

O EMPREENDEDORISMO CULTURAL NO CORDÃO VALU

Campo Grande – MS

2019

**FOLIA NA ESPLANADA FERROVIÁRIA:
O EMPREENDEDORISMO CULTURAL NO CORDÃO VALU**

Trabalho de Pesquisa na modalidade monografia, elaborado na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Turismo no Curso de Turismo, orientado pela Prof^a. Ma. Luciana de Jesus Rabêlo Silva

Campo Grande – MS

2019

E21f Echeverria, Ailson da Silva

Folia na Esplanada Ferroviária: o empreendedorismo cultural no Cordão Valu/ Ailson da Silva Echeverria. – Campo Grande, MS: UEMS, 2019. 86 p.

Monografia (Graduação) – Turismo – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, 2019.

Orientadora: Prof. Ma. Luciana de Jesus Rabêlo Silva.

1. Empreendedorismo cultural 2. Carnaval 3. O Cordão Valu.
Silva, Luciana de Jesus Rabêlo II. Título

CDD 23. ed. - 394

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) teve como objetivo analisar o empreendedorismo cultural no Cordão Valu e as consequências para o incremento do turismo em Campo Grande/MS. Trata-se de uma pesquisa exploratória e qualitativa com a produção de um estudo bibliográfico, documental e a realização de entrevistas com personagens de extrema relevância no evento. Inicia-se com um estudo do empreendedorismo cultural, com denominações, características e um levantamento do empreendedorismo no bloco Galo da Madrugada para utilizar como parâmetros comparativos com o evento local. Posteriormente, é realizado um resgate da história do carnaval em Campo Grande, pois é um tema ainda pouco explorado dentro do viés da cultura regional. Para finalizar foi feita a descrição do bloco de rua independente Cordão Valu, criado em 2006 e que hoje é o mais tradicional da cidade e por este ser considerado um diferencial social, econômico e turístico da capital morena no que se refere ao empreendedorismo cultural. Com o crescimento do bloco, despertou-se o interesse em pesquisar a história deste em Campo Grande, e analisar quais os maiores problemas enfrentados por seus organizadores para a realização da festa. Busca-se com isso formular hipóteses para a solução dos principais empecilhos ao desenvolvimento do empreendedorismo cultural e a disseminação do turismo cultural na cidade.

Palavras-chave: Campo Grande. Carnaval. Empreendedorismo Cultural. Cordão Valu. Turismo

ABSTRACT

This Course Completion Work (CBT) aims to analyze cultural entrepreneurship in Cordão Valu and the consequences for increasing tourism in Campo Grande/ MS. It is an exploratory and qualitative research with the production of a bibliographic, documentary study and interviews with characters of extreme relevance in the event. It begins with a study of cultural entrepreneurship, with denominations, characteristics and a survey of entrepreneurship in the Galo da Madrugada block to use as comparative parameters with the local event. Later, a rescue of the history of carnival is carried out in Campo Grande, as it is a theme still little explored within the bias of regional culture. To finish, the description of the independent street block Cordão Valu was made, created in 2006 and which today is the most traditional in the city and because it is considered a social, economic and tourist differential of the brunette capital with regard to cultural entrepreneurship. With the growth of the block, the interest was raised in researching the history of this in Campo Grande, and analyzing the biggest problems faced by its organizers for the realization of the party. This seeks to formulate hypotheses for the solution of the main obstacles to the development of cultural entrepreneurship and the dissemination of cultural tourism in the city.

Keywords: Campo Grande. Carnival. Cultural Entrepreneurship. Cordão Valu. Tourism.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer a Universidade Estadual de MS e a todos os professores que se dispuseram a dividir comigo uma parte de seu conhecimento, desde fevereiro de 2016 até hoje.

Àqueles que dispuseram de seu tempo para dar as entrevistas que fundamentaram boa parte desta pesquisa: Silvana Valu, Américo Calheiros e Vitor Maia.

Aos meus amigos Greice Mafra, Marcio Veiga e Edna Duarte cuja ajuda foi de fundamental importância para a conclusão deste trabalho.

A diretora do Centro Cultural Luciana Kreutzer e da Difusão Cultural Soraia Ferreira que me abriram espaços para o estágio e durante o qual obtive experiências profissionais muito valiosas.

À contribuição dos professores Rodrigo Minohara, e Djanires Neto que mesmo sem obrigação de ler este trabalho muito me ajudaram.

A minha orientadora Luciana de Jesus Rabêlo Silva que de forma paciente e muito dedicada me auxiliou na construção desta pesquisa.

As professoras Alaíde Brum de Mattos e Vera Lucia Guerra que gentilmente compuseram a banca de avaliação.

E em especial à minha mãe, Alice Silva, que sempre me deu todo o suporte para chegar até aqui em condições de superar mais esse obstáculo.

A todos o meu MUITO OBRIGADO!!!

Ailson da Silva Echeverria

MARCHA DO VALU

“Chegou a hora da ciranda pegar fogo, de mexer o corpo até o suor cair do rosto”(2x) Viva São Jorge , São Cosme Doum e Damião e toda essa gente que protege essa nação....- mas se acaso acontecer, de morre o cantador, nasce outro no meio do povo , nasce outro no meio do povo, nasce outro no meio do povo, nasce outro nomeio do povo. Abram Alas o meu bloco vai passar, vai chegar na avenida pra fazer você dançar , abram alas o meu bloco vai passar , vai chegar na avenida pra fazer você dançar, e é Hoje, Agora é no Valu que nossa turma deita e rola e é hoje Vambora , é no Valu que nossa turma deita e rola”.

Vinil de Moraes

ABREVIATURAS

A&B-Alimentação e Bebidas

ABIH-Associação Brasileira das Indústrias de Hotéis

ABLANC – Associação dos Blocos, Bandas, Cordões e Corsos, Carnavalescos e Cultural de Campo Grande

ABRASEL-Associação Brasileira dos Bares e Restaurantes do MS

CGC-Cadastro Geral de Contribuintes

DOU-Diário Oficial da União

EUA-Estados Unidos da América

FCMS-Fundação de Cultura de MS

FECOMÉRCIO-Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de MS

FUNCESP-Fundação Municipal de Cultura Esporte e Lazer de Campo Grande

FUNDAC-Fundação Municipal de Cultura

IHGCG/MS- Instituto Histórico e Geográfico de Campo Grande

INEP- Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais

IPE/MS-Instituto de Pesquisa de MS

IPF/MS- Instituto de Pesquisa Fecomércio MS

IPHAN-Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

LIENCA-Liga das Entidades Carnavalescas de Campo Grande

MPE/MS- Ministério Público Estadual de MS

ONU-Organização das Nações Unidas

SEBRAE-Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SECTUR-Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Campo Grande MS

SISEM-Sindicato dos Servidores Municipais

SOFTEX-Sociedade Brasileira para a Exportação de Softwares

TAC-Termo de Ajustamento de Conduta

TCC-Trabalho de Conclusão de Curso

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Carnaval é oportunidades para ganhar clientes	17
Figura 2. “Carnaval se faz todo ano, como empresa’	18
Figura 3. Máscaras usadas pelos nobres franceses	23
Figura 4. Jogos durante o Entrudo	25
Figura 5. Angelo Agostini, 1884	26
Figura 6. Jean Baptiste Debret, 1823	27
Figura 7. Luta entre o carnaval e a quaresma	27
Figura 8. Primeira escola de samba do Brasil, 1929	28
Figura 9. Desfile de escola de samba	28
Figura 10. Rádio Clube, 1924	31
Figura 11. Os Blocos de Embalo, anos 1940	32
Figura 12. Baile de carnaval, clube Libanês, 1974	33
Figura 13. Valdir Gomes, 2018	34
Figura 14. Valdir Gomes, 2014	35
Figura 15. Carro abre-alas GRES Deixa Falar	36
Figura 16. Cordão Valu	37
Figura 17. Porque gostamos tanto da festa?	39
Figura 18. Locais de folia	40
Figura 19. Festa de todos	42
Figura 20. A origem do Cordão Valu	42
Figura 21. O recorde	44
Figura 22. O abre-alas que eu quero passar...	45
Figura 23. A vaquinha pede passagem	45
Figura 24. Blocos são destaque	46

Figura 25. Mapa de tombamento	47
Figura 26. Cordão Valu ganha espaço no carnaval de rua da capital	47
Figura 27. Cordão Valu recupera o carnaval tradicional	48
Figura 28. Evento preferencial 2017	49
Figura 29. Pesquisa de avaliação 2017	50
Figura 30. Vandalismo	51
Figura 31. Valu vai homenagear o cordão carioca Bola Preta no carnaval	52
Figura 32. Pesquisa de avaliação 2018	53
Figura 33. O Cordão é nosso	53
Figura 34. Campanha social	55
Figura 35. Homenagem aos Filhos de Gandhi	56
Figura 36. Pesquisa de avaliação 2018	56
Figura 37. Pesquisa de motivação	60

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1- EMPREENDEDORISMO CULTURAL	12
1.1 Empreendedorismo no Carnaval	19
CAPÍTULO 2- CARNAVAL	22
2.1 Breve histórico sobre o Carnaval	22
2.2 Carnaval no Brasil	24
2.3 Uma breve contextualização do Carnaval de Campo Grande –MS	30
CAPÍTULO 3- O CORDÃO VALU	39
3.1 A origem do Cordão Valu	42
CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
REFERÊNCIAS	63
ANEXOS	
Anexo I Resultado do Carnaval 2018	
Anexo II Roteiro das Entrevistas	
Anexo III Termo de Ajustamento de Conduto	
Anexo IV Termos de Consentimento Livre e Esclarecido	

INTRODUÇÃO

O objeto deste estudo é o Cordão Valu, o primeiro bloco independente de carnaval, que desde 2007 realiza suas apresentações na Esplanada Ferroviária.

A escolha pelo tema: Análise do empreendedorismo cultural no Cordão Valu e as consequências para o incremento do turismo em Campo Grande/MS, tem como propósito ir além de um trabalho de conclusão de curso. O principal objetivo é analisar o bloco independente de carnaval Cordão Valu, demonstrar seus problemas para realização do evento e formular hipóteses de solução com ênfase no empreendedorismo cultural. Pelo fato do tema possuir um caráter local não existem artigos científicos ainda publicados, portanto a base para a pesquisa documental deste trabalho serão as publicações nos jornais Correio do Estado e O Estado, artigos das revistas do Arquivo Histórico de Campo Grande (ARCA), Cultura em MS e Instituto Histórico e Geográfico de Mato Grosso do Sul, documentos públicos como pesquisas realizadas pela IPF/MS, FECOMÉRCIO/MS e a SECTUR e, principalmente as entrevistas que foram realizadas com personagens relevantes na história do bloco. Além de livros e artigos científicos relacionados ao tema que fundamentaram meu interesse em demonstrar as possibilidades deste evento tornar-se um diferencial no incremento do turismo na cidade.

Este estudo é o resultado de uma pesquisa exploratória e qualitativa com o objetivo de analisar o problema e torná-lo mais explícito, aplicada com o objetivo de gerar conhecimentos específicos e interesses locais com a realização de pesquisa documental e bibliográfica.

Para tanto, a sua estrutura apresenta uma revisão de literatura sobre a história do carnaval no mundo, no Brasil e em Campo Grande – MS, assim como o que há de atual com as políticas públicas para a cultura popular, o empreendedorismo cultural e o Cordão Valu como diferencial no carnaval campo-grandense.

Os instrumentos de coleta de dados utilizados para esta proposta foram basicamente dois: o primeiro foi um levantamento documental e bibliográfico, sobre a história do Carnaval além dos dados das políticas públicas voltadas para a cultura popular e o empreendedorismo cultural; o segundo foi a realização de entrevistas com áudios gravados com Silvana Valu, professora e promotora de eventos, que juntamente com seu marido Jeferson Contar, fundaram o bloco Cordão Valu em 2006; Vitor Maia, funcionário da Fundação Estadual de Cultura de MS, que trabalha no setor de Difusão Cultural da mesma, além de ser um colaborador do evento de carnaval dos blocos independentes como organizador e músico; Américo Calheiros gestor

público que foi presidente da Fundação Municipal de Cultura Esporte e Lazer de Campo Grande (FUNCESP) e da Fundação de Cultura de MS (FCMS), representantes de órgãos públicos, pesquisadores e associações ligadas ao carnaval por meio da utilização da metodologia da história oral (roteiro das entrevistas anexo II). Tais técnicas tiveram como objetivo munir o autor do referencial teórico necessário para observar e analisar as informações colhidas na pesquisa, retratando da maneira mais fidedigna possível com a realidade, as dimensões e o que representa o bloco Cordão Valu nas atividades culturais e de empreendedorismo durante o carnaval de Campo Grande – MS.

Dentro desta perspectiva foi realizado um levantamento histórico do carnaval em Campo Grande, com ênfase no bloco carnavalesco, o Cordão Valu e, no empreendedorismo cultural, com o objetivo de demonstrar as possibilidades deste evento se tornar um diferencial para o incremento do turismo local assim como acontece em outras cidades do país, onde os blocos alcançaram níveis de importância gigantescos, tornando-se assim um diferencial cultural, social e turístico.

CAPÍTULO 1 EMPREENDEDORISMO CULTURAL

Reconhecendo este tema, em 1993, a Organização das Nações Unidas – ONU, em Assembleia Geral, aprovou unanimemente uma resolução reconhecendo o empreendedorismo como uma força social e econômica da maior importância. O documento apresenta a atividade empreendedora como um elemento chave para a melhoria do padrão de vida da população ao redor do globo e encoraja os países membros a criarem programas e implementar em políticas para promoção do empreendedorismo entre seus habitantes, também é verdade que a maior motivação para se iniciar um novo negócio no país, advém da necessidade e não da identificação de uma oportunidade ou como resultado de características essencialmente culturais (MAMEDE, 2005).

Se é realmente esse o empreendedor, ou ao menos a ideia por trás da ação empreendedora, e se considerarmos o conceito de maneira ampla, indo além do aspecto econômico, toda a educação que visa o desenvolvimento social poderia também ser considerada uma educação para desenvolvimento da atitude empreendedora (LOPES, 2010).

Historicamente, o ensino do empreendedorismo nasceu nos EUA, nas faculdades de administração, e se espalhou pelos diversos países. Em 1947 Myles Mace ofereceu o primeiro curso de empreendedorismo em Harvard, mas uma série de fatos anteriores foram as bases para criação desse curso (LOPES, 2010).

No Brasil, o professor Ronald Degen foi o primeiro a introduzir um curso de empreendedorismo, com foco na criação de negócios, em 1981. A disciplina foi ministrada em um curso de especialização da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (LOPES, 2010).

A educação pode auxiliar o empreendedor nascente e, portanto, é importante discutir “o que” e “de que forma” o futuro empreendedor precisa aprender, contudo é preciso ter em mente que o empreendedorismo, mesmo na era da globalização, é um fenômeno regional, na medida em que a cultura, as necessidades e os hábitos de uma região determinam comportamentos. A potencialidade básica de qualquer local, região ou país está assentada em sua população, em seu ambiente, portanto para atingir o desenvolvimento requer grandes esforços de fomento e promoção. Enfim, qualquer ação que vise o desenvolvimento do empreendedorismo deve considerar a implantação de políticas públicas de incentivo a áreas como educação, ciência e tecnologia (GOMES, 2011).

A seguir apresenta-se a definição de empreendedorismo adotada neste trabalho

Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso (DORNELAS, 2012 p. 28).

Para Dolabela (1999), a palavra empreendedor é utilizada para designar principalmente a pessoa que se “dedica” à geração de riqueza, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como o marketing, produção, organização, etc. Na verdade, empreendedorismo ou empreendedor são substantivos derivados do verbo empreender que, por sua vez, tem origem na forma verbal latina *imprehendo ou imprahende* que significa “tentar executar uma tarefa”.

Com as transformações pelas quais o mundo atravessou no século XX, constata-se que todas as invenções criadas contribuíram para revolucionar o estilo de vida das pessoas. Diante disso, conseqüentemente vieram pessoas ou equipes de pessoas buscando algo diferente, arriscando e empreendendo no setor do empreendedorismo cultural.

Page *et al.* (2011), consideram que as organizações e empreendimentos artísticos e culturais integram o setor das indústrias criativas e vêm adquirindo crescente importância como recurso para o desenvolvimento social e econômico, especialmente de países emergentes como o Brasil. O autor declara que

“Dentro desse cenário, pouco se tem refletido sobre a formação de empreendedores culturais, aqueles profissionais capacitados a criar, organizar, gerenciar e desenvolver seus empreendimentos de modo sustentável, em lugar da excessiva dependência do Estado ou de patrocinadores privados” (LIMEIRA, 2008 p. 1).

Já Rubim *et al.* (2005), utilizando-se da tipologia de intelectuais trazida por Antonio Gramsci, explica que um sistema cultural engloba três intelectuais: os que criam, isto é, os artistas e cientistas; os que difundem tal produção, como os profissionais de comunicação e educadores; e o terceiro que são os organizadores da cultura, como os gestores, produtores e mediadores.

Portanto, o campo da cultura engloba três segmentos: criação, difusão e organização (LIMEIRA, 2008). Essas três designações apresentadas pelo autor, juntamente com o segundo segmento dos difusores, podem ser englobadas no conceito de intermediários culturais, porque realizam a intermediação dos criadores com outras instâncias do sistema cultural, como a mídia,

as organizações e instituições culturais, os órgãos governamentais, os investidores, os distribuidores e o público.

No Brasil, a designação que representa estes intermediários é a de produtor cultural ou gestor cultural, vistos como os mediadores entre o artista/criador e os meios de viabilização de suas criações (LIMEIRA, 2008).

O conceito de empreendedorismo cultural surge na década de 1980, quando em um artigo de Paul Dimaggio (1982), é discutido o papel do empreendedor na formação e sustentação de organizações culturais sem fins lucrativos (orquestras, museus de arte, teatros, etc.). Dimaggio analisou a diversidade de formas das organizações culturais, identificando três tipos: aquelas organizações estruturadas empresarialmente com finalidade de lucro, que se sustentam por meio de receitas oriundas do público que frequenta seus espetáculos e produções; as organizações sem fins lucrativos, que se sustentam por meio de doações privadas e subsídios estatais; e os pequenos grupos de artistas e produtores, que se organizam de modo voluntário e temporário visando a realização de um espetáculo ou produção cultural, e que se sustentam precariamente, com o trabalho não-remunerado de seus integrantes, pequenas doações e contribuições do público e do Estado.

O autor destaca que a organização cultural estruturada em moldes empresariais não é o modelo predominante no setor cultural. Numericamente, predominam as organizações culturais sem fins lucrativos ou os pequenos grupos de artistas amadores, o que reflete na dinâmica de sua gestão, que não segue as normas e padrões preconizados na literatura empresarial tradicional (DIMAGGIO, 1982).

Para Tolila (2007), a dificuldade dessa relação entre economia e cultura

Se dá por uma visão tardia dos estudos econômicos sobre a cultura, o que acabou por gerar, como exemplo, um déficit no levantamento de dados da economia da cultura, que envolve os indicadores da área sobre geração de renda, empregos, fruição, acesso, entre outros.

O que diferencia um artista de um empreendedor cultural é que o primeiro está focado apenas na criação e produção cultural, enquanto o segundo expande suas atividades ao longo da cadeia produtiva da indústria criativa, preocupando-se com a distribuição e venda do produto ou serviço cultural. Os gestores de projetos culturais além de conhecimentos na área da cultura, de políticas públicas e das empresas patrocinadoras, devem ser especializados em administração, ou seja, devem ser empreendedores. “Um projeto é resultado de um processo,

que inicia com uma ideia, mas para ter um bom resultado, deve seguir procedimentos e se adaptar às burocracias administrativas que uma empresa normal segue” (LIMEIRA, 2008).

A concepção de empreendedorismo cultural também está ligada ao conceito de redes sociais. Ou seja, o empreendedor, não é a de um ator atomizado e individualista, que atua de maneira isolada. Ele é, antes de tudo, um articulador e um forjador de redes, com capacidade de unir e conectar, de maneira muitas vezes inovadora, diferentes atores e recursos dispersos no mercado e na sociedade, agregando valor à atividade produtiva. Assim, a habilidade empreendedora inclui a capacidade de operacionalizar acordos entre as partes interessadas, tais como o criador, o investidor, os patrocinadores e os distribuidores, bem como garantir a cooperação de agências governamentais e de manter relações bem-sucedidas com os trabalhadores e o público (VALE et al., 2005).

Para Limeira (2008), a noção de empreendedorismo cultural estabelece uma relação entre dois conceitos de distintos campos de ação e conhecimento: O empreendedor, concebido na economia e na administração; e o de cultura, tema central na antropologia e na sociologia.

Duas teorias são importantes para entender esse modo de ver a relação entre cultura e economia, as esferas separadas e os mundos hostis Zelizer (2009, p.238), defende que

A teoria das esferas separadas entende que [...] há dois domínios distintos que operam segundo diferentes princípios: racionalidade, eficiência e planejamento, de um lado, e solidariedade, sentimento e impulso, do outro. Deveríamos, prossegue a teoria, esperar que diferentes resultados e compensações emerjam destes dois tipos de organização.

Já a segunda teoria estudada pelo autor, a dos mundos hostis, entende que essas duas esferas distintas podem se misturar, mas não podem continuar isentas, contaminando uma à outra. Zelizer (2009, p. 238), esclarece que

[...] a invasão do mundo sentimental pela racionalidade instrumental resseca aquele mundo, enquanto a introdução do sentimento nas transações racionais produz ineficiência, favoritismo, proteção aos amigos e outras formas de corrupção.

Se obter ganho econômico é um fator crucial do empreendedorismo, isto não constitui o foco principal do empreendedor cultural que é um mobilizador de recursos criativos e econômico-financeiros, bem como articulador de redes sociais, visando a criação, organização, gestão e sustentação de empreendimentos culturais (LIMEIRA, 2008).

O empreendedor cultural é a pessoa que tem a capacidade de identificar oportunidades de negócios nas áreas de cultura, lazer e entretenimento, bem como desenvolvê-las de modo lucrativo e sustentável. Ele se diferencia do produtor ou gestor cultural em pelo menos quatro aspectos: é o criador do negócio; como proprietário ou investidor, ele assume integralmente os riscos; é o responsável pela busca de recursos econômico-financeiros; e formula as estratégias para o desenvolvimento do negócio. Portanto, o empreendedor cultural bem como as empresas criativas precisam desenvolver um conjunto especial de mecanismos e procedimentos organizacionais para aproximar estes dois mundos (LIMEIRA, 2008).

Essas teorias tomam corpo e vida quando temos acesso a fala da entrevistada 1(SILVANA VALU,2019) sobre empreendedorismo dentro do bloco Cordão Valu, "é complicado pra eu falar disso, porque eu não sou uma empreendedora, eu faço cultura, fazer cultura é diferente de você empreender. É diferente de você pensar em alguma coisa pra você ganhar com isso". E segue

Então assim, o empreendedorismo nós temos muita dificuldade de fazer porque eu nem o Jeferson somos empreendedores, a gente tenta mas a gente não é. A gente sabe fazer cultura, a gente não sabe fazer entretenimento ou ganhar dinheiro e lucrar com isso, mas eu acho que a gente estimula muito outros empreendedores entrevistada 1(SILVANA VALU, 2019).

E quais seriam esses outros empreendedores? Todos os proprietários de empresas fornecedoras de produtos ou prestadores de serviços que direta ou indiretamente atuam antes ou durante o carnaval, desde o vendedor de cachorro quente, taxista, transporte por aplicativo, lojas de acessórios para fantasias, alimentação e bebida (A&B) até a hotelaria, montagem de eventos e músicos que não precisam mais sair da cidade para buscar onde se apresentar.

Os blocos podem contribuir, mas não podem resolver essa questão. Não tem como eles resolverem parcialmente uma questão que é genérica, que é geral. Eles podem buscar soluções para a parte específica deles, mas chega a hora de sair pra rua e neste momento precisam do apoio e do suporte bem específico, bem claro e bem forte do Poder Público.

A atividade empreendedora, além de gerar benefícios pessoais, também desenvolve a economia. O impacto social do empreendedorismo pode ser sentido na afirmação de Hirsrich, Peters e Shepherd (2009, p. 36) "o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e construir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade".

No Brasil, o movimento de empreendedorismo começou na década de 1990, através do SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e a SOFTEX – Sociedade Brasileira para Exportação de Softwares, haja vista que antes desse período não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas (DORNELAS, 2012). Cabe ressaltar ainda o programa da ONU, Empretec, introduzido no Brasil em 1991 e coordenado pelo SEBRAE desde 1993. O programa apresentava um enfoque na atitude empreendedora, e não no ensino de instrumentos de gestão, sendo, nesse sentido, inovador.

Em 2000, o SEBRAE lançou o Programa Empreendedor Cultural, um conjunto de iniciativas que visam a capacitação, o desenvolvimento e a expansão dos negócios na área da cultura. Esse programa visa formar uma Rede de Agentes Culturais, que são pessoas ligadas à cultura, como artistas, produtores, educadores, para que estes possam se relacionar e se apoiar mutuamente.

Para Alves (2016), “no caso brasileiro, o SEBRAE, por meio das ações de estímulo e apoio ao empreendedorismo cultural, tornou-se um dos principais artifices das políticas culturais”.

O carnaval é oportunidade para ganhar clientes, como podemos visualizar na figura abaixo, o comerciante deve pensar no carnaval o ano todo, planejar a produção com antecedência é uma das apostas que garantem sucesso ao desempenho das empresas durante a festa de Momo (BENITEZ, 2018).



Figura 1. Empreendedorismo.

Fonte: BENITES, Súzan. O Estado, 09/02/2018.

Nos dias que antecedem o carnaval em Campo Grande, acontece um aumento nas vendas do comércio local de produtos específicos para a folia, tecidos, adereços, fantasias,

máscaras, confetes, serpentinas etc. Durante o evento acontece à venda de bebidas e comidas, aumento no uso de transporte público e privado, contratação de músicos e cantores, isso sem falar em toda a infraestrutura necessária para realização da festa, todavia, mesmo com a geração de renda, criação de empregos diretos e indiretos e o aumento na arrecadação de impostos pelo poder público, o evento ainda é visto com desconfiança por parte da população e comerciantes. Porém o carnaval pode aliado ao turismo se tornar um diferencial econômico para a cidade de Campo Grande, desde que os atores atuantes nesta festa busquem, como fica evidente na figura abaixo, mudar suas concepções administrativas.

‘Carnaval se faz todo ano, como empresa’

Figura 2. ‘Carnaval se faz todo ano, como empresa’.

Fonte: URT, Nelson. O Estado, 07/02/2015.

“O carnaval se assemelha às principais datas comemorativas, como o Dia dos Namorados. Mesmo ficando em casa o consumidor tende a aumentar o gasto com alimentação e bebidas” frisa a economista do Instituto de Pesquisa Fecomércio (IPF-MS), Daniela Teixeira Dias (CAMPITELLI, 2018). De acordo com o presidente do IPF/MS, Edison Araújo, o momento é de oportunidade para quem quer lucrar, “O carnaval propicia a movimentação financeira a partir dos foliões, de viagens e de confraternizações. Além disso, há também a oportunidade de gerações de empregos temporários e também de renda para autônomos” (CAMPITELLI, 2018).

Outro exemplo do crescimento do comércio durante o carnaval é a feira de artesanato na Praça dos Imigrantes, onde os comerciantes chegam a faturar o dobro com relação aos outros meses do ano (CAMPITELLI, 2014).

O potencial da festa popular em atrair turistas motivou a parceria em 2018, do poder público com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) e a Associação Brasileira das Indústrias de Hotéis (ABIH) em Mato Grosso do Sul para dar descontos em 31 hotéis e 21 restaurantes durante a “*Black Week Carnaval*”, as promoções começam na sexta-feira de carnaval, 09 de fevereiro, e vão até o dia 17 do mesmo mês (MODENA, 2018).

Em 2017, o carnaval movimentou R\$ 7 milhões em Campo Grande, de acordo com pesquisa feita pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Mato Grosso do Sul (FECOMÉRCIO-MS). O prefeito Marcos Trad afirma que a expectativa é dobrar esse valor em 2018 (MODENA, 2018).

Estima-se nesse sentido, que o carnaval de 2018 tenha movimentado R\$ 40,24 milhões na economia de Campo Grande, praticamente, o mesmo valor auferido em 2017, quando alcançou R\$ 40,68 milhões e, R\$ 7,94 milhões a menos que o previsto. No entanto, isso não significa que menos pessoas tenham participado do carnaval em 2018, mas que houve redução em algumas faixas de gastos, no comparativo ao previsto (Fonte: IPF, SECTUR e UEMS. Elaboração: IPF/MS-Anexo I) Em dois anos aconteceu um aumento de 183% no número de foliões em busca desta festa, indo de 60 mil pessoas em 2017 para 170 mil pessoas em 2019, dados da Polícia Militar. Mesmo assim o carnaval ainda não é visto como uma oportunidade empreendedora como acontece em outras cidades do Brasil.

1.1 EMPREENDEDORISMO NO CARNAVAL

Associar o investimento nas práticas da cultura popular com a possibilidade de desenvolvimento econômico passou a servir de argumento para a valorização da cultura de modo geral, e especificamente no caso estudado, do carnaval dos blocos de rua. A seguir exemplos de cidades que usam esses eventos como produtos turísticos e econômicos, todavia com gestões empresariais diferentes.

No Rio de Janeiro, o carnaval de rua é tratado como produto pela gestão pública, assim como acontece nos desfiles das escolas de samba. Desde 2009 foi implantado na cidade um modelo de parceria público-privado para financiar e gerir o carnaval de rua, ou seja, a prefeitura entende, o carnaval dos blocos de rua como um produto criado por ela e que pode ser vendido e administrado por terceiros (FRYDBERG, 2016).

Exatamente o oposto do que acontece em Recife, onde o bloco de carnaval Galo da Madrugada, desde a sua fundação é gerido como uma empresa privada. No dia 23 de janeiro de 1978, foi fundado oficialmente o Clube das Máscaras O Galo da Madrugada, no bairro de São José, no centro de Recife-PE. O principal fundador do bloco foi Enéas Alves Freire que juntamente com familiares e amigos pretendia reviver os saudosos carnavais e sugeriu que fosse feita uma brincadeira para animar o carnaval. Saíram no primeiro desfile dia 04 de fevereiro de 1978, de manhã cedo, com aproximadamente 75 pessoas (IANINO, 2012).

A partir dos anos 1980, a diretoria do Galo, buscava alternativas para levantar fundos e tornar o bloco cada vez maior, para isso começou a realizar o Baile dos Estandartes, uma prévia carnavalesca realizada no clube Português do Recife, que se configurava através da

venda de ingressos, mesas, camarotes e a comercialização de comidas e bebidas, como a principal fonte de recursos financeiros para custear os desfiles do Galo da Madrugada durante os anos iniciais da agremiação (SOARES, 1992).

Além disso, no sentido de divulgar ainda mais o bloco e agregar patrocinadores, foi lançado um desfile que ocorreu entre os anos de 1982 a 1995, geralmente alguns dias antes da folia oficial de momo, como prévia carnavalesca (IANINO, 2012).

Chegando ao final da década de 1980, o Galo da Madrugada já estava consolidado como a grande força do carnaval pernambucano. Era um grande fenômeno de público que não parava de crescer, essa situação começou a trazer inúmeras repercussões positivas para Pernambuco, principalmente as de caráter econômico, visto que o Galo atraía a atenção de inúmeros investidores interessados em patrocinar a festa e de turistas que começaram a vir de várias partes do Brasil e do mundo para participar do desfile da agremiação, em 1989 o público já era de 500 mil pessoas (IANINO, 2012).

Em 1992, o Galo da Madrugada já não podia ser considerado um simples bloco de carnaval, havia se transformado em uma instituição pertencente ao povo pernambucano (SOARES, 1992).

O ano de 1993 surgiu com uma novidade para o desfile do bloco, em seu 15º ano de participação no carnaval, o bloco trouxe para o desfile, 18 camarotes móveis com a finalidade de acompanhar a folia do Galo, nos anos seguinte os camarotes foram instalados em prédios ou montados em tablados de estrutura metálica, permitindo o acesso apenas daqueles que podem pagar ou que são convidados. A diretoria do Galo da Madrugada, ao gerir o bloco como uma empresa, permitiu a instalação de camarotes ao longo do percurso do desfile e a inclusão de trios elétricos, no lugar das orquestras de Frevo que tocavam no chão, seguindo uma tendência de mercado, da indústria do entretenimento nacional (IANINO, 2012).

Essa tendência mercadológica que transformou o carnaval em negócio, principalmente a partir do início da década de 1990, teve sua origem nos carnavais fora de época do estado da Bahia, chamados de “Micaretas”, festas que se espalharam por todo o Brasil, e são consideradas extensões do carnaval tradicional (Xavier, 2010).

O desfile de 1994 culminou com a inclusão do Galo da Madrugada no GUINNESS BOOK – O LIVRO DOS RECORDES – com o registro de maior bloco de carnaval do Brasil, com cerca de um milhão de participantes.

Em 2002, o Galo comemorou 25 anos de desfile com pose do Tio Patinhas. Vestido a rigor, com direito até a uma cartola semelhante do pato milionário da Disney, o bloco exibiu nas ruas do Recife, a imponência de quem é bajulado pelos patrocinadores. O Galo, além de adorado por milhares de foliões, é transmitido ao vivo pela mídia nacional. O Galo soube preparar o terreno, é uma empresa desde que foi criado, em 1978, tem conta bancária, sede, Cadastro Geral de Contribuintes (CGC), assessoria de imprensa e o maior de todos os patrimônios- a força de uma marca mundial (IANINO, 2012).

Mas nem só de carnaval vive o Galo da Madrugada, além das atividades ligadas ao carnaval, o Galo está envolvido em outras ações relacionadas a eventos culturais e projetos sociais, que buscam amenizar as dificuldades e potencializar oportunidades dos moradores das comunidades próximas à sede do bloco. Isso auxiliou a promulgação da Lei N° 13.712/2009, que elevou o Galo da Madrugada a condição de Patrimônio Cultural Imaterial de Pernambuco.

De acordo com Fonseca (2005), nesse caso, o patrimônio cultural é utilizado pelo poder público, como uma forma de comunicação social perante a comunidade. O desfile do Galo da Madrugada como patrimônio cultural, garante ao Estado, não só a perpetuação daquela tradição cultural, mas das circunstâncias econômicas que a envolvem, visto que a enorme dimensão da festa define Pernambuco como uma importante rota turística no período do Carnaval, fora os investimentos que são feitos por patrocinadores, emissoras de televisão e sites da internet que atualmente transmitem o desfile do Galo da Madrugada, ao vivo para diversos países, difundindo a cultura pernambucana por todo o mundo.

Sob a perspectiva do empreendedorismo é interessante ressaltar que

O turismo fornece um contexto específico, o qual é diferente de outros setores industriais quanto a identificação de oportunidades de empreender e ao processo de conversão destas em um produto turístico consumível. Neste processo há, em geral, vários *stakeholders* com motivações pessoais em uma abordagem coletiva para desenvolver uma parte vital da economia por meio de uma estratégia que é focada no lucro financeiro em vez de considerar os valores culturais, sociais e ambientais (ATELJEVIC e LI, 2011 p. 4).

O desenvolvimento turístico bem-sucedido em uma localidade está apoiado em objetivos comuns que são basicamente tornar o destino atraente e atrair visitantes. O empreendedorismo em turismo tem sido intensificado na última década por causa da forte competição entre destinos, da mudança das tendências de mercado e, sobretudo, do apoio

financeiro do governo que vem diminuindo, o que forçou os investidores a serem mais empreendedores (ATELJEVI e LI, 2011).

A seguir iremos adentrar no universo da história do carnaval, com o levantamento de informações e relatos e a descrição de momentos marcantes deste evento, que pode ter começado antes de Cristo e há muito tempo faz parte da cultura do brasileiro.

CAPÍTULO 2 O CARNAVAL

2.1 BREVE HISTÓRICO SOBRE O CARNAVAL

Antes de abordarmos o Carnaval em Campo Grande – MS, deve-se entender a origem desta festa popular que agrega quantidades enormes de pessoas e também movimenta quantias vultuosas de capital, as quais aquecem a economia do país.

Primeiramente, será considerada a etimologia da palavra Carnaval que, segundo Goés (2009, p. 26) é assim estabelecida

O Carnaval tanto pode vir do dialeto milanês *carnelevale*, quanto ser oriundo do latim *carnevale* (abstenção de carne), clara alusão ao início da quaresma cristã. Há também quem afirme se originar de *dominica ad carmemlevandam*, data regulamentada, no ano 590 da era cristã, por Gregório I. O estabelecimento do período carnavalesco, nos três dias que antecedem a quarta-feira de cinzas, ocorre em 1582, quando o Papa Gregório XIII reformula o calendário Juliano e cria o gregoriano, em vigor até hoje.

Considera-se que o Carnaval surgiu na Antiguidade com o propósito de celebrar os deuses pagãos e a natureza tendo sido reconhecida pela igreja e incluída no calendário cristão depois de muitos séculos e, até hoje comemorada no mundo inteiro.

Pela narrativa de Ferreira (2004) a história começou no ano de 604 quando o papa Gregório I deliberou que, num determinado período do ano, os fiéis deveriam deixar de lado a vida cotidiana para, durante um certo número de dias, dedicarem-se exclusivamente às questões espirituais. Todo esse evento durava em torno de quarenta dias, lembrando os quarenta dias de jejum e provações passadas por Jesus no deserto antes de iniciar o seu ministério apostólico. Por causa disso o período ficou com o nome de “quadragesima” ou “quaresma” ou melhor dito

(...) O primeiro dessa sequência de dias passa a ser chamado de Quarta-feira de Cinzas, em vista do costume, que até hoje perdura, de se marcar a testa dos fiéis com uma cruz feita com as cinzas de uma fogueira, em sinal de penitência. A partir daí, estava legalmente decretado que durante os quarenta dias de privações os fiéis deveriam esquecer os prazeres da vida material e dedicar-se a elevar seu espírito a Deus e a meditar sobre Cristo e sua ressurreição, que seria festejada no fim da Quaresma, no domingo de Páscoa (FERREIRA, 2004).

Ou seja, nada de festas, brincadeiras, namoros, bebedeiras ou comilanças nesses quarenta dias. A atitude mais humana em relação a todo esse rigor é que, já que se haveria de ficar tanto tempo sem os deleites da vida, a melhor coisa a fazer seria esbaldar-se o mais possível até a hora da privação chegar. Nesse contexto, ressalta-se que

(...) Esses últimos dias de fartura antes dos quarenta dias de penúria começaram então a ser chamados de dias do “adeus a carne”, que, em italiano, fala-se dias da “carne vale” ou do “carnavale”. Surge assim a palavra para se definir o período do ano onde a comilança e a esbórnia corriam soltas, e que acabaria por se tornar uma espécie de antônimo da Quaresma: Carnaval (FERREIRA, 2004, p. 25-29).

No relato de Schilling (2002), a festa profana mais antiga que se tem conhecimento é o Carnaval que surgiu na Grécia Antiga, para cultuar ao Deus Dionísio que mais tarde é celebrado em Roma como culto ao Deus Baco e depois nos países de cultura neolatina.

Na opinião de Bakhtin (1993), também o Carnaval teve origem na dramatização, nos rituais e festas a Dionísio. No entanto, Araújo (2003), pesquisador do Carnaval, acredita que não se pode comprovar cientificamente quando se deu o nascimento do Carnaval, sendo que através das pesquisas históricas seja possível deduzir que o Carnaval tenha surgido dos cultos agrários e da oficialização dos cultos a Dionísio na Grécia, promovida por Psistrato, governante de Atenas (605 a 527 a. C.).

Para o pesquisador, esses festejos se desenvolveram tanto no século VI a. C. que foram fortemente reprimidos, na Grécia, durante o governo de Péricles (443 a 429 a.C.). No entanto no século XIII, os nobres franceses começaram a promover grandes festas nos quais era obrigatório o uso de máscaras e roupas luxuosas - os bailes - e provavelmente foi assim que surgiram as primeiras festas à fantasia. Essas festas logo ficaram populares entre as altas classes em toda Europa e se espalharam por todo o mundo, sendo comuns atualmente.



Figura 3. Máscaras usadas pelos nobres franceses.

Fonte: <https://www.google.com/imagens+mascaras+usadas+por+nobres+franceses/> acesso em: ago 2019.

Em 1545, depois do Concílio de Trento, mudou-se o calendário de Juliano para Gregoriano e o Carnaval passou a ser uma data oficial para os cristãos. Dessa forma, é reconhecida como festa popular de rua que sofreu uma série de modificações culturais até chegar aos dias de hoje (BAKHTIN, 1993).

O Carnaval de Veneza é o mais tradicional do mundo, tem sua origem no final da Idade Média, quando a cidade crescia por ter se tornado um centro comercial que ligava o Oriente e o resto da Europa. Várias culturas influenciaram os festejos na cidade. Mas foi no século XVII, que os integrantes da nobreza veneziana, vestindo-se com trajes luxuosos, adornavam-se com máscaras venezianas e chapéus para se misturarem ao povo nas ruas e também para ir aos bailes. As máscaras nobres são famosas ainda hoje no mundo inteiro e nunca deixaram de ser usadas na tradicional festa da cidade, que começa dez dias antes da quarta-feira de cinzas. As pessoas costumam se divertir na Praça de São Marcos, a mais famosa, onde se reúnem pessoas do mundo inteiro (KERNA, 2019).

Porém, a invenção do carnaval como conhecemos hoje, com bailes e desfiles de fantasias, aconteceu em Paris no século XIX, mais precisamente em 1830. A burguesia parisiense passou a patrocinar os maiores bailes a fantasia da temporada e surgiu a noção de mistura entre as classes sociais. Foi esse modelo de carnaval que mais tarde seria adotado no Brasil (BAKHTIN, 1993).

2.2 CARNAVAL NO BRASIL

No Brasil, segundo a literatura pesquisada: (PRESTES FILHO, 2009); (QUEIROZ, 1992); (TRAMONTE, 1996); (GIRON, 2011); (GUERRA, 2009), iniciou-se em meados do século XVIII, com a chegada dos portugueses no litoral brasileiro, principalmente de Porto Alegre ao Espírito Santo. Prestes Filho (2009) relata que, com os portugueses veio o famoso entrudo (brincadeira de origem ibero-lusitana, muito expressiva de Portugal). Todavia, a partir do século XIX, com a chegada da Família Real ao Brasil, o entrudo foi substituído pelas Sociedades Carnavalescas, com seus bailes de máscaras, confetes e fantasias luxuosas.

O carnaval brasileiro conforme o relato de Queiroz (1992) foi dividido em três períodos na história: a) O Entrudo; b) O Grande Carnaval e, c) o Carnaval Popular ou Pequeno Carnaval.

O Entrudo, palavra de origem latina que designa “entrada” – a entrada para as comemorações do carnaval – sendo que este período foi bastante conturbado. Isto porque, apresentava brincadeiras de mau gosto, com deboches grosseiros lançados para os transeuntes. Entretanto, havia interação, já que mesmo de dentro das casas, as pessoas participavam da brincadeira carnavalesca, jogando águas nos transeuntes que passavam sob suas janelas. Possivelmente até o Imperador D. Pedro II, tenha praticado o entrudo em seu palácio em Petrópolis (QUEIROZ, 1992).

As brincadeiras que envolviam o entrudo dentro das casas na época do Brasil colonial, os jovens lançavam entre si limões-de-cheiro, como podemos observar nessa pintura abaixo de August Earle. Até mesmo o imperador D. Pedro II participava da brincadeira, conforme noticiado pelo *Jornal Gazetinha, de 1882*. Mas a folia maior acontecia nas ruas das cidades envolvendo escravos e forros.



Figura 4. Jogos durante o Entrudo no Rio de Janeiro (1822).

<https://arteeartistas.com.br/carnaval-jean-baptiste-debret-origem/2018>.

Na ilustração abaixo, de 1884, Angelo Agostini retrata "O Entrudo", uma antiga forma de carnaval de rua. Na figura é interessante, observar o vendedor de limões de cheiro e os lançamentos dos mesmos.

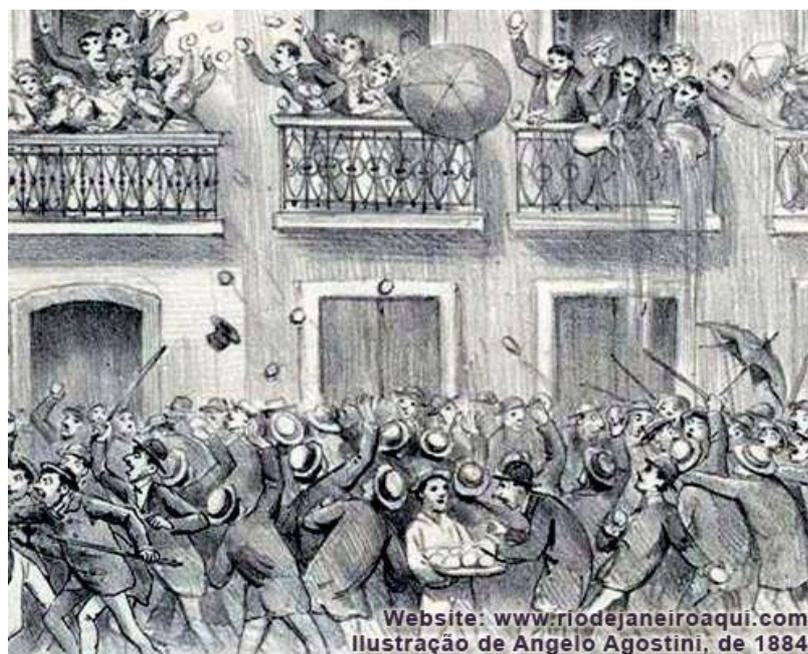


Figura 5. Angelo Agostini (1884) retrata a prática do entrudo.

Fonte: <https://www.riodejaneiroaqui.com/carnaval/carnaval-entrudo.html>/ acesso em out 2019.

As brincadeiras do entrudo constavam de banhos de água fria, assim como acontecem até hoje por exemplo na cidade de Ponta Porã-MS com guerras de bexigas com água, lançamento de punhados de farinha e fuligem e ataques com ovos podres, verduras, legumes e frutas estragadas. Estas ações eram realizadas pelos amigos e famílias de todas as classes sociais, no entanto os escravos não poderiam participar (TRAMONTE, 1996).

Na imagem abaixo, uma ilustração de Debret, do início do século XIX, também mostrando a brincadeira do entrudo nas ruas do Rio de Janeiro. Na cena se vê uma mulher com uma bandeja vendendo limões de cheiro, foliões atirando os limões, um outro folião com uma bisnaga d'água e alguém passando farinha na face de uma vendedora ambulante.



Figura 6. Jean Baptiste Debret (1823) retratou a prática do entrudo no Rio de Janeiro.

Fonte: <https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/carnaval/a-pratica-carnavalesca-entrudo.htm> acesso em: set2019.

Abaixo uma das obras mais antiga com característica alusiva a essa festa popular. O Quadro de Pieter Bruegel, o Velho, intitulado '*Luta entre o Carnaval e a Quaresma*'.



Figura 7. Luta entre o Carnaval e a Quaresma –1559 Kunsthistorisches Museum de Viena.

Fonte: <https://institutopoimenica.com/2015/02/19/a-batalha-entre-o-carnaval-e-a-quaresma-bruegel/>.

Embora de descendência “veneziana ou parisiense”, o carnaval brasileiro não pertence a povo algum, e nem a um tempo em particular. Na verdade, a aprovação rápida e generalizada da nova brincadeira nos dias de entrudo talvez devesse ao fato de que trouxessem para as ruas uma falsa sensação de liberdade e igualdade. A presença simultânea de diferentes segmentos sociais nas festas, era traço comum à tradição festiva local antes mesmo da Independência ou na primeira metade do século XIX (CUNHA, 2001).

Já na metade do século XIX, houve uma investigação do Império sobre as brincadeiras do entrudo e, este passou a ser proibido no Rio de Janeiro. Com a proibição e repressão do entrudo nas ruas do Rio de Janeiro, novas formas de festejo do carnaval foram surgindo, sejam nos bailes mascarados dos salões e teatros destinados às elites ou nos cordões de rua praticados pela população das classes baixas, profanando a estética e conteúdo das procissões religiosas (GIRON, 2011).

Inicia-se então, o segundo período de carnaval, denominado Grande Carnaval, tanto no Brasil quanto em Portugal. Na época que transcorre o Grande Carnaval (1850), o Brasil atravessa o grande momento econômico do desenvolvimento das lavouras de café, fazendo com que a população do sudeste do Brasil adquira uma vida mais urbana.

Com a proibição do entrudo, o Grande Carnaval passou a ser um folguedo apenas para a alta sociedade deixando de lado o resto da população. Isto porque a produção deste carnaval

era mais dispendiosa financeiramente, pois os produtos comprados vinham do exterior (QUEIROZ, 1992).

No Grande Carnaval, a mulher não podia participar dos folguedos, só podia assistir aos desfiles, o que era oposto ao entrudo, onde a mulher comandava, organizava toda a festa e os homens estavam presentes para apoiar e ajudar quando necessário.

Tramonte (1996, p. 23) relata que o Grande Carnaval se definia assim, nessa época, “como um folguedo das camadas urbanas médias e altas. As camadas inferiores forneciam a mão-de-obra para a sua realização e o público para aplaudir ou vaiar os cortejos”.

Já no século XX, aproximadamente por volta de 1928, surgiram as escolas de samba no Rio de Janeiro, visto que as camadas inferiores se sentiam reprimidas quanto à participação no Carnaval e criaram essa nova forma de comemorar esse período de festa. Como se pode ver na foto abaixo da primeira Escola de Samba do Rio de Janeiro.



Figura 8. Primeira Escola de Samba do Brasil, Rio de Janeiro, 1929 – Deixa Falar.

Fonte: <https://extra.globo.com/noticias/carnaval/80-anos-de-desfile/primeira-escola-da-historia-deixa-falarnunca-desfilou-como-escola-de-samba-3703805.html/2009>.

Queiroz (1992, p. 74) afirma que (...)“as escolas de samba são sociedades civis de cultura e lazer, sem finalidades lucrativas”. Com isto, as escolas de samba tornaram-se uma prática cultural, dando base às relações socioeconômicas e políticas da sociedade local que a constitui. A seguir uma foto de um desfile da atualidade, onde ocorre o envolvimento de boa parte da comunidade local.



Figura 9. Desfile de Escola de Samba 2019, Campo Grande/MS.

Fonte: <https://www.midiamax.com.br/midiamaais/2019/liga-define-ordem-do-desfile-de-2019-das-escolas-desamba-em-campo-grande>.

E assim o Carnaval desenvolveu, e criou suas próprias características e singularidades culturais, como explica Tramonte (1996, p.42).

Se o carnaval brasileiro tem suas origens nas formas europeias (entrudo português e Sociedades Carnavalescas inspiradas nos moldes de Veneza e Paris), as populações marginalizadas reverterão este quadro, principalmente tendo como instrumento sua competência artística, pois o samba supera os ritmos carnavalescos anteriores e assimila as formas estruturais dos cortejos (espetáculos das Grandes Sociedades e ranchos) penetra na indústria cultural e torna-se símbolo nacional.

Nesse contexto, o que se pode dizer é que o carnaval é uma mistura de raças, gêneros musicais e atividades culturais, que foram se mesclando e tornando-se uma coisa só, com as diferentes formas de realização conforme a região. Contudo, não podemos confundir mistura com uma falsa imagem de igualdade social, como argumenta Guerra (2009, p. 64).

A festa é um símbolo de identidade. A estrutura de produção e consumo da festa não apaga as diferenças existente entre os participantes (incluídos), ela beneficia o encontro para que possam produzir, reiterar, negociar e fortalecer as identidades sociais. As pessoas que observam ou trabalham na preparação e realização do evento são mantidas como expectadoras (excluídas), mas culturalmente não estão livres das influencias dos valores e símbolos que circulam no espaço do outro.

Essas diferenças entre as pessoas que compõem a festa, podem ser julgadas por pessoas que desconhecem os valores do grupo e a dinâmica da festa como uma balburdia ou desordem

(GUERRA, 2009), e não como valores culturais regionais, como acontece no carnaval que evidencia uma singularidade cultural única em cada local.

Assim temos no Rio de Janeiro, São Paulo e Florianópolis os desfiles das escolas de samba, em Salvador os trios elétricos; em Recife tem-se o frevo e os blocos carnavalescos; em Olinda os bonecos gigantes feitos de papel machê e o Maracatu, formando assim a mistura dos povos e a arte de festejar o carnaval de cada um.

2.3 UMA BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO DO CARNAVAL DE CAMPO GRANDE – MS

É importante observar que, no final do século XIX e início do século XX, quando não havia ainda a Rua 14 de Julho, as folias carnavalescas ocorriam na Rua 26 de Agosto, sob a forma de entrudo, que era brincadeira de jogar bexigas com água uns nos outros, farinha de trigo e tudo que perturbasse o transeunte sem causar mal a ele (CONTAR, 1999).

Com o transcorrer do tempo, embasados em relatos orais e registros de historiadores do Estado, percebe-se a transformação do carnaval em Campo Grande – MS.

Os desfiles carnavalescos tiveram origem na cidade morena no ano de 1913 com o Clube dos Fidalgos, a intenção era que a modesta vila de Santo Antônio de Campo Grande tivesse um carnaval de verdade, nos moldes do carnaval carioca o que inspirou a criação de outros cordões nos anos seguintes.

Como relata Almeida (2003, p. 7)

Pena que não se tenha uma fotografia da época para se conceber uma ideia nítida do que foi essa memorável festa, e a sua beleza serviu para demonstrar, sem embargo do atraso do vilarejo, que existia entre os homens, alto espírito de solidariedade e de amor a terra, somente acessível, por sem dúvida, a um grupo de abnegados tal o que existia em 1914.

De acordo com relato de Contar (1999), o carnaval de 1914 foi o grande acontecimento que ocorreu antes da chegada da estrada de ferro e da instalação dos quartéis, tornando assim o ano mais importante desse século para a história de Campo Grande.

Já na década de 1920, com a chegada dos primeiros automóveis na cidade, com o Clube do Automóvel surgiu então a novidade do Corso, que nada mais era que um desfile de automóveis decorados com moças e rapazes fantasiados percorrendo a Rua 14 de Julho,

ocorrendo uma verdadeira batalha de confetes, serpentinas e lança perfume enquanto os blocos faziam sua batucada no meio da rua (MACHADO, 1995).

O Rádio Clube foi fundado em 1924 como podemos ver na foto abaixo e, antes de sua fundação os festejos carnavalescos eram realizados em casas de família, nos salões da intendência municipal, no Cine Trianon da Rua 14 de Julho, no Recreativo. Após o Rádio, surgiram novos clubes como o Cassino dos Oficiais, a Sociedade Beneficente Portuguesa, o Libanês, entre outros (CONTAR, 1999).



Figura 10. Bailes de carnaval eram feitos no centro de Campo Grande (1924).

Fonte: <https://www.topmidianews.com.br/cidade-morena/charmoso-e-animado-carnaval-do-radio-clube-eraabsoluto-e-marcou-a/11/02/2018>.

Naquela época houve muitos foliões que podem ser lembrados tais como, Miguel Garcia Martins, Domingos Giordano, Osvaldo Santos Pereira, Paulo Correa da Costa, Alzerindo Valadares, Ângelo Fragelli, IssaCalif, Geraldo de Almeida e Ari de Souza.

Depois do entrudo e do corso, que dominaram a cena carnavalesca em Campo Grande por um certo período, nos meados dos anos 1940 uma nova modalidade de desfile chega às ruas da cidade. Surgem então, os Blocos de Embalo, como podemos verificar na foto de um jornal que retrata esta época.

O Carnaval antes da Capital



Figura 11. Os Blocos de Embalo. Anos de 1940.

Fonte: O Estado, 25/02/2019.

Os Blocos de Embalo eram agremiações organizadas, com abre-alas, porta-estandarte, rainha e bateria de verdade que se apresentavam para o público, disputando aplausos e cumplicidade para ser eleita a melhor, a campeã (CONTAR, 1999).

Pelo relato de Contar (1999), os blocos da época compreendiam os Filhos da Felicidade, que era conhecido como Bloco do Badú, o nome de quem organizou o grupo, era formado de foliões fantasiados de índios que, com suas marchinhas ia abrindo espaço para a passagem do bloco ao longo da Rua 14 de Julho. Outro bloco era o Flor de Maio, fundado pelo Nelsão, que se diferenciava dos Filhos da Felicidade a partir do ritmo, desfilava no ritmo de samba enquanto que o grupo do Badú se apresentava ao ritmo de marchinha. Havia ainda, o terceiro bloco denominado Bloco do Índio, este era menor que os outros, mas apresentava com todas as alas, menos com a de índio. O seu fundador era o índio Albernaz (IGRHMS, 2019).

Na década de 1950, chega o bloco Maria Escandalosa, além dos Turistas do Espaço que surpreendeu pelas suas fantasias espaciais, antevendo a era dos discos voadores.

Por muitos anos os blocos de rua foram atrações do carnaval campo-grandense, até que na década de 1960, o bloco “Acadêmicos do Jardim Brasil” foi transformado em escola de samba, a primeira da cidade denominada “Grêmio Recreativo Escola de Samba Acadêmicos do Samba”.

Com o advento da primeira escola de samba, foram criadas outras com o decorrer do tempo, tais como, “GRES Unidos da Vila Carvalho”, a “Igrejinha”, “Unidos do Cruzeiro”, “Estação Primeira do São Francisco”.

Nas décadas de 1960 a 1990, o que predominou foi o Carnaval dos clubes da cidade, sendo que eles promoviam grandes carnavais, como o Rádio Clube, Libanês, Noroeste, Salgado Filho, Surian, União dos Sargentos e um pouco antes, o Centro Português. A disputa de bons carnavais recaía sempre no Rádio Clube e Libanês, conforme ilustrado na figura abaixo.



Carnaval no Clube Libanês, Campo Grande, 1974.

Figura 12. Baile de carnaval, clube Libanês, 1974.

Fonte: HIGA, Roberto. História de MS.

No tempo em que os bailes de salão reinavam absolutos, há um que não sai da memória de quem viveu o carnaval em Campo Grande décadas atrás: os do Rádio Clube. A festa reunia a ‘nata’ da sociedade, como o ‘Gabura’ e Marilú Guimarães, ao som de marchinhas e sambas-enredo.

Os bailes de Rádio contavam ainda com desfiles de fantasias e a disputa dos blocos. Salvador Dódero conta que havia concurso para as crianças e para os adultos. "Na sexta-feira apresentávamos a fantasia ‘originalidade’ e no último dia era a vez da fantasia luxo”, finalizou (SOUZA, 2018).

Evento no Clube Estoril dá largada para a festa de Momo em Campo Grande, 03 de fevereiro de 2018. Foto de Valdir Gomes um dos maiores vencedores em concursos de fantasia no Estado, conforme atesta a foto abaixo.



Figura 13. Fantasia apresentada no desfile do Clube Estoril em fevereiro de 2018.

Fonte: www.pagina1news.com.br/ fev. 2018.

A seguir uma breve descrição do carnavalesco Valdir Gomes segundo Medeiros (2019):

Valdir tem 63 anos e é funcionário aposentado tendo trabalhado por 35 anos como chefe de fiscalização de obras. Além disso, ele possui outro vínculo com o município como professor. Ele também foi presidente do Sindicato dos Servidores Municipais (SISEM).

É bastante conhecido no meio carnavalesco, onde idealiza e desfila com fantasias de luxo, principalmente nos carnavais de Campo Grande e Corumbá na categoria *hors concours*.

Sinônimo de criatividade, brilho e premiação na passarela do samba, o carnavalesco – e atual vereador por Campo Grande – Valdir Gomes coleciona títulos ao longo dos 38 anos dedicados à Folia de Momo, no Estado. *Hors-concours*, ele foi destaque em três escolas de samba de Campo Grande no carnaval de 2019: Deixa Falar, Igrejinha e Vila Carvalho. “Dei meu toque pessoal à fantasia, que está sendo finalizada pelo carnavalesco Francis Fabian e equipe”, conta Valdir. Toda em preto e prata, é feita com *strass* e plumas de faisão (algumas naturais), para enriquecer ainda mais o trabalho.

Abaixo outra foto do carnavalesco Valdir Gomes para enfatizar sua importância na cultura e no carnaval local.



Figura 14. Igrejinha escolhe Valdir Gomes como enredo para voltar ao desfile em 2014.

Fonte: kempfer, Ângela. www.campograndenews.com.br, 21/09/2013.

Para Contar (1999), naquele período, o bloco Jardim Brasil desfilou durante a década de 1960, até que foi transformado na primeira escola de samba pelo seu criador Gregório Corrêa (Goinha), o que originou uma nova fase dos desfiles na cidade. Além do carnaval dos clubes, na rua acontecem os desfiles com as escolas de samba que foram surgindo gradativamente, começando pelo Grêmio Recreativo Escola de Samba Acadêmicos do Samba (Goinha), Catedráticos do Samba (Carlão), Grêmio Recreativo Escola de Samba Unidos da Vila Carvalho (Felipe Duque – Felipão), Unidos do Cruzeiro, Igrejinha e, entre outras, a última que se tem por registro foi criada em 2011, Grêmio Recreativo Escola de Samba Deixa Falar. (Figura, abaixo)



Figura 15. Carro abre-alas do GRES Deixa Falar.

Fonte: PAVÃO, Gabriela– G1 MS/13 fev. 2013.

No período de 1996 a 1998, não houve desfiles de nas ruas da capital, ocasionando falta de folguedos carnavalescos de rua e, de 1999, em diante a prefeitura reassumiu o desafio de fazer um carnaval que propiciasse o entretenimento às pessoas sem condições de ter acesso a clubes ou à festa paga, iniciando assim o carnaval na Avenida Fernando Corrêa da Costa. Nessa época houve uma “baianização” do carnaval com shows montados em palcos na Avenida, como acontece nos carnavais na Bahia e nas micaretas (XAVIER; MAIA, 2010), enquanto que os desfiles das escolas de samba eram realizados na Rua 14 de Julho (1999-2007), de a 2008 a 2010 na Orla e que mais tarde foram transferidos para a Praça do Papa no ano de 2011.

No carnaval de rua, um dos mais ativos incentivadores desse projeto, a partir de 2000, foi o chefe de gabinete do Prefeito André Puccinelli, Osmar Jerônimo. Incansável, participou de todo o processo de organização e realização da festa. Da mesma forma atuou o titular da Secretaria Municipal de Cultura e Esporte (SEMCE) Américo Calheiros, comprovando sua afinidade com uma das pastas mais exigida pelo prefeito, cuja administração prioriza o lazer popular (Revista Momentos, 2000).

O Carnaval da Avenida Fernando Corrêa da Costa ocorreu até 2015, quando foi encerrado devido, segundo os organizadores, pela crise econômica pela qual o Município passava (ANDRADE, 2016).

No decorrer desse período, os clubes foram ficando esquecidos e com a falta de público, pois os foliões optavam por viajar para o interior e comemorar o período carnavalesco, deixando o carnaval da capital.

No entanto, paralelamente ao carnaval da avenida e o esvaziamento dos clubes houve reuniões de pessoas que gostam dessa manifestação e começaram a se movimentar para montar blocos de rua, sendo que o Cordão Valu foi o primeiro bloco independente criado em 2006. A abaixo a foto de uma publicação através da mídia eletrônica sobre o desfile do Cordão.



Figura 16. Cordão Valu.

Fonte: [https://www.midiamax.com.br/midiamais/2019/blocos-tradicionais-reafirmam-que-haveracarnaval-de-rua-em-campo-grande/28 fev. 2019](https://www.midiamax.com.br/midiamais/2019/blocos-tradicionais-reafirmam-que-haveracarnaval-de-rua-em-campo-grande/28%20fev.%202019).

Depois da criação do Cordão Valu, que é o objeto deste estudo, foram formados entre outros os blocos o Evoé Baco do Grupo de Teatro Maracangalha, o Capivara Blasé liderado pelo Vitor Hugo Samudio. E assim, os blocos de rua têm sido a preferência para a maioria dos foliões, em Campo Grande (IPF/MS, 2017).

CAPÍTULO 3 O CORDÃO VALU

O lazer é parte integrante da vida cotidiana das pessoas e constitui, sem dúvida, o lado mais agradável e descontraído de sua rotina. Exatamente por estas razões é que não está imune a preconceitos quando se trata, não de desfrutá-lo, mas de refletir sobre seu significado (MAGNANI, 2003).

Em primeiro lugar, é considerado irrelevante, enquanto tema de pesquisa: há coisas mais sérias, como o trabalho e a política. O conceito de lazer já exige maiores reflexões na sua interpretação dado ao seu caráter interdisciplinar e de enfoque multiprofissional, cujo entendimento dependerá da vertente predominante de análise, isto é, seja pela linha da antropologia, sociologia, psicologia, etc. Reconhece-se, em geral, que o turismo é parte integrante do lazer e elemento contemporâneo fundamental para análise de tal esfera da vida humana (UVINHA, 2007).

No que diz respeito à formação profissional e ao mercado de trabalho em lazer e turismo no Brasil, observa-se uma clara prevalência do segundo em detrimento do primeiro, em relação as ofertas de cursos superiores. Dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP), vinculado ao Ministério da Educação, apontavam, ao final de 2006, 716 cursos de turismo e 38 de graduação em lazer (BRASIL, 2006).

Historicamente, observa-se que algumas manifestações se transformaram em lucrativo produto de consumo no mercado do esporte e lazer no país, manipuladas pelo processo de mercadorização de bens culturais. Samba, futebol e carnaval, por exemplo, foram disponibilizados para a comercialização que os norteiam como arte, esporte e lazer (ZOTOVICI, 2013).



POR QUE GOSTAMOS
TANTO DA FESTA?

Figura 17. Porque gostamos tanto da festa?

Fonte: FREGATTO, Eduardo. Correio do Estado, 17/02/2015.

O carnaval é um modelo de entretenimento e uma manifestação da cultura popular legítima, de origem brasileira, e com a qual milhares se envolvem de forma apaixonada e dedicada. A festa é, sem dúvida, um período no correr dos dias, que possui um estilo próprio e uma função relevante no interior das quais se desenvolvem dimensões culturais que, tem para o conjunto da vida social, um efeito restaurador que contribui para equilíbrio, o social e o individual (BUENO, 2012).

É importante analisar as crenças, costumes, festas, valores e formas de entretenimento na forma em que se apresenta hoje, pois a cultura, mais que uma soma de produtos, é o processo de sua constante recriação, num espaço socialmente determinado (MAGNANI,2003).

Também gera empregos e retorno financeiro, além de que muitas escolas e blocos desenvolvem projetos sociais junto as suas comunidades. No entanto, são muito conhecidas as discussões sobre esse setor a partir das reclamações e questionamentos de alguns quanto ao uso dos recursos públicos nessa festa.



Figura 18. Locais de folia.

Fonte: PALHETA, Fernanda. O Estado, 25/02/2019.

Como demonstra a publicação acima, na atualidade o carnaval de rua em Campo Grande é dividido em três setores, o desfile das escolas de samba, sob a responsabilidade da Liga das Entidades Carnavalescas de Campo Grande (LIENCA), o desfile dos blocos carnavalescos oficiais, geridos pela Associação dos Blocos, Bandas, Cordões e Corsos, Carnavalescos e Cultural de Campo Grande (ABLANC) – os dois eventos recebem apoio financeiro e estrutural do governo do Estado através da Fundação de Cultura do MS; e o desfile dos blocos independentes de carnaval que recebem apenas apoio estrutural do poder público, como exemplos destes podemos citar o Capivara Blasé e o Cordão Valu, tradicionais blocos da capital.

No ano de 2019 era para acontecer uma festa na Avenida Interlagos, seria montado um palco para shows com bandas, nos moldes dos que aconteceram em anos anteriores na Avenida Fernando Corrêa da Costa, com matinês e apresentações até a madrugada, infelizmente devido ao mau tempo o evento foi cancelado neste local. O cancelamento desta festa de carnaval da Prefeitura de Campo Grande, pode atrapalhar o cumprimento das exigências feitas pelo Ministério Público Estadual de MS (MPE-MS) para liberação da Esplanada Ferroviária, palco dos desfiles de blocos independentes (PALHETA, 2019).

Sem este evento os organizadores temem com o inchaço dos blocos e problemas na dispersão dos foliões. “Essa é nossa grande preocupação a partir de agora, e deveria ser da prefeitura também,” entrevistada 1 (SILVANA VALU, 2019), porque foi assinado um TAC [Termo de Ajustamento de Conduta], documento assinado no dia 28 de janeiro de 2019, pelas partes envolvidas com o desfile dos blocos independentes, prefeitura, SECTUR, diretores dos blocos Capivara Blasé e Cordão Valu, para que o evento seja autorizado a ser realizado na Esplanada Ferroviária nos dias 2, 4, 5 e 9 de março 2019 das 14 às 22 h, onde todos se comprometeram junto ao MPE-MS a cumprirem algumas obrigações, com o intuito de garantir a qualidade da festa, a segurança dos foliões e a manutenção e conservação dos prédios tombados (TAC em anexo III). Sobre esse documento aponta a líder do Cordão, Silvana Valu

Mas a gente sente que nós, blocos, podemos ser os mais penalizados. Porque nós cumprimos todas as exigências feitas pelo MPE, pela prefeitura, pelo Estado e a gente tem medo de que cause um inchaço muito grande, nós estamos muito preocupados com a questão da dispersão. A gente não quer o uso de força, de violência, fizemos muito esse pedido, então nós devemos ter estratégias para acabar às 22h (PALHETA, 2019).

A prefeitura voltou a organizar o carnaval popular porque percebeu uma necessidade e um movimento muito grande da população e das pessoas que vem do interior ou de outros estados para curtir o carnaval na nossa cidade. Com o aumento no número de foliões, muitos estão ficando sem opções para brincar, o que provoca um inchaço em locais como a Esplanada e dificulta a segurança dos usuários. Até porque a maioria dos foliões buscam entre as três opções de divertimento na cidade durante o carnaval, os desfiles dos blocos na Esplanada, como fica estampado na manchete do jornal O Estado a seguir, sobre a festa nos blocos de rua (COSTA JR, 2016).

Festa de todos

Carnaval de rua dos blocos se consolida como a melhor opção para a folia na Capital

Figura 19. Festa de todos.

Fonte: COSTA JR, João. O Estado, 05/02/2016.

Segundo Jeferson Contar “Os blocos aparentam mais organização, pois geralmente contam com pessoas vestidas com abadá e são ligadas a associações, enfim, organizados. Enquanto os cordões são folias mais soltas, aonde vai quem quer, sem abadá mesmo, só para curtir o carnaval”. (ROSSI, 2010) Em Campo Grande, desde a década de 2000, a busca dos foliões pelos blocos e cordões no carnaval tem aumentado muito. Um dos motivos desse crescimento é a busca pela liberdade, por uma festa mais tradicional e mais em conta, pois não necessita pagamento de entrada. Durante esses anos vários blocos e cordões fizeram a festa em desfiles animados em nossa cidade, dentre os quais podemos citar: Bloco do Fubá, Vai Quem Vem, Calcinha Molhada, As Depravadas, Bloco do Pequi, Imaginário Maracangalha Evoé Baco, Tambores Vento Bom, Bloco dos Sujos Rockers, Capivara Blasé e o mais tradicional o Cordão Valu, que é o tema principal deste trabalho.

3.1 A ORIGEM DO CORDÃO VALU



Desde 2006 figurando entre os principais blocos de Carnaval de Campo Grande, o Cordão Valu é comandado pelos artistas Jefferson Contar e Silvana Valu (no centro segurando o estandarte) e atral volume crescente de foliões

Figura 20. A origem do Cordão Valu.

Fonte: SCHRAMM, Saul. O Estado, 26/02/2014

A foto acima destaca os fundadores do bloco Cordão Valu, Jeferson Contar e Silvana Valu, em um desfile pelas ruas da Esplanada ferroviária.

No dia 02 de dezembro de 2006, foi inaugurado o bar da Valu, no bairro São Francisco, de propriedade do casal Silvana Valu e Jeferson Contar, os dois possuem uma história relacionada ao carnaval local, o pai de Jeferson, Edson Contar foi um dos fundadores da Escola de Samba Igrejinha e o pai dela, Edir Valu foi cantor da mesma escola por mais de 20 anos. O bar era sede e ponto de saída para os primeiros desfiles do bloco independente de carnaval de rua Cordão Valu, o bar fechou em 2008, mas o bloco parece e merece ter vida longa.

Desde o carnaval de 2007, o bloco vem desfilando na folia da cidade, e o que começou no dia 17 de fevereiro como um desejo do casal em resgatar a festa nos moldes de sua infância, ou seja uma festa que fosse “vívda” pelos foliões, em que eles fizessem parte do evento, fossem protagonistas e não apenas espectadores como era o formato na atualidade nos desfiles das escolas de samba e blocos oficiais, tornou-se referência quando o assunto é carnaval em Campo Grande.

As intenções na fundação do bloco são bem próximas às dos fundadores do bloco Galo da Madrugada, buscando uma valorização do aspecto cultural do evento, no caso do bloco pernambucano somente é permitido músicas típicas como o frevo e maracatu, enquanto que no Cordão Valu o ritmo que dita à folia são as marchinhas.

Assim, tanto no carnaval como nas outras festas populares a população sempre encontra meios de sair do papel passivo de espectador para assumir um papel participativo que reforça e nutre os laços sociais e, através das relações sociais que estão na base dessas manifestações ganham um sentido de pertencimento cultural.

O bloco no primeiro ano (2007) teve a participação de mais ou menos 100 pessoas, dados esses obtidos com a entrevistada 1 (SILVANA VALU), e vem aumentando desde então o número de participantes/foliões atingindo em 2019 mais de 80 mil pessoas nos dois dias de desfile (RIBEIRO, 2019). Números estes demonstrados em publicação do jornal citado no texto, e que vem como destaque na foto que segue.



Cordão Valu marca folia na Capital com 80 mil de recorde de público

Figura 21. O recorde.

Fonte: RIBEIRO, Leo. O Estado, 07/03/2019.

No dia 02 de fevereiro de 2008, aconteceu o segundo desfile do bloco. Contudo, somente a partir do terceiro ano em 2009, o bloco começa a assumir algum destaque no carnaval da cidade, muito por não perder as características dos antigos carnavais, onde não existe a necessidade de ingressos ou qualquer tipo de barreira para participação do folião e o ritmo soberano são as marchinhas, como aponta Silvana Valu, uma das fundadoras do bloco "A ideia é não perder as características dos antigos carnavais, por isso não entra mesmo axé, pagode ou funk" (ROCHA, 2009), como se pode visualizar na manchete do jornal da época a seguir. É evidente que os foliões da cidade estavam carentes de uma festa mais tradicional e sem modismos. O desfile deste ano aconteceu em 21 de fevereiro.



Figura 22. Marchinhas.

Fonte: ROCHA, Oscar. Correio do Estado, 18/02/2009.

Em 2010, o desfile aconteceu no dia 13 de fevereiro, e no ano de 2011, o bloco foi às ruas no sábado de carnaval dia 05 de março.

A manchete abaixo evidencia o principal meio utilizado na época para arrecadar fundos para a realização do evento.

A vaquinha pede passagem

A antiga prática de contribuição coletiva continua mais atual do que nunca, sendo praticada nos mais diferentes meios; um dos mais recentes é o Cordão da Valú, que depende de ajuda para sair no carnaval

Figura 23. A vaquinha pede passagem.

Fonte: ROCHA, Oscar. Correio do Estado, 26/01/2012.

Em 2012, a média de público no cordão era de 300 pessoas e os recursos para o desfile vinham de práticas comuns como as conhecidas “vaquinhas”- a expressão fazer “vaquinha”, segundo o professor Ari Riboldi, no livro “O Bode Expiatório”, surgiu de uma prática de premiação no futebol, sob o nome de bicho, em 1923, a torcida do Vasco da Gama, do Rio de Janeiro, resolveu estimular os atletas de seu time a se dedicarem ao jogo com maior empenho. Passaram a arrecadar dinheiro e dar como prêmio aos atletas em valores proporcionais aos

resultados alcançados pelo time em campo e o valor da premiação tinha inspiração nos números do jogo do bicho, onde o maior valor era baseado no número 25, o número da vaca. (ROCHA, 2012) – já que o evento não conta com o apoio financeiro do setor público e estima um gasto em torno de 2.500,00 reais, para contratação de músicos e locação de equipamentos de som. Os desfiles aconteceram nos dias 19 e 20 de fevereiro, único ano em que não saiu no sábado porque era também o dia do desfile da escola Igrejinha e muitos que curtiam o bloco eram integrantes da escola.

ANIMAÇÃO

Blocos são destaque na folia de 2013 em Campo Grande

Além dos independentes Valu e Maracangalha, pelo menos uma dezena de outras formações, vindas de diferentes bairros, levaram diversão e irreverência à Esplanada Ferroviária

Figura 24. Blocos são destaque.

Fonte: MEDEIROS, Cristina. Correio do Estado, 13/02/2013.

Além dos blocos independentes já acostumados em realizar seus desfiles na Esplanada, em 2013 o local também foi palco para os blocos oficiais da ABLANC desfilarem como é relatado na manchete anterior.

Este ano pode ser considerado o *boom* em que a alegria e irreverência dos blocos de rua foram retomados na capital, além do resgate do carnaval e dos elementos dessa tradição reconhecida popularmente em nível nacional e internacional, a modalidade dos blocos e cordões trazem em si uma percepção de território, contribuindo para a apropriação do patrimônio pela população (VILELA, 2015). Neste ano o Cordão realizou quatro eventos de pré-carnavais e a vaquinha online para obtenção de recursos financeiros para pagar os desfiles que aconteceram nos dias 9 e 12 de fevereiro, e reuniram em torno de 400 pessoas (ANDRADE, 2013).

Em 2014, no ano do centenário da inauguração da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil na cidade é publicado o tombamento do Complexo Ferroviário Histórico e Urbanístico de Campo Grande, por meio de uma publicação assinada pela ministra da Cultura e publicada no Diário Oficial da União (DOU nº87 seção 3 p.11 de 9 de maio de 2011) Processo de Tombamento nº1536-T06. De acordo com o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), o processo de tombamento da área começou em 2006, com um levantamento

da importância histórica dos imóveis, realizado por uma equipe de técnicos do instituto. Abaixo um mapa do que foi tombado como patrimônio.



Figura 25. Mapa de tombamento.

Fonte: MENDONÇA, Maressa. O Estado, 01/03/2014.

FOLIA

Cordão Valu ganha espaço no carnaval de rua da Capital

Mais de mil foliões brincaram no bloco que mais cresce na cidade, ontem, na Esplanada Ferroviária

Figura 26. Destaque no carnaval.

Fonte: CAMPOS, Daniel. Correio do Estado, 02/03/2014.

Em 2014, os desfiles aconteceram nos dias 01 e 04 de março, com um público participante de mais de mil pessoas por dia, como fica evidente na figura anterior.

Foi o primeiro ano em que se buscou ajuda do poder público para realização do evento, através de um ofício enviado a Fundação Municipal de Cultura (FUNDAC), solicitando a limpeza, banheiros químicos e segurança, pois a festa tomava proporções que exigiram um investimento maior dos organizadores (MENDONÇA, 2014).

Apesar desses números foi divulgada uma pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa de Mato Grosso do Sul (IPEMS) apontando que 72% dos entrevistados não curtem a

folia na capital, ainda assim, 60% da população economicamente ativa irão permanecer em Campo Grande durante as festividades. Para o presidente da LIENCA, Eduardo de Souza Neto, a pesquisa não reflete a realidade, “na capital o desinteresse que exista vem da falta de divulgação” (ANDRADE, 2014).

Cordão Valu recupera o Carnaval tradicional



Cerca de 12 mil pessoas compareceram à região central de Campo Grande para pular ao som das marchinhas

Figura 27. Cordão Valu recupera o carnaval tradicional.

Fonte: RESQUIM, Ana Karolyna. O Estado, 19/02/2015.

No ano de 2015, os desfiles aconteceram nos dias 14 e 17 de fevereiro e reuniram um público de 12 mil pessoas nos dois dias. Apesar da crise nos recursos públicos que prejudicam a realização do carnaval no interior do Estado, onde 12 cidades cancelaram a realização da festa, em Campo Grande a realidade não poderia ser mais satisfatória para os foliões. Neste ano, a força da festa ficou mais evidente e inegável (FREGATTO, 2015), como pode ser comprovada na figura acima. Isso se torna uma realidade nas palavras da entrevistada 1 (SILVANA VALU, 2019)

Eu sempre digo que o Cordão Valu, ele virou o que é, porque a gente trouxe pra Campo Grande um modelo que já existe no Brasil inteiro, que é o folião participar do carnaval, não existe uma arquibancada que você senta e fica assistindo o bloco passar. Se você está ali, você está no bloco, você é o bloco, é muito interessante porque as pessoas viram protagonistas.

Em 2016 não aconteceu a folia na Avenida Fernando Corrêa da Costa, endereço tradicional da cidade, a culpa do cancelamento é a crise financeira, afirma a prefeitura (ANDRADE, 2016). Contudo, segundo a guarda municipal, nos dias 06 e 09 de fevereiro, mesmo com a chuva, o Cordão Valu arrastou para a festa 20 mil foliões destes, mais de mil pessoas estiveram na matinê de terça-feira.

Em 2017, o bloco levou 10 mil foliões no dia 25 de fevereiro e mais 25 mil no dia 28 do mesmo mês, de um total de 60 mil pessoas que curtiram o carnaval nos quatro dias de festa, segundo informações da Polícia Militar.

A partir deste ano começaram as discussões entre IPHAN, representantes de blocos e a prefeitura para realizar melhorias durante o evento, principalmente com relação à segurança e limpeza no local. Pesquisa realizada pela IPF-MS em parceria com a SECTUR (Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Campo Grande MS), apontou que 26,52% dos foliões buscaram o bloco Cordão Valu este ano para curtir o carnaval. Abaixo se apresenta os dados e o gráfico do IPF-MS.

Preferência durante o Carnaval.

Evento		
CORDÃO VALÚ	105	26,52%
LIENCA	78	19,70%
EVOÉ	51	12,88%
ABLANC	50	12,63%
VAI QUEM VEM	42	10,61%
CAPIVARA BLASÉ	48	12,12%
CALCINHA MOLHADA	22	5,56%
TOTAL	396	100,00%

Figura 28. Evento preferencial.

Fonte: IPF-MS, 2017.

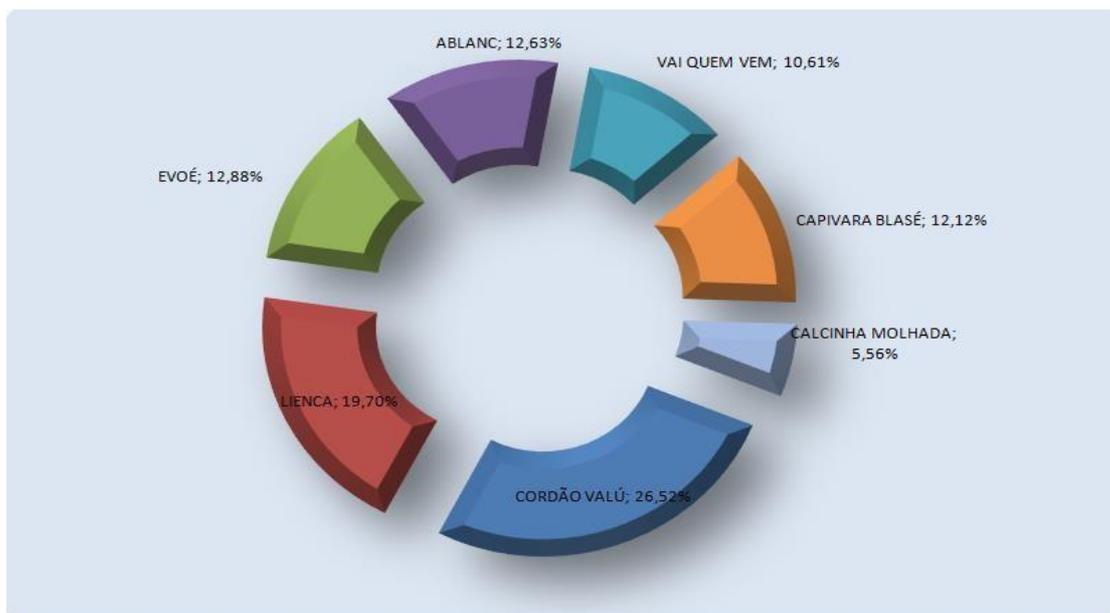


Figura 28. Evento preferencial.

Fonte: IPF-MS, 2017.

O ano de 2017, é o primeiro em que é realizada uma pesquisa de satisfação dos foliões que demonstra números interessantes com relação a qualidade do evento (IPF-MS). Mais de 28% consideraram o evento bom ou muito bom, como é demonstrado abaixo.

Avaliação do Carnaval, IPF-2017

Avaliação	Quant.	%
Não informado	23	8,52%
Muito bom	21	7,78%
Bom	57	21,11%
Regular	50	18,52%
Ruim	55	20,37%
Muito ruim	64	23,70%
Total	270	100,00%

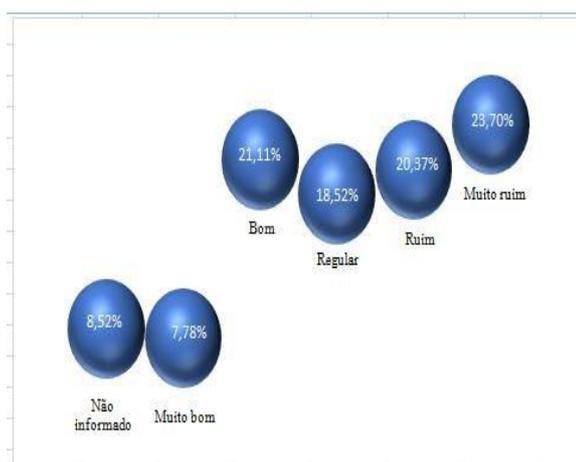


Figura 29. Pesquisa de Avaliação.

Fonte: IPF-MS, 2017.

Em 2018, os dias de folia em Campo Grande acabaram sendo marcados por brigas generalizadas, bombas de efeito moral da polícia e lixo espalhado pelas ruas. Fatos estes que deixam uma péssima impressão em quem vive e visualiza estas notícias publicadas nos dias posteriores a festa, como é relatada abaixo no jornal Correio do Estado (JARA e AQUINO, 2018).



Figura 30. Vandalismo.

Fonte: JARA, Tainá e AQUINO, Bruna. Correio do Estado, 13/02/2018.

Embora não seja responsabilidade dos organizadores dos blocos, a expectativa para o ano que vem é criar um plano de dispersão saudável de grupos que causam confusão no fim dos eventos. É necessário melhorar a organização fora do isolamento (JARA e AQUINO, 2018).

Apesar do tempo chuvoso, o público compareceu em peso na Esplanada Ferroviária, nos dias 10 e 13 de fevereiro, totalizando 50 mil pessoas que se divertiram enquanto o bloco homenageava o Cordão da Bola Preta, um bloco de rua carioca que completava 100 anos de fundação e segundo Jeferson Contar um dos criadores do Valu, “foi minha maior inspiração”. Durante a sua trajetória, inspirou não só a criação do Valu,

como também de tanto outros blocos e cordões, país afora (REGINA, 2018). Para arrecadar dinheiro foram realizadas cinco festas pré-carnavalescas na quadra da escola de Samba Igrejinha.

O Cordão da Bola Preta, foi fundado oficialmente em 31 de dezembro de 1918, por Álvaro Gomes de Oliveira, o “caveirinha” e um grupo de amigos, e conta com a participação de várias celebridades a nível nacional, como se pode comprovar na figura abaixo.



O ESTADO ARTES&LAZER Grupo Editorial (Tempo, Folha, O Dia, Jornal do Brasil) | 103

Tradição Celebrando 100 anos de fundação, grupo é um dos mais antigos do Brasil

Alana Regina

Valu vai homenagear o cordão carioca Bola Preta no Carnaval

Bola Preta foi um dos primeiros blocos a serem criados no país e é inspiração até hoje

O Cordão da Bola Preta, do Rio de Janeiro, terá seu aniversário no Carnaval 2018 organizado pelo Cordão Valu em Campo Grande. Esse ano, o grupo carioca comemora 100 anos de fundação e é um dos mais antigos grupos carnavalescos do Brasil. Durante a sua trajetória, inspirou não só a criação de Valu, como também de tantos outros cordões e blocos, país afora.

Nos pré-carnavais que vem realizando em Campo Grande, o Cordão Valu tem baseado a marcha em do Bola Preta. O mesmo vai ocorrer nas duas apresentações de Cordão tempo-grande nos dias 10 e 11 de fevereiro no Estádio do Valu, torcida símbolo do Bola Preta.

Silvana Valu e Jefferson Coutaz, os fundadores e líderes do Cordão da Capital, comemoram sobre a homenagem ao grupo carioca. “Ficamos o tributo ao Bola Preta por conta da sua representatividade na carnaval de rua do Rio e do país”, disse Silvana. “O Bola é uma referência. Foi a referência que inspirou o nascimento

de Cordão Valu em Campo Grande”, completa.

Ja Jefferson Coutaz lembra que o Bola Preta representa a tradição do carnaval de rua, dos antigos cordões. “O cordão carioca surgiu em 1918, como uma homenagem aos primeiros carnavalescos de Estado no Rio de Janeiro, que iniciaram no fim do século 19. E o nosso caso não é diferente, foi eu quem nos inspira, o Bola é uma referência nos antigos cordões”, contou.

O Cordão da Bola Preta foi fundado oficialmente no dia 31 de dezembro de 1918, por Álvaro Gomes de Oliveira, o “Caveirinha”, e um grupo de amigos. No Carnaval de 1919, realizou o seu primeiro desfile. Foi desfilado de 1930, os compositores Vicente Paiva e Nelson Barbosa criaram a marchinha “Quem não Chora não Dança”, que se tornou o hino do Cordão da Bola Preta. O lema do grupo é: “Tradição, Paz, Amor e Fé”.

O desfile do Bola Preta é realizado sempre no sábado de Carnaval, a partir das 9h, na Rua Primeiro de Março e Avenida Presidente Antônio Carlos, a ocupação do Rio e todas as suas ruas e praças. O Cordão arrasta uma multidão de aproximadamente dois milhões de pessoas. A madrinha do Bola é a cantora Maria Rita e a porta-estandarte é a atriz Leandra Leal.

A programação do evento em comemoração aos 100 anos do Bola Preta se estenderá por todo este mês, até o carnaval 2018. (Com memorias)

Referência Bola Preta sempre é referência do Cordão Valu.

Figura 31. O cordão do Bola Preta.

Fonte: REGINA, Alana. O Estado, 30/01/2018.

Para Nilde Brum, graças ao Cordão Valu, surgiram muitos outros cordões e blocos carnavalescos independentes na cidade. “O Cordão começou pequeno, mas seguro, foi se organizando, e hoje a gente percebe o quanto ele cresceu”. A Secretária de Cultura disse acreditar muito nesse trabalho, e acrescenta que há na capital, um mercado grande para

crescer, em relação aos cordões. “São grupos que vieram para ficar e construir uma nova história do carnaval de Campo Grande”, finaliza Brum.

Abaixo os dados e o gráfico da pesquisa de satisfação dos foliões com relação ao Carnaval 2018 e também segue no anexo I uma pesquisa comparativa do IPF-MS, entre os carnavais de 2017 e 2018.

Avaliação do carnaval IPF-2018

Avaliação	Freq.	%
Não informado	11	4,10%
Muito bom	33	12,20%
Bom	114	42,20%
Regular	58	21,50%
Ruim	33	12,20%
Muito ruim	21	7,80%
TOTAL OBS.	270	100%

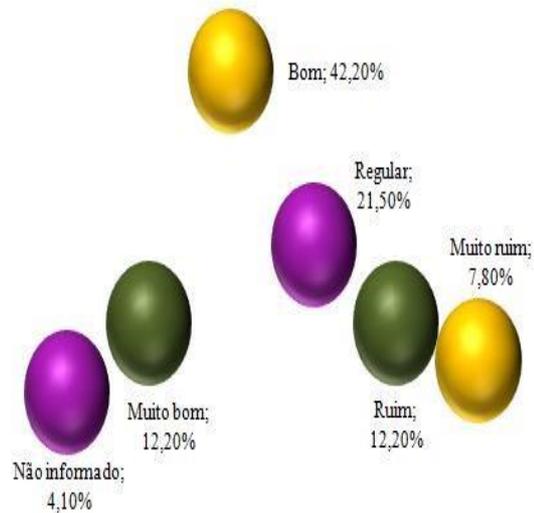


Figura 32. Pesquisa de avaliação.

Fonte: IPF-MS, 2018.

O Cordão é Nosso!

Cordão Valu atrai cada vez mais foliões que querem brincar ao som de sambas e marchinhas na rua

Figura 33. A paixão pelo Cordão.

Fonte: MENDONÇA, Maressa. O Estado, 26/02/2014.

A manchete acima demonstra exatamente qual o sentimento do folião que busca Campo grande para curtir o carnaval. O bloco nos dias atuais é considerado o mais tradicional do carnaval local, sempre realiza seus desfiles durante o dia, no sábado de carnaval pelas ruas do centro da cidade e tendo como principal ponto de encontro a Esplanada Ferroviária, local de concentração para o início e fim dos desfiles.

Este local que hoje é o maior tema de discussão entre moradores do bairro, gestores públicos, empresários, ou seja, todos os atores envolvidos direta ou indiretamente na realização do evento, por se tratar de um local histórico da cidade e que infelizmente é muito depreciado durante a realização da festa. De fato, não houve dentro do perímetro reservado ao evento nenhuma confusão, o problema ocorreu no entorno, no momento da dispersão. O prefeito Marcos Trad (PSD), afirmou que as depredações que foram registradas desestimulam a administração a contribuir com a festa. “Infelizmente, uma minoria desrespeitou o carnaval que é brincar e se divertir com responsabilidade. Presenciamos cenas e repudiamos os atos que nos envergonham e nos desestimulam a realização de novos eventos”, alegou o prefeito (MEDINA, 2019).

Contudo o espaço não é uma matéria inerte, um mero suporte das relações travadas entre indivíduos, mas parte constitutiva das relações sociais, incorporando significados que lhe são atribuídos por determinadas representações, revestindo-se de simbologias e participando da construção de certas identidades (ARRAIS,2011).

A folia no Cordão começou em 2007 na Esplanada e o que mais chamou a atenção dos organizadores foi justamente o aspecto histórico da região, “a Rua Dr. Ferreira, que é uma ruazinha de paralelepípedos, e essa rua parece muito com Olinda e ai a gente viu naquele cenário antigo e a gente já pensando nos carnavais que a gente tem na memória, que a gente vê na tv e a gente falou vamos ter que vir pra cá” Entrevistada 1(SILVANA VALU, 2019).

Foi uma escolha nossa, para nós aquele lugar significa muito. E depois Campo Grande também escolheu aquele local para o carnaval: a gente propôs e os foliões também acabaram escolhendo aquele lugar para o carnaval, então é um sentimento de pertencimento. É um lugar de patrimônio histórico e justamente por isso acaba nos remetendo a carnavais antigos, relata a líder do Cordão Valu. (PALHETA, 2019)

Outra característica de que o Cordão não abre mão é em relação à participação das crianças. Por conta disso, no ano de 2014 foi criado o Valuzinho, que é o espaço dos pequenos dentro do Cordão, no desfile oficial, pois eles são os foliões do amanhã, uma forma também de perpetuar o Valu e o carnaval de rua independente (REGINA, 2018).

Por ser um grupo de resistência, a favor da cultura popular, também defende a inclusão social no carnaval, neste sentido o desfile de 2019, contou com a presença de um

grupo de crianças cadeirantes, ou com algum tipo de deficiência. A ideia nasceu recentemente, durante um movimento de mães de menores portadores de algum tipo de deficiência. Elas residem em diferentes bairros da cidade. “São crianças que brincam e que gostam de festa” (SILVANA VALU), existe uma preocupação quanto à segurança, por isso as mães foram orientadas no sentido de esse grupo chegar mais cedo à Esplanada (a concentração para o desfile começa às 14 horas), e se colocar próximo do caminhão de som, para um melhor posicionamento (REZENDE, 2019).

Folia de Momo

Cordão Valu faz campanha de proteção à criança e ao adolescente no Carnaval

Para organização, festa deve ser curtida com alegria e também responsabilidade

Figura 34. Campanha social.

Fonte: RIBEIRO, Leo. O Estado, 23/02/2019.

Também em 2019, os líderes do bloco aceitaram fazer parte de uma campanha para proteger nossas crianças e adolescentes com relação ao consumo de álcool, que recebeu destaque do jornal O Estado, manchete acima, porque o carnaval é uma festa linda, para todos nós e não podemos deixar essa festa se confundir apenas com bebedeira. Temos que preservar as crianças, porque é uma festa lúdica com muitos atrativos e que as crianças e adolescentes precisam fazer parte (REZENDE, 2019).

Neste ano, o bloco de carnaval Cordão Valu comemorou 13 (treze) anos de sua fundação, com duas apresentações na Esplanada Ferroviária, nos dias 02 e 05 de março com o tema: 70 (setenta) anos de fundação do Afoxé, filhos de Gandhi, como retrata a figura 35, um dos maiores afoxés de Salvador, fundado por estivadores portuários da capital em 18 de fevereiro de 1949, o Baiana Afoxé Filhos de Gandhi tornou-se o maior afoxé do carnaval da Bahia. Com seu “tapete branco”, batuque e mensagens de paz, inspiradas no líder indiano Mahatma Gandhi, o bloco mantém a tradição da religião africana ritmada pelo agogô nos seus cânticos de Ijexá na língua Iorubá. Integrado tradicionalmente por homens, o bloco conta com aproximadamente seis mil integrantes.



Figura 35. Homenagem.

Fonte: O Estado, 01/03/2014.

Os dois dias de festas reuniram em torno de 80 mil pessoas, segundo dados da polícia militar de MS. Em 2019 houve a pesquisa realizada pela SECTUR, que demonstrou um aumento significativo com relação aos participantes que classificaram o evento como bom e muito bom, como podemos visualizar nos dados e gráficos a baixo.

Avaliação do carnaval 2019

Avaliação	quantidade	%
Muito bom	102	27,20%
Bom	152	40,53%
Regular	98	26,13%
Ruim	14	3,73%
Muito ruim	9	2,40%
TOTAL	375	100%



Figura 36. Pesquisa de avaliação.

Fonte: SECTUR, 2019.

Existem dificuldades para a realização do evento como a falta de políticas públicas para o carnaval, “A ausência de políticas públicas é notória e ela também atinge o carnaval. Por mais que seja realizado por nós, a gente precisa do Estado e existe uma ausência muito grande, até mesmo na falta de leitura na cultura”, entrevistada 1(SILVANA VALU, 2019).

O Cordão Valu assim como os outros blocos independentes realizam seus desfiles sem nenhuma verba pública “o único apoio que temos da prefeitura e do estado é com relação a limpeza, banheiros e segurança” entrevistada 1(SILVANA VALU, 2019). Isto possui um embasamento quando verificamos as palavras de entrevistado 2(AMÉRICO CALHEIROS, 2019) sobre políticas públicas: “isto nunca foi prioridade na área pública e na área política, é porque de fato a cultura, o esporte, o lazer, o turismo eles não fazem parte prioritariamente da agenda política do Brasil”.

O Cordão Valu não possui verbas para se sustentar até hoje, nos últimos anos conseguiram um patrocínio de uma cervejaria e agora vendem cervejas dentro de um espaço delimitado para ajudar nos custos finais. Os gastos para realização dos desfiles deste ano, ficaram em R\$ 47.000,00. Contudo, mesmo com o patrocínio e a realização de sete pré-carnavais ficou faltando R\$ 5.000,00 para fechar as contas e para isso os organizadores tiveram que arcar com esse montante.

A formulação de políticas do lazer, seja no setor público ou privado, exige do administrador a utilização de estratégias de grande complexidade, um dos primeiros passos é a elaboração de um diagnóstico de necessidades. Uma política de lazer deve definir sua missão de serviços através de metas, objetivos e estratégias. Talvez a gestão administrativa seja o aspecto mais frágil do mercado cultural, ainda são poucos os produtos culturais que tem uma produção cuidada, planejada e constantemente avaliada pelos procedimentos de gestão administrativa (ROSA, 2007).

Ruschmann (2001, p. 84) acredita que

O planejamento do turismo constitui o instrumento fundamental na determinação e seleção das prioridades para a evolução harmoniosa da atividade, determinando suas dimensões ideais, para que, a partir daí, possa-se estimular, regular ou restringir sua evolução.

É comum no campo da recreação/lazer dedicar significativa parcela de energia e recursos para o fazer, isto é, o durante. Não é parte ainda de nossa cultura organizacional dedicar o tempo necessário ao antes e ao depois. O resultado desse procedimento, é que se

faz muito, planeja-se pouco e avalia-se quase nada, o que interfere negativamente na qualidade da experiência de lazer das pessoas (BRUHNS, 1997).

Souza (2002, p. 46) procura diferenciar planejamento e gestão, apontando que

(...) planejamento é a preparação para a gestão futura, buscando-se evitar ou minimizar problemas e ampliar margens de manobra; e a gestão é a efetivação, ao menos em parte (...) das condições que o planejamento feito no passado ajudou a construir. Portanto, longe de serem concorrentes ou intercambiáveis, estes dois conceitos, embora distintos, são complementares.

Ignarra (2002, p. 62) defende a ideia de que “o planejamento se torna necessário tanto para maximizar os efeitos positivos, quanto e principalmente para que os efeitos negativos sejam mitigados”.

O grande desafio que se apresenta aos “administradores do lazer” é criar mecanismos de aproximação com o usuário buscando qualificar os recursos existentes. É primordial desenvolver o planejamento com maior tempo de antecedência, onde todos os setores da sociedade e os agentes públicos participem, aproveitando todas as potencialidades culturais, turísticas e econômicas do carnaval dos blocos independentes de rua.

Beni (2001, p. 166) enfatiza que

O planejamento é o processo de interferir e programar os fundamentos definidos do turismo que, conceitualmente, abrange três pontos essenciais e distintos: estabelecimento de objetivos, definição de cursos de ação e determinação da realimentação, já que a atividade apresenta enorme interdependência e interação de seus componentes.

O autor reforça a necessidade do planejamento integrado no setor de turismo, indicando, “que todos os seus componentes devem estar devidamente sincronizados e sequencialmente ajustados”.

Devemos realizar um planejamento para o turismo e não um “planejamento turístico” com uma abordagem puramente econômica (ATELJEVIC, 2011). O carnaval, segundo Ministério do Turismo, se enquadra no “turismo cultural” que está relacionado à motivação do turista, especificamente a de vivenciar o patrimônio histórico e cultural e determinados eventos culturais, de modo a experienciá-los e preservar sua integridade. Os

eventos culturais englobam as manifestações temporárias, enquadradas ou não na definição de patrimônio, incluindo nessa categoria o Carnaval (COSTA, 2014).

O poder público precisa reconhecer as potencialidades de carnaval, assim como afirma Silvana Valu (2019)

[...] O turismo precisa abrir os olhos pro carnaval de Campo Grande, eu acho que a cidade precisa ganhar com o carnaval, a cultura é a única pasta que você investe e tem retorno, um retorno financeiro imediato, você investe no carnaval e neste ano 58 milhões de reais foram injetados na economia da cidade, quem ganhou esse dinheiro? A prefeitura, os comerciantes, então é importante esse diálogo entre todos os envolvidos.

Outra dificuldade é a burocracia, como disse o entrevistado 3 (VITOR MAIA, 2019): “Apesar da cultura do Estado ser muito dinâmica, a política pública é muito burocrática, o que torna o carnaval independente quase impossível de ser realizado” é uma opinião que vai ao encontro do que disse os entrevistados 1 e 2.

Entrevistada 1(SILVANA VALU, 2019)

A burocracia exigida de um bloco é a mesma para realização de um show privado com cobrança de entrada, se vem um artista superfamoso de fora, como a Ivete Sangalo ela precisa cumprir toda aquela burocracia, só que cobra um ingresso caríssimo, tem patrocinador e tal, o nosso é uma festa pública, popular, folclórica não cobramos entrada e fazemos tudo de graça, pagamos a banda, o palco, o som e nós temos que cumprir as mesmas exigências.

Para o entrevistado 2 (AMÉRICO CALHEIROS): “A maior dificuldade é a burocracia e a falta de vontade pública, isso é o que mais impede o crescimento do carnaval”. É preciso visualizar que a cultura, a arte, o lazer e o carnaval além de melhorar a qualidade de vida das pessoas geram empregos, geram renda e melhoram o fluxo das coisas na cidade. A cultura precisa ser respeitada dentro de tudo aquilo que ela oferece ao cidadão, como fonte de saúde, de alegria, como fonte de trabalho, como fonte de desenvolvimento, ou seja, como fonte preponderante no desenvolvimento harmonioso da sociedade.

Ainda o entrevistado 2(AMÉRICO CALHEIROS, 2019) ao se reportar sobre o ganho financeiro para a cidade, afirma que

O carnaval injeta um dinheiro significativo dentro da cidade e à medida que você não promove isso, esse dinheiro vai para outras cidades, então você tem que fazer um movimento oposto, fazer o possível para que as pessoas fiquem na cidade e

ainda atraíam outras, isso é a chamada “economia criativa”, que é a economia que nasce dos movimentos, dos fatores culturais, sociais, desportivos e que oferece emprego e melhora a renda em determinados períodos do ano. Tudo isto é importante, tem que ser pensado e Campo Grande precisa hoje de um espaço adequado para resolver essa questão do carnaval como um todo.

Mesmo com estes problemas relatados nas entrevistas podemos comprovar com os dados da pesquisa realizada pela SECTUR em 2019 e inseridos a seguir, o quanto o carnaval é importante para o turismo da capital, conforme se verifica nos quadros abaixo.

Motivação em vir para Campo Grande

Motivos	Quantidade	%
Carnaval	36	70,59%
Família	11	21,57%
Trabalho	2	3,92%
Compras	1	1,96%
Faculdade	1	1,96%
TOTAL	51	100,0%

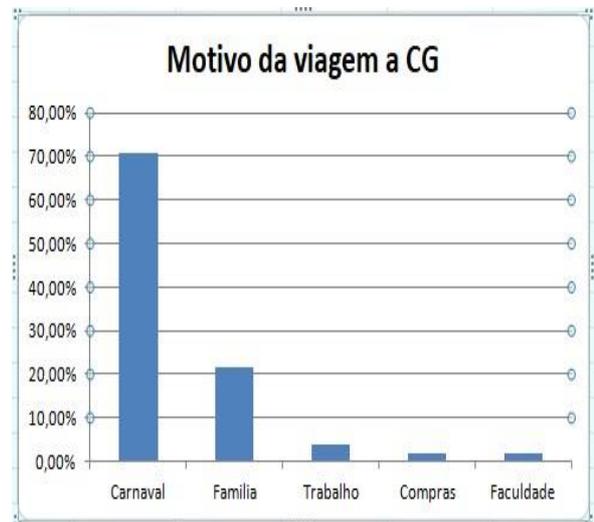


Figura 37. Pesquisa de motivação.

Fonte: SECTUR, 2019.

Outra situação que atrapalha o desenvolvimento do carnaval é o excesso de busca por investimentos públicos, inclusive durante o ensino acadêmico e técnico. Atualmente, muitos dos programas que são oferecidos pelas instituições de ensino brasileiras dão excessiva ênfase na capacitação para desenvolvimento de projetos voltados para obtenção de recursos públicos ou patrocínios incentivados. Diante de orçamentos públicos limitados e falta de capacitação em empreendedorismo, grande parte da produção cultural nacional fica sem possibilidade de realização, reduzindo assim o acesso do público à riqueza cultural do país (LIMEIRA, 2008).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um dos motivos do crescimento do carnaval de rua em Campo Grande tem sido o formato adotado pelos organizadores do Cordão Valu, uma busca pelo resgate do carnaval tradicional com marchinhas, muita gente fantasiada e sem a rigidez e regras que buscam a competição entre os blocos e escolas existentes na cidade morena.

Entretanto, todas essas considerações em torno do desenvolvimento da atividade turística e cultural do carnaval de rua não ocorrem desvinculadas do contexto de espaço, uma vez que, tanto os atrativos quanto os equipamentos e a infraestrutura se manifestam de forma física e visível neste espaço, sobretudo quando se trata do espaço urbano. Isto é facilmente demonstrado quando visualizamos quanto o Carnaval no bloco Cordão Valu em Campo Grande cresceu e se desenvolveu nos últimos anos, necessitando com isso de um maior apoio do Estado e outros patrocinadores para continuar realizando eventos diferenciados e com qualidade, minimizando com isso problemas com relação à segurança dos foliões e a depredação do patrimônio da Esplanada Ferroviária local reiteradamente escolhido como palco da folia.

O turismo urbano trata dos processos sociais de mudança juntamente com os processos de decisão política, que acabam por ditar a natureza dessa mudança e que identificam ganhadores e perdedores, uma vez que a política é um poderoso instrumento de poder. Hoje o carnaval na cidade de Campo Grande, não pode ser visto apenas como um evento com um grande potencial turístico e sim, como uma realidade social, cultural, turística e econômica. Diante do que foi exposto neste trabalho, pode-se verificar o quanto se pode melhorar a Festa de Momo, e o quanto se precisa melhorar em alguns aspectos essenciais, para que a festa e o turismo atinjam patamares próximos aos alcançados em outras cidades do Brasil. Como exemplo dessas mudanças podemos citar um melhor planejamento do evento.

O planejamento é uma atividade que tem a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar os objetivos que foram propostos e o planejamento da atividade turística se mostra como um poderoso instrumento de fomento ao desenvolvimento socioeconômico de uma comunidade.

Apesar da demonstração de crescimento no número de participantes e de rendimentos econômicos gerados antes e durante o carnaval, dados esses obtidos apor meio da consulta em jornais e pesquisas realizadas pela IPF-MS e SECTUR, tanto os financiadores públicos quanto os patrocinadores privados, ainda têm dificuldade em construir parcerias com os blocos

independentes da cidade, que gerem mais solidez e um maior fluxo de visitantes e/ou turistas em Campo Grande. Se houvessem dados, por exemplo, da relação entre o montante de dinheiro investido no carnaval e o montante de retorno financeiro, esse debate poderia acontecer de outras maneiras e em outras instâncias.

Essa necessidade de atualização não é exigida apenas do lado dos financiadores do evento, os organizadores, os responsáveis pelos blocos, precisam buscar novas ideias, novas ferramentas e/ou novos exemplos que acompanhem a modernidade e facilitem essa interação de objetivos. A transformação do Cordão Valu em uma empresa, poderia ser assim como acontece em Recife no Galo da Madrugada, (resguardada as devidas proporções) uma medida de reestruturação a curto e médio prazo, facilitando a entrada de recursos financeiros, de uma melhor infraestrutura para o evento, de uma maior valorização da cultura local com pesquisas e publicações que divulgassem e facilitasse o desenvolvimento do carnaval.

Dentro do campo do financiamento e da gestão, podem ser realizados debates e conversas a fim de estabelecer duas dimensões: incorporar ao discurso dos blocos as diferentes formas de fomento, inclusive coma busca por um associativismo entre os blocos independentes; e qualificar os blocos e os seus representantes para estratégias e iniciativas voltadas às ações empreendedoras.

Esse cenário foi revelado durante uma reunião organizada pela SECTUR, no dia 25 de setembro de 2019, no auditório da Secretaria, na qual teve a participação dos vários atores responsáveis pela realização do carnaval campo-grandense, LIENCA, ABLANC e diretores dos blocos independentes, e o proponente desta pesquisa. Com a ideia de que essa seja a primeira reunião de uma série continuada, com enfoque no planejamento do carnaval de 2020, o que pode vir a ser um sinal positivo para a realização mais organizada deste evento nos próximos anos.

Os objetivos destes encontros, segundo a diretora do órgão municipal, serão unir esforços e interesses; criar um trabalho mais coordenado; buscar um alinhamento de pensamentos entre os promotores, poder público e setor privado; mapear as potencialidades de cada grupo com relação ao público alvo e o local de apresentação, com um objetivo maior de transformar Campo Grande em uma capital de eventos. O que pode vir a ser um facilitador no desenvolvimento progressivo e no fomento de atitudes empreendedoras no âmbito do carnaval e do turismo para a cidade.

Uma das constatações observadas durante a realização deste trabalho foi a falta de pesquisas e publicações direcionadas sobre o tema do carnaval local, o que dificulta muito a participação de investidores na área do empreendedorismo cultural, no qual está alocado as manifestações populares, como aquelas que acontecem no modelo do Cordão Valu. Nesse sentido, registra-se aqui o desejo de que esta monografia venha a facilitar o desenvolvimento de estudos acadêmicos futuros sobre a temática supracitada.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Valério de. **Campo Grande de outrora**. Mato Grosso do Sul: Letra Livre, 2003.
- ALVES, Elder Maia. **As políticas de estímulo ao empreendedorismo cultural no Brasil**. Bahia: SEBRAE, 2016.
- ANDRADE, Thiago. A rua é do povo. **Correio do Estado**, 7 jan. 2013, cad. B.
- _____. Pesquisa aponta: 72% não curtem folia na capital. **Correio do Estado**, 26 fev. 2014, cad. B.
- _____. “Em que bloco eu vou? ” **Correio do Estado**. 4 fev. 2016.
- ARAÚJO, Emília e Ribeiro, Rita. **História e memória local, colóquio e seminário**. Portugal: Universidade de Minho, 2009.
- ARAÚJO, Hiram. **Carnaval – Seis mil anos de história**. 2000. Disponível em <<http://liesa.globo.com/>. Acesso em 26 de agosto de 2019>.
- ARRAIS, Raimundo. **O pântano e o riacho: A formação do espaço público do Recife do século XIX**. São Paulo: Humanitas: FFLCH: USP, 2004.
- ATELJEVIC, Jovo e LI, Lan. **Turismo e empreendedorismo: empreendedor turístico conceitos e ideias**. Rio de Janeiro: Elsevier, p.3-17 2011.
- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**, tradução de Iara Frateschi Vieira. São Paulo. HUCITEC, Brasília: Ed. da Universidade de Brasília, 1993.
- BRASIL. Ministério da Educação. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais. **Educação Superior: cursos e instituições**. Disponível em: <www.educacaosuperior.inep.gov.br. Acesso em: 25 abr. de 2019>.
- BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 1998.
- _____. A política de turismo. In: TRIGO, L. G. G. (Org.). **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: SENAC, 2001.
- BENITEZ, Súzan. Carnaval é oportunidades para ganhar clientes. **O Estado**, Campo Grande, 9 fev. 2018, p. B3.
- BRUHNS, Heloisa Turini (org.). **Introdução aos estudos do lazer**. Campinas, SP: UNICAMP, 1997.

- BUENO, Marielys Siqueira. **Carnaval, festa, espetáculo**. São Paulo, 2012.
- CAMPITELLI, Rauster. Carnaval vai injetar 48,19 mi na capital. **O Estado**, 6 fev. de 2018, p. B4.
- _____. Artesãos se preparam para faturar o dobro. **O Estado**, 4 mar. de 2014 p. A6.
- CONTAR, Carlos Eduardo. **Do estruço ao show-carnaval em Campo Grande**. Mato Grosso do Sul: UFMS, 1999.
- COSTA, Flavia Roberta. **Turismo e patrimônio cultural: interpretação e qualificação**. 2a ed. São Paulo: Senac, 2014.
- COSTA JR, João. Festa de todos. **O Estado**, 5 fev. de 2016.
- CUNHA, Maria Clementina Pereira. **Veneza, África, Babel: leituras republicanas, tradições coloniais e imagens do carnaval carioca**. São Paulo: Hucotec, 2001.
- DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. **História oral – memória, tempo, identidades**. 2a ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 4a ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e Cultura Popular**. 4a ed. São Paulo: Perspectiva, 2012.
- FERREIRA, Felipe, **O livro de ouro do carnaval de ouro do carnaval brasileiro**. Rio de Janeiro: Ed. Ediouro, 2004.
- FERREIRA, Isac. **As construções de sujeitos sociais por meio das narrativas orais: contribuições teóricas de Lucília de Almeida Neves Delgado**. Goiás: Pontifícia Universidade Católica de Goiás, 2013.
- FONSECA, Maria Cecilia Londres. **O patrimônio em processo: trajetória da política federal de preservação no Brasil**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005. p.45.
- FREGATTO, Eduardo. Carnaval de folego novo. **Correio do Estado**, 7 fev. de 2015.
- FREIRAS, Sônia Maria. **História oral: procedimentos e possibilidades**. São Paulo, 2001.
- FRYDBERG, Marina Bay. **“A maioria dos blocos lá trabalham bloco como produto sim”**: Uma análise do carnaval de rua do Rio de Janeiro através das suas práticas empreendedora e seus múltiplos significados. Bahia: Revista Política e Cultura, junho/dezembro de 2016.

- FRYDBERG, Marina Bay; KOSSAK, Alex e MACHADO, Gustavo Portella. **O bloco produto e o produto bloco: Tensões e relações entre economia e cultura no carnaval dos blocos de rua do Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: Universidade Federal Fluminense, 2016.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 6a ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- GIRON, Luis Antonio. **O etnógrafo enfarinhado: Gonçalves Dias na guerra contra o Entrudo.** Métis: história & cultura, América do Norte, 2011 p.191-192.
- GOÉS, F. **A imagem do carnaval brasileiro do entrudo aos nossos dias.** Textos do Brasil: Festas populares, nº 15, p. 163, 2009.
- GOMES, Almiralva Ferraz. **O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. Bahia:** REA, 2011.
- GUINNESS BOOK-O LIVRO DOS RECORDES.** São Paulo: Editora Três, 1995.
- GUERRA, Vera Lucia. **Temporadas de brincadeiras.** São Paulo: USP, 2009.
- IANINO, Marcelo Martins. **O Galo e a polícia.** A trajetória do maior bloco de carnaval do Brasil e sua repercussão para a segurança pública. Pernambuco: Universidade Federal de Pernambuco, 2012.
- IGNARRA, Luiz Renato. **Planejamento turístico municipal: um modelo brasileiro.** São Paulo: Ed. Pioneira Thompson Learning, 2002.
- IGRHMS. O carnaval antes da capital. **O Estado**, 25 fev. de 2019, p. C3.
- IPF-MS, Instituto de Pesquisa Fecomércio. **Pesquisa sobre o carnaval.** Campo Grande, 2017.
- _____. **Pesquisa sobre o carnaval.** Campo Grande, 2018.
- JARA, Tainà e AQUINO, Bruna. Vandalismo, pichação e lixo tomam conta das ruas. **Correio do Estado**, 13 fev. de 2018 p. C9.
- Lei Estadual de Pernambuco. **Nº 13.712 de 20 de fevereiro de 2009:** Consagra o bloco Galo da Madrugada como Patrimônio Cultural Imaterial do Estado.
- LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. **Empreendedor Cultural: perfil e formação profissional.** Bahia: UFBA, 2008.
- LOPES, Rose Mary A. (Org.). **Educação Empreendedora: conceitos, modelos e práticas.** Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

MACHADO, Paulo Coelho. **14 de julho:** seus nomes – seus tipos – sua história. Revista Arca – outubro de 1995, nº 5.

_____. **O carnaval de outros tempos em Campo Grande.** Mato Grosso do Sul: UFMS, 1999.

MAGNANI, José G. C. **A antropologia e os desafios de metrópole.** São Paulo: Tempo Social vol. 15, 2003.

MAMEDE, Ronney Robson. **Educação em empreendedorismo como fator de desenvolvimento econômico:** Uma proposta para o município de Campo Grande – MS. Mato Grosso do Sul: UNIDERP, 2005.

MEDEIROS, Cristina. Carnavalesco mostra sua paixão pelo brilho e glamour. **Correio do Estado**, 5 fev. de 2019.

MENDONÇA, Maressa. Festa começa em Campo Grande com carnaval dos artesãos. **O Estado**, 26 fev. 2014 p.C1.

MEDINA, Dayane. Blocos se posicionam que, independentemente do apoio do poder público haverá folia na Esplanada. **O Estado**, 9 mar. 2019, p. A5.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.) *et al.* **Pesquisa social:** teoria, método e criatividade. 19a ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional do turismo:** 2018-2022. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/2015-03-09-13-54-27.html>> acessado em 23 out de 2019>.

MODENA, Cassia. Pacote da folia. **Correio do Estado**, 31 jan. 2018, cad. B.

MURTA, Stela Maris. Turismo histórico-cultural: parques temáticos, roteiros e atrações âncora. In: Murta, Stela Maris e Albano, Celina (Org.). **Interpretar o patrimônio:** um exercício do olhar. Belo Horizonte: UFMG; Território Brasiles, 2002.

PAGE, Stephen; ATELJEVIC, Jovo e ALMEIDA, Marcelo Vilela. **Turismo e empreendedorismo.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

PAULA, Luciana. **Empreendedorismo Cultural:** A gestão de projetos culturais como empreendedorismo. São Paulo: CELACC, 2009.

PALHETA, Fernanda. Cancelamento na Interlagos vai “respingar” na folia da Esplanada. **O Estado**, 1 mar. 2019, p. A6.

_____. Esplanada ferroviária resgata história e vira palco de folia. **O Estado**, 4 mar. 2019, p. A6.

- PRESTES FILHO, L. C. **Cadeia produtiva da economia do carnaval**. Rio de Janeiro: Epapeis, 2009. Disponível em: <books.google.com.br/books?isbn=8576502194>. Acesso em 05 de set. 2019.
- QUEIROZ, M. I. P. de. **Carnaval brasileiro: o vivido e o mito**. 1a ed. São Paulo: Brasiliense, 1992.
- REGINA, Alana. Confira as agendas para curtir as festas carnavalescas em Campo Grande. **O Estado**, 12 fev. de 2018 p. C1.
- REZENDE, Marcelo. Grupo de crianças cadeirantes vai sair no Cordão Valu. **O Estado**, 28 fev. 2019, p. C2.
- RIBEIRO, Leo. Cordão Valu marca folia na capital com 80 mil de recorde de público. **O Estado**, 7 mar. 2019, cad. B.
- RIBOLDI, Ari. **O Bode Expiatório: origem das palavras, expressões e ditados**. Porto Alegre: AGE, 2015.
- ROCHA, Oscar. Ô abre alas que eu quero passar. **Correio do Estado**, 18 fev. 2009, cad. B.
- _____. A vaquinha pede passagem. **Correio do Estado**, 26 jan. 2012, cad. B.
- ROSA, Maria Cristina. **Lazer e cultura: as festas e o lazer**. Campinas: Alinea, 2007.
- ROSSI, Michelle. A união faz a diversão. **Correio do Estado**, 23 jan. 2010, cad. B.
- RUBIM, Linda Silva Oliveira. **Organização e produção da cultura**. Bahia: EDUFBA, 2005.
- RUSCHMANN, Doris V.M. **turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. 7a ed. São Paulo: Papirus, 2001.
- SCHILLING, Voltaire. **Carnaval: Dionísio domesticado** Terra Networks, 2002. Disponível em: <http://educaterra.terra.com.br/voltaire/500br/carnaval.htm>. Acesso em 25 ago. 2019.
- SEBE, José Carlos. **Carnaval, carnavais**. São Paulo: Ática, 1986.
- SECTUR, Secretaria de Cultura e Turismo. **Pesquisa sobre o carnaval**. Campo Grande, 2019.
- Site desenvolvido por **KERDNA Produção Editorial LTDA**. Disponível em: <<http://www.história-do-carnaval.info.com>> acesso em 21 out de 2019.
- SIVIERO, A. P. **Os elementos do espaço turístico urbano no processo de planejamento: reflexões teóricas e articulações**. Paraná: UFPR, 2006.

- SOARES, Adjeci. **Viva o Galo! Explosão do Carnaval Pernambucano**. Recife: Edições Shidarta, 1992.
- SOLISYON, Agência WEB. **Carnaval segundo Jean Baptiste Debret e sua origem, 2018**. Disponível em: <<https://arteeartistas.com.br/carnaval-jean-baptiste-debret-origem/2018>> acesso em : 22 out de 2019.
- SOUZA, Marcelo L. **Mudar a cidade: uma introdução crítica ao planejamento e à gestão urbana**. 2a ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- SOUZA, Thiago de. **Charmoso e animado, carnaval do Rádio Clube era absoluto e marcou a vida de foliões em cinco décadas**. Disponível em:<www.topmidianews.com.br, 11 de fev. 2018>. Acesso em: 19 de out. 2019.
- STAREPRAVO, F. A. **Políticas públicas de esporte e lazer no Brasil: aproximações, intersecções, rupturas e distanciamentos entre os subcampos político/burocrático e científico/acadêmico**. Tese (Doutorado) Curitiba/Brasil: UFPR, 2011.
- STEPHEN, Page; JOVO, Ateljevic; ALMEIDA, Marcelo Vilela de, (Trad.) Andréa KOGAN. **Turismo e Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- TYLER, Duncan; GUERRIER, Yvonne; ROBERTSON, M. (Org.). **Gestão de turismo municipal**. São Paulo: Futura, 2001.
- TOLILA, Paul. **Cultura e economia**. São Paulo: Iluminuras, 2007.
- TRAMONTE, Cristiana. **O samba conquista passagem: as estratégias e a ação educativa das escolas de samba de Florianópolis**. Florianópolis: Diálogo, 1996.
- UVINHA, Ricardo Ricci. **Lazer e cultura: turismo e lazer, interesses turísticos**. Campinas: Alinea, pag. 45-64 2007.
- VALE, G.M.V.; WILKINSON, J.; AMÂNCIO, R. **Desbravando Fronteiras: o Empreendedor como Artesão de Redes e Artífice do Crescimento Econômico**. Anais do XXIX Congresso da ENANPAD, Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração, Rio de Janeiro, 2005.
- VILELA, André. Ao som dos foliões. **Correio do Estado**, 14 fev.de 2015 p. B7.
- XAVIER, Clarissa Valadares; MAIA, Carlos E. S. **História regional: vira, virou a micareta emplacou**. Goiás: UFG p. 323-340, 2010.
- ZELIZER, Viviana. 2009. **“Dualidades perigosas”**. In: Mana v.15, n.1: 237-256.

ZOTOVICI, Sandra Aparecida et al. **Políticas públicas de esporte e lazer no Brasil e possibilidades de intersetorialidade.** Universidade Estadual de Maringá – UEM, Paraná, 2013.

ANEXOS

Anexo I

Resultado do Carnaval 2018

O carnaval de 2018 pode ser avaliado de forma positiva. Observou-se nesse sentido, que 5,26% dos foliões vieram de outros Estados e/ou países. A maioria dos participantes tinham o ensino médio completo (36,95%) e o ensino superior incompleto (18,91%), as faixas etárias variaram significativamente até os 40 anos, quanto a renda, 43,43% ganham entre 2 e 3 salários mínimos.

Os meios de transporte mais utilizados para a participação no carnaval de Campo Grande foram o ônibus (36,67%) e o carro (33,33%). Dos foliões advindos de outros Estados ou países, a maioria pretendia ficar na capital por mais de 6 dias, apesar disso, 39,28% indagaram que raramente costumam vir a Campo Grande e 44,83%, quando vem, ficam na casa de familiares e aproveitam para visitar algum atrativo turístico e/ou cultural (62,07%), tais como o Parque das Nações Indígenas, Morada dos Baís e Feira Central. Para 32,26% dos 5,26%, o segundo principal motivo de ter como destino Campo Grande no momento da pesquisa, foi o carnaval.

Vale ressaltar, que 42,70% dos foliões estavam participando de alguma atividade carnavalesca, desses, 78,71% como espectador e 34,85% admitiram sempre participar dessas atividades. Em 2018, 53,42% dos abordados avaliaram como bom e 16,46% como muito bom o carnaval de Campo Grande. Contribuíram para esses resultados diversos fatores que obtiveram em sua maioria nota 10 (em uma escala que variou de 0 a 10), como:

- Segurança (41,24%);
- Local (37,28%);
- Organização (32,92%);
- Infraestrutura (21,99%);
- Oferta de bebida (41,44%);
- Oferta de alimentação (24,10%);

-Banheiro (25,95%);

Avaliação Comparativa 2018 X 2017 do Carnaval de Campo Grande

CARNAVAL 2018						
Quesitos	Muito bom	Bom	Regular	Ruim	Muito ruim	Não informado
Segurança	54,34%	29,91%	10,97%	1,42%	3,19%	0,18%
Local	51,06%	30,21%	14,66%	1,59%	2,30%	0,18%
Organização	45,95%	33,27%	15,67%	2,29%	2,64%	0,18%
Infraestrutura	34,40%	36,17%	21,28%	3,55%	4,43%	0,18%
Oferta de bebida	52,79%	20,90%	15,50%	3,60%	6,85%	0,36%
Preço da bebida	21,36%	24,13%	27,44%	11,05%	15,84%	0,18%
Oferta de alimentação	35,48%	26,57%	24,67%	5,50%	7,59%	0,19%
Preço da alimentação	17,75%	23,28%	33,21%	12,98%	12,60%	0,19%
Qualidade da alimentação	23,24%	24,61%	33,20%	7,81%	10,94%	0,20%
Banheiro	36,30%	19,24%	20,51%	10,34%	13,43%	0,18%
Carnaval	16,46%	53,42%	21,02%	4,03%	2,80%	2,28%
CARNAVAL 2017						
Quesitos	Muito bom	Bom	Regular	Ruim	Muito ruim	Não informado
Segurança	42,11%	38,16%	12,11%	3,95%	3,68%	0,00%
Local	49,21%	37,43%	10,73%	1,31%	1,31%	0,00%
Organização	41,31%	39,60%	14,81%	1,42%	2,85%	0,00%
Infraestrutura	27,56%	40,06%	24,15%	4,83%	0,00%	0,00%
Oferta de bebida	54,29%	26,57%	14,29%	2,00%	2,86%	0,00%
Preço da bebida	25,73%	30,99%	28,65%	6,73%	7,89%	0,00%
Oferta de alimentação	27,33%	33,93%	28,53%	5,11%	5,11%	0,00%
Preço da alimentação	16,00%	33,00%	37,33%	6,00%	0,00%	0,00%
Qualidade da alimentação	18,69%	35,29%	34,60%	5,88%	5,54%	0,00%
Banheiro	15,38%	24,56%	28,40%	10,95%	20,71%	0,00%
Carnaval	9,34%	51,26%	28,03%	5,56%	1,77%	4,04%

Fonte: IPF, SECTUR e UEMS. Elaboração: IPF/MS, 2019.

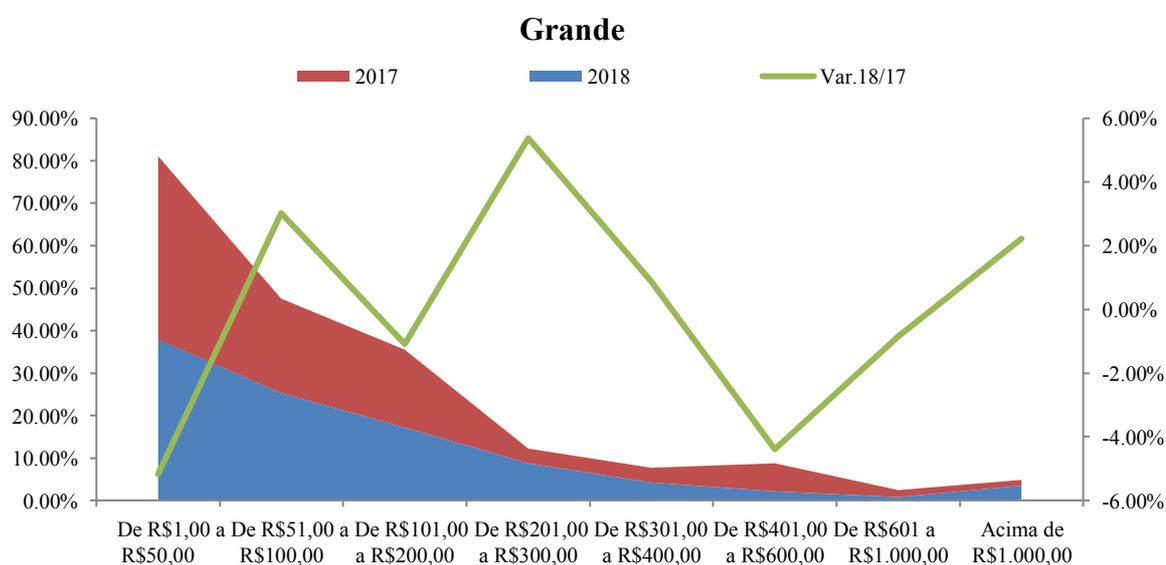
Ainda foram pontos de atenção, os preços das bebidas e alimentos, bem como a qualidade da alimentação. Nesse contexto, esses pontos também foram os sugeridos para melhoria e apesar da avaliação mais positiva para segurança, organização e infraestrutura, esses quesitos continuaram sendo focos de melhoria por parte dos foliões.

-Contribuiu para essa melhoria da avaliação a infraestrutura (+3p.p.), a oferta de alimentos (+1 p.p.) e, principalmente, os banheiros (+17 p.p.);

-Por outro lado caíram levemente as avaliações do local, organização, qualidade da alimentação, oferta de bebidas, preços de alimentos e bebidas.

Estimou-se nesse sentido, que o carnaval de 2018 tenha movimentado R\$40,24 milhões na economia de Campo Grande, praticamente, o mesmo valor auferido em 2017, quando alcançou R\$40,68 milhões e, R\$7,94 milhões a menos que o previsto. No entanto, isso não significa que menos pessoas tenham participado do carnaval em 2018, mas que houve redução em algumas faixas de gastos, no comparativo ao previsto.

Comparação 2018 X 2017 das Intenções de Consumo Durante o Carnaval de Campo Grande



Anexo II: Roteiro das Entrevistas

Nas palavras de Freitas (2006, p. 5), a História Oral “é um método de pesquisa que utiliza a técnica da entrevista e outros procedimentos articulados entre si, no registro de narrativas da experiência humana”. Embasado nos dados teóricos de Delgado (2010), os livros e artigos que se referem aos procedimentos relativos a história oral apontam três tipologias de entrevista orais. A primeira, história de vida – reconstrução da trajetória de sujeitos históricos – constitui-se de depoimentos aprofundados e orientados por roteiros abertos, semiestruturados ou estruturados. A segunda, entrevistas temáticas, demonstram experiências ou processos específicos vividos ou testemunhados pelos entrevistados. A última, trajetória de vida, são depoimentos de história de vida sucintos e menos detalhados.

As entrevistas foram realizadas nos meses de abril e maio de 2019 com roteiros abertos e semiestruturados, a escolha pela utilização deste método de pesquisa é devido à falta de publicações sobre este tema específico e aplicadas aos fundadores do bloco Cordão Valu, colaboradores, representantes de órgãos públicos.

A inquirição com a entrevistada 1 (SILVANA VALU), foi realizada no dia 24 de abril de 2019, na residência da mesma, sob o aspecto da tipologia de trajetória de vida, com um depoimento aberto e semiestruturado, que conta a história de envolvimento da mesma com o bloco de carnaval Cordão Valu e também suas expectativas com relação ao tema sob a ótica do empreendedor.

O entrevistado 2 (AMÉRICO CALHEIROS), respondeu às perguntas no dia 10 de abril de 2019, no Instituto Histórico e Geográfico de Campo Grande (IHGCG), com o viés de uma entrevista temática, que seguiu um roteiro aberto e semiestruturado, com a intenção de demonstrar suas experiências como gestor público relacionadas ao evento do carnaval e suas potencialidades turísticas.

O entrevistado 3 (VITOR MAIA), me recebeu no dia 02 de abril de 2019, na Fundação de Cultura do Mato Grosso do Sul, e respondeu a uma entrevista temática, aberta e estruturada com a narração de suas experiências e dificuldades como administrador de bloco independente de carnaval de rua em Campo Grande.

TERMO DE AJUSTAMENTO DE CONDUTA

INQUÉRITO CIVIL N. 06.2018.00002267-5

Considerando que a Constituição Federal vigente assegura o direito de todos ao ordenamento urbano (art. 182), ao patrimônio cultural (art. 216) e ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, sendo dever do Poder Público e da coletividade defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações (art. 225 da Constituição Federal);

Considerando que compete à toda a coletividade e ao Poder Público agirem de forma que o Patrimônio Cultural (Histórico, Turístico, Artístico etc) seja preservado, cabendo a este último a fiscalização, **controle e reprimenda das atividades potencialmente degradadoras desses bens**. Ações tendentes à degradação de bens culturais devem ser positivamente evitadas; apenas nos casos em que isso não for possível é que deve-se pensar em reparação integral;

Considerando que os municípios têm o dever de planejar e implementar ações e medidas técnicas adequadas à salvaguarda do patrimônio cultural, como expressamente reconheceu, inclusive, o Superior Tribunal de Justiça (STJ), tal qual entendimento expresso no REsp 840.918/DF (rel. p/acórdão Min. Herman Benjamin, julg. 14-10-2008): “espírito e os deveres específicos dos acordos internacionais (entre eles a Convenção do Patrimônio Mundial), por integrarem o Direito supremo da nação, devem ser observados por todos e cada um dos órgãos administrativos, tanto federais como estaduais e municipais”, de maneira que cabe ao município “tomar as medidas jurídicas, científicas, técnicas, administrativas e financeiras adequadas para a identificação, proteção, conservação, valorização e reabilitação desse patrimônio” (art. 5º, d, Convenção Relativa à Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e

Natural);

Pelo presente Termo de Ajustamento de Conduta, com fundamento no art. 5º, §6º, da Lei nº 7347/85, alterado pelo art. 113 da Lei nº 8.078/90, o(s) abaixo qualificado(s) o celebram e se obrigam a cumprir as obrigações pactuadas.

Título I. Das Partes.

COMPROMITENTE: O Ministério Público do Estado de Mato Grosso do Sul, neste ato representado pela Promotora de Justiça da **26ª Promotoria de Justiça do Meio Ambiente, Patrimônio Histórico, Cultural, Habitação e Urbanismo da comarca de Campo Grande-MS**, Luz Marina Borges Maciel Pinheiro.

COMPROMISSÁRIOS: MUNICÍPIO DE CAMPO GRANDE, pessoa jurídica de direito público interno, inscrita no CNPJ sob o n. 03.501.509/0001-6, com endereço na Av. Afonso Pena, 3.297, Centro, em Campo Grande/MS, neste ato representado pelo Ilmo. Sr. Prefeito Municipal Marcos Marcello Trad, e a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (SECTUR), neste ato representada pelo Ilma Sra. Secretária Municipal Nilde Clara de Souza Benites Brun, comprometem-se:

Título II. Das obrigações do compromissário.

Cláusula primeira. O Município de Campo Grande se compromete a realizar as seguintes medidas, sem prejuízo de outras, em relação aos eventos carnavalescos e afins que ocorrerão na região de bem tombado, em especial, na região da esplanada ferroviária e entorno:

(a) A submissão do(s) local(is) em que se concentrará(ão) as atividades carnavalescas, especialmente das instalações elétricas e da utilização de materiais inflamáveis, à vistoria e aprovação pelos órgãos

[Handwritten signatures]

competentes municipais, bem como pelo Corpo de Bombeiros, concessionária de energia elétrica etc., adequando-o(s) às exigências apontadas;

(b) Realização de policiamento contínuo e permanente, durante todo o período das festividades, por meio da Guarda Municipal e Polícia Militar, com aumento do contingente em relação aos eventos passados, com dispersão do público após o término do horário do evento;

(c) Fixação de horários de início (14h) e término (22h) para a realização das festividades já programadas para ocorrerem em quatro datas (02, 04, 05 e 09 de março), bem como observância da legislação quanto aos limites para a emissão de ruídos;

(d) Disponibilização de banheiros públicos suficientes e em condições adequadas de uso contínuo (durante as festividades) ao público estimado, instalados em locais adequados;

(e) A restauração à situação original do local em que ocorreram as festividades (com limpeza, retirada de faixas, cartazes, enfeites, pichações, vidraças quebradas, etc.), em até 48h após as festas, além de limpeza dos locais imediatamente após o término do horário das festividades, encaminhando relatório fotográfico completo a esta Promotoria de Justiça no prazo de cinco dias;

PARÁGRAFO ÚNICO. A comprovação das obrigações capituladas nesta cláusula, deverão ser encaminhadas a esta Promotoria de Justiça, no prazo mencionado na cláusula segunda, salvo aquelas que já contemplam prazos específicos e individualizados nas alíneas específicas, os quais deverão ser respeitados.

CLÁUSULA SEGUNDA: O compromissário **Município de Campo Grande** encaminhará à 26ª Promotoria de Justiça, até o dia 20.02.2019, sem possibilidade de prorrogação, os seguintes documentos, os quais passarão a fazer parte integrante deste TAC :

Processo: 7107/19-62

Rubrica:  Fis. 40

MPMS

Ministério Público
MATO GROSSO DO SUL

Comarca de Campo Grande.
26ª Promotoria de Justiça do Meio Ambiente.

fls. 421

- a) cópias das Autorizações Ambientais ou equivalentes, expedidas em favor dos 02 (dois) únicos blocos carnavalescos (Cordão Valu e Capivara Blasê) autorizados executar suas atividades, sem uso de palco, durante três dias de festa no período de carnaval e enterro dos ossos, especificando os dias de evento e horário de encerramento às 22h;
- b) cópia(s) de documento(s) indicando as ruas que serão interditadas para o evento e das ruas que serão isoladas para preservar o direito de ir e de vir dos moradores locais, com a disponibilização de adesivos/selos identificadores aos moradores;
- c) cópia do documento que formalizou o pacto conjunto entre a SEMADUR, AGETRAN, SEGURANÇA PRIVADA, GUARDA MUNICIPAL e POLÍCIA MILITAR, visando promover a segurança do evento;
- d) considerando que o espaço a ser utilizado é especialmente protegido pelo instituto do tombamento, deverá apresentar **plano de ação**, no mesmo prazo mencionado no *caput*, contendo medidas para:
- (1) combate à poluição sonora proveniente de veículos automotores que eventualmente estacionem no entorno da área do evento e a forma como as ações serão concretizadas, devendo a PMA realizar policiamento no local;
 - (2) garantir que ambulantes previamente cadastrados e comércio local obedeçam ao limite de horário autorizado para os dias de evento (22h.), com orientação expressa sobre a proibição de venda de bebidas alcóolicas a menores, inclusive com indicação da(s) providência(s) administrativa(s) a ser(em) adotada(s) em face do(s) desobediente(s). As providências administrativas a serem indicadas deverão ter eficácia de resultado, sendo apta a fazer cessar e retirar a atividade do local;
 - (3) indicar o horário em que se as atividades de limpeza pública se iniciarão no espaço do evento, das ruas interditadas e/ou afetadas com os resíduos produzidos pelo evento;
 - (4) detalhar a logística a ser adotada visando atender aos ambulantes



Este documento é cópia do original assinado digitalmente por LUZ MARINA BORGES MACIEL PINHEIRO. Para conferir o original, acesse o site <http://consultaprocedimento.mpms.mp.br/>, informe o processo 06.2018.00002267-5 e o código 724FD6.

quanto ao uso de energia elétrica, impedindo o uso de ligações irregulares (gambiarras) e manejo de resíduos sólidos, principalmente quanto à destinação correta do óleo vegetal;

(5) comprovar termo de compromisso a ser firmado com os realizadores do evento (cordões) em relação à obrigação e responsabilização de recomposição dos eventuais danos que serão sofridos pelos moradores locais, tais como, pichações, sujeira, colagem de cartazes, em decorrência do evento, e adotar medidas efetivas visando o cumprimento dessa responsabilização;

(6) Indicar quais serão as providências adotadas visando garantir a segurança das pessoas em relação aos postos de combustíveis localizados nas proximidades dos eventos;

(7) Informar qual será o efetivo de Guardas Municipais e Policiais Militares, que serão destacados para realizar a segurança externa do evento, bem como apoiar a atuação dos agentes executores do Poder de Polícia Administrativa do município;

(8) informar a quantidade de banheiros químicos que ficarão à disposição no evento.

CLÁUSULA TERCEIRA. O descumprimento das obrigações assumidas neste Termo de Ajustamento de Conduta poderá ensejar a propositura de ação civil pública, a execução específica das obrigações de fazer ou não fazer, bem como outras providências cabíveis.

PARÁGRAFO PRIMEIRO. Este Termo de Ajustamento de Conduta não inibe ou impede que o **compromitente** exerça suas funções ou prerrogativas constitucionais ou infraconstitucionais na defesa do meio ambiente, patrimônio histórico e cultural ou de qualquer outro direito difuso, coletivo ou individual homogêneo, relacionados direta ou indiretamente com o objeto deste Termo.

PARÁGRAFO SEGUNDO. O descumprimento de qualquer item deste termo de ajustamento de conduta, ou a evidência de ocorrência de danos ao patrimônio tombado, ensejará ao Município de Campo Grande a obrigação de não realização de novas festividades de carnaval e afins



Processo: 7107 119-62

Rubrica: § Fis. 42

MPMS

Ministério Público
MATO GROSSO DO SUL

Comarca de Campo Grande.
26ª Promotoria de Justiça do Meio Ambiente.

fs. 423

no local, a partir de 2020.

CLÁUSULA QUARTA: O MINISTÉRIO PÚBLICO ESTADUAL poderá fiscalizar a execução do presente acordo, inclusive determinando a realização de vistoria no local, para verificar o cumprimento das obrigações ora assumidas e não impede ou restringe as ações de controle, fiscalização e monitoramento de qualquer órgão competente; nem limita ou impede o exercício, de atribuições e prerrogativas legais dos demais órgãos competentes.

Este Termo de Ajustamento de Conduta produz efeitos a partir da sua assinatura e terá eficácia de título executivo extrajudicial, na forma do art. 5º, § 6º, da Lei n. 7.347/85 e do art. 784, inciso XII, do Código de Processo Civil.

Campo Grande-MS, 28 de janeiro de 2019


Luz Marina Borges Maciel Pinheiro.

Promotora de Justiça.


Marcos Marcello Trad.

Prefeito de Campo Grande.


Nilde Clara de Souza Benites Brun.

Secretaria Municipal de Cultura.

Fundação de Cultura do Estado de Mato Grosso do Sul

Testemunhas:

Anexo IV: Termos de consentimento livre e esclarecido

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Acredito ter sido suficientemente informado a respeito das informações que li ou que foram lidas para mim, descrevendo o estudo "Folia na Esplanada Ferroviária"

Eu discuti com o pesquisador Ailson da Silva Echeverria sobre a minha decisão em participar nesse estudo. Ficaram claros para mim quais são os propósitos do estudo, os procedimentos a serem realizados, seus desconfortos e riscos, as garantias de confidencialidade e de esclarecimentos permanentes. Ficou claro também que minha participação é isenta de despesas e que tenho garantido o respeito a meus direitos legais. Concordo voluntariamente em participar deste estudo e poderei retirar o meu consentimento a qualquer momento, antes ou durante o mesmo, sem penalidades ou prejuízo ou perda de qualquer benefício que eu possa ter adquirido, ou no meu atendimento neste Serviço (se for o caso).



Assinatura do sujeito de pesquisa -

Assinatura do sujeito de pesquisa - Data 24/04/2019

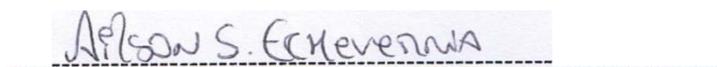
Nome:

SILVANA VALU

Identificação

(Somente para o responsável do projeto)

Declaro que obtive de forma apropriada e voluntária o Consentimento Livre e Esclarecido deste paciente ou representante legal para a participação neste estudo.



Assinatura dos demais pesquisadores - Data / /

Assinatura do pesquisador responsável pelo estudo- Data 24/04/2019

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Acredito ter sido suficientemente informado a respeito das informações que li ou que foram lidas para mim, descrevendo o estudo "Folia na Esplanada Ferroviária"

Eu discuti com o pesquisador Ailson da Silva Echeverria sobre a minha decisão em participar nesse estudo. Ficaram claros para mim quais são os propósitos do estudo, os procedimentos a serem realizados, seus desconfortos e riscos, as garantias de confidencialidade e de esclarecimentos permanentes. Ficou claro também que minha participação é isenta de despesas e que tenho garantido o respeito a meus direitos legais. Concordo voluntariamente em participar deste estudo e poderei retirar o meu consentimento a qualquer momento, antes ou durante o mesmo, sem penalidades ou prejuízo ou perda de qualquer benefício que eu possa ter adquirido, ou no meu atendimento neste Serviço (se for o caso).

Américo Calheira
Assinatura do sujeito de pesquisa - Data 10/04/2019
Nome: Américo Calheira
Identificação:

(Somente para o responsável do projeto)

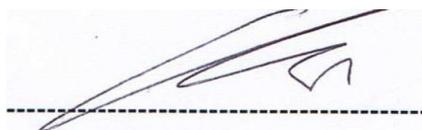
Declaro que obtive de forma apropriada e voluntária o Consentimento Livre e Esclarecido deste paciente ou representante legal para a participação neste estudo.

Ailson S. Echeverria
Assinatura do pesquisador responsável pelo estudo -Data 10/04/2019

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Acredito ter sido suficientemente informado a respeito das informações que li ou que foram lidas para mim, descrevendo o estudo "Folia na Esplanada Ferroviária".

Eu discuti com o pesquisador Ailson da Silva Echeverria sobre a minha decisão em participar nesse estudo. Ficaram claros para mim quais são os propósitos do estudo, os procedimentos a serem realizados, seus desconfortos e riscos, as garantias de confidencialidade e de esclarecimentos permanentes. Ficou claro também que minha participação é isenta de despesas e que tenho garantido o respeito a meus direitos legais. Concordo voluntariamente em participar deste estudo e poderei retirar o meu consentimento a qualquer momento, antes ou durante o mesmo, sem penalidades ou prejuízo ou perda de qualquer benefício que eu possa ter adquirido, ou no meu atendimento neste Serviço (se for o caso).



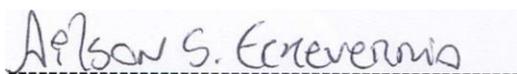
Assinatura do sujeito de pesquisa – Data 02/04/2019

Nome: VICTOR HUGO M. S.

Identificação: cação: 89140758PA

(Somente para o responsável do projeto)

Declaro que obtive de forma apropriada e voluntária o Consentimento Livre e Esclarecido deste paciente ou representante legal para a participação neste estudo.



Assinatura do pesquisador responsável pelo estudo - Data 02/04/2019