

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP**

Alúcio Finazzi Porto

**Turismo e Cultura: Olhares Estrangeiros sobre
o Carnaval do Brasil**

DOUTORADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

**SÃO PAULO
2009**

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP**

Aluísio Finazzi Porto

**Turismo e Cultura: Olhares Estrangeiros sobre
o Carnaval do Brasil**

DOUTORADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

Tese apresentada à Banca Examinadora
como exigência parcial para obtenção
do título de Doutor em Ciências Sociais
pela Pontifícia Universidade Católica de
São Paulo, sob orientação do Professor
Doutor Paulo-Edgar Resende

**SÃO PAULO
2009**

Banca Examinadora

DEDICATÓRIA

A minha mãe, Vera Lúcia Finazzi Porto, por ter sido mãe e pai ao mesmo tempo.

A meu pai, Renato Ferreira Porto, que partiu cedo, mas deixou eternas saudades por sua alegria de viver.

A Laís e Nathália, minhas filhas e razão de viver. E de sambar também!

A “Seu” Renato Borghomoni, e ao grande sambista Luis Carlos da Vila, pelas suas contribuições ao Carnaval Brasileiro. Onde eles estiverem o samba vai “comer solto”!

A “Seu” Miguel, fundador da Contemporânea, maior e melhor fábrica de instrumentos musicais do Brasil. Ele mudou o som do samba para sempre.

A Roberto Luna, simplesmente a melhor voz do Brasil e nossa Lenda Viva!

Ao grande amigo Astor, que me ensinou o que é a Escola Peripatética.

A Dona Mariazinha, pela grande força que tem me dado e pela preservação da memória de Chico Rei.

A Haideé, pela fibra que tem à vida e por ter sido dona de um bar que era puro Carnaval.

A Ramon Moreira Garcia, Rui e Irene Nardini, meus melhores professores.

A Carlão e Luizinho, que estejam no céu.

A Percival Maricato, por defender com unhas e dentes os bares, que fazem nosso Carnaval todo dia do ano.

A todos aqueles que fazem do Carnaval um modo de vida. Eles merecem mais atenção.

AGRADECIMENTO

A meu orientador, Paulo-Edgar Resende, que sempre me mostrou que a sabedoria faz parte de nossa existência.

A Simone, parceira das horas boas e más, paciente e contundente ao mesmo tempo.

A meu irmão, Renato Finazzi Porto, por sempre ser alegre, apesar das dificuldades da vida. A sua esposa Ana Cláudia e meus sobrinhos Isabela, Rebeca, Henrique e Mateus e Dna. Cláudia. Também ao Pepe.

A Valdemar Ferreira e Leonete, a Andréa e Alex, pela força com a Laís nas horas de dificuldades. Isso é impagável.

A Ernani e Deli Fischer, Helene, Naninho, Tine, pela força com a Nath nas horas de dificuldades. Isso também é impagável.

A meus colegas da UFOP, do Curso de Turismo, e a meus alunos, pela força que sempre me deram para fazer esse doutorado.

Aos bons amigos e companheiros de outros Carnavais, Sérgio Lara, Bocato, Jarbas Mariz, Lula Côrtes, Jaime Sardi, Juvenal, Bel, João Manuel, Egberto, Carla, Tarso, Denise, Villa, Paulo Masotti, Kleber, Klaiton, Bianco e Mauro, Erika Fischer, Rogério, Marlene e Mônica Bergamo, Ana Paula Guimarães, Álvaro, Ju, Cris, Katherine, Katy, Letícia, Danny, Lia, Marcelo Cavinato, Cacá, Ademir Castellari, Vitor e Aluizio Bellizia, Guilherme Schroeder, André Guariglio, Wagner Zamur, Wilmar, Avir, Ricardo, Júlio de Paula, Bia Lima, Silvério, entre tantos outros que fazem com que a alegria carnavalesca seja uma coisa séria.

EPÍGRAFE

"Escolho meus amigos não pela pele, mas pela pupila. Tem que ter brilho questionador e tonalidade inquietante. A mim não interessam os bons de espírito, nem os maus de hábitos, fico com aqueles que fazem de mim louco e santo. Quero que me tragam dúvidas e angústias e aguentem o que há de pior em mim. Para isso, só sendo louco. Escolho meus amigos pela cara lavada e pela alma exposta. Não quero só ombro ou colo, quero sua maior alegria, amigo que não ri junto não sabe sofrer junto. Meus amigos são todos assim: metade bobeira, metade seriedade. Não quero risos previsíveis nem choros piedosos. Não quero amigos adultos nem chatos. Quero-os metade infância e outra metade velhice! Crianças, para que não esqueçam o valor do vento no rosto e velhos, para que nunca tenham pressa. Tenho amigos para saber quem eu sou. Pois vendo-os loucos e santos, tolos e sérios, crianças e velhos, nunca me esquecerei de que a normalidade é uma ilusão imbecil e estéril." (Oscar Wilde)

RESUMO EM LÍNGUA VERNÁCULA

O Brasil recebe cerca de 6 (seis) milhões de turistas estrangeiros por ano. A grande maioria vem da Europa (30,67%), América Latina (28,09%) ou Estados Unidos (14,38). O primeiro país emissor oriental, com 1,3% ou 75.000 turistas é o Japão. Apesar de números impressionantes, em relação ao movimento turístico mundial o Brasil representa apenas 0,59%. Existe assim um amplo campo de ação no turismo mundial onde o Brasil ainda não desempenha um papel de “player”, ou “jogador” internacional.

O objetivo do presente trabalho é um melhor entendimento sobre as motivações que levam um turista a visitar o Brasil atualmente, assim como a percepção final do turista acerca de sua visita. A questão “porque as pessoas viajam para o Brasil” é bem complexa, envolvendo aspectos culturais, bem como transporte, disponibilidade de equipamentos turísticos, distância, motivação e considerações econômicas. A isso tudo, chamamos de “experiência de viagem do turista”. Há um fato relevante a ser considerado: a taxa de retorno após a visita do turista ao Brasil é alta. Em 2006, 64% dos turistas entrevistados pela pesquisa Embratur já haviam visitado o país pelo menos uma vez. Isso demonstra uma alta capacidade de fidelização do receptivo brasileiro. O porquê dessa fidelização, como ela se dá, além da imagem final que o turista estrangeiro tem sobre o Brasil, são os focos da pesquisa em questão.

Por ser um dos grandes responsáveis pela imagem do Brasil no exterior, além de ser o período com mais visitas de turistas estrangeiros, definimos o Carnaval foco da pesquisa. Levantamos as seguintes hipóteses: 1) O Carnaval é um indutor positivo do turismo brasileiro. Ele destaca-se como uma exclusividade do país, contribuindo, a partir de sua imagem, para o reconhecimento do Brasil como um destino turístico importante no mundo atual. 2) Apesar desse reconhecimento, a diversidade do Carnaval Brasileiro ainda é pouco conhecida. Na grande maioria das vezes apenas o Carnaval Carioca é reconhecido pelo turista estrangeiro que visita o país pela primeira vez, ficando os Carnavais Nordestinos e do interior do país para uma segunda viagem.

As entrevistas com turistas estrangeiros ocorreram nas cidades de Ouro Preto, Olinda/Recife e Rio de Janeiro, em períodos de Carnaval. Com isso delineamos e analisamos a imagem do Brasil e de seu Carnaval, uma das maiores festividades espontâneas de rua do mundo, a partir dos olhares dos turistas estrangeiros em visita ao Brasil nesse período.

Palavras-chave: Turismo, cultura, turista, imagem, imagem de um país, Carnaval.

ABSTRACT

Brazil receives around 6 (six) million foreign tourists every year. The majority come from Europe (30,67%), Latin America (28,09%) and United States (14,38%). Considering Oriental countries, Japan is responsible for the biggest emission, with 1.3% or 75,000 tourists. Despite these impressive numbers, Brazil represents 0,59% regarding the worldwide tourist movement. There is therefore a wide field of action in the worldwide tourism where Brazil still has not performed a paper of international "player".

The objective of the present research is to provide a better understanding of the motivations that lead a tourist to visit Brazil nowadays, as well as his/her final perception of the visit.

The question " Why people travel to Brazil?" is complex, involving as well as cultural aspects, transport, tourist equipment availability, distance, motivation and other economic considerations. The expression that summarize these issues could be " tourist journey experience". There is a prominent fact to be considered: A high number of foreign tourists return to Brazil, after their first visit.

In 2006, a research performed by Embratur showed that 64% of the tourists interviewed had already visited the country at least once, proving a high ability of fidelization of the Brazilian receptive. The reasons-for that fidelity, how it works, and the final image that the foreign tourist builds of Brazil, is the focus of the present research.

Carnival has been chosen as the core issue, because it is the preferred period to visit Brazil, being therefore responsible for Brazilian image abroad. We brought up the following hypotheses:

1) Carnival is a positive inductor for Brazilian tourism. It appears as Brazilian exclusivity, contributing, for the recognition of Brazil as an important tourist destination in the present world.

2) In the big majority of time barely the Carnival recognition, the Brazilian Carnival diversity is little known. In the majority of cases, regarding foreigners visiting Brazil for the first time, the only recognized Carnival is the one from Rio de Janeiro. The others, celebrated in Brazilian Northeast and country sides areas, are postponed for a second visit.

The interviews with foreign tourists took place during Carnival periods in the following cities: Ouro Preto, Olinda/Recife and Rio de Janeiro.

They were the main issue to delineate and analyze the image they build of Brazil and its Carnival, which is after all, one of the biggest spontaneous street festivities in the world.

Keywords: Tourism, culture, tourist, image, image of a country, Carnival.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|--|-----|
| Ilustração 1 – Imagens pesquisadas no Google para a palavra Brasil | 47 |
| Ilustração 2 – Mapa Hidrográfico de Minas Gerais | 69 |
| Ilustração 3 - Vista de Ouro Preto do Morro de São Sebastião com Pico do Itacolomi ao Fundo – Foto: Juvenal Pereira – 2009 | 70 |
| Ilustração 4 - Igreja com o Pico do Itacolomi ao fundo – Foto: Henri Yu | 71 |
| Ilustração 5 – Casa dos Contos – Ouro Preto – Foto: Juvenal Pereira – julho 2005 | 74 |
| Ilustração 6 - Congado em Ouro Preto – Rugendas, 1835 | 76 |
| Ilustração 7 - Igreja de São Francisco com frontispício de Aleijadinho - Ouro Preto, MG | 76 |
| Ilustração 8 – Escult. de Jesus no Calvário – Aleijadinho, Santuário de Congonhas do Campo – MG | 78 |
| Ilustração 9 - Anjo com o cálice da Paixão, Santuário de Congonhas do Campo | 78 |
| Ilustração 10 - Escultura de Tiradentes em Ouro Preto – Praça Tiradentes | 81 |
| Ilustração 11 - Praça Tiradentes com Museu da Inconfidência ao fundo | 81 |
| Ilustração 12 – Bixo sobe ladeira com placa de trote universitário | 83 |
| Ilustração 13 - Bloco Zé Pereira dos Lacaio – 2006 | 85 |
| Ilustração 14 - Mapa de Pernambuco | 101 |
| Ilustração 15 - Olinda, vista do Mosteiro de Nossa Senhora do Carmo | 103 |
| Ilustração 16 - Arquitetura em Recife, uma cidade com vários canais - foto H. Oliveira. | 103 |
| Ilustração 17 - Invasões Holandesas em Olinda, Pernambuco | 104 |
| Ilustração 18 -Primeira Sinagoga das Américas, Recife, Pernambuco | 105 |
| Ilustração 19 - Batalha dos Guararapes, óleo sobre tela por Victor Meirelles de Lima | 106 |
| Ilustração 20 - Pontes do Recife, Pernambuco | 108 |
| Ilustração 21 - Ponte da Boa Vista em foto antiga - Recife, Pernambuco | 109 |
| Ilustração 22 – Índios Cabocolinhos em desfile: mistura de índios e negros | 111 |
| Ilustração 23 - Maracatu na Noite dos Tambores Silenciosos no Pátio do Terço, Recife, Pernambuco, Brasil | 115 |

| | |
|--|-----|
| Ilustração 23 -Grupos de Caboclinhos em Pernambuco | 116 |
| Ilustração 25 - Galo da Madrugada - Recife, Pernambuco | 117 |
| Ilustração 26 – Lula Côrtes, Alceu Valença e Zé Ramalho são presenças de todos os Carnavais de Recife/Olinda | 124 |
| Ilustração 27 - Recife vista de Jaboatão dos Guararapes e de Calhetas | 127 |
| Ilustração 28 - Propagandas de Porto de Galinhas | 127 |
| Ilustração 29 – Mapas das Capitânicas Hereditárias | 134 |
| Ilustração 28 – Favela da Rocinha, Rio de Janeiro (2008) | 139 |
| Ilustração 29 – Estádio do Maracanã, com Maracanzinho e Parque Aquático (2008) | 140 |
| Ilustração 30 – Ponte Rio Niterói | 141 |
| Ilustração 31 – Praça da Apoteose, Sambódromo, Rio de Janeiro Foto: Rio Visitors & Convention Bureau | 142 |
| Ilustração 32 - Dia do Entrudo (Cena de Carnaval), 1816-1831. | 144 |
| Ilustração 33 – Carmen Miranda e seus balangabãs e com o Bando da Lua, seu grupo – fotos: site oficial (1935 a 1939) | 146 |
| Ilustração 34 – Sambódromo e destaque de escola de samba – Rio de Janeiro - Carnaval 2004 | 150 |
| Ilustração 35 – Uma escola de samba no desfile do sambódromo | 153 |
| Ilustração 36 - Diversos blocos de rua animaram a tarde na praia de Ipanema, no Rio de Janeiro e os músicos saíram com seus instrumentos para animar o público – Carnaval 2008 | 154 |
| Ilustração 37– Luis Carlos da Vila e Arlindo Cruz foram fundadores do Terreirão da Lapa | 154 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|----|
| Tabela 1 - Principais Emissores de Turistas para o Brasil - 2006/2007 | 21 |
| Tabela 2 - Desembarque de Passageiros em Vôos Internacionais - Variação Mensal 2007/2008 | 22 |
| Tabela 3-Países onde foram realizadas pesquisas sobre imagem do Brasil – CNT /Sensus | 48 |
| Tabela 4 – Conhecimento e localização do Brasil – CNT/Sensus | 49 |
| Tabela 5 - Meios de informação sobre o Brasil - CNT/Sensus | 50 |
| Tabela 6- Avaliação sobre viver no Brasil - CNT/Sensus | 50 |
| Tabela 7 – Desenvolvimento do Brasil - CNT/Sensus | 51 |
| Tabela 8 – Brasileiro: Alegria e hospitalidade - CNT/Sensus | 51 |
| Tabela 9 – Brasileiro: Trabalhador e Confiável - CNT/Sensus | 52 |
| Tabela 10 – Imagem do Brasil – CNT/Sensus | 52 |
| Tabela 11 – Principal produto de exportação do Brasil - - CNT/Sensus | 53 |
| Tabela 12 – Avaliação dos Produtos Brasileiros - CNT/Sensus | 54 |
| Tabela 13 – Conhece o Brasil - CNT/Sensus | 55 |
| Tabela 14 – Vontade de Conhecer o Brasil - - CNT/Sensus | 56 |
| Tabela 15 –Motivo iria/não iria ao Brasil - CNT/Sensus | 56 |
| Tabela 16 - Idade de turistas estrangeiros em visita ao Brasil- CNT/Sensus | 65 |
| Tabela 17 - Motivação da viagem ao Brasil de turistas estrangeiros - CNT/Sensus | 66 |
| Tabela 18 - Meio de comunicação que influenciou a decisão da viagem por país de residência | 67 |
| Tabela 19 - Permanência média do turista estrangeiro no Brasil-CNT/Sensus | 67 |
| Tabela 20 – Gasto diário médio per capita no Brasil (US\$) - CNT/Sensus | 68 |
| Tabela 21 - Maiores críticas dos turistas ao Brasil - CNT/Sensus | 68 |
| Tabela 22 - Avaliação da infra-estrutura urbana, equipamentos e serviços turísticos do Brasil pelos turistas estrangeiros. | 69 |

LISTA DE SIGLAS

ABAV – Associação Brasileira de Agentes de Viagens

ABHRBS – Associação Brasileira de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares

ABIH – Associação Brasileira da Indústria Hoteleira

ACIE – Associação dos Correspondentes da Imprensa Estrangeira

AERP – Assessoria Especial de Relações Públicas

ASTA – American Society of Travel Agents

BC – Banco Central

BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento

BIRD – Banco Mundial ou Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento

CEBITUR – Centro Brasileiro de Informação Turística

CET – Centro de Excelência em Turismo

CNTur – Conselho Nacional de Turismo.

COBRAT - Câmara dos Operadores Brasileiros de Turismo

CODESUL – Conselho do Desenvolvimento do Sul

CONETUR – Comissão Nacional de Entidades de Turismo

CTI – Comissão do Turismo Integrada

DAC – Departamento de Aviação Civil

DEPROD – Departamento de Promoção e Desenvolvimento

DIMARK – Diretoria de *Marketing* – EMBRATUR

DIREF – Diretoria de Economia e Fomento – EMBRATUR

EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo / Instituto Brasileiro de Turismo

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

MICT – Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo

OEA – Organização dos Estados Americanos

OMT – Organização Mundial do Turismo

ONU – Organização das Nações Unidas

PAB – Programa de Artesanato Brasileiro

PNMT – Programa Nacional de Municipalização do Turismo

PNT – Política Nacional de Turismo

PROCON – Serviço de Proteção ao Consumidor

PRODETUR – Programa de Desenvolvimento do Turismo

RSNT – Reunião do Sistema Nacional de Turismo

SATO – South American Travel Organization

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas

SUDAN – Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia

SUDENE – Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste

SUDESUL – Superintendência de Desenvolvimento do Extremo Sul

TRADE – Organismos Governamentais e Não-Governamentais do Setor Turismo

TPR – Tourism Planning and Research Limited

UIOOT – União Internacional dos Organismos Oficiais de Turismo

UnB – Universidade de Brasília

VTD – Vão de Turismo Doméstico

WTTC – World Travel and Tourism Council

SUMÁRIO

| | |
|--|------------|
| Introdução | 15 |
| Capítulo 1 – A Demanda Turística e o Perfil do Turista Estrangeiro que Visita o Brasil | 29 |
| 1.1 - Demanda Turística e Função-Consumo Turístico | 29 |
| 1.2 - Definição da Imagem de um País, a Imagem do Brasil e o Carnaval | 42 |
| 1.3 - Perfil do Turista Estrangeiro que visita o Brasil | 63 |
| Capítulo 2 - O Carnaval de Ouro Preto e o Turista Internacional | 70 |
| 2.1 - Ouro Preto e a História | 70 |
| 2.2 - Ouro Preto e o Carnaval | 84 |
| 2.3 - O Turista Estrangeiro no Carnaval de Ouro Preto | 93 |
| Capítulo 3 - O Carnaval do Recife/Olinda e o Turista Internacional | 102 |
| 3.1 - Recife/Olinda e a História | 102 |
| 3.2 - Recife/Olinda e o Carnaval | 113 |
| 3.3 - O Turista Estrangeiro no Carnaval de Recife/Olinda | 124 |
| Capítulo 4 - O Carnaval do Rio de Janeiro e o Turista Internacional | 134 |
| 4.1 - Rio de Janeiro e a História | 134 |
| 4.2 - Rio de Janeiro e o Carnaval | 143 |
| 4.3 - O Turista Estrangeiro no Carnaval do Rio de Janeiro | 155 |
| Capítulo 5 - Análise da Imagem Internacional do Brasil e da Impressão Percebida pelo Turista Estrangeiro em visita ao Carnaval Brasileiro | 165 |
| 5.1 - Análise das Unidades Modificadas de Sentido dos Turistas Estrangeiros | 165 |
| 5.2 – A Imagem do Brasil e a influência do Carnaval | 171 |
| 5.2 – Conclusão | 174 |
| Anexos | 179 |
| Bibliografia | 196 |

INTRODUÇÃO

Escolher um destino turístico para qualquer indivíduo não é tarefa das mais fáceis. Quando decidimos viajar, aspectos culturais e psicológicos, como a atração pela cultura de um país ou por um determinado clima, bem como problemas de transporte, disponibilidade de equipamentos turísticos, distância e outras considerações econômicas, são levadas em conta. Trabalhar e buscar o lazer e o prazer no seu mais amplo sentido, no que diz respeito aos vários âmbitos que tomam conta de nossa existência, tornou-se comum num mundo pós-moderno marcado pela discussão sobre como compatibilizar a prática dos prazeres com a dedicação ao trabalho. Em nosso tempo livre, buscamos não só o comportamento das massas que invadem destinos turísticos em altas temporadas. Cada vez mais a segmentação das destinações, os nichos de mercado inexplorados e as práticas globalizadas de atendimento ao cliente ou hóspede, mostram que o tempo de imensos conglomerados idealizados e construídos apenas para a recepção, acomodação e entretenimento do turista, não dão conta do comportamento da demanda turística atual.

Por outro lado, estamos vivendo em um mundo pós-moderno (Sardi, 2001) ao qual são destinadas expressões tais como sociedade da ampliação crescente do tempo livre e da diminuição do tempo destinado ao trabalho, sociedade da “pós-orgia”, sociedade dos shopping centers e sociedade da sedução *non-stop*. Existe muita confusão e um ceticismo justificado em relação aos termos “pós-moderno”, “pós-modernismo”, “pós-modernidade” e “pós-modernização” e seu relacionamento com a família de termos associados ao moderno. A história desses termos sugere que o pós-modernismo foi empregado pela primeira vez para assinalar um movimento que ia além do modernismo artístico centralizado em Nova York nos

anos sessenta. A pós-modernidade é compreendida como algo que estamos à véspera de detectar, que aponta para a decadência e a dissolução da modernidade.

Os principais traços associados ao pós-modernismo, segundo Featherstone (1997) podem ser resumidos brevemente. Primeiramente, é um movimento que se afasta das ambições universalísticas das narrativas mestras, em que a ênfase se aplica à totalidade, ao sistema e à unidade, e caminha em direção a uma ênfase no conhecimento local, na fragmentação, no sincretismo, na “alteridade” e na “diferença”. Em segundo lugar, é a dissolução das hierarquias simbólicas que acarretam julgamentos canônicos de gosto e valor, indo em direção ao colapso populista da distinção entre a alta cultura e a cultura popular. Em terceiro lugar é uma tendência à estetização da vida cotidiana, que foi impulsionada pelos esforços, no âmbito da arte, a fim de diluir as fronteiras entre a arte e a vida (arte *pop*, dadaísmo, surrealismo, etc.) e o movimento em direção a uma cultura de consumo simuladora, na qual o véu das imagens, reduplicado de maneira alucinatória e interminável, apaga a distinção entre a aparência e a realidade. Em quarto lugar, é uma descentralização do sujeito, cujo senso de unidade e cuja continuidade biográfica dão lugar à fragmentação e a um jogo superficial com imagens, sensações e “intensidades multifrênicas”.

A frase “intensidades multifrênicas” foi usada por Frederic Jameson, um dos mais influentes escritores do pós-modernismo para indicar o que considera efeito do pós-moderno, tendências que surgiram na cultura pós-guerra da sociedade de consumo (Jameson, 1984, ver também Featherstone, 1991). Refere-se a uma ruptura de senso de identidade do indivíduo, por meio do bombardeamento de signos e imagens fragmentadas, que corroem todo o senso de continuidade dentre o passado, o presente e o futuro, toda a crença teleológica de que a vida é um projeto com um significado. Em oposição ao conceito de que a vida é um projeto

carregado de significados, temos aqui a visão segundo a qual o modo primário de orientação do indivíduo é estético e, como o esquizofrênico, ele é incapaz de encadear os significados e, em vez disso, precisa focar determinadas experiências e imagens desconectadas, que proporcionam um senso de intensa imersão e imediatismo, a ponto de excluir todas as preocupações teleológicas mais amplas.

Essa Pós-modernidade convive com o mundo pós-industrial, articulado ao redor do consumo, da cultura da máxima satisfação, da exacerbação do prazer, isso tudo gerando subjetividades consumistas denominadas “máquinas de desejos” ou “terminais de consumo”. Viajar torna-se então, além de uma forma de escapar das pressões da vida cotidiana, uma necessidade de consumo. O crescimento do turismo mundial confirma as afirmações de que estamos cada vez mais em um mundo globalizado, inclusive no que diz respeito à interatividade e mobilidade humana. Novas tecnologias de logística e transporte, associadas à rede internacional de computadores, transformaram as viagens internacionais em rotina humana.

O mundo globalizado vem criando as condições necessárias para dinamizar o deslocamento humano e conseqüentemente as relações sociais envolvidas nesse deslocamento. Existem diversos fatores que motivam o turismo e a movimentação internacional. Além do lazer, destacam-se as viagens de negócios, visitas a parentes ou amigos e estudos. Esses fatores compõem a grande maioria das movimentações humanas, ao lado da emigração gerada por guerras e catástrofes climáticas. Embora não haja uma definição única do que seja Turismo, de acordo com diversos autores, podemos defini-lo como:

“As atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo,

com fins de lazer, negócios e outros." **Organização Mundial do Turismo/Nações Unidas.**

Outra abordagem é quanto ao fenômeno social que o turismo representa:

"O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporal de indivíduos ou grupo de pessoas que, fundamentalmente com motivo de recreação, descanso, cultura ou saúde, se transladam de seu lugar de residência habitual a outro, onde não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural." **Padilla (1992)**

Ainda há o viés econômico do deslocamento humano:

"A soma das operações, especialmente as de natureza econômica, diretamente relacionados com a entrada, a permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora do país, cidade ou região." **Wahab (1977)**

A motivação das viagens também tem sido colocada como fator importante por alguns autores:

"O conjunto de viagens que tem por objetivo o prazer ou motivos comerciais, profissionais ou outros análogos, durante os quais é temporária sua ausência da residência habitual. As viagens realizadas para locomover-se do local de trabalho não constitui em turismo" **Andrade (1998)**

Turismo como resultado das inter-relações humanas:

"o conjunto de inter-relações e dos fenômenos que se produzem como consequências das viagens e das estadas de forasteiros, sempre que delas não resultem assentamento permanente, nem que eles vinculem alguma atividade produtiva." **Andrade (1998).**

O turismo também pode ser caracterizado como um campo do saber:

“O turismo pode ser definido como a ciência, a arte e a atividade de atrair e transportar visitantes, alojá-los e cortesmente satisfazer suas necessidades e desejos.” **McIntosh (1993)**

No que tange o turismo, além da natureza exuberante, da fauna e flora riquíssima e da grande vantagem comparativa em termos de acidentes climáticos e terrestres, o Brasil conta com um generoso caldo racial e cultural. Já observara Pero Vaz de Caminha em 1500:

“Esta terra, Senhor, me parece que será tamanha, que haverá nela bem vinte ou vinte e cinco léguas por costa; traz ao longo do mar grandes barreiras, e a terra muito cheia de grandes arvoredos; é toda praia muito formosa. Nela até agora não pudemos saber que haja ouro, nem prata nem nenhuma coisa de metal nem ferro. Porém, a terra, em si, é de muito bons ares. Águas são muitas, infindas. E em tal maneira é graciosa que, querendo-a aproveitar, dace-á nela tudo por bem das águas que tem. Porém, o melhor fruto que nela se pode fazer me parece que será salvar essa gente.”. **Pero Vaz de Caminha em carta a dom Manuel, rei de Portugal (1500)**

Observamos aí o interesse do estrangeiro nas riquezas brasileiras. E nas sete páginas de sua carta, Pero Vaz da Caminha rasga a nova terra de elogios, não dispensando seu olhar para as vantagens econômicas para Portugal. Como será a percepção do estrangeiro que hoje nos visita acerca do Brasil?

Apesar do estudo da atividade turística ter sido encarado apenas do ponto de vista das concepções desenvolvimentistas e, mais recentemente, a partir das variadas matizes do pensamento ecológico, que a definem como um caminho “prudente” para o crescimento de uma dada localidade, outros autores caminham para uma análise crítica do contexto em que o turismo se insere no mundo atual. Diante das desigualdades regionais, em muitas localidades brasileiras o turismo acaba se tornando o “objeto do desejo” (Ouriques, 2003). Os meios

políticos e empresariais capturam e vendem o discurso de que o desenvolvimento do turismo é a grande alternativa para o futuro dessas localidades.

Nesse sentido, o turismo é apresentado como a forma mais adequada de promover o desenvolvimento local, já que sua notável expansão acaba atraindo lugares com problemas de crescimento. E geralmente assiste-se à competição entre cidades e regiões pelo turista. É divulgada assim a crença de que o turismo é uma grande fonte de empregos para as populações locais. Ao mesmo tempo, atribui-se ao turismo a capacidade de incrementar as receitas municipais tendo, portanto, impacto positivo sobre a distribuição de renda. Além disso, é difundida a idéia de que é uma atividade econômica não poluidora, capaz de promover um desenvolvimento ecologicamente sustentável. Segundo Ouriques:

“Em trabalho anterior já apontamos algumas limitações das concepções econômicas e ecológicas sobre a atividade turística. Nossa intenção nesta pesquisa é avançar nessa análise crítica, introduzindo as dimensões teóricas do fetichismo e da dependência como elos necessários para a compreensão da expansão do turismo no Brasil. Em outros termos, o turismo será encarado aqui como a faceta estética, fetichista do colonialismo no Brasil. O turismo, ao produzir a mercantilização progressiva em lugares até então não inseridos nos círculos do capital, age como um novo dominador que consome paisagens, transforma modos de vida, impõe aos habitantes locais o império do valor de troca.”. **Ouriques (2003)**

Esse dilema enfrentado pelo Brasil diante do contexto turístico internacional é presente na maioria dos países em desenvolvimento e concorrentes diretos quando se trata de receptivos turísticos. Em todos os países que concorrem com o Brasil há dilemas no que se refere a confrontos entre culturas locais e visitantes, exploração de mão-de-obra, exploração sexual e saturação ecológica e ambiental a partir de incrementos indesejados no turismo,

criando uma sucessão de problemas que vão desde o desalojamento de habitantes naturais, até a criação de redes de pedofilia, exploração sexual e degradação ambiental.

Porém, qual turista hoje frequenta o Brasil? Qual o perfil do visitante estrangeiro? O Brasil recebe cerca de 6,5 (seis e meio) milhões de turistas estrangeiros por ano. Desses, 73,14% têm origem na América Latina (28,09%), Estados Unidos (14,38%) ou Europa (30,67%). O primeiro país emissor oriental, com 1,5% ou 75.000 turistas é o Japão (ver tab. 1).

Principais Emissores de Turistas para o Brasil - 2006/2007

| Principais Países Emissores | 2006 | | | 2007 | | |
|-----------------------------|---------------------------|-------|---------|---------------------------|-------|---------|
| | Número de Turistas | % | Ranking | Número de Turistas | % | Ranking |
| ARGENTINA | 933.061 | 18,60 | 1º | 920.210 | 18,31 | 1º |
| ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA | 721.633 | 14,38 | 2º | 699.169 | 13,91 | 2º |
| PORTUGAL | 299.211 | 5,96 | 3º | 280.438 | 5,58 | 3º |
| ITÁLIA | 287.898 | 5,74 | 4º | 268.685 | 5,35 | 4º |
| CHILE | 176.357 | 3,52 | 10º | 260.430 | 5,18 | 5º |
| ALEMANHA | 277.182 | 5,52 | 5º | 257.719 | 5,13 | 6º |
| FRANÇA | 275.913 | 5,50 | 6º | 254.367 | 5,06 | 7º |
| URUGUAI | 255.349 | 5,09 | 7º | 226.111 | 4,50 | 8º |
| ESPANHA | 211.741 | 4,22 | 8º | 216.373 | 4,31 | 9º |
| PARAGUAI | 198.958 | 3,97 | 9º | 206.323 | 4,11 | 10º |
| INGLATERRA | 169.627 | 3,38 | 11º | 176.948 | 3,52 | 11º |
| PERU | 64.002 | 1,28 | 15º | 96.336 | 1,92 | 12º |
| HOLANDA | 86.122 | 1,72 | 12º | 83.554 | 1,66 | 13º |
| SUIÇA | 84.816 | 1,69 | 13º | 72.763 | 1,45 | 14º |
| CANADÁ | 62.603 | 1,25 | 16º | 63.963 | 1,27 | 15º |
| JAPÃO | 74.638 | 1,49 | 14º | 63.381 | 1,26 | 16º |
| OUTROS | 838.140 | 16,71 | - | 879.064 | 17,49 | - |
| Total | 5.017.251 turistas | | | 5.025.834 turistas | | |

Fonte: DPF e EMBRATUR

Tabela 1 - Principais Emissores de Turistas para o Brasil - 2006/2007

Apesar de números impressionantes, somos muito pequenos em relação ao turismo mundial. Anualmente a cifra internacional é de 846 milhões de chegadas. Como podemos notar, (ver tabela 2) o Brasil tem um total de 6.534.244 de turistas. O Brasil então representa cerca de 0,7% do movimento total de turistas que mundialmente se deslocam. Existe um amplo campo de ação no turismo mundial, onde o Brasil ainda não desempenha um papel de “player”, ou “jogador” internacional, no que diz respeito à Indústria Turística e de Hospitalidade de Massa. Logo, ainda não está consolidada a imagem do Brasil no mundo enquanto país turístico por excelência, com um campo de atuação reconhecido e globalizado.

Desembarque de Passageiros em Vôos Internacionais - Variação Mensal 2007/2008

| Mês | 2007 | | | 2008 | | | Variação % 2007/2008 |
|-------|----------------|--------------------|-----------|----------------|--------------------|-----------|-------------------------|
| | Vôos Regulares | Vôos Não Regulares | Total | Vôos Regulares | Vôos Não Regulares | Total | |
| Jan | 551.662 | 65.071 | 616.733 | 602.484 | 51.695 | 654.179 | 6,07 |
| Fev | 484.784 | 63.806 | 548.590 | 542.123 | 43.080 | 585.203 | 6,67 |
| Mar | 503.376 | 42.407 | 545.783 | 537.619 | 23.449 | 561.068 | 2,80 |
| Abr | 451.471 | 27.322 | 478.793 | 459.862 | 11.474 | 471.336 | -1,56 |
| Mai | 447.057 | 12.661 | 459.718 | 458.459 | 11.371 | 469.830 | 2,20 |
| Jun | 453.565 | 19.116 | 472.681 | 457.136 | 9.024 | 466.160 | -1,38 |
| Jul | 558.607 | 38.858 | 597.465 | 602.791 | 28.859 | 631.650 | 5,72 |
| Ago | 504.267 | 32.039 | 536.306 | 558.280 | 25.072 | 583.352 | 8,77 |
| Set | 481.976 | 18.629 | 500.605 | 497.197 | 15.247 | 512.444 | 2,36 |
| Out | 532.844 | 19.679 | 552.523 | 509.281 | 11.023 | 520.304 | -5,83 |
| Nov | 528.771 | 21.296 | 550.067 | 512.469 | 10.301 | 522.770 | -4,96 |
| Dez | 557.839 | 28.050 | 585.889 | 532.856 | 23.092 | 555.948 | -5,11 |
| Total | 6.056.219 | 388.934 | 6.445.153 | 6.270.557 | 263.687 | 6.534.244 | - |

Tabela 2 - Desembarque de Passageiros em Vôos Internacionais - Variação Mensal 2007/2008

Pela diversidade de definições apresentadas anteriormente, pode-se concluir que o turismo é um fenômeno complexo e como tal não dispõe de mecanismos exclusivos, nem possui processo autônomo, uma vez que faz uso permanente de princípios e recursos de ciências dos mais variados ramos de atividade humana. Esta interdependência está muito bem colocada por Andrade (1998) quando diz que a pessoa humana é o epicentro do fenômeno turístico e, para atingi-lo, os teóricos e técnicos de turismo recorrem a princípios, conclusões, métodos e sistemáticas da sociologia, da história, da geografia, da economia e da política, com o auxílio indispensável e permanente da psicologia, da comunicação humana e social e da administração.

Quando estudamos a imagem do Brasil, seja por meio da iconografia ou da mídia associada ao país ou através de depoimentos diversos, notamos que o Carnaval, de uma forma ou de outra, está sempre presente no imaginário estrangeiro.

Dentro dessa ótica multidisciplinar, o sentido que se quer dar à pesquisa é, a partir dos Olhares Estrangeiros, das Relações Internacionais brasileiras e da Imagem do Brasil no exterior, traçar um perfil da Imagem do Brasil e do Carnaval brasileiro a partir dos depoimentos dos turistas visitantes das cidades de Ouro Preto, Recife e Rio de Janeiro.

Levantamos duas hipóteses principais para o trabalho:

- 1) O Carnaval é um indutor positivo do turismo brasileiro. Ele destaca-se como uma exclusividade do país, contribuindo, a partir de sua imagem, para o reconhecimento do Brasil como um destino turístico importante no mundo atual.
- 2) Apesar desse reconhecimento, a diversidade do Carnaval Brasileiro ainda é pouco conhecida. Na grande maioria das vezes apenas o Carnaval Carioca é reconhecido pelo turista

estrangeiro que visita o país pela primeira vez, ficando os Carnavais Nordestinos e do interior do país para uma segunda viagem.

O presente trabalho está dividido em 5 (cinco) capítulos. Na Introdução definimos pós-modernidade, turismo e a pesquisa que será desenvolvida. No primeiro capítulo é feita a descrição da demanda turística e do perfil do turista estrangeiro que visita o Brasil. Analisamos a função demanda turística, enumerando e analisando, a partir da realidade brasileira, uma série de fatores que influenciam a decisão do turista em viajar para uma determinada localidade ou destino, dentre eles o Brasil. Vemos que são diversos esses fatores e nos concentramos nos fatores qualitativos da visita turística. A seguir, a partir da pesquisa de demanda turística internacional desenvolvida pela Embratur em conjunto com a FIPE, uma série de conclusões são elencadas, possibilitando uma análise do perfil atual do visitante estrangeiro. Essa pesquisa já conta com uma série de sete anos de periodicidade, o que nos dá segurança quanto aos dados coletados. É feito um levantamento sobre a imagem do Brasil no exterior. O levantamento foi feito a partir de diversas fontes de informação nos principais países emissores. A pesquisa foi feita nos principais meios de comunicação desses países, por meio de pesquisa na Internet. A imagem do Brasil foi delineada a partir do imaginário internacional que o Brasil possui, dadas as informações coletadas. Também é analisada pesquisa feita pela CNT (Confederação Nacional do Transporte), com mais de 20 países. Nesse momento podemos falar da iconização dos países, onde a imagem atribuída ao Brasil fica marcada na forma de uma imagem percebida pelo estrangeiro em seu próprio país. Podemos detectar a influência do Carnaval como um dos ícones brasileiros, ao lado do café, de Pelé, da favela, do desmatamento da Amazônia, entre outros.

Nos capítulos dois, três e quatro, são descritas em cada um deles as cidades pesquisadas, sua relação com a história do Brasil, sua relação com o Carnaval e sua relação com o turista estrangeiro que está em visita no período carnavalesco, captando assim a impressão do turista estrangeiro sobre o Brasil durante sua visita ao Carnaval brasileiro. Nesse ponto encontra-se a pesquisa de campo efetuada pelo autor. Foram realizados três tipos de entrevistas: com especialistas na área de turismo; estrangeiros moradores no país; estrangeiros em visita temporária ao Brasil. Estes últimos foram entrevistados nas cidades de Ouro Preto, Olinda/Recife e Rio de Janeiro, em períodos de alta estação, durante os anos de 2006, 2007 e 2008. As visitas foram as seguintes:

Ouro Preto - Carnaval (Fevereiro de 2006) e Festival de Inverno de (julho de 2007 e 2009);

Olinda/Recife - Carnaval (Fevereiro de 2007);

Rio de Janeiro - Carnaval (Fevereiro de 2008) e Jogos Panamericanos (julho de 2007).

Cada capítulo aborda um desses locais, descrevendo a história da cidade, as origens do Carnaval local, sua iconografia, suas tradições reconhecidas, seus personagens mais importantes e que ainda hoje influenciam no formato e no cenário do Carnaval atual. Também foram abordados seus apelos nas propagandas nacionais e internacionais. Tudo isso correlacionado ao turista estrangeiro que visitou o local no momento do evento. Durante os capítulos são descritas as entrevistas realizadas com os diversos atores destes carnavais, como moradores, trabalhadores no turismo e turistas estrangeiros. Com estes turistas estrangeiros são feitas análises das Unidades de Sentido encontradas, finalizando com uma sinopse das Unidades Modificadas de Sentido (U.M.S.)

No quinto capítulo, é feita uma análise comparativa entre Imagem Internacional do Brasil *versus* Impressão Percebida pelo Turista Estrangeiro. A interpretação dos resultados acontece

em três momentos distintos: Na fase de observação empírica da realidade do turista, resultante das vivências do pesquisador durante os Carnavais de Ouro Preto, Recife/Olinda e Rio de Janeiro; durante a leitura dos relatos; na elaboração das análises e síntese.

As contribuições alcançadas por fim, foram: o levantamento do perfil do turista estrangeiro que visita o Brasil; a análise da divulgação de receptivos turísticos brasileiros no exterior em comparação com concorrentes em potencial; construção do imaginário dos turistas sobre o Brasil; análise dos fatores que contribuem para a formação da impressão e da imagem que o turista leva do Brasil; diretrizes mercadológicas de divulgação de receptivos do turismo brasileiro no exterior.

A primeira etapa da pesquisa consistiu na elaboração de uma proposição aos relatores, nos seguintes termos:

- 1. Esta é a primeira vez que você vem ao Brasil? Como foi feita sua escolha de vir para cá? Porque para o Brasil?**
- 2. Qual a imagem que você tinha a respeito do Brasil antes de vir para cá?**
- 3. Qual a impressão que você tem do Brasil agora?**
- 4. Quais as coisas que mais o surpreenderam até agora?**
- 5. Descreva e comente aspectos de sua vivência como turista no Brasil, durante o Carnaval, que considere mais significativos e marcantes.**

Essas proposições foram amplas e pretendem apreender os aspectos que os turistas considerem “mais significativos”, compreendido que se trata de uma análise própria dos sujeitos. Determinou-se como amostra 11 sujeitos de cada cidade, 33 no total, sendo uma “amostragem” não-probabilística intencional. Os relatores foram selecionados dentre estrangeiros que estavam passando o Carnaval nas cidades pesquisadas. Buscou-se seguir

uma lógica na escolha dos mesmos, em função das características da pesquisa fenomenológica, que se equilibra na tensão entre singularidades e universalidades.

A segunda etapa consistiu em distribuir e recolher os relatos. Foi esclarecido aos turistas que os relatos seriam utilizados em uma pesquisa na área de sociologia. Assegurou-se o anonimato e confidencialidade em relação à divulgação dos nomes dos relatores.

Na última etapa, a análise de resultados, empregou-se o método descrito por Giorgi (1985), utilizado nas teses de doutorado de França (1989) e Sardi (2001). Tal método estruturou-se em quatro fases:

1. Sentido do todo - Simples leitura do texto e a habilidade de entender a linguagem do sujeito.
2. Discriminação das unidades de sentido - Considerando que é impossível analisar um texto inteiro ao mesmo tempo, é necessário separá-lo em unidades manejáveis. As unidades são analisadas de acordo com o interesse da pesquisa (caráter psicológico, econômico, sociológico, teológico etc.).
3. Transformação das expressões de linguagem do sujeito para linguagem com ênfase no fenômeno que está sendo investigado - A intenção do método aqui é de chegar a uma categoria geral partindo das expressões concretas. Giorgi (1985, p.19), afirma que é fundamental precisar a linguagem, padronizar, para "iluminá-lo" pela perspectiva fenomenológica.
4. Resultado das unidades de sentido transformadas em colocações - O objetivo é sintetizar, integrar e descrever as descobertas das unidades mais significativas.

A decisão de utilização de relatos deveu-se à necessidade de se analisar os discursos considerando a intencionalidade da consciência. Não se busca aqui efetuar uma análise de conteúdo ou estudar a fala do turista, mas sim conhecer a dimensão ontológica do turismo.

CAPITULO 1 - A DEMANDA TURÍSTICA E O PERFIL DO TURISTA ESTRANGEIRO QUE VISITA O BRASIL

1.1 - A Demanda Turística e a Função-Consumo Turístico

A demanda turística é discutida a partir de diversos determinantes que estão relacionados à aquisição de um serviço intangível, geralmente férias, ou como um serviço específico para atender a uma necessidade específica, como uma viagem de negócios ou uma visita a amigos ou parentes. Entre os determinantes econômicos do crescimento do turismo internacional, estão o aumento da renda disponível e do direito a férias em países desenvolvidos, conforme enfatiza Ryan (1991). A importância dos determinantes psicológicos na busca das razões pelas quais os turistas viajam também é ressaltada pelo autor. A análise de Ryan (1991) dos motivadores para as viagens turísticas (excluindo as viagens de negócios) identifica as razões comumente citadas para explicar por que as pessoas viajam para destinações turísticas em suas férias. Entre elas estão:

- . Desejo de escapar de um ambiente comum ou da rotina;
- . Busca de relaxamento e recuperação;
- . Oportunidade para diversão;
- . Fortalecimento de laços de família;
- . Prestígio, já que certas destinações podem fazer com que se avance socialmente entre os membros do mesmo grupo;
- . Interação social;
- . Oportunidades educacionais;
- . Realização de desejos;
- . Compras.

Embora seja possível identificar uma série de motivadores, é possível se classificar os turistas de acordo com as férias almejadas e com a experiência de viagem que desejam. Por exemplo, Cohen (1972) distingue entre quatro tipos de viajantes turísticos:

- . O **turista de massas organizado** em um pacote de férias. É altamente organizado e seu contato com a comunidade anfitriã na destinação é mínimo;
- . O **turista de massas individual**, que utiliza estruturas semelhantes às do turista de massas organizado, mas deseja também visitar outros locais que não fazem parte de roteiros organizados no local de destinação;
- . Os **exploradores**, que organizam sua viagem de forma independente e desejam experimentar o estilo de vida cultural e social da destinação;
- . O **andarilho**, que não busca contato algum com outros turistas ou suas hospedagens, buscando conviver com a comunidade anfitriã.

Está claro que esta classificação tem problemas e limites, já que não leva em conta a diversidade cada vez maior de férias e a inconstância no comportamento dos turistas. Outras pesquisas sugerem que uma forma de superar esta dificuldade é examinar as diferentes destinações que os turistas escolhem para visitar, e então estabelecer uma escala móvel semelhante à tipologia de Cohen (1972), mas que não tenha uma classificação tão absoluta. Pearce (1992) produz um argumento convincente que destaca a importância de considerar a escolha de destinação feita pelo turista. Ao fazer um mapeamento da motivação turística, Pearce (1992) argumenta que:

“A demanda turística não deve ser igualada à motivação turística. A demanda turística é o resultado da motivação turística, bem como do marketing, de características da destinação e fatores de contingência, como dinheiro, saúde e tempo, em relação ao

comportamento dos turistas na escolha...A demanda turística pode ser expressa como a soma das intenções comportamentais realistas de visitar um local específico...[a qual é]...reduzida a estatísticas existentes sobre viagens e e previsões de números de futuros viajantes. A motivação do turista é, desta forma, uma parte da demanda turística, e não seu equivalente." (Pearce,1992:113)

Também podemos utilizar a classificação geral proposta por Fellini (1983). As diversas formas de classificação não são excludentes; podemos compor o tipo de demanda que analisamos. Desta forma, para as cidades escolhidas para nossa pesquisa, podemos encontrar um turista jovem que visitou Recife no Carnaval, chegando de ônibus vindo do Rio de Janeiro após passar 14 dias viajando pelo litoral do Nordeste. Assim como podemos encontrar na mesma cidade de Recife um adulto caminhoneiro Holandês que veio de vôo charter (fretado) direto para o Carnaval de Olinda para um período de 10 dias. No primeiro caso, temos o perfil de um jovem viajando individualmente sem operadora, que vem a lazer com tempo para desfrutar da viagem, interagindo com a população local. No segundo caso, temos um adulto viajando por uma operadora, por um curto período para desfrutar de suas férias anuais com poucos dias. É de se esperar que as expectativas de ambos sobre o Carnaval, e conseqüentemente a oferta turística esperada, sejam diferentes.

O consumo turístico, de maneira geral, não é um tipo de consumo impulsivo. Ele é planejado, ou seja, as ações de uma pessoa, como turista, são decididas antecipadamente. Vejamos algumas perguntas que têm que ser respondidas antes:

O que o turista gostaria de fazer?

Para onde gostaria de ir?

Quanto há de renda disponível para gastar?

Quais são as formas de crédito e parcelamento?

A renda disponível durante o parcelamento é suficiente?

Vale mais a pena pagar à vista ou pagar juros pelo parcelamento?

Quais as localidades mais interessantes ainda não conhecidas?

Quais os eventos e os atrativos da localidade e qual sua qualidade?

O tempo de permanência é compatível com o tempo disponível?

Qual a distância da localidade a ser visitada?

Qual o preço do hotel? Ou que tipo de estada escolher?

Quanto gastar em transporte? Ou que tipo de transporte utilizar?

Quanto gastar nas atividades de entretenimento e lazer?

Quanto e onde gastar em alimentação?

Qual o câmbio?

Um turista dessa forma está ávido de informações, e é importante destacar que a decisão de viajar, que é a primeira, é tomada no local de origem do turista. Além disso, um conjunto de variáveis passa a ser fundamental para sua decisão. Esse processo nos remete ao conceito de função-consumo turístico.

$$Dt = f(\text{Pre, Inf, Vt, R, TD, Gt, Tc, D, Pa, di, M, \dots, n})$$

Onde:

Dt = Demanda por turismo;

F = Função. Representação algébrica

(dentro da qual estão as variáveis que explicam a Dt);

Pre = Preferências

Inf = Informações disponíveis;

Vt = Valor turístico

R = Renda disponível;

TD = Tempo Disponível

Gt = Gastos turísticos

Tc = Taxa de câmbio;

Dt = Distância e tempo de viagem;

Pa – Preço de outras alternativas de gastos;

di = Disponibilidade de bens e serviços turísticos;

n = Demais variáveis

A melhor escolha é, segundo a teoria econômica, aquela onde o turista encontra um **equilíbrio entre o que deseja e o que pode pagar, entre sua satisfação e sua renda disponível**. Cada turista possui níveis de satisfação nos quais são definidas suas preferências e uma renda que define sua restrição orçamentária (valor disponível para o pagamento dos gastos em bens e serviços turísticos). Seu objetivo é maximizar a satisfação para o valor gasto, ou para um valor a ser gasto e encontrar a maior satisfação possível dentro do tempo disponível. Vejamos, então, como se processa essa lógica.

As variáveis relevantes na decisão do turista não são compostas hierarquicamente ou algum tipo de prevalência. Isso é uma decisão individual de cada turista. Analisaremos a seguir esses componentes:

a) **Preferências (Pre)** – Define-se como o conjunto de necessidades, desejos, gostos e costumes de um turista ou de um grupo de turistas, o qual se baseia na bagagem cultural dos indivíduos. Turistas diferentes irão ordenar de maneira diferente produtos distintos, como o Samba do Rio de Janeiro e o Maracatu de Recife, por exemplo. Além disso, existe uma tendência à saturação. Uma vez conhecido um local, a tendência é a de que o turista prefira outras localidades. O grau de saturação varia de indivíduo para indivíduo. As preferências

estão associadas aos fatores motivacionais da viagem. É o conjunto de preferências que molda **os níveis de satisfação**

b) **Informações (Inf)** – As informações são fatores decisórios para qualquer tipo de mercado. Dentro do mercado, os agentes econômicos (consumidores e empresas) possuem informações assimétricas a respeito dos produtos. As empresas conhecem mais o produto que os consumidores. No turismo, não é diferente. As localidades têm mais informações a seu respeito do que os turistas. O acesso a essas informações se dá por meio de canais formais e informais. O turista começa a definir a imagem de uma localidade através de processos de sinalização. Riscos de segurança, lugares saturados ou em decadência, por exemplo, representam uma sinalização negativa. As empresas lançam mão de reputação e padronização para sinalizar garantias aos consumidores. A rede McDonalds, por exemplo, ao padronizar os produtos e a organização das lojas, garante aos turistas que no mundo inteiro o produto é o mesmo. Muitos, em seus locais de origem, até podem não possuir o hábito de utilizar suas lojas, mas em locais distantes e diante de uma gastronomia que desconhecem, preferem a agilidade e os lanches da rede. Diferentemente de outros tipos de produtos, como Hambúrgueres, as localidades não têm controle sobre a propagação de informações a seu respeito. As imagens construídas pelos turistas potenciais são abastecidas por todas as formas de propagação e sobre todos os fatos ocorridos nelas. Quanto às informações, as localidades, diferentemente das empresas, são sistemas abertos. As agências, as operadoras e as consultorias de turismo têm papel fundamental como propagadoras de informações. A rede de informações que uma localidade estabelece com as operadoras e estas com as agências, aumentam o grau de sinalização positiva que os turistas potenciais armazenam.

c) Valor turístico – As preferências e as informações moldam essa variável, assim como o comportamento de outros turistas (efeito demonstração). Mas sua conformação (ex-ante) está altamente relacionada com as necessidades, os desejos e os sonhos de cada turista. Descansar, interagir com outras culturas, fazer lazer, esportes, desenvolver-se espiritualmente, aprender, conhecer e outros motivos dão propulsão ao valor turístico pelo lado da demanda. As informações obtidas vão modelando o valor até estabelecer uma especificação e um detalhamento de suas preferências e validar a força de atratividade de uma localidade, a ponto de levar a decisão de viagem e do tempo de permanência. Existe uma relação direta entre essa variável e a demanda turística – quanto maior ela for, mais vontade de viajar e permanecer terá o turista. Quanto mais ele validar as informações recebidas sobre o macro produto turístico, maior será o valor turístico da localidade. Nesse sentido, esse valor necessita do processo de “chancelamento” para se realizar.

d) Renda disponível (R) – A definição desse conceito é a de somatória dos recursos monetários necessários à realização dos gastos turísticos. O termo “disponível” determina que a renda do indivíduo ou da família já tenha sido tributada e que os atos de poupança já tenham sido realizados. Portanto, é a renda que o turista se dispõe a gastar. A poupança tem um papel fundamental, pois, em geral, as pessoas não realizam turismo com sua renda mensal. Um país com baixo nível de poupança tende a ter um baixo consumo turístico. Da mesma forma, quanto maior a renda dos agentes econômicos, maior a tendência em realizar turismo. Há, portanto, uma relação direta entre renda e consumo turístico. Todavia, isso só é válido para destinos que são classificados como bens normais ou bens superiores (são considerados bens inferiores os destinos que os turistas de renda elevada preferem não visitar). O tempo de permanência, a distância e a qualidade de turismo que as pessoas desejam realizar definirão um volume de gastos, e, portanto, um período de poupança que envolve abstenção de outros tipos de

consumo, os quais poderiam colocar em risco a realização da viagem. Quanto maior o tempo entre a decisão e a aquisição da viagem, maior o risco de mudanças na decisão. Nesse sentido, o crédito tem papel relevante como facilitador de pagamentos e agilizador do processo de decisão. De outra forma, os gastos turísticos de uma pessoa às vezes são cobertos pela empresa em que trabalha ou por uma instituição – os intercâmbios comercial, tecnológico, religioso, cultural - estimulando esse tipo de turismo. A disponibilidade progressiva de renda também estimula o consumo impulsivo no turismo, e viagens não programadas de curta distância e baixa permanência se tornam mais frequentes.

e) Tempo Disponível (TD) – O conceito de tempo disponível é mais amplo que o tempo livre. O tempo disponível é aquele planejado para a realização de turismo. O tempo livre é genérico e abstrato, o tempo disponível é específico e concreto. O tempo livre está associado ao ócio e ao lazer, o tempo disponível não. O motivo de uma viagem pode ser trabalho, estudo, negócio, religião, competições e outros. O turista em questão aloca o seu tempo para a realização de viagens. Existe uma tendência, atualmente, de uma distribuição do tempo disponível em parcelas durante o período de um ano, realizando viagens de duração menor, mas em maior número. O objetivo do turista é maximizar a utilização do tempo disponível. Por isso, prefere menor tempo em deslocamentos e uma organização racional dos roteiros, o que possibilita um melhor aproveitamento da viagem.

f) Gastos turísticos (Gt) – Em geral, a demanda mantém relação inversa com os preços. Ou seja, quanto maior o preço, menor a quantidade procurada e vice-versa. Isso deve ser melhor avaliado no caso dos serviços turísticos. É necessária a distinção dos conceitos de bem e produto para melhor explicar. Um bem econômico é uma definição genérica, por exemplo, uma viagem. Um produto é uma definição específica, por exemplo, uma viagem para o Rio de

Janeiro, por determinada companhia, em determinada classe, em determinado horário e em determinado dia de determinada época do ano. No momento em que se definem os atributos do produto, a procura específica por ele pode aumentar mesmo que os preços também aumentem. No entanto, no caso de bens turísticos, vale a lei da demanda. Certamente, cada componente do conjunto de serviços (taxas, transporte, hospedagem, alimentação, preços de passeios e eventos, entre outros) deve ser avaliado separadamente. Se ocorrer redução no preço de vários itens, haverá um aumento da procura. Mas se apenas a hospedagem baratear e o transporte não, a reação da demanda será bem diferente. Portanto, deve-se analisar o conjunto dos preços a serem pagos pelo turista e o peso que cada um tem no seu orçamento, ou seja, os gastos turísticos.

g) Taxa de câmbio (T_c) – A taxa de câmbio estabelece o poder aquisitivo do turista estrangeiro. A comparação entre o valor de sua moeda e a moeda do local a ser visitado define quanto ele poderá comprar e se o destino é acessível ou não. Portanto, tem influência determinante na escolha do local a ser visitado. O turista compara seu poder aquisitivo interno com o da cidade a ser visitada em outro país. A escolha tenderá a ser no local onde ele possui o maior poder aquisitivo.

h) Distância e tempo de viagem (D_t) – Apesar de todos os avanços dos meios de transporte e de sua infra-estrutura, o turismo ainda continua sendo um fenômeno de fronteiras. Os principais pólos receptores têm como turistas os vizinhos de fronteira. O esforço gasto em deslocamento em geral, desestimula os turistas. Há sem dúvida, uma relação tempo-espaço implícita. Como há uma tendência a viagens de menor duração, o tempo alocado em deslocamento deve ser o menor possível. Portanto, estabelece-se uma relação direta entre tempo de deslocamento origem-destino e tempo de permanência. Quanto maior o primeiro, tende a ser maior o

segundo. O tradicional turismo familiar de férias (veraneio, por exemplo) é exceção a essa tendência. As famílias que se deslocam para a localidade receptora, a partir de seu mercado geográfico: regional, nacional e internacional (radiais da demanda turística). Essa classificação definirá o comportamento e os tipos de demanda turística. Da mesma forma, define o tipo de crescimento do transporte aéreo regional. A lógica é que haja uma relação entre menores distâncias e transporte rodoviário e maiores distâncias e transporte aéreo, e, indiretamente, o transporte ferroviário e naval. As barreiras geográficas (oceanos, montanhas, estradas ruins e outros) também influenciam o tipo de transporte escolhido.

i) Preços de outras possibilidades de gastos (P_a) – Em virtude de seu montante, a decisão de realizar uma viagem compete com outras possibilidades de gastos, como a compra de um automóvel, a reforma da casa, uma festa de casamento ou mesmo realizar poupança. Além disso, assumir um comportamento turístico, ou seja, estar disposto e apto a viajar uma ou mais vezes durante o ano, tendo-o como hábito de consumo, está associado à necessidade de poupança, e, portanto, viajar significa gasta-la. Nesse sentido, a escolha passa a ter um leque de opções dentre as quais está o turismo. Assim, este possui substitutos que não necessariamente estão no mesmo mercado. Desta forma, quedas nos preços dos automóveis ou maiores facilidades de crédito para sua aquisição ou uma maior remuneração da poupança fazem cair a demanda turística.

j) Disponibilidade de bens e serviços turísticos (D_i) – O consumo necessariamente depende da disponibilidade dos bens. Como o turista tem como objetivo utilizar seu tempo disponível para o turismo, ele mudará o destino pretendido se não houver disponibilidade de vôos, por exemplo, ou optará por outro hotel se não houver disponibilidade de leitos. Nesse sentido, o

dimensionamento e a eficiência da organização das empresas em disponibilizar seus serviços estão intimamente ligados à decisão de consumo.

k) Qualidade de bens e serviços turísticos (M) – Num ambiente econômico cada vez mais competitivo, o grande diferencial dos produtos passa a ser a qualidade. Qualidade hoje, é a satisfação do turista. Por isso a necessidade da pesquisa de mercado para saber quais são as preferências dos turistas-clientes. De nada adianta elaborar um produto turístico (destino) baseado em gastronomia se a demanda turística não está interessada nesse atributo. De nada adianta um restaurante investir em aparelhos de jantar mais simples, se o turista tem a expectativa de sofisticação.

l) Demais variáveis (n) – Quanto mais se especificar a demanda, maior será a necessidade de abrir o leque de variáveis que influenciam seu comportamento. Por ora, estabelece-se aqui que elas estão agrupadas em uma variável “n”.

Analisar o Brasil a partir da demanda turística, utilizando-se a função da demanda turística, será interessante ao longo do trabalho para podermos observar as discrepâncias e implicações de alterações significantes nas diversas variáveis elencadas. Como exemplo, uma variação significativa durante o período 2006/2008 no dólar, causou grande impacto na conta turismo brasileira. O poder aquisitivo do turista estrangeiro caiu cerca de 40% em função da desvalorização do dólar. Já no período 2008/2009, uma inversão no valor do dólar, com sua valorização, aumentou o poder aquisitivo do turista estrangeiro em visita ao Brasil. Por outro lado, a crise internacional, capitaneada pelos Estados Unidos, segundo maior emissor de turistas para o Brasil, fez diminuir o fluxo turístico internacional dos países em situação mais arriscada. Analisaremos adiante esse impacto e outros mais detalhadamente.

Podemos ainda agregar as diversas variáveis que compõem a demanda internacional em três grandes blocos:

a) Fatores sócio-econômicos e demográficos como população, entradas por país de origem, tempo de lazer, nível educacional, ocupação, etc.

b) Fatores de preço: O custo do turismo para o visitante inclui o custo de transporte para e do destino e o custo de estadia (acomodação, serviços de guia e transporte local, comidas e bebidas, entretenimento, etc.). Os dois tipos de custo são relevantes para a decisão de viajar. Mudanças de custos, em particular em relação a outros países competidores e seu ajuste pelas taxas internacionais relativas de câmbio são reconhecidas como as influências mais importantes na divisão internacional de viagens turísticas mundiais pelos países. De acordo com Edwards (1995), um estudo de competitividade de custos entre países da Ásia Pacífica mostrou que, em longo e médio prazos um aumento nos custos relativos de um determinado país levou a uma queda do nível de turistas de todos os países emissivos. Por outro lado, uma queda nos preços relativos de um determinado país leva a um aumento no fluxo de turistas em relação a outros países que obtiveram um ganho nos preços do cambio.

c) Fatores qualitativos – Esta categoria agrega variáveis tais como apelo turístico, imagem, qualidade de serviços turísticos, marketing e promoção do destino, fatores culturais, etc. A força desses fatores vão refletir mudanças na moda e nos gostos sociais e individuais (Crouch e Ritchie 1999).

Em nossa pesquisa o principal foco será o terceiro bloco de variáveis, ou seja, as variáveis qualitativas. Também analisaremos a influência do fator preço, já que o nível de competitividade do Brasil está relacionado diretamente ao custo da viagem. O Brasil em relação a diversos competidores diretos, como México e Tunísia, tem um custo de transporte demasiadamente caro, pois seu principal ponto de entrada é o Rio de Janeiro, que se encontra

no paralelo 20° Sul, ou seja, no Trópico de Capricórnio, enquanto os dois competidores citados estão no paralelo 20° Norte, em pleno Trópico de Câncer. Essa diferença de distância em relação aos principais mercados emissores, sejam eles Europeus ou Americanos, faz com que o preço relativo do turismo no Brasil seja discrepante em relação a seus concorrentes.

Porém, como afirmamos acima, o foco principal de nosso trabalho se dará nos fatores qualitativos, pois, se de um lado são aqueles nos quais os fatores imponderáveis são os mais presentes, por outro lado são os fatores em que podemos influenciar mais significativamente enquanto agentes individuais e grupos coletivos. Podemos chegar a conclusões que nos levem a análises críticas de políticas adotadas tanto pelos poderes públicos como pelos empresários, sejam eles pequenos ou grandes. O comportamento local, o nível de serviços esperado, a receptividade percebida, um melhor nível de segurança, de informações ao turista e de indicações confiáveis, grau de quantidade e qualidade do entretenimento local. Todos esses fatores são passíveis de análise crítica e mudanças podem ser propostas a partir da percepção alcançada pela pesquisa em questão. Por outro lado, o foco da pesquisa foi a Festa de Carnaval. A escolha ocorreu em função da grande variedade de países emissores de turistas para o Brasil, o que impede uma predominância de um determinado país sobre os demais no que diz respeito a números relativos. A imagem internacional do Carnaval Brasileiro é imensamente conhecida no Mundo. Toda a influência do Carnaval enquanto indutor do turismo internacional e sua relevante influência na fidelização do destino Brasil, pôde ser sentida durante todo o trajeto da pesquisa realizada.

1.2 - Definição da Imagem de um País, a Imagem do Brasil e o Carnaval

A imagem de um país ou de um destino pode ser vista como a percepção que se possui em relação a este. A imagem mercadológica de uma destinação turística é o conjunto de ideias correntes sobre a localidade. A imagem também pode, para dois países ou povos diferentes, ter a mesma definição e para um ser uma característica inaceitável enquanto para outro, pode ser a contemplação de um sonho desejado. Desta forma, para uma família de Americanos da Califórnia que vem ao Brasil pela primeira vez, a liberdade do Carnaval carioca pode ser visto pelos pais como uma coisa obscena e pelos filhos como uma coisa maravilhosa. Da mesma forma, essa família pode estar em Ouro Preto e as igrejas e museus serem o grande atrativo para os pais, enquanto os jovens universitários e suas repúblicas podem ser as atrações para os filhos. A imagem pode ser a mesma, mas a sensação diante dela pode ser diferente.

A imagem também está ligada à questão da iconização e fetichização dos destinos. Dessa forma, a imagem do Rio de Janeiro como uma cidade perigosa e com falhas de segurança, é percebida por quase todos os turistas internacionais. Por outro lado, como a grande maioria não sofre de certa forma nenhum tipo de problema quanto ao quesito segurança, este dilema é minimizado após a estadia deste turista no Rio. Já a questão da sujeira e da falta de informação, além da mendicância, são mais notados pelos turistas internacionais, e de forma muito mais significativa pelos Ingleses ou Americanos do que por Argentinos ou Italianos. Estes são quatro dos maiores países emissores de turistas para o Brasil. Dessa forma, nos deparamos com muitas faces da Cultura, o que nos leva a perceber que a pós-modernidade é a percepção dos sintomas advindos da modernização exacerbada característica dos meados do século XX. Mas o que é Cultura?

Pode-se pensar em cultura como sendo “a forma pela qual um grupo de pessoas resolve problemas e dilemas” (Schein, 1995) ou “a programação mental coletiva que distingue os membros de um grupo ou categoria de pessoas de outro” (Hofstede, 1991).

Para Hofstede, são características da cultura:

É aprendida. Ninguém nasce sabendo se é certo chegar atrasado a reuniões ou a forma mais adequada de se vestir. Nosso país, nossa comunidade, nossa escola e nossa experiência de trabalho nos ensinam o jeito “certo” de nos comportarmos. Cultura é, portanto, o modo como nosso cérebro foi “programado” por nossa experiência para responder às situações.

É compartilhada por um grupo ou categoria de pessoas. Chegar pontualmente a reuniões não é uma visão exclusiva de uma pessoa. Ela é compartilhada com outras pessoas que tiveram criação e educação semelhantes. Portanto, premissas culturais podem ser distinguidas de personalidade. A personalidade de um indivíduo é aquilo que o torna único. A personalidade de um turista o torna único, mas suas premissas culturais provêm de ele ser Americano ou Italiano, Argentino ou Inglês, de classe média ou alta, de nível universitário, que provavelmente compartilha tais premissas culturais com outros turistas de sua nacionalidade.

Não é universalmente idêntica. Nem todos têm a mesma visão sobre se é importante ser pontual ou não, conforme podemos notar pelo comportamento de um Brasileiro e de um Inglês. Por sua própria natureza, as premissas culturais não são universalmente aceitas como verdadeiras. Enquanto um grupo de pessoas pode estar convencido de que nunca se deve demonstrar as emoções em uma reunião profissional, outro grupo cultural pode estar igualmente convencido de que é importante manifestar fortemente aquilo que se está sentindo.

Para Featherstone (1997), o processo de globalização sugere simultaneamente duas imagens da cultura. A primeira imagem pressupõe a extensão de uma determinada cultura até seu limite, o Globo. As culturas heterogêneas tornam-se incorporadas e integradas a uma cultura dominante, que acaba por cobrir o mundo inteiro. A segunda imagem aponta para a compressão das culturas. Coisas que eram mantidas separadas são, agora, colocadas em contato e justaposição. As culturas se acumulam umas sobre as outras, se empilham, sem princípios óbvios de organização. Existe cultura demais para se lidar e para organizar através de sistemas coerentes de crença, meios de orientação e conhecimento prático. A primeira imagem sugere um processo de conquista e unificação do espaço global. Assim como sugere Huntington em seu Estado Democrático. Pouca gente, hoje em dia, aderiria a esta fé na expansão de uma lógica histórica, que nos levaria a um estado mundial portador de uma cultura integrada. O que podemos considerar é uma cultura global no primeiro sentido, como uma forma, espaço ou campo, tornado possível através de meios aperfeiçoados de comunicação, na qual diferentes culturas se encontram e se colidem. Isso aponta para o segundo aspecto da globalização da cultura e, ao mesmo tempo, sugere maior movimento e complexidade cultural.

Nesse contexto, a mestiçagem é uma das características básicas da população e do espaço urbano brasileiro. A imagem do Brasil está ao mesmo tempo ligada ao seu clima, às suas praias, mas também ao problema da urbanidade enquanto local onde o contraditório se exacerba. Na localidade urbana está o contraste social e ao mesmo tempo a mestiçagem, imbricando a imagem internacional do país. Ver os dirigentes do Comitê Olímpico Internacional sambando com mulatas no Morro da Urca, por ocasião da Campanha do Brasil para sediar as Olimpíadas de 2016, (abril de 2009) nos dá uma ideia da imagem que tanto o estrangeiro percebe quanto o Brasil demonstra no exterior.

Fazendo uma pesquisa de imagens ligadas ao Brasil, através da ferramenta do GOOGLE Imagens, podemos exemplificar essa afirmação. Esta ferramenta do Google é uma das mais utilizadas pelos turistas hoje em dia na busca primária de informações sobre o destino desejado. O que antigamente ocorria através das agências de turismo, hoje se dá por meio de pesquisa na Internet. Essa ferramenta do Google possibilita a seleção de imagens características de um destino. Descartando bandeiras, símbolos, fotos de pessoas e turistas, encontramos imagens que são características da percepção que estrangeiros têm de um determinado destino. Ou seja, podemos delinear o imaginário através da seleção de imagens desse destino. No caso do Brasil, selecionando as imagens encontramos a seguinte realidade:

1) Mulher Brasileira



2) Praias



3) Cristo redentor



4) Futebol



5) Favela e violência



6) Amazônia e desmatamento



7) Pelé



8) Cana-de-açúcar/álcool



9) Igreja Pernambucana e Caboclo do maracatu



10) Chinelo Havaiana



11) Carnaval do Rio



Ilustração 1 – Imagens pesquisadas no Google para a palavra Brasil

Essa realidade nos demonstra que ao mesmo tempo em que grandes mitos do esporte ou modelos são ícones da terra brasileira, imagens negativas como favelas ou o desmatamento também são realçadas. As formas de manifestação popular, notadamente os Carnavais do Rio e Recife, também estiveram presentes.

Em maio/2001, a Confederação Nacional do Transporte (CNT), com vistas para os índices do turismo no país, encomendou, pela primeira vez, uma pesquisa mundial para saber como o mundo vê o Brasil. A pesquisa realizada passou por 22 países (ver tabela 3) entre eles os Estados Unidos, Japão, Inglaterra e África do Sul e foi coordenada pelo Instituto Sensus, com apoio da Universidade de Michigan, nos EUA. O Brasil continuava sendo conhecido no mundo por suas praias, futebol, alegria e cordialidade e seus produtos de exportação conhecidos ainda são o café e a banana. A imagem mais associada ao país foi o futebol.

| POPULAÇÃO E RENDA | | | | | | | |
|----------------------|----------------|--------|--------------------------------------|--------|-------------------------|--------|------------------------|
| País | População 2000 | % | Área 1999 (milhões Km ²) | % | PNB 1999 (US\$ bilhões) | % | Per Capita 1999 (US\$) |
| China | 1.261.832.482 | 20,75 | 9.597 | 7,18 | 980 | 3,35 | 780 |
| Índia | 1.014.003.817 | 16,68 | 3.288 | 2,46 | 442 | 1,51 | 450 |
| USA | 275.562.673 | 4,53 | 9.364 | 7,01 | 8.351 | 28,57 | 30.600 |
| Indonésia | 224.784.210 | 3,70 | 1.905 | 1,43 | 120 | 0,41 | 580 |
| Brasil | 169.590.693 | 2,79 | 8.514 | 6,37 | 743 | 2,54 | 4.420 |
| Rússia | 146.001.176 | 2,40 | 17.075 | 12,78 | 333 | 1,14 | 2.270 |
| Japão | 126.549.976 | 2,08 | 378 | 0,28 | 4.079 | 13,95 | 32.230 |
| Nigéria | 123.337.822 | 2,03 | 924 | 0,69 | 38 | 0,13 | 310 |
| México | 100.349.766 | 1,65 | 1.958 | 1,47 | 429 | 1,47 | 4.400 |
| Alemanha | 82.797.408 | 1,36 | 357 | 0,27 | 2.079 | 7,11 | 25.350 |
| Inglaterra | 59.508.382 | 0,98 | 245 | 0,18 | 1.338 | 4,58 | 22.640 |
| França | 59.329.691 | 0,98 | 552 | 0,41 | 1.427 | 4,88 | 23.480 |
| Itália | 57.634.327 | 0,95 | 301 | 0,23 | 1.136 | 3,89 | 19.710 |
| Coréia do Sul | 47.470.969 | 0,78 | 99 | 0,07 | 398 | 1,36 | 8.490 |
| África do Sul | 43.421.021 | 0,71 | 1.221 | 0,91 | 133 | 0,46 | 3.160 |
| Espanha | 39.996.671 | 0,66 | 506 | 0,38 | 552 | 1,89 | 14.000 |
| Argentina | 36.955.182 | 0,61 | 2.780 | 2,08 | 278 | 0,95 | 7.600 |
| Austrália | 19.164.620 | 0,32 | 7.741 | 5,80 | 381 | 1,30 | 20.050 |
| Síria | 16.305.659 | 0,27 | 185 | 0,14 | 15 | 0,05 | 970 |
| Portugal | 10.048.232 | 0,17 | 92 | 0,07 | 106 | 0,36 | 10.600 |
| Suécia | 8.873.052 | 0,15 | 450 | 0,34 | 222 | 0,76 | 25.040 |
| Israel | 5.842.454 | 0,10 | 21 | 0,02 | 63 | 0,22 | 10.925 |
| Total | 3.929.360.283 | 64,63 | 67.553 | 50,57 | 23.642 | 80,88 | |
| Outros | 2.150.781.400 | 35,37 | 66.019 | 49,43 | 5.591 | 19,12 | |
| Mundo | 6.080.141.683 | 100,00 | 133.572 | 100,00 | 29.232 | 100,00 | |

Tabela 3-Países onde foram realizadas pesquisas sobre imagem do Brasil – CNT /SENSUS

1. O Brasil é conhecido por 70,8% da População Mundial. 65,8% sabem que o Brasil está localizado na América do Sul.

| Continentes | TOTAL MUNDIAL | | | | | | | | |
|-----------------|--------------------------------------|------------------|------------|------------|-----------|-----------|--------------------|-------------|--------------|
| | CONHECIMENTO E LOCALIZAÇÃO DO BRASIL | | | | | | | | |
| | América do Sul | América do Norte | África | Europa | Ásia | Oceania | Não sabe onde fica | NS/NR | Total |
| Brasil | 35,0 | 3,5 | ,3 | ,3 | ,8 | | 21,3 | 39,0 | 100,0 |
| Américas | 67,5 | ,8 | ,3 | ,7 | ,1 | ,4 | 13,1 | 17,2 | 100,0 |
| Europa | 75,1 | 1,3 | 1,0 | ,3 | ,3 | ,2 | 13,0 | 8,8 | 100,0 |
| Ásia | 51,1 | 3,2 | 2,6 | 1,8 | ,2 | ,3 | 22,5 | 18,3 | 100,0 |
| Oriente | 76,7 | ,7 | ,5 | ,1 | ,6 | | 12,7 | 8,6 | 100,0 |
| África | 45,1 | 5,5 | 1,0 | 4,2 | ,8 | ,2 | 27,3 | 15,8 | 100,0 |
| Oceania | 80,0 | 2,0 | 1,2 | 1,0 | | ,2 | 6,0 | 9,5 | 100,0 |
| Total | 65,8 | 2,1 | 1,2 | 1,1 | ,3 | ,2 | 16,3 | 12,9 | 100,0 |

O Sr(a) já ouviu falar do Brasil?

Se sim: O Sr(a) poderia nos dizer em que Continente o Brasil fica localizado?

1- América do Sul

5- Ásia

2- América do Norte

6- Oceania

3- África

7- Ouviu falar no Brasil, mas não sabe onde fica

4- Europa

Questionário Brasil:

O Sr(a) acha que as pessoas de outros Países em geral têm conhecimento ou já ouviram falar no Brasil? Na sua opinião, as pessoas de outros Países acham que o Brasil fica localizado em qual continente?

1- América do Sul

5- Ásia

2- América do Norte

6- Oceania

3- África

7- Ouviu falar no Brasil, mas não sabe onde fica

4- Europa

Tabela 4 – Conhecimento e localização do Brasil

2. A Maioria tem conhecimento ou ouviu falar do Brasil pela TV

| Continentes | TOTAL MUNDIAL | | | | |
|-----------------|---------------------------|--------------------|--------------------|-------------|--------------|
| | INFORMAÇÃO SOBRE O BRASIL | | | | |
| | Televisão e Rádio | Jornais e Revistas | Através de pessoas | NS/NR NSA | Total |
| Brasil | 43,3 | 8,5 | 6,8 | 41,5 | 100,0 |
| Américas | 52,2 | 13,2 | 14,8 | 19,8 | 100,0 |
| Europa | 65,5 | 12,9 | 10,9 | 10,7 | 100,0 |
| Ásia | 59,3 | 16,9 | 3,5 | 20,3 | 100,0 |
| Oriente | 61,4 | 11,0 | 15,3 | 12,3 | 100,0 |
| África | 60,8 | 10,6 | 10,4 | 18,2 | 100,0 |
| Oceania | 38,9 | 28,7 | 16,0 | 16,5 | 100,0 |
| Total | 60,1 | 14,2 | 10,3 | 15,4 | 100,0 |

Como o Sr(a) ouviu falar no Brasil: pela televisão e rádio, pelos jornais e revistas, ou através de pessoas que o Sr(a) conhece?

1- Pela televisão e rádio

2- Pelos jornais e revistas

3- Através de pessoas que conhece

Questionário Brasil:

Na sua opinião, as pessoas de outros Países se informam sobre o Brasil: pela televisão e rádio, pelos jornais e revistas, ou através de outras pessoas conhecidas?

1- Pela televisão e rádio

2- Pelos jornais e revistas

3- Através de pessoas que conhece

Tabela 5 - Meios de informação sobre o Brasil

3. Os Países dividem-se na Avaliação do Brasil. As Avaliações mais positivas são da Nigéria e da Índia, e mais negativas da Itália, Inglaterra e Israel.

| Continentes | TOTAL MUNDIAL | | | | | | |
|-----------------|-------------------------|-------------------|-------------|--------------------|--------------------------|-------------|--------------|
| | AVALIAÇÃO DO BRASIL | | | | | | |
| | Muito bom para se viver | Bom para se viver | Razoável | Ruim para se viver | Muito ruim para se viver | NS/NR | Total |
| Brasil | 19,3 | 53,3 | 18,0 | 7,0 | ,8 | 1,8 | 100,0 |
| Américas | 1,6 | 19,3 | 35,0 | 15,2 | 3,6 | 25,3 | 100,0 |
| Europa | 1,9 | 14,0 | 40,5 | 23,0 | 3,7 | 16,9 | 100,0 |
| Ásia | 3,0 | 15,3 | 37,7 | 10,1 | ,8 | 33,1 | 100,0 |
| Oriente | 2,7 | 20,6 | 33,7 | 14,9 | 3,7 | 24,4 | 100,0 |
| África | 14,7 | 23,7 | 27,2 | 3,7 | 1,0 | 29,6 | 100,0 |
| Oceania | ,5 | 10,2 | 48,1 | 17,7 | 2,2 | 21,2 | 100,0 |
| Total | 3,4 | 16,5 | 37,5 | 16,0 | 2,7 | 24,1 | 100,0 |

Comparado à outros Países, o Sr(a) diria que o Brasil é um País:

1- Muito bom para se viver

4- Ruim para se viver

2- Bom para se viver

5- Muito ruim para se viver

3- Razoável

Questionário Brasil:

Em geral, as pessoas de outros Países acham que o Brasil é um País:

1- Muito bom para se viver

4- Ruim para se viver

2- Bom para se viver

5- Muito ruim para se viver

3- Razoável

Tabela 6 - Avaliação sobre viver no Brasil

4. O Brasil é percebido como País Emergente. Como Desenvolvido para a Nigéria, e Subdesenvolvido para o Japão e a Indonésia.

| Continentes | TOTAL MUNDIAL | | | | |
|-----------------|---------------------------|-----------|-----------------|-------|-------|
| | DESENVOLVIMENTO DO BRASIL | | | | |
| | Desenvolvido | Emergente | Subdesenvolvido | NS/NR | Total |
| Brasil | 37,5 | 25,5 | 29,8 | 7,3 | 100,0 |
| Américas | 20,3 | 36,3 | 25,5 | 17,9 | 100,0 |
| Europa | 13,1 | 48,7 | 26,3 | 11,9 | 100,0 |
| Ásia | 12,9 | 37,5 | 24,9 | 24,8 | 100,0 |
| Oriente | 16,2 | 49,5 | 20,9 | 13,4 | 100,0 |
| África | 33,5 | 28,4 | 10,1 | 28,0 | 100,0 |
| Oceania | 14,5 | 44,1 | 28,7 | 12,7 | 100,0 |
| Total | 16,4 | 42,2 | 23,9 | 17,5 | 100,0 |

O Sr(a) considera o Brasil como um País desenvolvido, um País emergente, ou um País subdesenvolvido?

1- Um País desenvolvido

2- Um País emergente

3- Um País subdesenvolvido

Tabela 7 – Desenvolvimento do Brasil

5. O Povo Brasileiro é visto como “Alegre” e “Hospitaleiro”.

| Continentes | TOTAL MUNDIAL | | | |
|-----------------|-------------------------------------|------------------------------|-------|-------|
| | BRASILEIRO: ALEGRIA E HOSPITALIDADE | | | |
| | Alegre e hospitaleiro | Fechado e pouco hospitaleiro | NS/NR | Total |
| Brasil | 88,5 | 10,5 | 1,0 | 100,0 |
| Américas | 63,8 | 12,9 | 23,3 | 100,0 |
| Europa | 82,3 | 2,7 | 15,0 | 100,0 |
| Ásia | 48,5 | 6,7 | 44,8 | 100,0 |
| Oriente | 74,4 | 4,9 | 20,7 | 100,0 |
| África | 60,1 | 6,0 | 33,9 | 100,0 |
| Oceania | 69,1 | 2,5 | 28,4 | 100,0 |
| Total | 68,2 | 5,6 | 26,2 | 100,0 |

Qual é a sua impressão do Povo Brasileiro: é um Povo alegre e hospitaleiro ou um Povo fechado e pouco hospitaleiro?

1- Um Povo alegre e hospitaleiro 2- Um Povo fechado e pouco hospitaleiro

Tabela 8 – Brasileiro: Alegria e hospitalidade

6. O Povo Brasileiro é visto como “Trabalhador” e “Confiável”. Diferem Portugal e Israel.

| Continentes | TOTAL MUNDIAL | | | |
|-----------------|--|-------------------------------------|-------|-------|
| | BRASILEIRO: TRABALHADOR E CONFIÁVEL | | | |
| | Trabalhador e confiável | Pouco trabalhador e pouco confiável | NS/NR | Total |
| Brasil | 77,5 | 20,5 | 2,0 | 100,0 |
| Américas | 50,2 | 16,0 | 33,7 | 100,0 |
| Europa | 50,2 | 25,5 | 24,2 | 100,0 |
| Ásia | 43,4 | 11,6 | 45,0 | 100,0 |
| Oriente | 46,0 | 24,4 | 29,6 | 100,0 |
| África | 54,9 | 8,9 | 36,1 | 100,0 |
| Oceania | 51,6 | 12,0 | 36,4 | 100,0 |
| Total | 48,7 | 18,5 | 32,7 | 100,0 |

Qual é a sua impressão do Povo Brasileiro: é um Povo trabalhador e confiável, ou um Povo pouco trabalhador e pouco confiável?

1- Um Povo trabalhador e confiável

2- Um Povo pouco trabalhador e pouco confiável

Tabela 9 – Brasileiro: Trabalhador e Confiável

7. Futebol, Carnaval, Pobreza, Praia, Índios e Selva formam a Imagem do Brasil.

| Continentes | TOTAL MUNDIAL | | | | | | | |
|-----------------|--------------------|----------|-----------------|---------------------|----------------|--------|-------|-------|
| | IMAGEM DO BRASIL | | | | | | | |
| | Futebol e esportes | Carnaval | Pobreza Miséria | Sol, praia diversão | Índios e selva | Outros | NS/NR | Total |
| Brasil | 31,3 | 32,5 | 5,5 | 13,0 | ,8 | 12,1 | 5,0 | 100,0 |
| Américas | 25,7 | 21,8 | 6,7 | 12,8 | 6,7 | 17,2 | 9,0 | 100,0 |
| Europa | 18,7 | 21,2 | 14,5 | 11,4 | 10,0 | 18,5 | 5,8 | 100,0 |
| Ásia | 56,8 | 15,7 | 1,4 | 1,7 | 1,6 | 5,1 | 17,8 | 100,0 |
| Oriente | 43,6 | 32,9 | 4,4 | 4,9 | 1,1 | 10,6 | 2,3 | 100,0 |
| África | 68,9 | 10,0 | 1,6 | 1,3 | 1,1 | 3,5 | 13,5 | 100,0 |
| Oceania | 32,2 | 8,0 | 12,5 | 8,2 | 14,2 | 17,6 | 7,2 | 100,0 |
| Total | 36,6 | 19,4 | 8,0 | 7,6 | 6,0 | 12,9 | 9,6 | 100,0 |

Quando o Sr(a) ouve falar no Brasil, qual é a primeira idéia que lhe vêm à cabeça:

1- Carnaval

5- Pobreza e miséria

9- Prostituição

2- Futebol e esportes

6- Violência

10- Sol, praia e diversão

3- Música e Cultura

7- Drogas

11- Índios e selva

4- Novelas de Televisão

8- Corrupção

Questionário Brasil:

Quando as pessoas de outros Países ouvem falar no Brasil, na sua opinião qual é a primeira idéia que lhes vêm à cabeça:

1- Carnaval

5- Pobreza e miséria

9- Prostituição

2- Futebol e esportes

6- Violência

10- Sol, praia e diversão

3- Música e Cultura

7- Drogas

11- Índios e selva

4- Novelas de Televisão

8- Corrupção

Tabela 10 – Imagem do Brasil

8. Para 58,2% dos entrevistados, o café é o principal produto de exportação e na verdade, o café só representa 3% da pauta brasileira de exportações;

| Continentes | TOTAL MUNDIAL | | | | | | | |
|-----------------|--|------------|------------|------------|--------------|-------------|-------------|--------------|
| | PRINCIPAL PRODUTO EXPORTAÇÃO DO BRASIL | | | | | | | |
| | Café | Banana | Minério | Carros | Carne de boi | Outros | NS/NR | Total |
| Brasil | 33,3 | 1,3 | 4,0 | 1,3 | 14,8 | 32,0 | 13,8 | 100,0 |
| Américas | 44,5 | 9,4 | 2,7 | 4,3 | 2,0 | 14,5 | 22,6 | 100,0 |
| Europa | 65,7 | 4,7 | 2,9 | 2,3 | 2,2 | 11,1 | 11,3 | 100,0 |
| Ásia | 55,5 | 3,5 | 2,1 | ,4 | 1,0 | 6,4 | 31,1 | 100,0 |
| Oriente | 85,8 | 1,9 | ,2 | ,2 | 1,5 | 3,5 | 6,9 | 100,0 |
| África | 27,7 | 1,3 | 3,7 | 4,3 | 1,2 | 16,8 | 44,7 | 100,0 |
| Oceania | 60,1 | 1,7 | 3,2 | 2,0 | 6,5 | 12,2 | 14,0 | 100,0 |
| Total | 58,2 | 4,3 | 2,5 | 2,1 | 1,9 | 10,4 | 20,5 | 100,0 |

Vou ler uma lista de alguns produtos e gostaria que o Sr(a) me apontasse qual deles é hoje o principal produto de exportação brasileiro:

- | | | | | |
|-----------|--------------------|---------------------|--------------|----------------|
| 1- Café | 4- Suco de laranja | 7- Ouro | 10- Roupas | 13- Aviões |
| 2- Banana | 5- Carne de boi | 8- Pedras Preciosas | 11- Calçados | 14- Armamentos |
| 3- Soja | 6- carne de frango | 9- Minério | 12- Carros | 15- Petróleo |

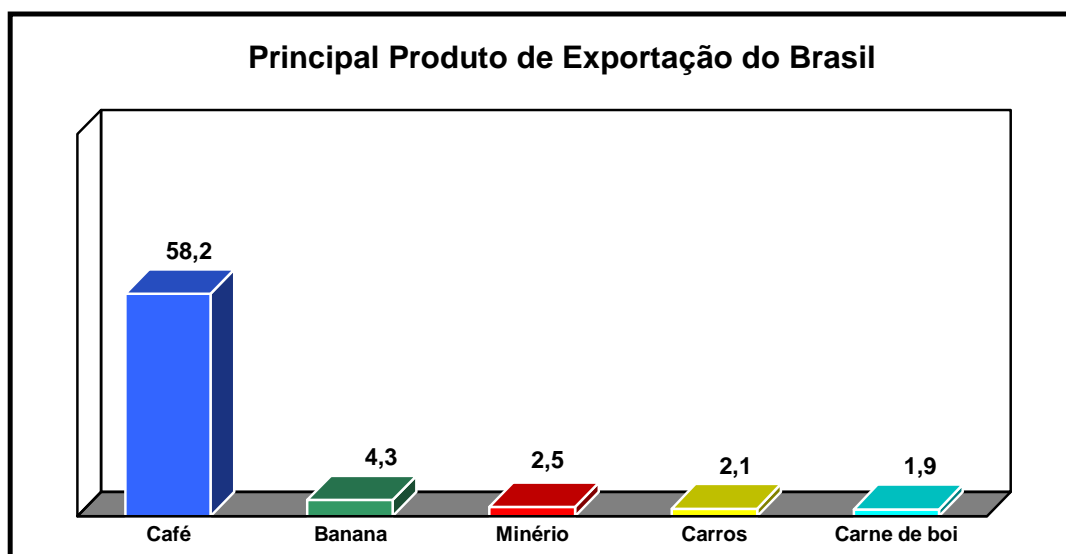


Tabela 11 – Principal produto de exportação do Brasil

9. Os Países diferem na Avaliação dos Produtos Brasileiros. Nigéria, Síria, EUA e Alemanha são positivas. Argentina, Coréia e Japão, negativas.

| Continentes | TOTAL MUNDIAL | | | | |
|-----------------|-------------------------|--------------------------|------------------|-------|-------|
| | PRODUTOS BRASILEIROS | | | | |
| | Muito confiáveis | Razoavelmente confiáveis | Pouco confiáveis | NS/NR | Total |
| Brasil | 38,3 | 39,0 | 17,0 | 5,8 | 100,0 |
| Américas | 14,0 | 42,0 | 15,0 | 29,0 | 100,0 |
| Europa | 10,8 | 54,6 | 7,7 | 26,9 | 100,0 |
| Ásia | 4,8 | 45,9 | 8,8 | 40,5 | 100,0 |
| Oriente | 15,9 | 40,9 | 7,5 | 35,6 | 100,0 |
| África | 34,1 | 24,7 | 2,8 | 38,4 | 100,0 |
| Oceania | 8,7 | 49,1 | 5,7 | 36,4 | 100,0 |
| Total | 12,5 | 46,3 | 8,4 | 32,8 | 100,0 |

O Sr(a) considera a qualidade dos produtos Brasileiros como muito confiável, razoavelmente confiável, ou pouco confiável?

1- Muito confiável

2- Razoavelmente confiável

3- Pouco confiável

Tabela 12 – Avaliação dos Produtos Brasileiros

9. Aqueles que indicaram vontade de conhecer o Brasil se sentiam motivados pelo sol, praias e a natureza brasileira;

10. O brasileiro mais ilustre no exterior ainda é o eterno Rei Pelé, seguido do jogador Ronaldinho e do falecido piloto Ayrton Senna;

11. 4,3% manifestam Conhecer o Brasil Pessoalmente, e 27,4% conhecem alguém que já esteve no Brasil. Os Argentinos são os mais presentes.

| Continentes | TOTAL MUNDIAL | | | | |
|-----------------|------------------|------------------------------------|------------------------------|-------|-------|
| | CONHECE O BRASIL | | | | |
| | Pessoalmente | Conhece alguém que já teve contato | Não teve nem conhece ninguém | NS/NR | Total |
| Brasil | 31,8 | 6,8 | 59,8 | 1,8 | 100,0 |
| Américas | 11,4 | 33,7 | 51,4 | 3,5 | 100,0 |
| Europa | 4,4 | 35,1 | 59,2 | 1,3 | 100,0 |
| Ásia | ,8 | 9,7 | 79,7 | 9,9 | 100,0 |
| Oriente | 4,6 | 38,9 | 55,7 | ,9 | 100,0 |
| África | 2,0 | 15,5 | 65,4 | 17,0 | 100,0 |
| Oceania | 3,5 | 36,2 | 59,4 | 1,0 | 100,0 |
| Total | 4,3 | 27,4 | 63,2 | 5,1 | 100,0 |

O Sr(a) já foi alguma vez ou conhece alguém que já tenha ido ao Brasil?

1- Já foi ao Brasil

2- Conhece alguém que já foi ao Brasil

3- Não foi nem conhece ninguém que tenha ido

Questionário Brasil:

O Sr(a) já teve contato com algum turista estrangeiro que tenha vindo ao Brasil?

1- Sim, pessoalmente

2- Conhece alguém que já teve contato

3- Não teve nem conhece ninguém que tenha tido

Tabela 12 – Conhece o Brasil

12. Os Países divergem em conhecer o Brasil. Portugal, Itália, Alemanha e Espanha são os mais positivos. China e Japão, os mais negativos.

| Continentes | TOTAL MUNDIAL | | | | |
|-----------------|------------------------------|----------------|---------|-------|-------|
| | VONTADE DE CONHECER O BRASIL | | | | |
| | Certamente sim | Certamente não | Depende | NS/NR | Total |
| Brasil | 91,3 | 3,5 | 1,0 | 4,3 | 100,0 |
| Américas | 44,6 | 36,8 | 14,7 | 3,9 | 100,0 |
| Europa | 46,6 | 36,8 | 12,1 | 4,4 | 100,0 |
| Ásia | 23,2 | 47,7 | 17,2 | 11,9 | 100,0 |
| Oriente | 36,2 | 31,6 | 31,3 | ,9 | 100,0 |
| África | 36,4 | 17,5 | 32,5 | 13,6 | 100,0 |
| Oceania | 40,1 | 52,9 | 5,5 | 1,5 | 100,0 |
| Total | 38,5 | 37,7 | 17,2 | 6,5 | 100,0 |

Vamos imaginar que o Sr(a) decida fazer uma viagem longa nas suas férias: o Sr(a) pensaria ou não pensaria no Brasil como uma possibilidade de viagem de férias?

- 1- Certamente pensaria no Brasil como uma possibilidade
- 2- Certamente não pensaria no Brasil como uma possibilidade
- 3- Poderia considerar

Questionário Brasil:

O Sr(a) acha que os estrangeiros em geral têm vontade ou não têm vontade de vir conhecer o Brasil?

- 1- Certamente que sim
- 2- Certamente que não
- 3- Depende

Tabela 13 – Vontade de Conhecer o Brasil

13. Praia, a Floresta Amazônica e o Carnaval são os atrativos. A Distância e o Preço os empecilhos

| Continentes | TOTAL MUNDIAL | | | | | | | |
|-----------------|----------------------------------|-------|--------------------|----------|------|--------|-------|-------|
| | MOTIVO IRIA / NÃO IRIA AO BRASIL | | | | | | | |
| | Sol/Praia Natureza | Longe | Floresta Amazônica | Carnaval | Caro | Outros | NS/NR | Total |
| Brasil | 40,6 | ,5 | 11,6 | 36,1 | ,3 | 7,4 | 3,4 | 100,0 |
| Américas | 28,3 | 8,8 | 10,2 | 10,2 | 7,8 | 13,8 | 20,9 | 100,0 |
| Europa | 27,3 | 11,1 | 14,8 | 8,6 | 8,0 | 11,0 | 19,1 | 100,0 |
| Ásia | 12,3 | 26,1 | 9,5 | 7,8 | 17,8 | 11,6 | 14,8 | 100,0 |
| Oriente | 25,1 | 16,4 | 7,3 | 15,8 | 4,7 | 11,1 | 19,7 | 100,0 |
| África | 24,6 | 4,9 | 12,1 | 22,8 | 11,4 | 8,3 | 15,9 | 100,0 |
| Oceania | 7,5 | 13,4 | 18,5 | 8,6 | 4,8 | 16,1 | 31,1 | 100,0 |
| Total | 22,7 | 14,2 | 12,3 | 10,2 | 9,9 | 11,7 | 19,0 | 100,0 |

Qual seria o principal motivo que levaria o Sr(a) a pensar em ir ou não ir em viagem de férias para o Brasil?

- | | |
|----------------------------------|--------------------------|
| 1- Carnaval | 5- É Longe |
| 2- O sol, as praias e a natureza | 6- É Caro |
| 3- A noção de liberdade sexual | 7- É Perigoso |
| 4- A Floresta Amazônica | 8- É um País muito pobre |

Questionário Brasil:

Na sua opinião, qual seria o principal motivo que levaria um turista estrangeiro a pensar em vir ou não vir em viagem de férias ao Brasil?

- | | |
|----------------------------------|--------------------------|
| 1- Carnaval | 5- É Longe |
| 2- O sol, as praias e a natureza | 6- É Caro |
| 3- A noção de liberdade sexual | 7- É Perigoso |
| 4- A Floresta Amazônica | 8- É um País muito pobre |

Tabela 14 – Motivo iria/não iria ao Brasil

Ícones à parte, a marca brasileira está muito unida ao Esporte e ao Carnaval. O Carnaval passou a ser o principal motivo de viagem ao país, atrás apenas da busca pelas praias, o que quer dizer que o Carnaval passou a ser o maior indutor de turismo no Brasil, já que onde ocorre o Carnaval há também praias, tais como nas cidades do Rio de Janeiro,

Salvador ou Recife.. O turismo cultural está ligado às festas populares que se vinculam à festa pagã. O Rio de Janeiro é o destino brasileiro mais conhecido no mundo e a Festa de Reveillon e o Carnaval são os grandes eventos culturais. Desta forma, a opção da pesquisa em questão foi a de verificar o olhar dos estrangeiros acerca do Brasil no período do Carnaval. O visitante expressou na pesquisa seu sentimento sobre a realidade encontrada no período carnavalesco, seja em Ouro Preto, Recife, ou o Rio de Janeiro.

Existem muitas controvérsias a respeito da origem do Carnaval. Alguns consideram que seu surgimento tem relação com os ritos agrários das primeiras sociedades de classes; outros afirmam que a primeira folia aconteceu no Antigo Egito ou na civilização greco-romana. Porém, é certo que só existem referências ao termo “Carnaval” a partir do século XI, quando a Igreja decidiu instituir o período da Quaresma.

O Antropólogo Felipe Ferreira, autor de *O Livro de Ouro do Carnaval Brasileiro*(2004), afirma que, na verdade, quem “inventou” o Carnaval foi a Igreja Católica. Quando o Papa Gregório I, no ano de 604, deliberou que, em um determinado período do ano, os fiéis deveriam deixar de lado a vida cotidiana para se dedicarem exclusivamente às questões espirituais, abrindo mão dos desejos, brincadeiras, bebedeiras, comilanças e namoros, o povo estabeleceu o costume de realizar muitas festas nos dias imediatamente anteriores a esse longo período de proibições, como forma de compensação.

A fase dedicada exclusivamente às questões espirituais, chamada de Quaresma, lembra os quarenta dias de jejum e provações passadas por Jesus no deserto. Um dos maiores prazeres daquela época era, para muita gente, comer bastante carne assada e torresmo crocante. Porém, durante a Quaresma, comer carne era proibido pela Igreja e, por isso, seu consumo aumentava muito às vésperas da interdição. Assim, os últimos dias de fartura antes

dos quarenta dias de abstinências passaram a ser chamadas de dias do “adeus à carne”, falado em italiano como dias da “carne vale” ou do “carnevale”.

Durante muitos séculos, o importante era festejar de todas as maneiras possíveis – comendo, bebendo, cantando e dançando – antes das semanas de privações que estavam por vir. No entanto, com tanta comilança e bebedeira, as festas aconteciam no período de adeus à carne – ou seja, no período do “Carnaval” – passaram a ficar cada vez mais descontroladas e exageradas. Pessoas faziam tudo aquilo que não se devia (ou não se podia) realizar durante o resto do ano.

Na Roma Antiga, os lupercos (sacerdotes de Pã) saíam no dia 15 de fevereiro apenas com sangue de cabra sobre o corpo, perseguindo as pessoas nas ruas. Nos antigos carnavais havia o costume de atirar ovos e frutas podres em quem passava pela rua, costume esse que ficou conhecido pelo nome de Entrudo. Em Palermo (Itália), esses excessos foram proibidos no final do século 16, mas as mulheres continuaram a poder atirar água nos transeuntes pela janela, desde que fosse limpa! Em Wutemberg (Alemanha), a segunda-feira de carnaval era sagrada para as mulheres, que ficavam donas da cidade durante todo o dia, enquanto os homens ficavam em casa, impedidos até de observá-las da janela.

No Brasil, a comemoração do Entrudo foi muito presente durante todo o período dos séculos XVI e XVII. No século XVIII, com o aumento do confronto entre o chamado Entrudo Familiar, aquele onde somente as pessoas da família participavam, geralmente dentro de casa ou nos arredores, e o Entrudo Popular, reunião do chamado Populacho ou povo bárbaro, conforme notícias de jornais da Época, outras formas de se fazer o Carnaval foram criadas. Deste tempo são os Blocos e os Bailes. O primeiro bloco que se tem notícia foi criado pelo sapateiro Nogueira Paredes em 1848, no Rio de Janeiro (RJ), quando ele saiu batendo o

bumbo (hoje surdo) e fazendo o convite “quem quiser, venha atrás”. A expressão “Escola de Samba” nasceu em 1928, no bairro do Estácio, no Rio de Janeiro (RJ), quando o compositor Ismael Silva, cansado da fama de que sambista é malandro, olhou para a Escola Normal do bairro e, em uma roda de amigos, teve a ideia de criar um grupo pacífico para mostrar a arte que tinha batizando-o com o termo. Até então, o ritmo do samba e sua conformação africanizada foram inspiração para a musicalidade brasileira principalmente derivada das práticas feiticeiras. Mário de Andrade em *Música de Feitiçaria no Brasil* (1933) nos esclarece:

“O povo brasileiro, de Norte a Sul, é muito supersticioso e dado a práticas feiticeiras, porém neste mundão de terras várias, as formas baixas de propiciação, louvor ou exorcismo das forças daimoníacas variam bastante, muito embora todas elas se abriguem sob proteção mais elevada do espiritualismo católico. De São Paulo pro Sul uma superstição mais avassaladoramente europeizada se aplica secamente às práticas do baixo espiritismo. Uma credence mais céptica e infinitivamente menos lírica, mais curiosa que amante ou tímida, já canta pouquíssimo, toda entregue ao susto das mesas tremantes ou das agulhas curandeiras. No Rio de Janeiro todos sabem, a feitiçaria dominante é a Macumba. A Macumba segue rituais específicos africanos, e se estende até a Bahia, com ramificações ainda bastante vivas no Nordeste. Rio-Bahia é a zona em que ainda vive dominadoramente no Brasil a feitiçaria africana. Na Bahia, porém, creio que a gente do povo ignora a palavra macumba. Designam o ritual feiticista de lá por candomblé, voz que também ocorre episodicamente na terminologia feiticeira dos cariocas...” Mário de Andrade em *Música de Feitiçaria no Brasil* (1933)

Já a respeito da região Norte/Nordeste, Mário de Andrade faz citações ainda acerca da influência africana, porém, pede atenção quanto à influência Ameríndia na Amazônia e principalmente a influência Cubana quanto à musicalidade e crenças no Nordeste, notadamente em Pernambuco e região. Escreve-nos o autor:

“... Outra zona em que inesperadamente o africano colabora muito na feitiçaria brasileira, é na Amazônia, onde o culto dominante é chamado de pajelança... Tanto nesta palavra, como no chamarem de pagé ao pai-de-santo é visível a influência ameríndia. Também alguns dos deuses invocados na pagelança ainda recordam a religiosidade brasileira, tais como a Boiúna-Mãe que é o espírito perverso, o Boto-Tucuchi e principalmente o Boto-Branco que é o Eros do grupo. Mas já porém, o mesmo informador que quando estive pela Amazônia me enumerava esses deuses, nomeava também outro deus bom, o Rei Nagô...Seria talvez interessante determinar se a parte africana da pagelança nortista é uma ramificação do candomblé bahiano ou antes uma influência da feitiçaria antilhana. Minha opinião é precária, mas é certo que propendo para a segunda hipótese. Cuba influenciou grandemente toda a costa Atlântica da América do Sul, no século dezenove principalmente, tendo como causa principal dessa influência as navegações intercontinentais. Luís Câmara Cascudo nas suas pesquisas folclóricas escutou a palavra “cuba” empregada como sinônimo de feiticeiro.” Mário de Andrade em *Música de Feitiçaria no Brasil* (1933)

Aí se inicia a certa divisão no Carnaval Brasileiro. Notadamente o que se pode ver até os dias de hoje é que as influências abordadas por Mario de Andrade são visíveis no “modus operandi” dos Carnavais e, por conseguinte, o impacto nos diversos observadores e turistas. Se não vejamos sua descrição:

Nas grandes festas anuais do candomblé bahiano, que duram dias, grande parte do tempo é ganha em danças profanas, simples sambas dançados à sombra das árvores. Mas existem também as danças religiosas, que se dança dentro de casa. Estas se organizam pela ordem hierárquica dos santos e dos feiticeiros...nem sempre são danças solistas; no centro do círculo formado pelos espectadores muitas filhas de santos movem-se numa roda, com grandes remelexos e obedecendo ao ritmo do batucagé com movimentos de abaixar e erguer os braços enquanto os ante-braços se mantêm em meia-frexão. Essa coreografia caracteriza de tal forma as danças sagradas que pode-se

surpreende-la não somente em todas estas espécies de dança como frequentemente se vêem muitos dos espectadores seguindo talvez involuntariamente as diversas evoluções da dança....Um maracatu que vi no carnaval pernambucano repetia exatamente essa coreografia descrita por Nina Rodrigues. E aliás, os maracatus nordestinos trazem consigo um feitiço carregado por uma das figuras importantes do grupo. Esse feitiço consiste numa boneca ricamente vestida, e que tem mesmo o nome de "boneca". Nina Rodrigues não menciona a existência da boneca no candomblé bahiano, mas Fernando Ortiz dá notícia dela nas feitiçarias de Cuba."

Essas características do Carnaval pernambucano até hoje reforçam a existência da magia e da invocação através do uso do sopro. O Frevo, com a influência dos trompetes, gaitas, trombones e tubas dão uma característica típica da pluralidade e multiculturalismo do carnaval Pernambucano. Diferentemente do Rio de Janeiro, que tem no ritmo característico do samba, com sua marcação 4 x 4 (quatro por quatro) da percussão, o princípio de exorcização dos demônios por meio da percussão mortificadora. Essas são características que diferenciam os Carnavais de Pernambuco e do Rio de Janeiro nos dias de hoje. Em Pernambuco, as troças, grupos de maracatu, o Frevo, os Blocos Carnavalescos, o Forró e outros ritmos, dão o ar Multicultural do Carnaval. Já no Rio de Janeiro, os Blocos Carnavalescos, as Escolas de Samba e as Casas e Bares que se animam de Bossa Nova, outro som derivado do Samba, são o que podemos dizer a MARCA BRASIL no mundo. Menos multicultural, mas mais Brasileiro se considerarmos a imagem do Brasil no exterior.

A respeito do Carnaval de Ouro Preto, a influência principal se dá através do forte sincretismo mineiro, representado pelo som e pelas imagens das tradicionais Congadas dos bairros centrais, pelas troças de grupos locais e pelos blocos festivos oriundos das Repúblicas de Estudantes, peculiar organização de moradia estudantil e que tem sido uma das principais formas de acomodação dos jovens turistas estrangeiros que visitam a região desde tempos

remotos. Além disso, a cidade é a principal atração turística também para o turista brasileiro, que faz de Ouro Preto uma opção de festa acessível em termos de custo se comparados a Rio de Janeiro ou Recife. Ouro Preto atrai milhares de jovens cariocas, paulistas, capixabas e mineiros para sua festa popular. O Carnaval em Ouro Preto toma formas de paganismo radical, já que a festa se dá debaixo dos alpendres, sinos e abadias de igrejas seculares. Principal atração Barroca das Américas, se não mundial, a cidade resplandece em dilemas carnavalescos rebuscados da poética adolescente e itinerante que fazem parte de seu dia-a-dia. Por ter uma população flutuante diária anual que beira a 1/3 (um terço) de sua população urbana, e por contar com 3 vezes sua população durante as festividades do Momo, Ouro Preto tornou-se uma cidade carnavalesca e, porque não dizer, apoteótica. Tal apoteose nos mostrará uma importante diferenciação quanto à atratividade da cidade mineira em relação às outras duas cidades visitadas. Por não vivenciar o dilema da urbanidade universal, o turista estrangeiro se sente literalmente “em outro mundo”. A “terra de ninguém” por onde passaram Tiradentes, Rugendas, Dom Pedro II, Oswald e Mário de Andrade, Vinícius de Moraes e outros, condensa o que há de mais divino e pagão nas terras brasileiras. Estes motivos influenciaram sobretudo à decisão de pesquisar o Carnaval brasileiro nestas cidades.

1.3 - Perfil do Turista Estrangeiro que visita o Brasil

O Brasil recebeu no ano de 2008 cerca de 6,5 (Seis e meio) milhões de turistas estrangeiros. A média de crescimento do turismo brasileiro tem sido de cerca de 5% anuais. Entretanto, ao defrontarmos-nos com os números referentes a este século, a média mundial foi de 3,5% desde 2000, principalmente em decorrência dos efeitos de 11 de setembro sobre o turismo internacional. Houve assim uma queda após 2001, ocorrendo nos 2 anos seguintes uma estagnação do fluxo turístico internacional, com a retomada do crescimento a partir de 2004. O maior reflexo de 11 de setembro foi o refluxo negativo do turismo na sub-região da América do Norte, com Estados Unidos, Canadá e México perdendo 5 milhões de turistas em apenas 1 ano.

O desempenho do Brasil não foi superior à média nesses últimos anos. A variação da participação brasileira no turismo internacional chegou a cair em 2006 em comparação a 2005, variando de 0,67% para 0,59%, mesmo patamar de 2003. Isso mostra uma estagnação do turismo internacional brasileiro, muito por conta da valorização cambial do real diante do dólar, já que no período de 3 anos o dólar desvalorizou cerca de 20% embora isso não tenha ocorrido diante do Euro, que vem mantendo de certa forma a paridade diante do real. Mas, além disso, podemos inferir que houve também uma série de fatos que contribuíram para essa ocorrência, tais como a crise da aviação brasileira, com a quebra de 4 companhias nos últimos 4 anos (Transbrasil, Vasp, Varig e BRA), principalmente pelo fato da Varig, responsável pelo maior número de desembarques internacionais, diminuir drasticamente sua atuação durante o ano de 2006.

Essa desordem no transporte aéreo brasileiro culminou no desencadeamento de uma série de acidentes durante o ano de 2007, notadamente dois de grande proporção: o da Gol,

um incrível encontro com um Legacy em pleno ar, com a morte de 160 pessoas e o da TAM, no aeroporto de Congonhas, em São Paulo, onde um avião da empresa chocou-se contra o prédio da própria TAM. Esses acidentes ocorreram em virtude tanto de falhas governamentais quanto das empresas aéreas. Essa realidade não foi apenas brasileira, mas diversos países enfrentaram crises semelhantes. Greve de trabalhadores aeroviários na França, privatizações e falências de companhias européias, atrasos internacionais generalizados.

Tomando como base o perfil do viajante estrangeiro que visita o Brasil hoje, a partir da pesquisa de demanda turística realizada pela Embratur em 2006, pode-se elencar algumas características agregadas e conclusões que são interessantes para o intuito da pesquisa. Essas e outras conclusões fazem parte da “Demanda Turística Internacional 2006”, estudo realizado pela FIPE (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas) para o Ministério do Turismo, por meio da EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo). Um total de 27 mil turistas estrangeiros compõe o universo pesquisado – em 27 pontos de saída do País (15 aeroportos internacionais e 12 fronteiras terrestres) ao longo de quatro etapas de coleta de dados no ano.

A “Demanda Turística Internacional” é uma importante ferramenta de análise para a formulação de políticas públicas e também para a tomada de decisão da iniciativa privada. Entre outras coisas, seus dados colaboram para a elaboração de estratégias do Plano Aquarela – Marketing Turístico Internacional, estudo que orienta a promoção do Brasil no exterior com metas até o final da década.

1. São na maioria homens (64,9%), mas tem aumentado o número relativo de mulheres (de 30,6% para 35,1% em 3 anos).

2. Em geral, o visitante internacional que escolhe o Brasil como destino tem entre 28 e 45 anos (48,8%), cursou ensino superior (68,9%) e já esteve no País outras vezes (67%).

Idade

| Idade | Ano | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|
| | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
| De 18 a 27 anos | 12,2% | 15,7% | 17,2% | 17,4% |
| De 28 a 45 anos | 41,6% | 47,5% | 47,8% | 48,8% |
| De 46 a 65 anos | 38,2% | 33,0% | 30,9% | 29,7% |
| 66 anos e mais | 8,0% | 3,8% | 4,1% | 4,1% |

Fonte: EMBRATUR

Nota: A questão foi inserida no questionário somente no ano de 2000

Tabela 15 - Idade de turistas estrangeiros em visita ao Brasil

3. Vem na maioria das vezes com a família (45,1%), mas viaja também na companhia de amigos (25,2%). Viaja sozinho (27,1%), na minoria das vezes. Essa estatística está ligada à característica de lazer da maioria das visitas internacionais, em contrapartida ao nível de viagens por motivo de negócios (26%), muito próximo ao número de viagens solitárias.

4. Vem a 'Lazer', mas é cada vez mais representativa sua vinda por motivo de "Negócios, eventos e convenções". Esse ponto é importante, pois o turista que vem a negócios acaba voltando com sua família posteriormente. O 'Lazer' é a principal motivação do turista estrangeiro que vem ao Brasil, tendo sido responsável por 44,1% do fluxo em 2006 e 44,4% em 2005. Na seqüência, "Negócios, eventos e convenções" agrega parcelas representativas: 28,1% no ano passado e 29,1% no ano anterior. "Visitar amigos e parentes" e "Estudos ou cursos" são os demais motivos que mais trazem visitantes ao País.

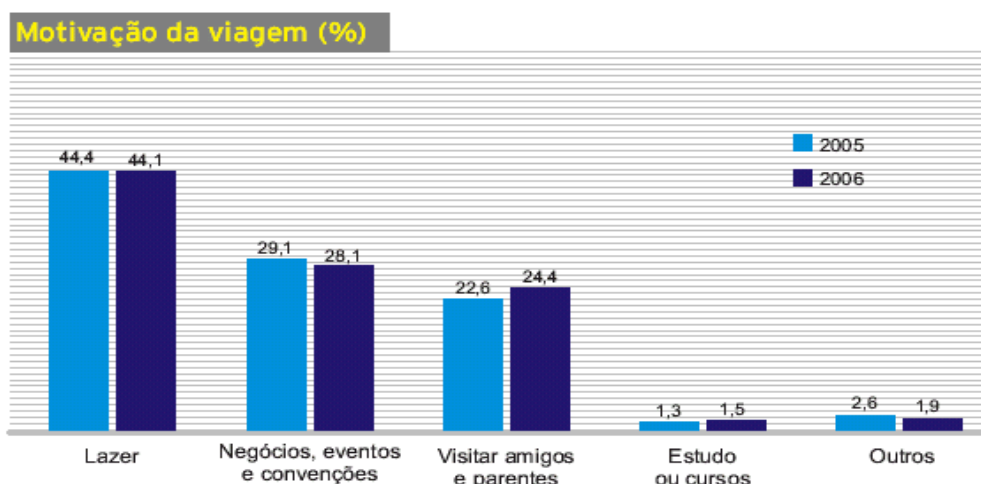


Tabela 16 - Motivação da viagem ao Brasil de turistas estrangeiros

5. O “Boca-a-boca”, através da informação de amigos, é o principal meio de comunicação usado pelo turista internacional para decidir sua vinda ao Brasil. Alemães (68,5%), ingleses(67,5%), americanos(67,1%) e franceses(67,1%), têm os maiores índices de informação de amigos, enquanto a Argentina(55%) e o Chile(49,9%) têm o menor índice. O item folders/Guias tem perdido espaço anualmente para a Internet como ferramenta de informação sobre o país. A televisão, as revistas, e jornais, também têm perdido espaço para a Internet, que tem se tornado a principal forma de divulgação e operação do turismo no mundo.

| Meio de Comunicação | Ano | | | | |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
| Informação de amigos | 45,0% | 44,1% | 47,4% | 51,8% | 61,9% |
| Internet | 5,6% | 6,8% | 3,1% | 12,8% | 13,4% |
| Folders / Guias | 16,1% | 16,9% | 6,2% | 11,7% | 11,8% |
| Televisão | 10,5% | 13,6% | 8,2% | 5,5% | 7,2% |
| Revista | 5,5% | 5,1% | 4,6% | 4,3% | 3,9% |
| Jornal | 2,7% | 3,3% | 2,6% | 2,0% | 1,5% |
| Outros | 14,6% | 10,2% | 27,9% | 11,9% | 0,3% |

Fonte: EMBRATUR

Tabela 17 – Meio de Comunicação que influenciou a decisão de vir ao Brasil

| País de Residência | Meio de comunicação | | | | | |
|--------------------|----------------------|---------------------------|----------|-----------|---------|--------|
| | Informação de amigos | Folders / Guias impressos | Internet | Televisão | Revista | Outros |
| Argentina | 55,0% | 18,9% | 14,4% | 7,2% | 3,6% | 0,9% |
| Chile | 49,9% | 19,4% | 14,5% | 9,7% | 6,5% | - |
| Estados Unidos | 67,1% | 5,7% | 14,0% | 5,3% | 6,4% | 1,5% |
| Alemanha | 68,5% | 8,1% | 14,0% | 4,7% | 3,5% | 1,2% |
| Espanha | 61,4% | 17,1% | 10,2% | 5,7% | 4,5% | 1,1% |
| França | 67,1% | 9,1% | 13,6% | 4,5% | 3,4% | 2,3% |
| Inglaterra | 67,5% | 2,6% | 5,2% | 15,6% | 7,8% | 1,3% |
| Itália | 59,5% | 12,5% | 14,3% | 7,7% | 3,6% | 2,4% |
| Portugal | 63,5% | 16,0% | 7,1% | 9,6% | 2,6% | 1,2% |
| Média Global (1) | 61,9% | 11,8% | 13,4% | 7,2% | 3,9% | 1,8% |

Fonte: EMBRATUR

(1) – Média para todos os emissores pesquisados.

Tabela 18 - Meio de comunicação que influenciou a decisão da viagem por país de residência

6. O Turista estrangeiro que vem a “Lazer”, permanece em média 14,33 dias, enquanto o que vem a “Negócios, eventos e convenções” permanecem 11,78 dias. Apesar disso, o gasto diário do turista que vem a Negócios, R\$ 165,14, é mais de 2 vezes maior do que aquele que vem a “lazer”, que gasta R\$ 73,53.

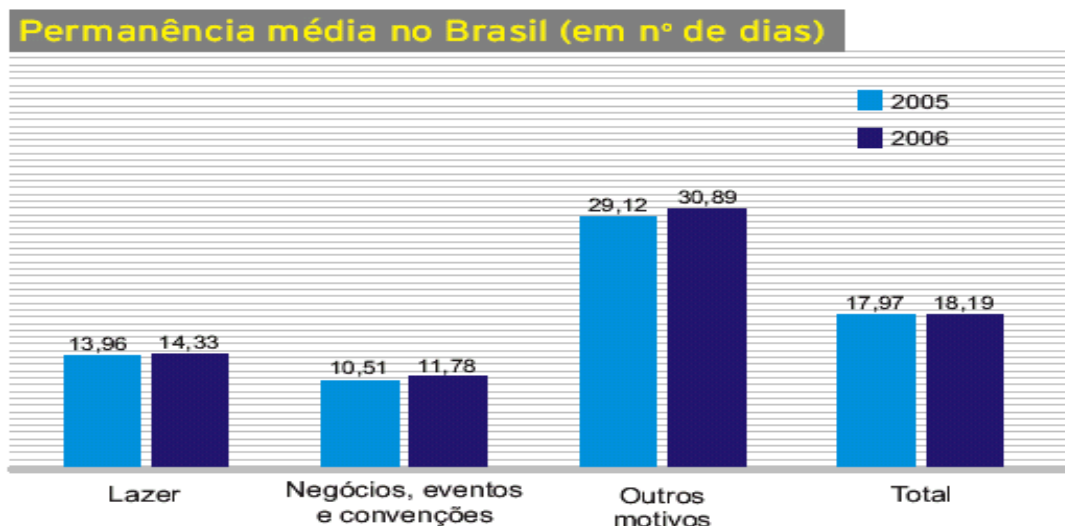


Tabela 19 - Permanência média do turista estrangeiro no Brasil

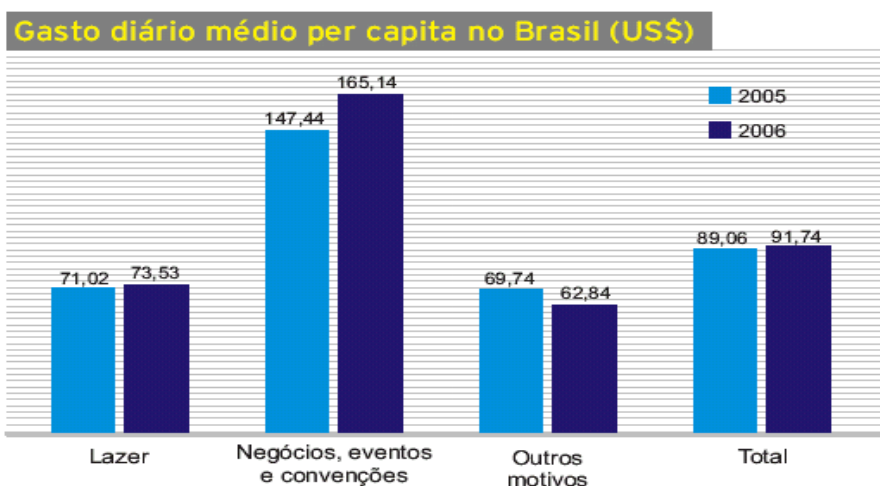


Tabela 20 – Gasto diário médio per capita no Brasil (US\$)

7. A maior crítica ao Brasil, com 10,3% de observações, é a respeito da falta de sinalizações turísticas. Isso pode ser amplamente notado em uma simples volta em cidades como Rio de Janeiro e São Paulo. Não existem, postos específicos de informações turísticas, assim como não há placas em línguas estrangeiras. Limpeza pública (10,1%) e segurança pública (9,3%), vêm a seguir, enquanto as diversões noturnas são foco de apenas 3,4% das reclamações.

| Maiores críticas dos turistas (%) | |
|-----------------------------------|------|
| Sinalização turística | 10,3 |
| Limpeza pública | 10,1 |
| Segurança pública | 9,3 |
| Comunicações | 8,6 |
| Transporte urbano | 7,9 |
| Táxi | 5,0 |
| Diversões noturnas | 3,4 |

Tabela 21 - Maiores críticas dos turistas ao Brasil

| AVALIAÇÃO INFRA-ESTRUTURA URBANA, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS | | | | | |
|---|--------------------------|---|----------------------------|-------|---------------|
| Serviços de hotel (%) | | | | | |
| Avaliação | Higiene / Limpeza | | Atendimento | Preço | |
| Excelente | 42,7 | | 43,9 | 31,1 | |
| Bom | 48,9 | | 48,7 | 55,6 | |
| Regular | 7,0 | | 6,1 | 11,2 | |
| Ruim | 1,4 | | 1,3 | 2,1 | |
| Restaurantes | | | | | |
| Avaliação | Higiene/ Limpeza | Atendimento | Qualidade da comida | Preço | Comida típica |
| Excelente | 25,5 | 33,5 | 35,8 | 32,4 | 44,0 |
| Bom | 62,2 | 58,3 | 56,2 | 51,3 | 50,4 |
| Regular | 10,7 | 7,1 | 7,3 | 13,6 | 4,9 |
| Ruim | 1,6 | 1,1 | 0,7 | 2,7 | 0,7 |
| Informações turísticas | | | | | |
| Avaliação | Existência da informação | | Precisão da informação | | |
| Excelente | 28,1 | | 29,2 | | |
| Bom | 55,7 | | 55,3 | | |
| Regular | 12,6 | | 11,3 | | |
| Ruim | 3,6 | | 4,2 | | |
| Guias de turismo | | | | | |
| Avaliação | Atendimento | Pontualidade no cumprimento do itinerário | | | |
| Excelente | 42,8 | 42,7 | | | |
| Bom | 49,9 | 47,3 | | | |
| Regular | 5,3 | 7,0 | | | |
| Ruim | 2,0 | 3,0 | | | |
| Rodovias | | | | | |
| Avaliação | Conservação | Sinalização | Postos de serviço de apoio | | |
| Excelente | 26,2 | 27,1 | 27,2 | | |
| Bom | 57,0 | 59,0 | 56,3 | | |
| Regular | 9,7 | 10,8 | 14,9 | | |
| Ruim | 7,1 | 3,1 | 1,6 | | |

Tabela 22 - Avaliação da infra-estrutura urbana, equipamentos e serviços turísticos do Brasil pelos turistas estrangeiros.

8. O visitante internacional faz uma boa avaliação da infra-estrutura básica e turística dos locais por onde passa. Porém, dentre as principais observações negativas feitas pelos turistas estão mendicância, segurança, a falta de sinalização em inglês, sujeira e falta de informações a turistas. Na outra ponta, restaurantes e a comida, a hospitalidade do brasileiro e a beleza natural são as observações positivas mais citadas pelos turistas estrangeiros.

Capítulo 2 - O Carnaval de Ouro Preto e o Turista Estrangeiro

2.1 - Ouro Preto e a História

A cidade de Ouro Preto está localizada na Serra do Espinhaço, na Zona Metalúrgica de Minas Gerais (Quadrilátero Ferrífero). Está na Região Central da Macrorregião Metalúrgica e Campo das Vertentes de Minas Gerais. Com Temperatura entre 6° e 28° C (graus centígrados), em junho e julho, época de inverno seco, pode chegar a 2° C (graus centígrados). Conta com clima tropical de altitude, com pluviosidade média de 2.018 mm/ano, com distribuição irregular, com chuvas concentradas no verão. Por estar localizada em região serrana, tem altitude media de 1.116m, onde o ponto mais alto é o celebre Pico do Itacolomy, com 1.722m, símbolo natural da cidade.

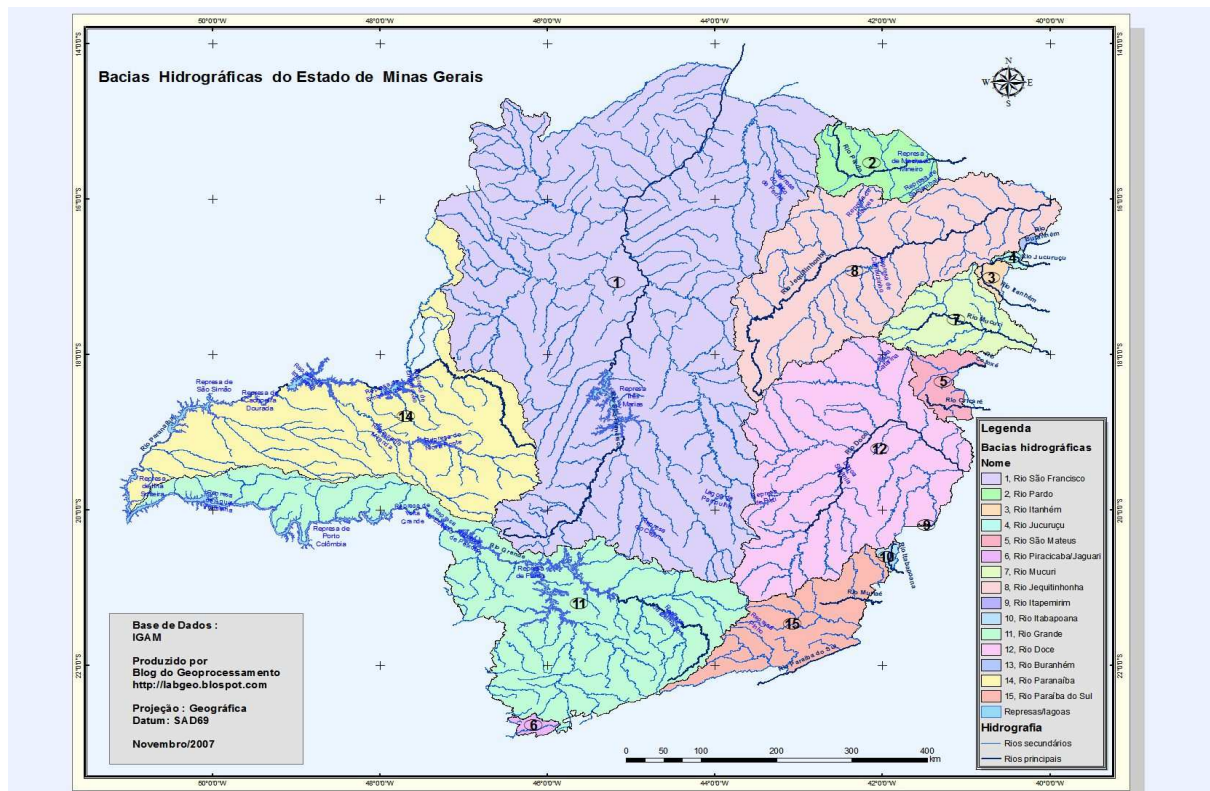


Ilustração 2 – Mapa Hidrográfico de Minas Gerais

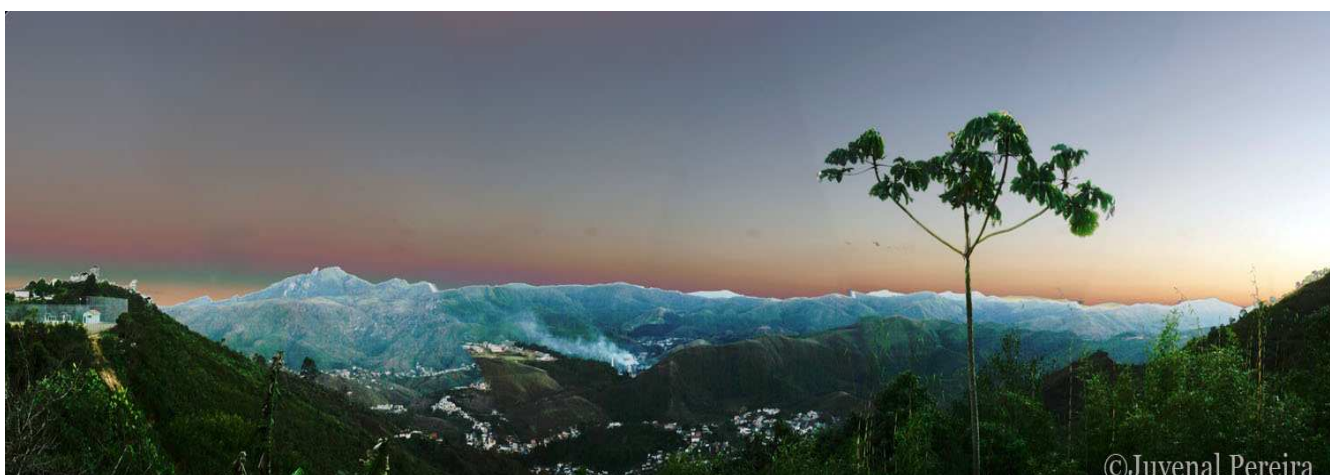


Ilustração 3 - Vista de Ouro Preto do Morro de São Sebastião com Pico do Itacolomi ao Fundo – Foto: Juvenal Pereira – 2009

Sua localização central no território brasileiro e sua altitude, fazem com que em Ouro Preto estejam as nascentes do Rio das Velhas, Piracicaba, Gualaxo do Norte, Gualaxo do Sul, Mainart e Ribeirão Funil. Se observarmos no mapa hidrográfico brasileiro, ao Norte de Ouro Preto, o Rio das Velhas juntamente com o Rio Paracatu, são os formadores da Bacia do Rio São Francisco, enquanto ao Sul, os rios dali ajudam na formação da Bacia Platina, originando assim duas das mais importantes bacias hidrográficas do Brasil. Sua topografia é composta de apenas 5% de terreno plano, contra 40% de terreno ondulado e 55% do terreno montanhoso. Maioria esmagadora de terrenos que trazem grandes dificuldades de locomoção desde os tempos do Ouro, nos idos de 1700-1800, até os dias de hoje, já que há uma grande limitação de tráfego de veículos motorizados no Perímetro Urbano tombado pelo Patrimônio Histórico Mundial da Unesco, tal a importância do conjunto arquitetônico barroco da cidade. Mas como se deu seu início?

Não se sabe ao certo quem descobriu a primeira pedra de ouro. Corria algum dia entre 1693 e 1698. Provavelmente a expedição era comandada por Duarte Lopes. Naqueles idos, os bandeirantes caminhavam as montanhas de Minas em busca da lendária Serra de Sabarabuçu, relatada pelos índios. Um anônimo descobridor decerto ficou curioso com as pedras escuras

encontradas no rio Tripuí (água veloz, em tupi). Era o Ouro Negro, encoberto por uma camada fina de óxido de ferro.

A amostra chegou ao Rio de Janeiro, aos olhos do governador, que já havia recebido outras anteriores das minas de Itaverava. Constatado seu valor deu-se início à corrida. A notícia se espalhou e centenas de aventureiros se introduziram nas matas num sobe e desce em busca da única referência segura quanto à localidade, um pico chamado Ita-corumi (pedra-menino), hoje Itacolomi. Aos seus pés estavam as tão sonhadas minas.



Ilustração 3 – Pico do Itacolomi – Foto: Fernando – 27/05/08



Ilustração 4 - Igreja com o Pico do Itacolomi ao fundo – Foto: Henri Yu

A Bandeira de Antônio Dias em 1698 foi a primeira a chegar. A fundação de um primitivo arraial se deu no morro de São João, onde também foi celebrada a primeira missa pelo padre João de Faria Fialho. Um grupo relativamente pequeno, que depois se multiplicaria aos milhares. Trinta anos depois a cidade contaria perto de 40 mil pessoas, a maior aglomeração de toda a América Latina. O ouro, apesar de muito, não era suficiente para alimentar toda a massa de pessoas que abordaram as montanhas mineiras. Um período de seca, conjugado ao número de pessoas em situação de higiene precária, promoveu uma mortalidade de cerca de um 1/3 (um terço) da população. Começam os confrontos pelas terras e minas.

Felipe dos Santos e Pascoal Guimarães foram os primeiros a enfrentarem a autoridade da Coroa. Eram mineradores e se revoltaram contra a instalação das Casas de Fundição e a cobrança de 20% de todo ouro recolhido (chamado Quinto). Detinham certa influência e mobilizaram militares, mineradores, clero e parte do povo. A Sedição de Vila Rica, como ficou conhecida a revolta, foi duramente reprimida pelo Conde de Assumar, famoso por sua crueldade maquiavélica. Pascoal foi condenado e teve sua propriedade incendiada. A pena de Felipe dos Santos foi mais severa: enforcamento. Outros estudiosos alegam que seu corpo foi amarrado a cavalos e arrastado pelas ruas, para depois ser esquartejado. O horror chegou a tal

ponto que o local onde os apoiadores de ambos os lados habitavam foi queimado completamente, local chamado até os dias de hoje de Morro da Queimada, onde ruínas da época são encontradas.



Ilustração 5 – Casa dos Contos – Ouro Preto – Foto: Juvenal Pereira – julho 2005

Entre 1707 e 1709 ocorreu o primeiro grande conflito, envolvendo essencialmente paulistas e portugueses: a Guerra dos Emboabas. Ambos defendiam terem direitos legítimos sobre as descobertas do ouro, reivindicando a concessão de terras e minas. Os paulistas, formados em sua maioria por Negros e Índios, foram derrotados pelos portugueses e acabaram se dispersando pelas outras regiões da Minas Gerais. Ainda em 1709 seria criada a Capitania de São Paulo e Minas de Ouro, tendo Mariana como capital. Dois anos mais tarde, os núcleos de Ouro Preto, Antônio Dias, Ouro Podre e Padre Faria, foram elevados à categoria de Vila. Nascia a Vila Rica de Albuquerque.

Enquanto no litoral a sociedade colonial permanecia engessada em sua estrutura fechada, em Minas nascia um caos social que se movimentava efervescentemente. Ascensão social, embora difícil, era possível. Mercadores, artesãos, engenheiros, advogados, clero, nobres, médicos, poetas, serviçais, escravos, escravos libertos. O ecletismo se firmava, gerando uma nova consciência, um espírito libertino, capaz de caminhar com os próprios pés.

Minas crescia e em 1720 tornou-se uma capitania autônoma, sendo a capital transferida para Vila Rica. Encontrava-se ouro como em nenhum outro lugar. A festa para celebrar o traslado do Santíssimo Sacramento (1733), da igreja do Rosário para a matriz do Pilar, marcou esta época. Cronistas relatam a pompa das vestimentas e artefatos, repletos de ouro e pedras preciosas. Rugendas documenta em desenhos esse período de forma esplendorosa. Uma de suas ilustrações mostra uma congada em frente à Mina de Chico Rei, tendo ao fundo a Igreja de Santa Efigênia. Chico Rei é um herói lendário em Minas Gerais. A lenda reza que era Chico um Rei em terras africanas. Separado de sua tribo logo que chegou ao Rio de Janeiro, foi trazido para Minas. Com sacrifício, guardando ouro em pó em seus cabelos, conseguiu comprar sua alforria. Em seguida consegue comprar a mina onde trabalhava e que hoje leva seu nome. Com o lucro da exploração do ouro, compra a alforria de diversos companheiros escravos. Não é hoje um herói consagrado porque incorporou-se à história ouro-pretana, nunca desafiando frontalmente o poder vigente, mas é considerado pela cultura negra brasileira, principalmente mineira, uma pessoa tão importante quanto Zumbi dos Palmares.



Ilustração 6 - Congado em Ouro Preto – Rugendas, 1835

O fausto durou até 1750. A partir daí o metal amarelo começou a escassear. A Coroa intensifica a fiscalização, combatendo o contrabando e força os mineradores a garantirem as cotas estabelecidas de impostos. A opressão culminou com a Inconfidência Mineira, movimento rechaçado duramente por Portugal. Minas e o Brasil não seriam mais os mesmos.

Vila Rica virou Imperial Cidade de Ouro Preto em 1823 e permaneceu como capital da Província de Minas Gerais até 1897, ano da inauguração de Belo Horizonte. Os anos setecentos se foram, mas legaram um futuro que hoje nos presenteia com duas das histórias mais interessantes da saga humana, materializadas nas pessoas de Aleijadinho e Tiradentes.



Ilustração 7 - Igreja de São Francisco com frontispício de Aleijadinho - Ouro Preto, MG

Nos idos de 1750, o ouro vazava por todas as frestas. Aleijadinho, nascido em Ouro Preto, em 29 de agosto de um ano entre 1730 e 1738, pois há controvérsias quanto ao ano exato, foi batizado como Antonio Francisco Lisboa. Típico mestiço brasileiro, era filho de um Português, Manuel Francisco Lisboa, e sua escrava, Isabel. Aleijadinho sabia ler e escrever e aprendeu desenho, arquitetura e escultura com o pai. Continuou sua formação com João Gomes Batista, da Casa de Fundação de Vila Rica. Contribuíram também provavelmente, escultores e entalhadores que trabalhavam em várias igrejas mineiras, alguns remanescentes do primeiro Ciclo Barroco, vindos de Olinda e Recife atreves do Rio São Francisco. Foi nas cidades próximas às minas, especialmente em Ouro Preto, que surgiu e se desenvolveu o Barroco Mineiro. Fruto da religiosidade da época, transferiu aos templos parte da riqueza gerada pelo ouro. No século XVIII e início do século XIX, a construção, a reforma e o embelezamento de igrejas deram emprego a vários artistas e impulsionaram a arte sacra. Nesse ambiente, o gênio criador do Aleijadinho encontrou terreno fértil para se desenvolver.

A obra do Aleijadinho acha-se distribuída pelas igrejas de onze cidades mineiras. A maior parte

de suas obras de talha e escultura está em Ouro Preto. Dois de seus mais importantes trabalhos, no entanto, acham-se em Congonhas do Campo: Os Doze Profetas, um conjunto de doze estátuas em tamanho natural, esculpidas em pedra sabão e Os Passos da Paixão, com suas figuras pintadas por Manuel da Costa Ataíde e Francisco Xavier Carneiro, auxiliados por vários entalhadores. Outras esculturas famosas são: a Fonte do Padre Faria do Alto da Cruz, em Ouro Preto, primeiro trabalho do artista em pedra sabão, e as imagens de São Simão Stock e São João da Cruz, realizadas para a Igreja da Ordem Terceira do Carmo, em Sabará.

Executou também as esculturas em pedra sabão no frontispício e na porta desta mesma igreja. É de sua autoria, entre outras, a estátua de São Miguel, da igreja de São Miguel das Almas, de Ouro Preto. Deixou outras obras de escultura e talha nas igrejas de São Francisco de Assis da

Penitência (púlpitos e barretes), da Ordem Terceira do Carmo e de Nossa Senhora das Mercês e Perdões (crucifixo da sacristia e imagens de São Pedro Nolasco e de São Raimundo Nonato) e na Matriz de Nossa Senhora do Pilar (oratório na sacristia e quatro anjos de madeira para o andor), todas de Ouro Preto.



Ilustração 8 - Escultura de Jesus no Calvário – Aleijadinho, Santuário de Congonhas do Campo – MG



Ilustração 9 - Anjo com o cálice da Paixão, Santuário de Congonhas do Campo

Antônio Francisco Lisboa passou a ser conhecido como Aleijadinho, aproximadamente aos cinquenta anos, quando foi acometido por uma doença que aos poucos deformou e

inutilizou o artista, que não se dava por vencido: arrastava-se, usando uma espécie de joelheira de couro e mandava que lhe amarrassem o martelo e o cinzel às mãos para continuar a esculpir. As deformações transplantadas para suas figuras assumem extraordinária força expressionista. Manteve-se ativo até 1812, quando ficou quase cego. Morreu em novembro de 1814, isolado e completamente esquecido por seus contemporâneos. Foi lembrado quase meio século depois por Rodrigo José Ferreira Bretas, seu primeiro biógrafo. O reconhecimento definitivo só chegou após o movimento modernista de 1922, que se preocupou com a afirmação dos valores nacionais.

O contrabando faz deduzir, com certeza quase absoluta, que muito mais ouro foi retirado do que consta nos registros oficiais. Muitos esconderam na fé o resultado do ardil. Igrejas com altares suntuosos, santos do pau-oco; tudo era permitido aos que escondiam seus ganhos. Não demorou para que as minas demonstrassem exaustão.

Por volta de 1783 a produção já tinha caído consideravelmente. O Iluminismo e outros pensamentos europeus ecoaram na mente dos formadores de opinião. Poetas, juristas, militares, padres e até setores do poder constituído se envolveram num movimento libertário. Queriam Minas livre de Portugal, queriam uma universidade, queriam indústrias. A gota d'água era a Derrama, a cobrança acumulada de todos os impostos atrasados, sem levar em conta o esgotamento das minas.

O ápice se deu em 1789, entretanto não chegou a eclodir como o planejado. Houve traições e a denúncia de Joaquim Silvério dos Reis. Pessoas importantes recuaram e negaram envolvimento. Poucos foram condenados e entraram para a história como "inconfidentes". O processo-crime, denominado "Autos da Devassa", foi aberto. Joaquim José da Silva Xavier, o Tiradentes, foi o único a declarar abertamente participação. Nascido num sítio no distrito de

Pombal, próximo ao arraial de Santa Rita do Rio Abaixo, à época território disputado entre as vilas de São João del-Rei e São José do Rio das Mortes, nas Minas Gerais, Joaquim José da Silva Xavier era filho do português Domingos da Silva Santos, proprietário rural, e da brasileira Maria Antônia da Encarnação Xavier, tendo sido o quarto dos sete filhos. Em 1755 após o falecimento da mãe, segue junto a seu pai e irmãos para a sede da Vila de São José, hoje município de Tiradentes. Dois anos depois, já com onze anos, morre seu pai. Com a morte prematura dos pais, logo sua família perde as propriedades por dívidas. Não fez estudos regulares e ficou sob a tutela de um padrinho, que era cirurgião. Trabalhou como mascate e minerador, tornou-se sócio de uma botica de assistência à pobreza na ponte do Rosário, em Ouro Preto, e se dedicou também às práticas farmacêuticas e ao exercício da profissão de dentista, o que lhe valeu a alcunha *Tiradentes*, um tanto depreciativa. Não teve êxito em suas experiências no comércio.

Porém, sua participação na Inconfidência valeria sua passagem para a História como o maior Herói Brasileiro. Permaneceu preso por três anos, assim como os outros inconfidentes. Também foi o único condenado à morte, sendo enforcado em 1792 e seu corpo esquartejado e espalhado pelos caminhos de Minas. Os demais foram exilados na África. O poeta Cláudio Manuel da Costa foi encontrado morto na prisão. Declararam que fora suicídio. A cabeça de Tiradentes foi exposta em plena Vila Rica. Sumiu misteriosamente e nunca foi encontrada. Seu paradeiro suscita muitas versões, mais uma pitada de sabor nas histórias de Ouro Preto. No local onde estivera o poste (atual Praça Tiradentes) se encontra hoje um monumento ao Mártir. A estátua em bronze de Tiradentes está de costas para o palácio do governador. Desdenha da opressão do poder.

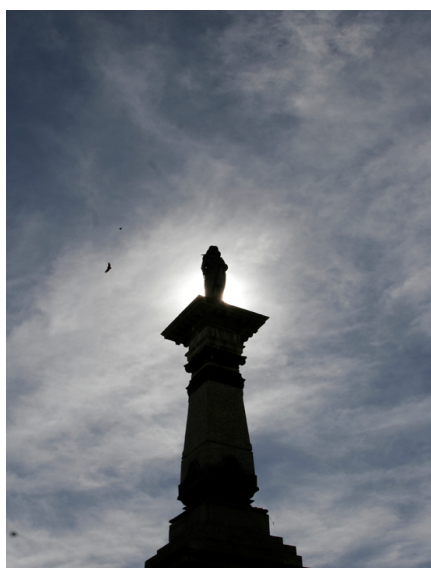


Ilustração 10 - Escultura de Tiradentes em Ouro Preto – Praça Tiradentes



Ilustração 11 - Praça Tiradentes com Museu da Inconfidência ao fundo

A vingança portuguesa viria na forma de um isolamento total das Minas Gerais em relação ao restante do Brasil, principalmente no início do século XIX. Desse período vem o costume do mineiro em ter mesas com gavetas. A fome era tanta que qualquer visita era um incômodo. Se a hora era de almoço ou de jantar, o que invariavelmente ocorria, o dono da casa

corria para esconder os pratos dentro das gavetas, para não despertar alvoroço na visita! Curiosidades à parte, esse isolamento criou uma desconfiança no mineiro que, já sem contar com as benesses da Corte, teria que andar com os próprios pés para fazer sua história. Daí vem sua fama de desconfiado.

O próximo período de auge em Ouro Preto foi o Ciclo Metalúrgico. Isso ocorre pelas mãos de D. Pedro II, que enviou Gorceix, famoso francês estudioso dos minérios, que funda a Escola de Minas de Ouro Preto em 1875, o que seria a primeira semente da hoje Universidade Federal de Ouro Preto, hoje conhecida como UFOP. A Escola de Minas vem fazer a ligação do elo perdido do século XVIII. Após um século de ostracismo, Ouro Preto passa a contar com um fluxo cada vez maior de jovens, que viriam substituir as famílias mineiras tradicionais, que iriam aos poucos, mas com consistência, mudando suas residências para a nova capital mineira, Belo Horizonte, abandonando para trás suas casas barrocas já centenárias.

Com o vazio no casario do centro da cidade, os estudantes da Escola de Minas, engenheiros por natureza, tomam conta das casas no início do século XX, criando assim o que ainda hoje são conhecidas como as “Repúblicas Estudantis”. Essas são um capítulo à parte. Hoje são cerca de 300 (trezentas) Repúblicas, sendo 70 públicas, de propriedade da União por intermédio da UFOP, e o restante privadas, onde os alunos se unem e alugam uma casa para morarem. Existe todo um ritual entre os republicanos (moradores das Repúblicas) para ser aceito na moradia estudantil. Esse ritual por que passa o Bixo (como são chamados os novos estudantes), faz com que a integração entre os moradores ganhe uma cumplicidade onde a República da qual ele pertenceu seja incorporada pelo jovem por toda sua vida. Há anualmente uma festa em Outubro, a famosa festa do 12, onde os ex-moradores retornam à República e participam de festividades organizadas pelos atuais moradores, colaborando

inclusive com recursos para eventuais reformas que as casas necessitem. Essa cumplicidade faz surgir em Ouro Preto um sentido de pertencimento daqueles estudantes que um dia na cidade moraram, fazendo com que Ouro Preto seja uma espécie de segunda casa para milhares de estudantes que por lá passaram durante mais de um século de existência da UFOP. Tudo isso, somado ao título de Patrimônio da Humanidade, fazem com que Ouro Preto tenha lugar destacado tanto na História quanto no turismo do Brasil.



Ilustração 12 – Bixo sobe ladeira com placa de trote universitário

2.2 - Ouro Preto e o Carnaval

Para entendermos o Carnaval de Ouro Preto é importantíssimo conhecermos sobre a origem do Bloco do Zé Pereira dos Lacaios. Hoje, o clube é parte da cultura local, graças a um português chamado José Nogueira Paredes, antes residente no Rio de Janeiro na época do Império. Aquele mesmo que abriu o Carnaval Carioca. Decidido a criar a tradição momesca no Brasil, herança Europeia de sua origem portuguesa, ele cria a folia carioca. Em 1848 ele abriu o primeiro dia de Carnaval desfilando pelas ruas do centro do Rio. Diz a lenda que, por ser muito gordo, não conseguia carregar a caixa que tocava, contando com a ajuda de dois homens. A idéia agradou e atrás do novo bloco passaram a seguir uma turma de foliões e músicos, responsáveis pela abertura da festa. Em 1867, a novidade foi transferida para Ouro Preto junto com seu fundador, que veio trabalhar no Palácio do Governo. Nascia o Bloco Zé Pereira Clube dos Lacaios, organizado por funcionários do Palácio. O nome Lacaios é uma referência aos subalternos “puxa-saco” e seus fraques, cartolas e lanternas, que se tornaram marca registrada do bloco ouropretano. A origem do Carnaval mineiro de Ouro Preto esta intrinsecamente ligada a origem do Carnaval do Rio de Janeiro. Cidades urbanizadas para a época, sedes políticas e administrativas, Ouro Preto e Rio de Janeiro necessitavam de um espírito burlesco e fanfarrão para que os contratempos e dificuldades da população pudessem confrontar-se com a realidade modificada pelo período momesco. José Nogueira Paredes, funcionário publico de carreira e totalmente dedicado a seus afazeres nos períodos cotidianos, no Carnaval transformava-se no grande catalizador dos festejos carnavalescos. Como uma espécie de Rei Momo, dada sua compleição, dava inicio aos festejos com pompas e trajes dignos da abertura dos festejos.



Ilustração 13 - Bloco Zé Pereira dos Lacaiois - 2006

O Carnaval entra em Ouro Preto exatamente como um dos grandes catalizadores das diversas vertentes da história, que fizeram da Cidade um marco da arte mundial. O turismo está entre as 3 mais importantes atividades econômicas do município, atrás da mineração, em virtude de empresas do porte da Alcan e Vale, e da educação, em função da UFOP e da ETFOP (Escola Técnica Federal de Ouro Preto). O turismo injeta grandes cifras diretamente no centro da cidade histórica. Existem 3 épocas que são comemoradas intensamente por toda a cidade: o Festival de Inverno, realizado durante o mês de julho desde a década de 70, atraindo milhares de pessoas, principalmente jovens universitários e famílias em período de férias escolares; a Festa de Doze de Outubro, data de comemoração da fundação da Escola de Minas e também período de formatura e colação de grau dos alunos formandos nos mais de 30 cursos da UFOP; e o Carnaval, período onde cerca de 100 mil pessoas vão fazer acontecer um dos grandes Carnavais do Brasil.

O Carnaval Oupretano é tradicional em Minas Gerais. As festas de verão ocorrem a partir de Janeiro, com as festas de Reis. Durante o mês, dezenas de grupos de Reisado saem as ruas para festejar as suas ancestrais tradições. Em Janeiro de 2009, durante o III Encontro de Folias de Reis e Pastorinhas de Ouro Preto, os seguintes grupos apresentaram-se:

Folia de Reis da Mata dos Palmitos de Santa Rita;
Folia de Reis de Santa Rita;
Folia de Reis de Santo Antônio do Leite;
Folia de Reis de Santo Antônio do Salto;
Folia de Santos Reis do Padre Faria;
Folias de Reis de Lavras Novas;
Folia de São Gonçalo;
Pastorinhas da Comunidade de São José do Bairro Saramenha;
Pastorinhas do Bairro Pe. Faria;
Pastorinhas do Bairro Pilar;
Pastorinhas do Bairro São Cristóvão.

No site oficial do município, as festividades relacionadas ao Encontro são destaque, dando o tom da importância para o poder público e para o morador da cidade, da tradição mineira:

"A Comissão ouro-pretana de Folclore, o Museu do Oratório e a Prefeitura Municipal de Ouro Preto têm o prazer de convidá-los para o III Encontro de Folias de Reis e Pastorinhas de Ouro Preto, que acontecerá no adro da Igreja do Carmo dia 10 de janeiro, de 14 às 17 horas.

Durante o Ciclo Natalino, os grupos de Manifestação Tradicional do nosso município se fizeram presentes, alegrando nossas ruas e praças com os encantamentos do Natal e do Ano Novo. Os cânticos das Pastorinhas, os sons das Folias de Reis e a representação cativante do Grupo Servos da Palavra emocionaram os ouro-pretanos.

Os grupos circularam por diversos bairros e distritos de Ouro Preto e neste sábado, 10 de janeiro, encerram o ciclo festivo com um grande encontro, que celebrará a vida e a

tradição das nossas manifestações" site oficial do município de Ouro Preto (janeiro 2009)

A seguir vêm os grupos de Congado, celebrando o reinado de Chico Rei e as festas organizadas pelas irmandades de Nossa Senhora do Rosário e de São Sebastião, em 17 de janeiro. São os seguintes os grupos de Congado atuantes:

Congado de Nossa Senhora do Rosário e São Benedito;

Congado de Nossa Senhora do Rosário e São Cristóvão;

Congado de Nossa Senhora do Rosário e Santa Efigênia;

Congado de Nossa Senhora do Rosário e Santa Efigênia do distrito de Miguel Burnier;

Congado de Nossa Senhora do Rosário e Nossa Graças (APAE).

Em fevereiro o Carnaval atrai dezenas de milhares de turistas desde as primeiras semanas de fevereiro. Vagas nas repúblicas são oferecidas para estudantes nas mais diversas redes, desde contato pessoal até o uso da Internet. É possível reservar uma vaga em uma república para o período de carnaval, desfrutando de todas as "mordomias". Podemos extrair do site "Carnaval de Ouro Preto", que desde 2002 divulga o Carnaval Ouro-pretano, qual o espírito da coisa:

O carnaval de Ouro Preto está se tornando um dos mais procurados do Brasil devido a sua peculiaridade atraindo muitos turistas das diversas regiões do país, principalmente dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro. O que mais atrai os turistas além da maravilhosa cidade histórica é o clima estudantil que paira pelas ladeiras de Ouro Preto. Este clima estudantil é gerado em grande parte pelo grande número de repúblicas estudantis, sendo hoje cerca de mais de trezentas repúblicas. Cada república promove uma programação diferenciada para os turistas que comprem estes pacotes, que na maioria das vezes está composto por, bebida liberada todos os dias, bandas, churrasco, alojamento (quarto com colchonetes), festas temáticas, abadas de blocos,

segurança 24 horas, caneca da republica, camisa da republica, Dj, pulseira de identificação, Boate e outros agitos.

Outro ponto do carnaval que anda atraindo muitos turistas são os blocos carnavalescos, que hoje estão divididos entre blocos estudantis organizados pelas republicas (exemplo : Bloco da Forca) e os blocos tradicionais organizados por tradicionais (exemplo : Bloco da Diretoria).

Outra novidade do Carnaval de Ouro Preto nos últimos anos é o circuito fechado que é montado na praça da UFOP, onde ocorre os shows e as concentrações dos principais Blocos com venda de ingressos para os eventos.

A prefeitura de Ouro Preto tem importante papel no crescimento do carnaval nestes últimos anos, houve uma melhora constante na organização do carnaval ouro-pretano, com diversos pontos de concentração de turistas, atividades diversas como desfile de blocos tradicionais, banheiros químicos em diversos pontos e som instalado em pontos estratégicos da cidade.

Portanto não perca esta oportunidade, visite Ouro Preto em qualquer época do ano e se possível principalmente no carnaval e seja impregnado por este ar de liberdade." - www.carnavalouropreto.com janeiro 2009.

O espírito do texto demonstra bem qual o resultado da historia barroca ouro-pretana. O Carnaval burlesco, com republicas espalhadas por toda a cidade, fizeram com que a contextualização do carnaval se espalhasse e abrangesse também os moradores e residentes. Pode-se dizer que a divisão da sociedade de Ouro Preto se replica na conformação das divisões dos Blocos e bandas Carnavalescas. Quando se conversa com o morador local, vemos como se dividem as categorias de pessoas que por Ouro Preto circulam:

“Aqui por Ouro Preto tem o morador, que ou nasceu aqui, ou mora nos distritos e vem fazer compras todo mês, ou veio morar no centro de um tempo pra cá, porque tem muita gente dos distritos e das cidades daqui de perto, como Piranga ou Ponte Nova, que vem fugir do desemprego e morar nos morros que hoje estão todos invadidos; tem o turista, que vem na maioria das vezes passar o dia ou então fica num hotel. Se for jovem, fica numa Republica. Tem muito “gringo” também, porque Ouro Preto é tombada pela UNESCO e está nos guias mundiais; tem o estudante, que vem morar aqui e fica uns 4, 5 anos morando nas republicas; e tem também os que vem morar aqui por um tempo, ou porque trabalham na Universidade ou porque é artista, tipo artesão, pintor, escultor, músico. Acabam ficando um tempo, 5, 10 anos e depois vão embora, mas sempre voltam e mantêm um laço de nostalgia com Ouro Preto. Gostam do clima artístico e de liberdade da cidade”. Depoimento de Bia Lima, colunista social e proprietária do Restaurante Boca da Mina, local onde foi a Mina de Chico Rei.

Outra característica peculiar do carnaval de Ouro Preto diz respeito a sua musicalidade. Um fato interessante ocorre em função da existência de grande quantidade de “bares da vida”, como diria Milton Nascimento. Esses bares são aqueles onde a música ao vivo está presente, o que faz com que a todo momento, já a partir das 10 horas da manhã, seja possível ver a execução de música já durante o almoço. As repúblicas executam também suas trilhas sonoras, que percorrem todo tipo de ritmo. Na maioria dos casos trata-se de som mecânico ou digital, mas também ocorrem execuções ao vivo de bandas e grupos musicais. Aqui devemos notar uma mudança profunda ocorrida desde a criação das Faculdades de Música e Artes Cênicas na UFOP, a partir de 1997. Isso transformou a cidade, não apenas durante o Carnaval, mas principalmente nas outras épocas do ano. Hoje em dia tornou-se comum em Ouro Preto encontrar alunos nos pontos de ônibus ou lotação, com seus instrumentos a tiracolo, ou então um happening teatral ou musicas pelas ruas da cidade, fruto de alguma oficina dos cursos citados. Outra peculiaridade que chama a atenção é a divisão dos blocos em blocos de

moradores ou tradicionais, como também são chamados, e os blocos estudantis, coordenados pelas repúblicas. Percebe-se no discurso de um estudante da república Marragolo as diferenças:

“o nosso bloco, o Bloco das Lajes, foi idealizado e fundado no ano de 1995. Hoje o bloco é composto por seis repúblicas: Sparta, FG, TX, Marragolo, Serigy e Espigão. Dentre os ex-alunos, moradores e seus familiares, visitantes, amigos e convidados das repúblicas organizadoras, o número de participantes do bloco chega aos 3400 participantes. Ultimamente a coisa ficou famosa, tem vindo muita gente de fora e bastante gringo também, Eles ficam loucos principalmente as mulheres! Aqui parece que elas acham que a liberdade tá em todo lugar...A gente também tem sofisticado ultimamente. Esse ano vamos ter 60000 (sessenta mil) latas de cerveja, isso,mesmo, 60000 latas. O Bloco sai no sábado e na segunda-feira. No sábado a gente contratou a bateria da Portela e na segunda-feira sai a Bateria do Bloco-Rei, que é a melhor bateria da cidade. A gente concentra na porta do CAEM (Centro Acadêmico da Escola de Minas), que fica na Praça Tiradentes, e roda a cidade toda.” depoimento do estudante TIO XICO, morador da república Marragolo.

Já quanto ao carnaval dos Blocos tradicionais, temos o depoimento do componente de um deles falando sobre dois dos mais famosos blocos tradicionais, o Zé Pereira dos Lacaio e o Bloco do BAFO:

Hoje tem bastante Blocos de Repúblicas, mas a festa nas ladeiras da cidade nem sempre foi assim. Um dos principais representantes da tradição do Carnaval ouropretano é a ala Zé Pereira dos Lacaio. O bloco tem atualmente cerca de 50 membros e a filiação é quase hereditária. Através do tempo, mantém suas características originais, como a batida de seus catitões e cariás (grandes bonecos e pequenos diabinhos, com lanças que tiram faíscas do calçamento). Os três bonecos mais tradicionais (Zé Pereira, uma Baiana e um *catitão*) foram feitos na década de 60. Outro bloco tradicional do Carnaval

de Ouro Preto é a BAFO (Bandalheira Folclórica Ouro-Pretana). Há vinte anos, foi criada a banda carnavalesca denominada Bandalheira. Os participantes saem vestidos de calça preta, camisa branca, penico esmaltado na cabeça, um rolo de papel higiênico na cintura e marcham pelas ruas em ritmo militar acelerado. É preciso ter fôlego, a Bandalheira percorre todo centro histórico. Vai até o batalhão de Corpo de Bombeiros, onde toca para os oficiais". Depoimento de Silvério, participante do Bloco do BAFO

Os principais Blocos Estudantis são os seguintes:

Bloco das Lajes

Bloco da Ladeirabr

Bloco Mescladobr

[Bloco do Caixão](#)

Bloco Cabrobró

Bloco 69

Bloco da Vila

[Bloco da Praia](#)

Bloco Tutu Maluco

Bloco Monstro Bloco da Forca

Os principais Blocos Tradicionais são:

Bloco da Diretoria

Bloco Afro Mistura Brasileira

Bloco Saúde Mental - Os Conspirados

Bloco Vermelho i Branco

Bloco Os Possuídos

Bloco Afro Mistura Brasileira

Bloco Sapa Bicha

Bloco 30 de Fevereiro

Bloco Adro Dum

Bloco Gatas e Gatões

Bloco Jesus Bom à Beça

Bloco Tontão Independente do Álcool

Bloco Balanço da Cobra

Bloco Funerária

Bloco Sai Quebrando

Bloco Território Azul

O Terceiro destaque do Carnaval de Ouro Preto fica por conta da concentração que se realiza na Praça da Reitoria. Essa praça se localiza na parte baixa e Plana da cidade, próxima da estação ferroviária, de onde sai o trem Maria Fumaça que liga Ouro Preto a Mariana e do Centro de Convenções, antigo Centro Metalúrgico da Cidade. Ouro Preto passou grande dificuldade organizacional nos primeiros anos do século XXI. A prefeitura, nas mãos da Prefeita Marisa Xavier, estava em processo de total descrédito. O Carnaval, como uma das maiores concentrações, também passou por essa crise, já que a falta de organização proporcionava uma concentração enorme na Praça Tiradentes, que acabou fazendo com que a lotação muito acima da capacidade provocasse um impasse no desfile dos Blocos e Escolas de Samba locais. Após anos de problemas, foi na Administração Ângelo Oswaldo como prefeito, que a organização conjunta do carnaval entre UFOP, Republicas, Prefeitura e Comunidade trouxe alguma melhoria no produto final do carnaval. Ângelo Oswaldo já foi, entre outras coisas, Secretário de Cultura do Estado de Minas Gerais (1984/85) e Chefe de Gabinete do Ministério da Cultura (1986/88).

2.3 - O TURISTA ESTRANGEIRO NO CARNAVAL DE OURO PRETO

Ouro Preto sempre foi repleto de turistas. Desde as épocas barrocas, já há depoimentos de estrangeiros a respeito das festas de Reisado. Johann Moritz Rugendas (1802/1858), um dos mais famosos desenhistas de imagens pictóricas brasileiras do século XIX, vai a Ouro Preto, depois de se separar da Expedição Langsdorff e retrata uma festa de Congado, onde há a representação da festa, da Igreja de Santa Ifigênia, dele mesmo e de Chico Rei.

Em 1924, Mario de Andrade faz sua primeira viagem a Minas Gerais, a histórica "Viagem da descoberta do Brasil". Durante a Semana Santa, Mário visita Belo Horizonte, Congonhas do Campo, Sabará, Ouro Preto e Mariana, em companhia de Oswald e seu filho Noné, Tarsila do Amaral, D. Olívia Guedes Penteado, René Thiollier e Godofredo da Silva Teles, ciceroneando o poeta Blaise Cendrars. Conhece jovens escritores mineiros ligados ao modernismo, entre eles, Carlos Drummond de Andrade, iniciando com este sua longa série de correspondência.

Na década de 1920, Mário de Andrade e outros intelectuais realizaram uma série de viagens culturais com o intuito de “redescobrir” o Brasil. Nesse processo, a “redescoberta” da cidade de Ouro Preto adquiriu significado especial para os modernos como a autêntica expressão da cultura brasileira. A redescoberta de Ouro Preto é um dos grandes feitos do modernismo. Mário de Andrade esteve lá. Oswald de Andrade escreveu os famosos versos sobre os profetas de Aleijadinho. De Manoel Bandeira é a crônica “De Villa Rica de Albuquerque a Ouro Preto dos Estudantes”, primeiro núcleo daquilo que será mais tarde o indispensável Guia de Ouro Preto. Vieram as páginas de Carlos Drummond de Andrade. Vieram os serviços de Rodrigo Melo Franco de Andrade e basta este caro nome para revelar o sentido profundo dessa (...) descoberta: em Ouro Preto conquistou o Brasil Moderno sua consciência histórica”.

Nas primeiras décadas de sua atuação nos centros tombados, a SPHAN (Secretaria do Patrimônio Histórico Nacional) elegeu o colonial como marca e a cidade de Ouro Preto - monumento nacional desde 1933 - como padrão para o patrimônio nacional. O “barroco” foi usado como uma espécie de sinal totêmico da identidade cultural brasileira a partir da “redescoberta” de Ouro Preto e foi interpretado pelos intelectuais como predecessor do estilo “moderno”, por ser considerado detentor de valores “universais” como o movimento moderno.

O Embaixador de Portugal no Brasil, Francisco Seixas da Costa, que vai assumir a representação do seu país na França a partir de 2009, disse à imprensa que gostaria de levar no coração a cidade de Ouro Preto, como lembrança de seu período de três anos no país. Ele visitou Ouro Preto diversas vezes e recebeu do prefeito Ângelo Oswaldo de Araújo Santos a Medalha de Aleijadinho, que evoca o patrono das artes no Brasil. Quando a jornalista Christina Lemos, da TV Record, lhe perguntou “que pedacinho do Brasil o Sr. levava”, Francisco Seixas da Costa disse: “Sem a mais pequena dúvida, Ouro Preto. Eu sou um “mineiro adotivo”... Em Ouro Preto está um Portugal que já não temos, uma memória daquilo que nós fomos. Ouro Preto ajuda-me a perceber Portugal. Aliás, eu, para perceber Portugal, precisei viver no Brasil”.

Foi no Carnaval de 2006 a visita a Ouro Preto. A cidade já demonstrava seu clima de festa desde nossa chegada, na quarta-feira anterior ao carnaval. Fomos eu e Simone acompanhados de nossa filha, Lais, que tinha na época apenas 3 anos. Ficamos hospedados no Famoso Restaurante Boca da Mina, de propriedade de Dona Mariazinha e sua filha, Bia Lima. A família tinha um apartamento para receber convidados, nos deixando a vontade. A grande vantagem para a pesquisa, foi estar ao lado do restaurante, que na verdade trata-se da entrada da famosa Mina de Chico Rei. Como a visita à Mina é parada obrigatória para turistas, principalmente estrangeiros, as entrevistas no local eram realizadas diariamente. O horário de

funcionamento do estabelecimento era das 11 da manhã as 17 horas. Os turistas chegavam, visitavam a mina e depois almoçavam no agradável restaurante. Antes do almoço, era obrigatório os turistas tomarem uma caipirinha ou uma cachaça pura, com torresmo ou outra iguaria mineira. Nesse âmbito boa parte das entrevistas foram feitas. Este foi o local onde os turistas podiam responder as perguntas com mais tempo, por escrito, pensando nas respostas. Isso possibilitou também uma boa abordagem na variedade de turistas, já que todos os tipos visitam a Mina de Chico Rei.

Além desse, a cidade nos reserva outros locais onde havia possibilidade de entrevistas. Os turistas chegam diretamente na Praça Tiradentes. Os guias, em sua maioria nativos que não tiveram treinamento profissional, abordam todos os forasteiros, sejam eles brasileiros ou estrangeiros. A primeira abordagem é sobre local para estadia. Hotel? Pousada? O que o Senhor precisa? Vai um guia? Essas são as primeiras palavras que turistas escutam a respeito da cidade. Na Praça Tiradentes também há uma grande quantidade de turistas durante o dia todo. Muitos de passagem, outros sentados ao pé da estátua de Tiradentes, observando o movimento.

O terceiro lugar onde foram feitas entrevistas foi na Praça da Reitoria, mais conhecida como a Prainha, ao Lado do Centro de Convenções. O próprio local do Centro de Convenções esta agora sendo usado para um Carnaval de Salão, chamado Espaço Folia. Este espaço contempla os que saboreiam o Axé, sendo este um Carnaval fechado, com a compra de Abadás. As perguntas a que foram submetidos os entrevistados foram as seguintes:

1. Esta é a primeira vez que você vem ao Brasil? Como foi feita sua escolha de vir para cá? Porque para o Brasil?

2. Qual a imagem que você tinha a respeito do Brasil antes de vir para cá?

2. Qual a impressão que você tem do Brasil agora?

4. Quais as coisas que mais o surpreenderam até agora?

3. Descreva e comente aspectos de sua vivência como turista no Brasil, durante o Carnaval, que considere mais significativos e marcantes.

Os depoimentos integrais estão em anexo. As Unidades de Sentido encontradas nos depoimentos dos turistas estrangeiros em visita a Ouro Preto foram os seguintes:

1- Brasil Tropical

2- Surpresa com Ouro Preto e o Barroco

3- Presença predominante de jovens

4- Tamanho do Brasil

5- Tamanho do Carnaval

A seguir apresenta-se as Categorias de Unidades de Sentidos discriminadas por depoimento:

1. Brasil Tropical - A – B – D – F – G - I

2. Surpresa com Ouro Preto e o Barroco D – E – F – G - J

3. Presença predominante de jovens - A – C – E – F - H - J

4. Tamanho do Brasil A - C – D – K

5. Tamanho do Carnaval - B - H – I – J

Dando continuidade, foram destacados fragmentos dos depoimentos relacionados com as unidades de sentido com significado para o investigador, seguido de interpretações – Unidade Modificada (U.M.).

1. BRASIL TROPICAL

| |
|--|
| Relato A – <i>“A imagem que tinha do Brasil estava muito ligada ao calor e a praia, mas queria conhecer um pouco mais do país”.</i> |
| Relato B – <i>“A primeira vez que vim para o Brasil foi para Florianópolis, no verão”.</i> |
| Relato D - <i>“Pensava que era maioria de selva”.</i> |
| Relato F - <i>“A imagem que tinha do Brasil era mais da Amazônia, porque em nosso país a principal questão hoje é a ambiental”.</i> |
| Relato G - <i>“A imagem que tinha do Brasil antes de vir para cá era de um país alegre, com muita praia e calor”</i> |
| Relato I - <i>“A imagem que tinha do Brasil sempre foi ligada a natureza exuberante”</i> |

U.M. – A imagem do Brasil em amplos setores da comunicação internacional, que destaca o Brasil das Praias, do Calor e da Natureza, permeiam o imaginário dos entrevistados. O verão para o turista significa Brasil Tropical. O verão para o turista que vem de latitudes acima de 30 graus, que tem épocas frias intensas, sempre encaram o Brasil como um país tipicamente de calor, mesmo sendo este um turista do Oriente, como do Japão, ou um turista latino-americano. Por outro lado, há uma curiosidade no indivíduo de conhecer melhor não apenas o Brasil Tropical, mas também o Brasil Continental. Países do tamanho do Brasil despertam curiosidade no indivíduo, principalmente relacionando o continente com a Floresta Amazônica ou Foz do Iguaçu. Logo, quando se chega em uma cidade como Ouro Preto, o turista tem sua imagem a respeito do Brasil alterada.

2. SURPRESA COM OURO PRETO E O BARROCO

Relato D - *“Muito diferente. Essa construção barroca. Nunca imaginei isso do Brasil.”*

Relato E - *“Acabei de fazer Faculdade de Arquitetura no Chile e conhecer Ouro Preto para mim foi algo obrigatório.... Francamente a cidade é maravilhosa, respira-se o barroco brasileiro e apesar das ladeiras pra cá e ladeiras pra lá, tudo vale a pena”.*

Relato F - *“Ouro Preto é o lugar mais lindo que já fui, com pessoas alegres e receptivas... as igrejas são lindas”.*

Relato G - *“Comecei a mudar minha imagem do Brasil quando, pela pesquisa que faço com monumentos históricos e conservação, fizemos uma parceria com a UFOP. Vi então que o Brasil tinha um Monumento Histórico Mundial, onde poderíamos aplicar nosso programa de software.”*

Relato J - *Estive lá em Recife com uns alunos e depois vim para uma República aqui em Ouro Preto. Agora estou num albergue internacional. O que tinha ouvido falar do Brasil era sobre a primeira sinagoga das Américas, que fica em Recife. Fui lá ver, mas o valor na verdade é histórico, porque não tem muita coisa. Já aqui em Ouro Preto, a história se mistura. Tem até coisas judaicas representadas nas igrejas.*

A observação sobre o Barroco vem totalmente em oposição ao imaginário do turista. Ele nunca contava com esse tipo de construção no Brasil, já que todos imaginam que o Brasil só tem construções novas e modernas. O estudante de arquitetura entrevistado, já havia estudado o barroco brasileiro em função de ter feito faculdade de arquitetura. Isso nos mostra o reconhecimento internacional da cidade de Ouro Preto como um patrimônio da humanidade. Essa chancela se mostra muito importante tanto para Ouro Preto como para a outra cidade pesquisada, Olinda – PE. Além disso, a percepção do turista recai imediatamente sobre a arquitetura e sobre o povo da cidade. A atração exercida pelo local fica clara quando o turista declara que Ouro Preto é lindo. O Barroco se torna uma atração em si, compondo o diferencial turístico da cidade. Finalmente, o título de Patrimônio Mundial da Humanidade contribui para o reconhecimento de Ouro Preto como um dos principais destinos turísticos brasileiros, inclusive em relação à Academia.

3. PRESENÇA PREDOMINANTE DE JOVENS

Relato A - *“Já tinha vindo para o Brasil antes, Rio de Janeiro e Foz do Iguaçu. Mas desta vez queria conhecer Minas e o Pantanal. Por isso vim para Ouro Preto...O Carnaval então parece coisa de outro mundo. Ouro Preto é muito diferente, tem muitos jovens ”*

Relato C - *“ Já aproveitei bastante a praia lá e sai bastante nos Blocos de Carnaval e decidi vir para Ouro Preto. Estou achando tudo muito diferente. Não imaginava que o Brasil era tao grande. Aqui em Minas tem muita gente diferente, não só brancos”*

Relato E - *“Fora isso, muitos visuais incríveis, comidas e pessoas que nos recebem extremamente bem. Agora, o Carnaval, quando cheguei, não acreditei que podia haver alguma cidade com esse tipo de animação! Nunca tinha visto isso”*

Relato F - *“Cheguei aqui em Ouro Preto tem três dias. Ia para o Rio de Janeiro no Carnaval, mas acabei ficando por aqui. Os estudantes me convenceram a ir para lá depois do Carnaval”*

Relato H - *O Carnaval daqui é bem diferente do que temos nos Estados Unidos. Já fui para New Orleans no Carnaval, mas aqui é totalmente diferente. Tem um som com muita percussão. Esse som, com toda essa força e todo esse pessoal nas ruas, participando... E bem diferente, porque lá não dá para participar dos carros alegóricos.*

Relato J - *Essa é a primeira vez que venho ao Brasil. Estive antes em Recife e depois vim direto para cá. Vim por meio dos estudantes da Universidade Federal. Estive lá em Recife com uns alunos e depois vim para uma República aqui em Ouro Preto. Agora estou num albergue internacional*

Os depoentes se mostram surpresos com Ouro Preto, principalmente com a vitalidade que a velha cidade demonstra, dada a grande quantidade de jovens que se instalam no período carnavalesco por lá. Esse espanto vem de encontro ao espírito desejado pelos depoentes. Um deles justifica seu espanto e seu agrado com a situação quando coloca que apesar de ter mais de 50 anos, ele vem de um país de velhos e estar entre pessoas com metade de sua idade, ou seja, com o extremo oposto a sua situação, para ele se mostra uma surpresa agradável. Outra depoente coloca em seu relato o impacto da mestiçagem do Brasil em relação a sua experiência de viagem e de vida. As diferenças de cores e de raças encontradas em Minas Gerais e mais especificamente em Ouro Preto, causam impacto na depoente, já que essa

natureza não era esperada por ela. Como há uma mestiçagem latente, há impacto. O turista latino-americano ficou surpreso com a animação típica do carnaval brasileiro, que guarda grande diferença em relação ao carnaval dos outros países da América Latina. A principal diferença diz respeito ao som, à musicalidade do Brasil. Esse traço diferente faz com que a alegria seja predominante no carnaval brasileiro. Para outra depoente, o estar em contato com os estudantes faz com que ela acabe mudando de ideia quanto a ir para o Rio de Janeiro. Os benefícios econômicos, aliados ao ambiente juvenil, influenciam decisivamente a opção da turista. Além disso, o carnaval participativo, com a presença do público interagindo com os integrantes dos blocos, diferencia o carnaval brasileiro, por exemplo, do americano. Mesmo havendo muita música, em New Orleans o carnaval torna-se elitista, pois se trata de um desfile, onde quem sai nos Carros Alegóricos faz parte da elite da cidade. Finalmente, o jovem turista, israelense, havia ouvido falar da sinagoga de Recife. Seu contato com os jovens e com os albergues da juventude fez com que ele acabasse “descobrendo” Ouro Preto, em função de seu contato prévio com jovens universitários.

4. Tamanho do Brasil

Relato A - *“O que mudou depois que vim para o Brasil foi que o país é enorme! Muito grande!”*

Relato C - *“Não imaginava que o Brasil era tão grande. Aqui em Minas tem muita gente diferente, não só brancos”*

Relato D - *Vimos para Ouro Preto porque temos um parente brasileiro no Japão. Ele é Engenheiro e já conhecia a cidade. Muito diferente. Essa construção barroca. Nunca imaginei isso do Brasil. Pensava que era maioria de selva. Mas quando fomos pra São Paulo, vimos uma cidade enorme. No Japão todos pensam que o Brasil só tem Amazônia e praia, Copacabana, Rio de Janeiro. Em São Paulo tem muitos descendentes de Japonês.*

Relato K - *A imagem que eu tinha do Brasil era de um país que era grande, mas muito pobre.*

A Noção de tamanho para o turista também está relacionada à diversidade encontrada no Brasil. Por viajar constantemente, a noção de tamanho para o turista incorpora as distâncias e dificuldades de acesso a que se está sujeito no Brasil. No imaginário da turista o tamanho do

país, em função do longo trajeto percorrido, se estabelece como um diferencial em relação a aquilo que era imaginado anteriormente. Uma das imagens mais difundidas do Brasil no exterior é da pobreza da favela e da violência urbana. Ônibus assaltados, sequestros relâmpagos, assaltos nas saídas de banco e arrastões são comuns na mídia internacional.

5. Tamanho do Carnaval

Relato A - *O Carnaval então parece coisa de outro mundo. Ouro Preto é muito diferente, tem muitos jovens. Sou Italiano e lá tem muito velho! Já aqui, tem muita gente nova! Gosto disso! A gente se sente igual a eles!*

Relato B - *O Carnaval daqui é muito diferente de tudo! As repúblicas, as meninas, os Blocos. Isso tudo por um preço muito bom!*

Relato E - *Agora, o Carnaval, quando cheguei, não acreditei que podia haver alguma cidade com esse tipo de animação! Nunca tinha visto isso. No Chile não tem Carnaval assim. Só no Brasil.*

A grande diferença de comportamento entre os italianos e brasileiros quanto aos dias de carnaval torna-se patente no depoimento. O turista também demonstra uma boa relação quanto ao custo x benefício de sua estadia na cidade no período carnavalesco. O turista nota a grande diferença de presença de público entre sua terra e o Brasil, creditando ao carnaval a alegria encontrada no local. A música também marca o carnaval brasileiro, dando uma noção clara ao turista de que aquele tipo de coisa não ocorre em sua terra natal.

Capítulo 3 - O CARNAVAL DE OLINDA/RECIFE

1) Olinda/Recife e a História

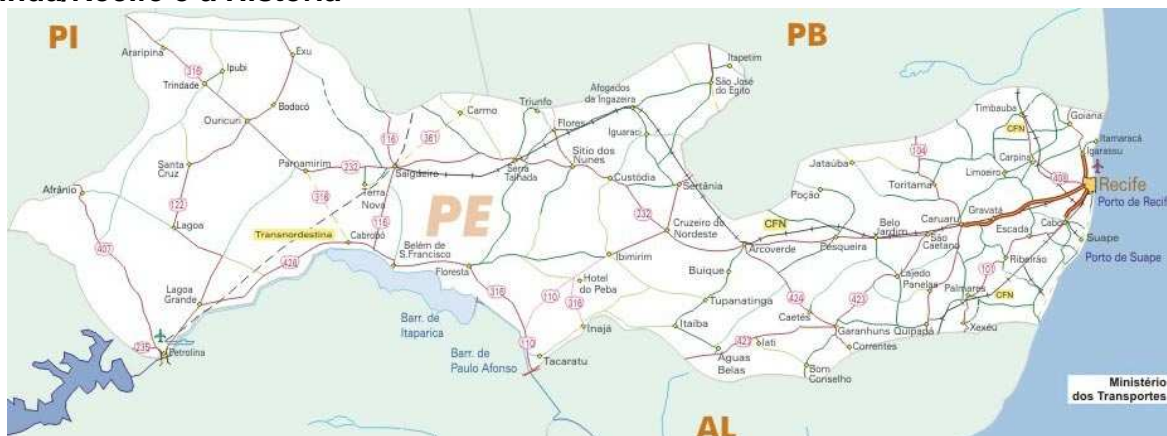


Ilustração 14 - Mapa de Pernambuco

A História da região inicia-se em 1534, quando Portugal criou as capitanias hereditárias. Pernambuco possui um litoral com 187 quilômetros. A origem de seu nome vem do tupi PARANA-PUCA, significando “o mar que arrebenta” ou ainda “PARANA-BU, “mar furado”, ou “buraco de mar”. A Capitania de Pernambuco foi dada a Duarte Coelho Pereira. No mesmo ano de 1534, foram fundadas as vilas de Igarapé e Olinda. Pernambuco foi uma das poucas capitanias que prosperaram, graças à boa adaptação que a cana-de-açúcar teve ao solo da região. Desde cedo, a cultura da região baseou-se na mistura de três povos: europeus, índios e negros. De início, os portugueses tentaram utilizar mão-de-obra escrava índia. Entretanto, após sucessivos levantes indígenas, optou-se por importar mão-de-obra africana o que, por si só, constituía-se num grande negócio.



Ilustração 15 - Olinda, vista do Mosteiro de Nossa Senhora do Carmo



Ilustração 16 - Arquitetura em Recife, uma cidade com vários canais - foto H. Oliveira.

As Cidades de Olinda, Recife e Jaboatão dos Guararapes se confundem e se misturam. Não há divisão entre elas, sendo um mesmo complexo urbano separadas por marcos discretos e imperceptíveis. Formando um emaranhado de ruas e pontes antigas e novas, unindo o mar que invade as cidades em marés altas, elas contam juntas, uma das mais importantes histórias do Brasil: a “colonização” ou “invasão” holandesa nas Américas. Invasões holandesas é o nome normalmente dado, na historiografia brasileira, ao projeto de ocupação da Região Nordeste do Brasil pela Companhia Holandesa das Índias Ocidentais (W.I.C.) durante o século

XVII. Esse projeto vem no bojo da criação da Companhia das Índias Ocidentais pelos Holandeses.



Ilustração 17 - Invasões Holandesas em Olinda, Pernambuco

Em 1630, a capitania foi invadida pela Companhia das Índias Ocidentais, que, desembarcando na praia de Paul Amarelo, derrotou a frágil resistência portuguesa na passagem do Rio Doce, invadiu sem grandes contratempos Olinda e derrotou a pequena, porém aguerrida, guarnição do forte (que depois passaria a ser chamado de Brum), porta de entrada para o Recife através do istmo que ligava as duas cidades, até então com poucos habitantes portugueses. O Conde Maurício de Nassau, governador das possessões holandesas a partir de 1637, ajudou a desenvolver a cidade, com diversas obras de infraestrutura, benefícios fiscais e empréstimos. Neste período, Recife foi considerada a mais próspera e urbanizada cidade das Américas, além de contar com a maior comunidade judaica de todo o continente, sendo construída nessa época a primeira sinagoga das Américas. Essa mesma comunidade, após ser expulsa do Brasil pelos portugueses quando da retomada de Pernambuco, foi para a região de Nova York, sendo uma das responsáveis pela criação da

cidade americana. Esse episódio está muito bem retratado por Kátia Mesel, cineasta Pernambucana, no documentário “O Rochedo e a Estrela” (2004). A primeira ponte da América Latina também foi construída na gestão de Nassau, em 1643. Diversas outras pontes, canais e ligações entre os portos e o istmo, culminando com o prolongamento das barragens dos arrecifes, fizeram com que a cidade fosse conhecida como a “Veneza Brasileira”. Recife recebeu esse nome em função dos arrecifes que circundam seu litoral e que barram a invasão das águas no terreno abaixo do nível do mar que forma a cidade.



Ilustração 18 -Primeira Sinagoga das Américas, Recife, Pernambuco

Por diversos motivos, sendo um dos mais importantes a exoneração de Maurício de Nassau do governo da capitania pela Companhia Holandesa das Índias Ocidentais, o povo de

Pernambuco se rebelou contra o governo holandês, juntando-se à fraca resistência ainda existente. Com a chegada gradativa de reforços portugueses, os holandeses por fim foram expulsos em 1654, na segunda Batalha dos Guararapes. Foi nesta ocasião que se diz ter nascido o Exército Brasileiro. Por terem sido vencidas pelos portugueses, sob o comando de João Fernandes Vieira (Funchal, 1613 – Olinda, 1681), destacam-se como episódios decisivos na Insurreição Pernambucana, que culminou no término das Invasões Holandesas do Brasil, no século XVII. A assinatura da capitulação deu-se em 1654, no Recife, de onde partiram os últimos navios holandeses em direção à Europa. A primeira batalha ocorreu em 19 de Abril de 1648, e a segunda em 19 de Fevereiro de 1649.



Ilustração 19 - Batalha dos Guararapes, óleo sobre tela por Victor Meirelles de Lima

Os principais chefes militares do movimento de restauração de Pernambuco contra o domínio holandês foram, além de Vieira, André Vital de Negreiros (Capitania da Paraíba, 1606 – Goiana, 3 de fevereiro de 1680); Antônio Filipe Camarão (Natal, 1600 – Jaboatão dos Guararapes - 1648), à frente dos índios da costa do Nordeste; Henrique Dias (Capitania de Pernambuco – 1600 – Capitania de Pernambuco - 1662) - no comando de pretos, crioulos e mulatos; e o capitão Antônio Dias Cardoso, tendo-se transformando em heróis do imaginário

nativista pernambucano. A "*guerra da liberdade divina*", nas palavras do padre Antônio Vieira, durou nove anos, sendo de assinalar que o governador de Pernambuco, Antônio Teles da Silva, dava apoio encoberto à revolta, enquanto os holandeses pensavam que se tratava apenas de uma sublevação na capitania de Pernambuco. A diplomacia de D. João IV de Portugal, entretanto, tentava, na Europa, não indispor a Holanda. O que ocorria no Recife não tinha o apoio da Coroa, por isso o conflito entre o governador e os colonos revoltados, na primavera de 1646. Antônio Teles da Silva chegou a ser mandado regressar a Lisboa, onde esteve detido em São Gião como colaborador dos movimentos de Pernambuco, mas aproveitando da vitória de Tabocas, foi possível recuperar outras zonas em poder dos flamengos, os fortes de Sergipe, do rio São Francisco, do Porto Calvo, de Serinhaém e de Nazaré. Com a paz, após 1654, Antônio Teles da Silva recuperou os seus bens e, entre outros cargos, foi nomeado Governador e Capitão-Geral da Capitania da Paraíba (1655-57)e, mais tarde, governador e Capitão-geral de Angola (1658-61).

A marca principal do contexto histórico do período das batalhas foi a mestiçagem criada pela necessidade de unidade das tropas defensoras brasileiras. A união de índios, negros, brasileiros brancos, mulatos e mestiços, criou a visão do multiculturalismo que impregna até hoje a raiz do imaginário pernambucano. Nas palavras de Lenine:

Composição: Lenine e Paulo César Pinheiro
Sou o coração do folclore nordestino
Eu sou Mateus e Bastião do Boi Bumbá
Sou o boneco do Mestre Vitalino
Dançando uma ciranda em Itamaracá
Eu sou um verso de Carlos Pena Filho
Num frevo de Capiba
Ao som da orquestra armorial
Sou Capibaribe
Num livro de João Cabral
Sou mamulengo de São Bento do Una

Vindo no baque solto de Maracatu
Eu sou um alto de Ariano Suassuna
No meio da Feira de Caruaru
Sou Frei Caneca do Pastoril do Faceta
Levando a flor da lira
Pra Nova Jerusalém
Sou Luis Gonzaga
E vou dando um cheiro em meu bem
Eu sou mameluco, sou de Casa Forte
Sou de Pernambuco, sou o Leão do Norte
Sou Macambira de Joaquim Cardoso
Banda de Pife no meio do Canavial
Na noite dos tambores silenciosos
Sou a calunga revelando o Carnaval
Sou a folia que desce lá de Olinda
O homem da meia-noite puxando esse cordão
Sou jangadeiro na festa de Jaboatão
Eu sou mameluco...

Dessa forma, após o período de invasões, e do longo período do monopólio canavieiro seguinte, essa ocupação por parte de um país europeu protestante, somada às influências dos portugueses de uma das mais prósperas capitanias hereditárias, às origens indígenas, cujos costumes até hoje são preservados e valorizados e aos costumes dos africanos, que se espalharam por todo o território nos tempos dos engenhos, deu a Pernambuco um perfil cultural inconfundível.



Ilustração 20 - Pontes do Recife, Pernambuco



Ilustração 21 - Ponte da Boa Vista em foto antiga - Recife, Pernambuco



Ilustração 21 - Ponte da Boa Vista atualmente – Recife, Pernambuco

Nesse contexto, um turista pode caminhar por sobre pontes que foram projetadas e construídas pelos holandeses, visitar as inúmeras igrejas deixadas pelos portugueses, provar vários dos pratos que foram herdados da cultura indígena, e dançar ao som do maracatu, ritmo, tal qual o frevo, originário da herança africana existente em Pernambuco.

Segundo Luís da Câmara Cascudo em sua Geografia dos Mitos Brasileiros (São Paulo, 2a ed. 2002):

Pernambuco, uma das raras colônias vitoriosas, não foi apenas um centro irradiante de povoamento. Constituiu a colmeia de onde os enxames voaram para o sul e o norte, plantando a vida social, organizando o trabalho, fixando as famílias vencendo a indiaria, erguendo fortes, derrubando as matas. Essa incessante energia construtora formou a sua imagem e semelhança as regiões próximas, com a lição de tantos séculos e a coragem ininterrupta de criar uma nova Pátria na “Nova Lusitânia”.

Preponderantemente os portugueses que chegaram a Pernambuco eram procedentes do Minho, norte de Portugal, divisa com Espanha. De acordo com Fernão Cardim, eram tão orgulhosos do número e da prosápia que seus gritos de “Aqui de Viana” substituíam o ritual “Aqui Del-Rei!”. O Minho trouxe consigo a força assimiladora da Espanha, Galícia e suas histórias e mitos viajaram nas recordações e frutificaram na “Nova Lusitânia”.

Os indígenas que esses Portugueses encontraram foram os Tupis, Tabajaras e Caetés, no litoral e Geês e Cariris, pelo interior. Segundo Câmara Cascudo (idem), a mestiçagem começou intensa e natural, dada a ausência das mulheres brancas e os amavios do clima, da alimentação e do contato de tantas nudezas acessíveis. Menos de meio século depois do descobrimento oficial do Brasil, já os mamelucos pernambucanos eram muitos e decididos.



Ilustração 22 – Índios Cabocolinhos em desfile: mistura de índios e negros

O Negro era indispensável. Pernambuco, desde os primeiros anos, fundou a indústria açucareira. O poeta holandês Joost van den Vondel chamava Pernambuco a “terra do açúcar”, Suikerland. Os Negros vieram aos milhares para os engenhos de cilindros verticais, movidos

aos pares de bois ou a roda d'água. Em 1585, Pernambuco moia cana em sessenta e seis engenhos. Tinha cerca de dois mil escravos da Guiné, nome genérico para todos os mercados da África. Essa multidão negra, avolumada ano a ano com o desdobramento econômico, acrescida pelo domínio holandês, que trouxe milhares de negros em seu período de domínio (de 1636 a 1645 foram 23.163 negros mandados vir da África, segundo Watjen), teve indiscutível influência espiritual no Folclore pernambucano. Ainda segundo Câmara Cascudo (ibidem):

“Relendo a documentaria recolhida, ouvindo depoimentos, convivendo em Recife, nota-se que o Negro não escapa ao juízo que dele obtive. Nas danças, cantos, estórias, ritos, cerimônias, enfim religião, culto, hierarquia, ornamentação foram e são inexcedíveis. A função religiosa continua fervorosa e completa. O Negro vive dentro de sua fé. Freobenius demonstrara esse dado em suas viagens pelo continente africano. Examina-se o Folclore pernambucano e chega-se à conclusão de que o Negro influi, mas não determina a criação de um mito que se popularize como os emigrados da Europa ou os viventes sob os indígenas”

Transcendendo ao tempo, as formas de organização da sociedade pernambucana, sua cultura impregnada do orientalismo árabe e africano, as marcas da miscigenação do povo sarara, cafuzo e mameluco, moldaram o que hoje se transformou na maior festa popular de Rua do Mundo, com o Maior Bloco Carnavalesco da Terra. Falaremos disso a seguir.

3.2 – Recife/Olinda e o Carnaval

Diferente. Esse sempre foi o mote utilizado pelos pernambucanos para adjetivar seu Carnaval. Todos os outros carnavais que se tem notícia pelo mundo são diferentes do Carnaval pernambucano. Câmara Cascudo em seu Dicionário do Folclore Brasileiro (2002) no verbete “Carnaval”, deixa clara a intenção de diferenciar o Carnaval pernambucano do Carnaval carioca, que era o modelo vigente para o Carnaval da época:

“O Carnaval dos grupos e dos ranchos, das escolas de samba do Rio de Janeiro não é o Carnaval do Recife, o Carnaval da participação coletiva popular na onda humana que se desloca, contorce e vibra na coreografia, a um tempo pessoal e geral do frevo, com a sugestão irresistível de suas marchas-frevo pernambucanas, insubstituíveis e únicas. “

O Entrudo sempre existiu em Recife, desde os tempos dos Minhotos colonizadores Portugueses. As festas negras de Congos, bastante difundidas em Pernambuco desde o século XVIII, são consideradas as raízes do Carnaval Pernambucano, matriz geradora do Maracatu. Assim como em Ouro Preto, as festas de Congo e a investidura dos reis Africanos fizeram sempre parte do imaginário de Pernambuco. Herdeiro direto dos congos negros, o Maracatu representa a vertente popular negra, já que o termo designa o ajuntamento de negros durante as festas em honra a Nossa Senhora do Rosário. A partir dos anos 1888, com o fim da escravidão, essas reuniões festivas negras, já então ligadas aos terreiros de xangô ou candomblé, teriam passado a ocorrer em outros momentos comemorativos, como o período do Carnaval. Por outro lado, a força do frevo nascia espontaneamente da própria miscigenação de ritmos e raças pernambucanas. Frevar significava pular efervescientemente, como se o chão estivesse “frevendo”. O ritmo tem sua origem na mistura da Polca Polonesa e do sopro das orquestras da época. Como numa parada marcial, porém com movimentos extremos, o ritmo empolgante nasceu à luz de uma nova era do Carnaval Pernambucano, no início do século XX.

O Carnaval Pernambucano no século XIX era parecido com os carnavais cariocas e franceses. Como centro urbano mais importante do Nordeste desde sua fundação, a cidade do Recife, muitas vezes chamada de “segunda capital do Império”. Buscava manter-se atualizada com as modas e costumes da corte. Sua festa carnavalesca não era uma exceção e bailes e passeios se repetiam na cidade nordestina, copiando de certa forma o que se via no Rio de Janeiro. Data de 1848 o primeiro baile de máscaras de Recife. Popularizado durante todo o século XIX, o Diário de Pernambuco de 14 de fevereiro de 1853:

“O gosto pelas máscaras desenvolveu-se prodigiosamente neste ano, mas o que houve de mais interessante foram os passeios dos máscaras pelas ruas da cidade, ora a pé, ou a carro, ou a cavalo”

Em 1870, conforme relata Rita de Cássia Barbosa Araújo (1996), as participações das sociedades Asmodeu, Garibaldina e Comuna Carnavalesca já eram anunciados nos bailes do Teatro Santo Antônio, enquanto que o Teatro Ginásio Dramático contaria com a presença das sociedades Pândegos do Recife, Folgazões Carnavalescos, Clube dos Barrigudos e Lariqueiros. Em 1885, alguns desses grupos, como os Cavalheiros da Época e o 33, passam a ser conhecidos como Clube de Alegorias e Críticas, contando com carros alegóricos, fantasias, grandes estandartes de veludo bordados a ouro e pedrarias, fanfarra de clarins, orquestra e alegorias com críticas à política e costumes da época.

Paralelamente a esse carnaval mais ligado às elites, outras brincadeiras carnavalescas ocupavam espaço na cidade, procurando um diálogo com a folia proposta pela burguesia. Comentários do Diário de Pernambuco de Seis de março de 1945 davam conta sobre um grupo que desfilou pela cidade numa “imitação dos costumes africanos, na maneira por que fazemos

seus ordinários divertimentos, seus maracatus”. O texto prossegue com a descrição da imitação:

“um rei de uma nação africana, debaixo de grande umbela, acompanhado de seus súditos (...) dançando e saracoteando ao som dos mais esdrúxulos instrumentos”.

A descrição do passeio desse maracatu não deixa clara a composição do grupo, mas qualquer que seja ela, o importante é notarmos as relações entre diferentes formas de se ocupar o espaço carnavalesco e as consequências disso, ou seja, a formação de uma folia múltipla, expressão de um diálogo entre as diversas “culturas” presentes no Carnaval Recifense.



Ilustração 23 - Maracatu na Noite dos Tambores Silenciosos no Pátio do Terço, Recife, Pernambuco, Brasil

Também a cultura indígena era representada neste emaranhado de manifestações. Os chamados Cabocolinhos ganham espaço com o festejo do chamado Maracatu Rural, além da presença de diversas figuras que lembram o imaginário indígena, como penas, lanças, flechas e figuras alusivas ao folclore indígena.



Ilustração 24 -Grupos de Caboclinhos em Pernambuco

O resultado desses múltiplos festejos nas ruas da cidade seria, assim como no Rio de Janeiro, a percepção por parte da elite, de que a festa carnavalesca do Recife estaria caindo, de certo modo, para os velhos tempos da bagunça do Entrudo. A chamada “volta do Entrudo” é um tema que se repetiria ciclicamente na imprensa, tanto no Recife quanto no Rio de Janeiro. Porém, diferenças marcam as duas realidades. Segundo Felipe Ferreira (2004) :

Entretanto, apesar de similar ao que acontecia nas ruas do centro da capital do país, todo esse processo ocorrido na folia do Recife produziria outros tipos de brincadeiras, reflexos das peculiaridades do espaço urbano e da sociedade recifense. Enquanto no Rio de Janeiro a burguesia procurava seguir o exemplo parisiense, na capital pernambucana e nos principais centros brasileiros, o grande modelo era a festa fluminense, sem menosprezar, é claro, as influências vindas diretamente de Paris. Organizava-se, desse modo, uma folia carnavalesca peculiar da cidade do Recife que refletiria questões locais, nacionais e globais, num processo que pode ser projetado para a compreensão dos Carnavais de todas as cidades brasileiras.

Porém, dentre todas as manifestações, a grande expressão da folia pernambucana seria o frevo. O ritmo considerado peculiar da região começou a ser classificado como uma das formas “regionais” de manifestação da cultura nacional a partir de 1920, dentro do contexto de definição do Brasil como um país orgulhosamente mestiço, tal como se deu com o maxixe e o

samba. Hoje o maior exemplo da força do frevo é o Bloco Galo da Madrugada, que quando sai arrasta mais de 1 milhão de pessoas atrás de si, conforme podemos ver na ilustração abaixo.



Ilustração 25 - Galo da Madrugada - Recife, Pernambuco

Primeiro (1º) de março de 1889 seria o marco do nascimento do frevo. Data de fundação de Clube Carnavalesco Vassourinhas, formado por trabalhadores e pessoas de baixa renda, a presença de porta-estandarte, pessoas desfilando com sombrinhas coloridas e um grupo fantasiado de morcego abrindo alas são algumas características que os Clubes de Pedestres, assim então chamados, teriam em comum com os futuros Clubes de Frevo. O Grande evento que marcaria o surgimento dos Clubes de Frevo seria o surgimento do Clube de Alegorias e Críticas dos Caraduras, criado em 1901. Segundo Ferreira (2004):

Desfilando com um carro sobre o qual uma banda militar tocava marchas e polcas aceleradas. Em suas paradas o grupo apresentava uma espécie de pastoril cômico com homens apresentando as pastoras em esquetes chulos. Quando voltava a se deslocar, o clube arrastava consigo uma multidão que, interessada em continuar vendo as cenas, seguia os carros pulando ao som das músicas aceleradas. O pulante contingente humano, composto principalmente de pessoas mais pobres, capoeira, ex-escravos e desordeiros em geral, chamado de “Frevedouro”. Alias, o termo “frevo” acabaria se tornando bastante comum, na década de 1910, sendo usado para denominar qualquer situação extremamente animada. “Olha o frevo!” era uma exclamação difundida durante o Carnaval, usada tanto para se referir a alegria dos bailes quanto das ruas. Essa

terminologia, associada a folia exacerbada, acabaria por dar o nome aos animados grupos e ao novo ritmo da folia do Recife.

A organização dos Clubes de Frevo passa a estabelecer diferentes características para o ritmo que se classificaria em: “frevo de rua”, instrumental e de andamento rápido; “frevo-canção”, de andamento moderado, próprio para ser cantado; e “frevo-de-bloco”, para orquestra de cordas e madeiras, com uma introdução alegre e uma segunda parte mais lenta para ser cantada por coro feminino. Segundo Ferreira (2004), a organização crescente da festa carnavalesca recifense vai refletir, como aconteceu no Rio de Janeiro, a estruturação cada vez mais “oficial” da brincadeira e sua integração a economia nacional através do turismo. A pesquisadora Katarina Real (1967), em “O folclore no Carnaval do Recife”, classificaria as brincadeiras em diversas categorias como clubes de frevo; blocos, similares aos ranchos cariocas, com pastoras cantando; escolas de samba, parecidas com as cariocas; maracatus de baque virado ou nações; maracatus rurais, ou maracatus de orquestra ou de baque solto, ligados aos folguedos populares como folias de reis; cabocolinhos, que são a representação dos indígenas. Hoje em dia temos uma profusão de centenas de organizações formais e informais que colorem o Carnaval de Recife.

Mas o que completa o Carnaval pernambucano é a cidade de Olinda. De acordo com Maria Isaura Pereira de Queiroz (1999), um pequeno grupo de jovens escritores, artistas, jornalistas, originários do sudeste, decidiu habitar na cidade histórica, tomando a peito a restauração do “autêntico” Carnaval brasileiro que os velhos habitantes afirmavam ter existido em seu tempo: cantava-se e dançava-se livremente nas ruas durante quatro dias seguidos, diziam eles; o frevo corria solto; não eram obedecidas as normas sociais habituais, quedando esquecidas as distinções étnicas, econômicas, de sexo e outras. A espontaneidade e a

improvisação reinavam, nenhum plano prévio organizava o desenrolar da festa; alegria e anarquia, estas eram suas principais qualidades.

Em 1976 os habitantes da Cidade Alta aderiram ao grupo de recém-chegados e ao seu projeto de inventar “um bloco totalmente desorganizado”, que teria seu aparecimento amplamente divulgado nos jornais locais e nos de Recife. Dessa forma, antes do Carnaval, dezenas de *press-release* foram encaminhados aos jornais recifenses, dando conta da formação do bloco. Em todas as notícias, destacava-se “o caráter espontâneo do bloco, que não tinha cordões, nem alas, nem fantasias predeterminadas”. Apelava-se aos foliões para “aparecerem no domingo de Carnaval, as 11 horas da manhã, no Bar Atlântico”, de onde partiria o grupo para as ruas em que se realizava a festa. Com a finalidade de chamar amplamente a atenção do público, “muitas reportagens anunciavam atrações inverossímeis no bloco: artistas de prestígio como Chico Buarque, Sônia Braga, Martinho da Vila, Vera Fischer viriam a Pernambuco para desfilar”. Tais anúncios inteiramente fantasistas chamaram a atenção do público, os curiosos afluíram, desejosos de ver como era possível brincar livremente durante o Reinado de Momo. Em anos seguintes, o “boato carnavalesco”, como foram chamadas as falsas notícias, prosseguiram crescendo. Mencionava-se o recebimento de cartas de parabéns de Jorge Amado. De Glauber Rocha e até de Jean-Luc-Godard. Afirmava-se que saíam reportagens no jornal *Le Monde*, que a televisão alemã pedia entrevistas dos foliões, e tudo o mais.

A propaganda surtiu os efeitos desejados. O público se aglomerou nas ruas da Cidade Alta, onde sempre tinham sido realizados os folguedos e divertiu-se assistindo os passos extraordinários dos foliões no arroubo do frevo, ao som de instrumentos improvisados ou rudimentares. No meio da rua, fantasiados ou não, eles se agitavam frenéticos. Gigantes de

papel machê saltitavam ao ritmo dos surdos. A quantidade de participantes era de tal ordem que não se sabia como conseguiam desfilar. O caos parecia reinar. O “autêntico” Carnaval brasileiro se restabelecera em Olinda!

Na verdade, os novos habitantes da linda cidade haviam reavivado a comemoração carnavalesca existente desde o começo do século XX, seguindo de perto as diferenciações internas da sociedade Olindense em relação ao Recife. Quando do final do Século XIX, os ecos do Carnaval burguês chegaram a Olinda, seus habitantes não possuíam meios de preparar desfiles suntuosos como os do Rio de Janeiro. Para seguir a nova moda de festejar o reinado de Momo, os mais afortunados que habitavam a Cidade Alta organizaram “blocos” que desfilavam a pé, cantando e dançando fantasiados pelas ruas principais, cercados por uma cordinha que os defendia dos intrusos. Pescadores e artesão, moradores das praias, não tardaram em lhes seguir o exemplo, embora com menos luxo, e irromperam também com seus blocos pelas ruas da Cidade Alta.

De acordo com José de Ataíde (1982), comparando a atividade dos blocos atuais com a dos blocos do passado, comenta:

“Dizem que o tempo vai passando e a violência vai aumentando, mas no Carnaval olindense acontece ao contrário. A cada ano que passa, fica mais calmo e pacato (,,) nas pesquisas para a realização deste trabalho e por conhecimento próprio do autor, nestes últimos trinta anos quanto mais antigo mais violento (...) o povo tinha o Carnaval como uma espécie de partido radical ou mesmo uma religião da qual o folião figurava como fanático fervoroso. E quanto mais bonita e animada desfilasse a agremiação preferida, mais brigão, insultante e pilheirento ficava o torcedor. Diferenças econômicas e profissionais estavam muitas vezes na base das oposições. Assim, o Clube dos Vassourinhas, que reunia grande parte dos jovens habitantes da Cidade Alta, tinha como

rival mais importante o Clube dos Lenhadores, agremiação tradicional dos pescadores e vendedores de peixe de Olinda.”

Apesar de toda essa aparente informalidade, a retomada do Carnaval Pernambucano e principalmente o Olindense fez revigorar as tradições seculares da festa. A folia espontânea na verdade organiza-se de acordo com o observado no início do século, com grupos tradicionais se reavivando, alguns que se encontravam em vias de extinção se revigorando e novos grupos se formando. Mas via de regra, a organização seguia o padrão dos finais do século XIX.

O transcorrer do tempo fez com que o fortalecimento do Carnaval reanimasse também e principalmente a música local. No início dos anos 90, o bombardeamento trazido pelos grupos de Axé e o poder dos trios elétricos chegaram a contaminar Recife, com um pretense Carnaval de rua dominado por trios elétricos na Praia de Boa Viagem. A falta de estrutura e o crescimento exacerbado fizeram com que fosse proibido tal Carnaval naqueles moldes, o que de certa forma fortaleceu a criação dos Pólos Culturais Carnavalescos, a partir de revitalização do Centro de Recife. Por outro lado, a discussão acerca do som mecânico em detrimento do som tocado nas ruas pelas bandas e orquestras, desde o início suscitou a proibição de som mecânico na Cidade Alta, evitando assim a “contaminação” sonora a partir das casas, que colocavam caixas de som em direção à rua, disputando assim a atenção dos carnavalescos com o som regional. Segundo Queiroz (1998), a propaganda do Carnaval local, apontado como o único Carnaval Tradicional existente no país, e, portanto, guardando os predicados antigos de alegria espontânea e de exaltação impulsiva, devia multiplicar a atração de turistas nacionais e estrangeiros, que aumentariam as rendas da municipalidade e o lucro dos comerciantes. Além disso, a propaganda chamava a atenção do público nacional sobre a cidade num momento em que grandes esforços estavam sendo postos em prática para que ela fosse classificada como “patrimônio da humanidade”. O sucesso da iniciativa foi completo e por toda parte hoje o

Carnaval de Olinda é tratado como o único tradicional e portanto, autêntico. Esse crescimento porém, trouxe como em toda a história do Carnaval, a interveniência do poder público. No ano de 2009, de acordo com o site oficial do evento, o Carnaval contou com cerca de 700 agremiações, entre blocos, troças, afoxés, maracatus, bonecos gigantes, desfilando pelas ruas e ladeiras da cidade. O carnaval em Olinda vai até a quarta-feira de cinzas, dia no qual está prevista a apresentação de 49 blocos carnavalescos. Para que os foliões não ficassem muito tempo sem música no intervalo de passagem dos blocos, haveria 32 orquestras e 16 grupos, entre ciranda, coco, maracatu e batucada de samba, circulando em diferentes pontos da cidade das 10h às 22h.

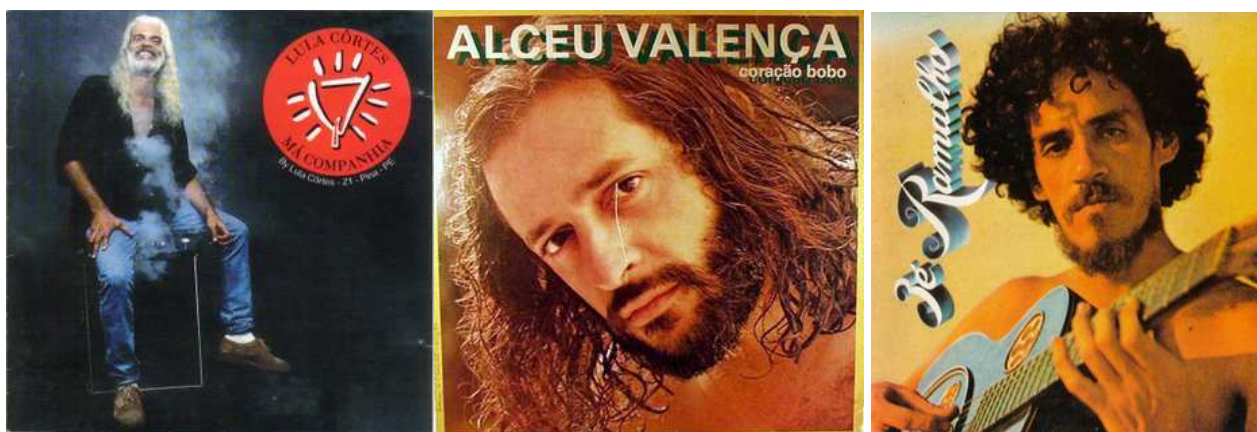


Ilustração 26 – Lula Côrtes, Alceu Valença e Zé Ramalho são presenças de todos os Carnavais de Recife/Olinda

No ano de 2009, de acordo com a Prefeitura Municipal em sua prestação de contas a respeito do Carnaval em seu site oficial, o Carnaval de Olinda contou com o desfile de mais de 700 agremiações pelas ruas da cidade. A folia não se restringiu à Cidade Alta, espalhando-se por diversos bairros. No Carnaval de 2009, a Prefeitura de Olinda concedeu subvenções a 160 agremiações carnavalescas, que totalizaram R\$ 361 mil, e custeou orquestras para mais de 400 agremiações. Ainda de acordo com o site:

Durante os quatro dias de folia, 15 pólos de animação garantiram a diversidade cultural e contribuíram para a descentralização da festa: Pólo Afro Nação Xambá, Pólo Sítio de Seu Reis, Pólo Peixinhos, Pólo Salgadinho, Pólo Rio Doce, Pólo Ouro Preto, Pólo Guadalupe, Pólo Bonsucesso, Pólo Casa da Rabeca, Pólo Maracatus, Pólo Samba, Pólo Fortim, Passódromo, Pólo Infantil e o Encontro de Maracatus de Baque Solto. Subiram aos palcos nomes consagrados da música brasileira como Jorge Mautner, Luciano Padilha, Zuza Miranda e Thaís, Maracatu Nação Pernambuco, Escola de Samba Preto Velho, Leci Brandão, Otto, Claudionor Germano, Nono Germano, Maciel Salu, Jair Rodrigues, Alceu Valença, Eddie, Orquestra Contemporânea de Olinda, Quinteto Violado, Getúlio Cavalcanti, Lula Côrtes, J. Michiles e Mônica Feijó. No Pólo Infantil o destaque foi dado para a programação diversificada que incluía oficinas de percussão, dança (maracatu e frevo), maquiagem, bolas e confecção de máscaras. Vários blocos infantis como o Eu acho é pouquinho e o Patusquinho fizeram apresentações voltadas para a criançada. Além disso, o pólo recebeu o espetáculo Vem Cantar Comigo, do cantor e compositor Romero Andrade. Foram cadastradas com pulseira de identificação 8.371 crianças, com um aumento de 35% em relação ao ano passado (site oficial prefeitura de OLINDA, 2009)

Grande gerador de riqueza, o Carnaval tornou-se na prática imprescindível para a economia local. A formação da imagem de local privilegiado historicamente, unidos ao Mito Carnavalesco e à receptividade do pernambucano, geraram locais de eventos de grande porte, criando uma sinergia que resulta em fluxo turístico durante o ano inteiro. Essa é a realidade encontrada pelo Turista Estrangeiro que visita Recife e Olinda.

3.3 – O Turista Estrangeiro no Carnaval de Recife/Olinda

Conforme vimos durante toda a formação de Pernambuco, a influência estrangeira foi sempre muito forte. A opinião destes a respeito de Recife e Olinda também sempre foi muito instigante. De Rugendas a Sartre, de Nassau a Darwin, as experiências são marcantes. Praieira, a cidade encanta visitantes que por outro lado muitas vezes cometem certos excessos, principalmente em relação à comida e à bebida. Interessante notar a questão do alimento e da necessidade em bem receber as visitas. Charles Robert Darwin, em “Minha viagem ao Redor do Mundo” (ed. Prometeu, Espanha, s.d.) nos dá uma perfeita descrição das vendas que até hoje são comuns no Brasil, principalmente em locais praiheiros:

“Em Mangaratiba há uma venda; quero demonstrar meu agradecimento pela excelente comida que ali me deram (comida que constitui uma exceção, aí! Bem rara), descrevendo esta venda como o tipo de todas as hospedarias do país. Estas casas, comumente grandes, estão construídas todas elas da mesma forma: cravam postes no solo e entretecem ramos de árvores entre eles e cobrem tudo de uma camada de barro. Raro e encontrar-se o chão soalhado e nunca há vidros nas janelas. O teto achava-se em bom estado. A fachada, que se deixa aberta, forma uma espécie de átrio onde se colocavam bancos e mesas. Todos os dormitórios se comunicam uns com os outros e o viajante dorme como podre sobre uma tarimba de madeira coberta com um mau enxergão. A venda esta sempre no meio de um grande cercado ou pátio onde prendem os cavalos. Nosso primeiro cuidado ao chegar consiste em desencilhar nossos cavalos e dar-lhes ração. Feito isso, aproximamo-nos do hospedeiro, saudamo-lo profundamente, pedimos que tivesse a bondade de dar-nos alguma coisa para comer - “Tudo quanto os senhores desejem”. Respondeu. Apressei-me a dar graças infinitas a Providência por nos haver conduzido a um homem tão amável.- Podia o senhor dar-nos peixe? - Oh! Peixe não temos! - E sopa? - Também não! - E pão? - Oh! Não senhor, não dá! - E carne-seca? - Oh, senhor, não dá!

Ficamos muito satisfeitos porque ao cabo de duas horas de espera conseguimos aves do galinheiro, arroz e farinha. E até necessitamos de matar a pedrada as galinhas que nos foram servidas.” (Darwin, s.d.)

Mostra-nos o famoso naturalista uma das características até hoje encontradas na região Nordeste, principalmente nos arredores de Recife e Olinda. O turista acaba incluindo em sua estadia no Carnaval uma esticada nas praias ao redor da festividade. Em Recife encontram-se as praias de Boa Viagem e Candeias. Com seus arrecifes, que na maré baixa formam piscinas de água quente, e a orla urbanizada que conta com prédios enormes, com mais de 20 andares, o turista se surpreende com a imponência do local. Candeias, mais afastada, localiza-se no município de Jaboatão dos Guararapes, palco da famosa Batalha. Um pouco mais afastada, está a cidade de Cabo de Santo Agostinho, município de Praias como Calhetas e Porto de Galinhas. Estes pontos turísticos são visitas obrigatórias para o turista estrangeiro. Há uma necessidade muito grande dos turistas, principalmente os europeus, de estarem perto da natureza e diante do sol. A grande maioria dos turistas entrevistados coloca a natureza pernambucana e o sol ininterrupto como um dos principais motivos por estarem em Pernambuco.

As entrevistas em Pernambuco foram realizadas principalmente em 5 pontos: em Olinda, durante o Carnaval; em Recife, na Praia de Boa Viagem e no Centro Antigo; em Jaboatão, na Praia de Candeias e em Cabo de Santo Agostinho, nas praias de Calhetas e Porto de Galinhas. O panorama nestes locais transparece bem turístico e internacional. Em todos estes pontos há sempre turistas estrangeiros. O clima internacional se faz presente.

No Carnaval de Olinda, as entrevistas foram feitas nas proximidades dos Quatro Cantos, tradicional reduto de encontro das agremiações e local de energia contagiante que impressiona

a todos; e num Albergue Internacional, nas proximidades do Bairro do Varadouro, que contava com Internet e por esse motivo era muito procurado por turistas estrangeiros que se hospedavam no local. A abordagem era facilitada por serem os estrangeiros muito receptivos, dada a confluência de pessoas e a proximidade que o Carnaval pernambucano provoca.

No Carnaval de Olinda se torna obrigatório vestir algum tipo de fantasia, seja ela um Ali-Babá, seja uma Freira, uma chupeta gigante ou qualquer ornamento colorido. Mesmo aqueles que pulam atrás do Frevo e que são nativos, que vão puxando a troça, vestem algum tipo de fantasia,. Esse sempre foi o tom do Carnaval da cidade de Olinda. As respostas foram as mais interessantes, como o Austríaco senhor que saindo no meio do Bloco Segura a Coisa, contava da vantagem em vir para o Nordeste em vez do Sudeste. Dizia que o Sol era melhor no Nordeste, com menos chuvas, o local mais barato e com uma comida excelente, além da menor distância da Europa.

As entrevistas na cidade do Recife foram feitas: durante o Carnaval do Centro Antigo, onde diversos Pólos Culturais são distribuídos; e na Praia de Boa Viagem, onde há uma feira de artesanato, também passagem obrigatória para o turista estrangeiro comer e comprar produtos locais. Esse local torna-se centro de concentração de turistas estrangeiros que se hospedam nos hotéis de Boa Viagem. Facilmente se encontra grupos de italianos de meia-idade, caminhoneiros holandeses, jovens americanos ou judeus. Expositores estrangeiros, de artesanato latino-americano, também são comuns nesta feira, que não se nega a receber os “hermanos”.

Na Praia de Candeias, em Jaboatão dos Guararapes, as entrevistas ocorreram em um restaurante pé-na-areia que servia os mais diversos tipos de comidas típicas de Pernambuco, principalmente do mar. Também era possível comer carne de bode, prato muito difundido na

região e que ultimamente tem estado na moda, dada sua textura muito macia, o que é uma surpresa ao paladar. O turista estrangeiro fica maravilhado com o visual da cidade de Recife ao longe, pois o que se vê é um mar composto pelo colorido de barcos e jangadas com prédios suntuosos e gigantescos ao fundo, já que ela se encontra abaixo do nível do mar, invadindo a maré.



Ilustração 27 - Recife vista de Jaboatão dos Guararapes e de Calhetas

Finalmente, foram feitas entrevistas em duas praias do município de Cabo do Santo Agostinho: em Calhetas, um Porto calmo onde barcos estacionam durante o dia para os turistas aproveitarem a água quente da minúscula baía; e Porto de Galinhas, local privilegiado por Arrecifes que na maré baixa formam centenas de piscinas naturais com peixes multicoloridos e água salobra quente.



Ilustração 28 - Propagandas de Porto de Galinhas

Assim como em Ouro Preto, as perguntas feitas aos turistas estrangeiros foram as mesmas:

- 1. Esta é a primeira vez que você vem ao Brasil? Como foi feita sua escolha de vir para cá? Porque para o Brasil?**
- 2. Qual a imagem que você tinha a respeito do Brasil antes de vir para cá?**
- 3. Qual a impressão que você tem do Brasil agora?**
- 4. Quais as coisas que mais o surpreenderam até agora?**
- 5. Descreva e comente aspectos de sua vivência como turista no Brasil, durante o Carnaval, que considere mais significativos e marcantes.**

Os depoimentos integrais estão em anexo. As Unidades de Sentido encontradas nos depoimentos dos turistas estrangeiros em visita a Recife/Olinda foram os seguintes:

- 1- Brasil Tropical
- 2- Vantagens em vir para o Nordeste sobre o Sudeste
- 3- Prazer da comida e da bebida
- 4- Alegria e Colorido das Ruas

A seguir apresentam-se as Categorias de Unidades de Sentidos discriminadas por depoimento:

1. Brasil Tropical – **C – D – E – I - K**
2. Vantagens em vir para o Nordeste sobre o Sudeste - - **A – B – C – D – H – J - K**
3. Prazer da comida e da bebida - - **D - E – F – H**
4. Alegria e Colorido das Ruas e tamanho do Carnaval - - **B – C - E – G – H – I - J**

Dando continuidade, foram destacados fragmentos dos depoimentos relacionados com as unidades de sentido com significado para o investigador, seguido de interpretações – Unidade Modificada (U.M.).

1 – Brasil Tropical

Relato C - Quis vir para cá porque não aguentava mais o frio e como me formei, ganhei uma viagem. Como era verão no Brasil, aproveitei a oportunidade para viajar bastante.

Relato D - A Natureza tropical, esse mar, essa água quente.

Relato E - Agora é ótimo aqui, com sol e muita festa.

Relato I - A imagem que a gente tem do Brasil é que é muito parecido com a África.

Viajar, para a tradição de muitos países, é um presente dado pela família ou por alguém importante na vida da pessoa. A Nova Zelândia, ao invés de servir o exército, ao fazer 18 anos o jovem, homem ou mulher, ganha uma viagem ao redor do mundo. Muitos entrevistados, ao terminar seu curso, ou completar 18 anos, ou então quando ocorre outro evento importante qualquer em sua vida, ganharam a viagem, demonstrando que o Brasil está de certa forma na moda. A perspectiva de viajar longas distâncias para o jovem turista se mostra muito boa. Visitar o Brasil para o estrangeiro jovem, que pode comprar passe de viagem de avião com descontos, acaba sendo uma grande alternativa. Recife é um dos locais onde a água quente torna-se uma grande atração. Geralmente o turista estrangeiro, Europeu ou Americano, não conhece a água quente do Oceano Atlântico, sendo assim um grande diferencial da localidade. A perspectiva de encontrar sol para o turista mostra-se uma questão das mais importantes, como verificada constantemente durante as pesquisas. Mesmo o turista que é africano, se identifica com a tropicalidade do Brasil. Por outro lado, percebe uma miscigenação que não é corriqueira na África. Os turistas imediatamente identificam o Brasil com a imagem de terra de calor e sol. Essa ideia de viajar para países quentes no inverno europeu tem cada vez mais despertado o interesse de turistas pelo Brasil, já que o clima brasileiro também é propício nessa época.

2. Vantagens em vir para o Nordeste sobre o Sudeste

Relato A - Cheguei primeiro por Recife e agora vou viajar o resto do Nordeste. A viagem desse jeito fica muito mais em conta. Não que não valha a pena conhecer o Rio, mas é tudo muito protocolar. Vai conhecer o Pão de Açúcar, Copacabana, Corcovado...E assim vai. Já aqui, a coisa acontece diferente. Primeiro que a gente não conhece praticamente nada, porque no mundo nem se fala do Nordeste, só quem quer fazer turismo mesmo é que acaba conhecendo. Isso é bom, porque também podemos conhecer as coisas sem aquele compromisso de excursão, de ter que ver as coisas que são mitos, como o Cristo Redentor...

Relato B - Vim direto para Recife. Não conheço o sudeste, o Rio de Janeiro, São Paulo! Conheci Tamandaré (cidade a 100 km de Recife) e me apaixonei. Acabei comprando uma pousada, trouxe minhas filhas para cá, matriculei-as no colégio e aqui estou! O verão foi muito bom. Com estrangeiros da suíça praticamente consegui lotar minha pousada! O carnaval foi ótimo. Tamandaré tem maracatu rural e outros blocos. Deu para as crianças brincarem e a tranqüilidade é impressionante! Estou adorando o Brasil e o povo brasileiro.

Relato C - Estive no Rio, depois no Pantanal. Agora estou aqui em Recife, aproveitando o Carnaval! É que Carnaval! As meninas são muito legais, gostam de beijar! Também o colorido de Olinda de dia é muito grande. Antes eu achava que o Brasil era só o Pantanal, que o Brasil não tinha cidades tão grandes como o Rio e Recife. Hoje vejo bem diferente o Brasil.

Relato D - Esta é a segunda vez que venho pra cá. Eu vim pra cá porque tenho um amigo daqui. Ele fazia universidade nos EUA e decidi vir para o Brasil da primeira vez para conhecer. Vim no ano passado. Esse ano estou na casa da sua família aqui em Recife. Estou achando tudo muito legal. A Natureza tropical, esse mar, essa água quente. E a comida então. Muito bom e barato. Da primeira vez fui até o Rio, São Paulo. Agora vim direto pra cá. Gastei bem menos.

Relato H - Sobre o Carnaval, sempre achei mágico, maravilhoso. O Carnaval de Recife tem alguma coisa da nossa terra, essa coisa meio índia, meio negra. É mais misturado que no Rio. Lá a cultura é só do samba.

Relato J - Recife e o Carnaval são uma coisa diferente. Vim do Rio de Janeiro, que é mais moderno. Mas aqui tem também muita coisa diferente, como os coqueiros! Isso não tinha visto ainda, essa quantidade de coqueiros tão perto da cidade. Fomos até Porto de Galinhas e tinha muito coqueiro no caminho. Achei isso incrível!

Relato K - Aqui compensa o preço, por causa da distância. Aqui está perto da Europa. O que eu gostaria de conhecer no Brasil ainda é o Rio de Janeiro. Não conheço, porque fica meio longe. Mas da próxima vez vou até lá!

Estes depoimentos para a pesquisa parecem ser a chave da diferença entre as respectivas cidades, Rio e Recife. A questão da distância, aliada ao preço mais acessível e ao Carnaval que é bem diferente, fazem com que Recife surja como uma grande alternativa ao turista para voltar ao país. Notamos também que a turista suíça transformou-se rapidamente em moradora do local. A busca por qualidade de vida no que diz respeito ao contato com a natureza e a presença do calor, com um período voltado especificamente para o Turismo, fizeram com que a turista suíça se transferisse para o Brasil. Note-se que ela não conhece a Região Sudeste, portanto, teve contato com o Brasil através da Rota Recife. Por outro lado, o jovem turista, com o passe livre de viagem aérea, que lhe dá a possibilidade de visitar 3 pontos no Brasil e depois retornar à sua localidade de origem, pôde aproveitar os circuitos de longa distância por um preço fixo. Isso fez com que ele entrasse pelo Rio, depois visitasse o Pantanal e finalmente, o Carnaval de Recife, voltando finalmente para o Rio. Essa possibilidade para o incremento de visitantes jovens nos parece muito atrativo. O Nordeste, pela distância dos EUA, pela proximidade e pelo incremento das rotas, tem se transformado em ponto atrativo no que diz respeito ao custo total de viagem. Como vimos anteriormente, na função demanda turística, a distância é inversamente proporcional à atratividade do turista. Dentre dois destinos parecidos ou concorrentes, ele geralmente prioriza o local mais próximo. O próprio Nordeste brasileiro torna-se um concorrente em relação ao Rio de Janeiro. O turista cubano, sente-se próximo da cultura Pernambucana. Praticamente sente-se em casa. Já citamos no texto as relações entre Cuba e Pernambuco. Essa relação se expressa nesse depoimento. Outro detalhe percebido foram as grandes diferenças entre a paisagem do Sudeste e da região Nordeste. O visual dos coqueiros e da planície da costa recifense são bem diferentes. A visão diferencia-se da que temos no Rio de Janeiro, local rodeado por morros e florestas tropicais. O turista holandês, que tem pouco tempo para viajar e que gosta de aproveitar o calor, não tem

dúvidas em indicar a distância como fator decisivo para sua opção em ir para o Recife. O custo da passagem aliado ao roteiro já conhecido pelos holandeses, como vimos anteriormente, são decisivos para a opção do turista em vir para o Nordeste.

3 - Prazer da comida e da bebida - D - E – F – H

Relato D - A Natureza tropical, esse mar, essa água quente. E a comida então. Muito bom e barato. Da primeira vez fui até o Rio, São Paulo.

Relato E - O que tem de muito bom aqui é a comida e a bebida. Tem um preço ótimo, muito mais barato que em Israel.

Relato F - O que é bom é o dia, a comida, a bebida, as praias. Isso a gente aproveita muito aqui, porque lá na Europa isso não existe.

Relato H - Outra coisa maravilhosa aqui é a comida! Carne! Lá em Cuba não temos carne, é muito caro.

U.M. - O Recife tem a diversidade da comida como ponto de atração. Por ser uma região urbana e litorânea, carnes e peixes são abundantes, com preços muito abaixo do encontrado no resto do mundo. Preços que competem com o Brasil no mundo nesta categoria são a Tailândia e Índia, além da China. Mas estes países são mais longe para boa parte dos países emissores de turistas, além do preparo da comida do Brasil ser muito mais próximo do ocidente do que do oriente. A turista israelense, por exemplo, oriunda de um país problemático, em função da guerra, tem na comida uma das suas maiores dificuldades, sendo o custo muito acima do custo brasileiro. Vemos ainda que a comida no Recife torna-se tão atrativo quanto o calor. Podemos dizer que a praia, aliada à gastronomia local, onde camarão, ostras e uma diversidade imensa de peixes são servidos à beira mar, caminham juntas. O turista cubano sente ainda a urbanidade de Recife ao comer carne por um preço muito abaixo do que o encontrado em sua terra.

4 - Alegria e Colorido das Ruas - B – C - E – G – H – I - J

| |
|--|
| Relato B - <i>Tamandaré tem maracatu rural e outros blocos. Deu para as criança brincarem e a tranqüilidade é impressionante! Estou adorando o Brasil e o povo brasileiro.</i> |
| Relato C - <i>As meninas são muito legais, gostam de beijar! Também o colorido de Olinda de dia e muito grande. Antes eu achava que o Brasil era só o Pantanal, que o Brasil não tinha cidades tão grandes como o Rio e Recife.</i> |
| Relato E - <i>O que mais acho legal no Carnaval é o descompromisso das pessoas e a música.</i> |
| Relato G - <i>O Carnaval, para nós que vivemos de venda de artesanato, é a melhor época para as vendas.</i> |
| Relato H - <i>O Carnaval de Recife tem alguma coisa da nossa terra, essa coisa meio Índia, meio negra. E mais misturado que no Rio. Lá a cultura é só do samba.</i> |
| Relato I - <i>O Carnaval é muito bom, alegre e as pessoas são muito abertas.</i> |
| Relato J - <i>O Carnaval é muito bonito! Tem muita gente na rua e o povo é muito alegre!</i> |

O Carnaval típico Pernambucano é uma atração em si. O colorido da festa se faz notar, principalmente quando se passa nas pequenas cidades litorâneas e ultimamente também nas cidades do interior e da Grande Recife. Olinda é uma as cidades mais coloridas do Brasil quando se trata do Carnaval. A música em Recife é o grande diferencial em relação a todos os outros carnavais do mundo. O Frevo e o Maracatu são criações Pernambucanas. Não há nada parecido no mundo com a vitalidade destes dois ritmos basicamente percussivos. Notamos que o turismo tornou-se uma grande fonte de renda para diversas categorias de artesãos, principalmente aqueles informais, que se aproveitam do crescimento sazonal para complementar sua renda. Turistas que buscam viajar e ganhar algum dinheiro também fazem sua parada no evento. Por fim, como declara o turista cubano, Cuba é um país muito musical. Essa semelhança chama a sua atenção. O turista se impressiona com a diversidade encontrada, principalmente com a espontaneidade. O tamanho do Carnaval, com suas milhares de pessoas que fazem as ruas ferverem, causam grande impressão nos turistas em geral.

Capítulo 4 - CARNAVAL DO RIO DE JANEIRO E O TURISTA INTERNACIONAL

4.1 - O Rio de Janeiro e a História

À época do estabelecimento do sistema de Capitânicas Hereditárias no Brasil, o território do atual Estado do Rio de Janeiro encontrava-se compreendido em trechos da Capitania de São Tomé e de São Vicente. Não tendo sido colonizado pelos portugueses, em virtude da hostilidade dos indígenas estabelecidos neste litoral, entre 1555 e 1567, a baía de Guanabara foi ocupada por um grupo de colonos franceses, sob o comando de Nicolas Durand Villegagnon, que aqui pretendiam instalar uma colônia de povoamento, a chamada "França Antártica". Visando evitar esta ocupação, assegurando a posse do território para a Coroa Portuguesa, em 1 de março de 1565, foi fundada a cidade do Rio de Janeiro, por Estácio de Sá, vindo a constituir-se, por conquista, a Capitania Real do Rio de Janeiro.

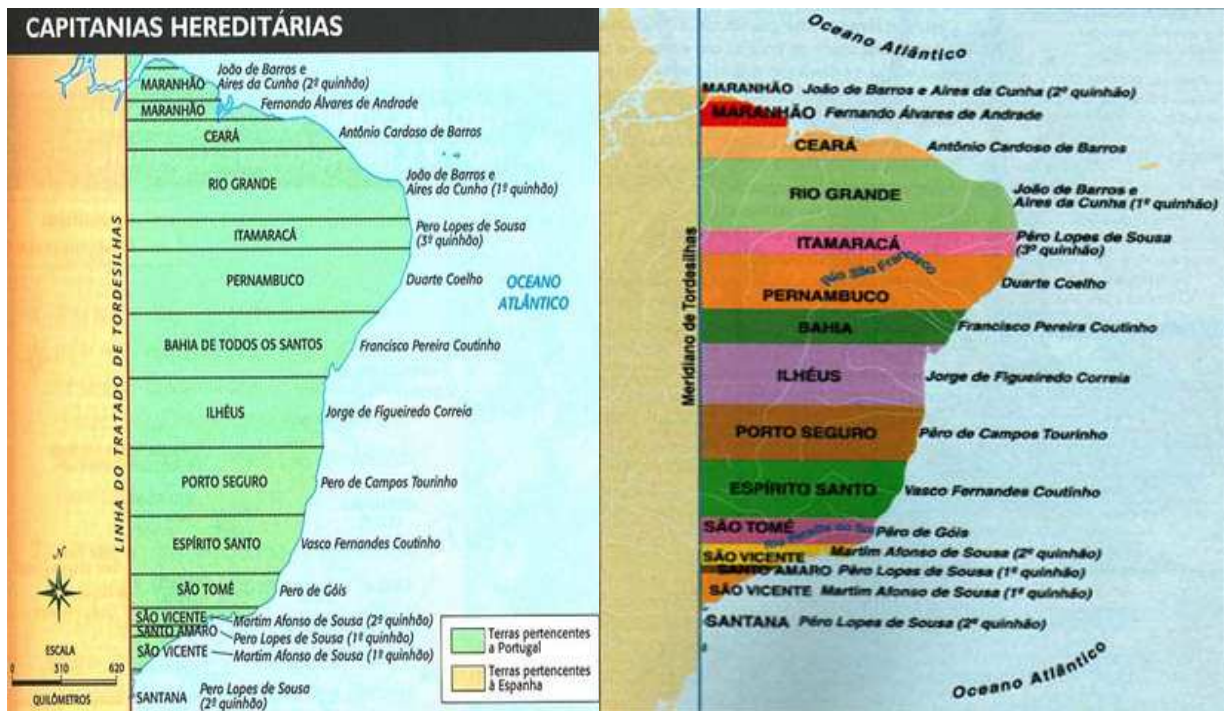


Ilustração 29 – Mapas das Capitânicas Hereditárias

No século XVII, a pecuária e a lavoura de cana-de-açúcar impulsionaram o progresso, definitivamente assegurado quando o porto começou a exportar o ouro extraído de Minas

Gerais, no século XVIII. Entre 1583 e 1623 a área de maior destaque de produção de açúcar na Região Sudeste, se deslocou de São Vicente para o Rio de Janeiro, na região da Baía de Guanabara. Se em 1629 haviam 60 engenhos em produção no Rio de Janeiro, em 1639 já haviam 110 engenhos e o Rio de Janeiro passou a fornecer açúcar a Lisboa, devido à tomada de Pernambuco durante as Invasões Holandesas do Brasil. Ao final do século haviam 120 engenhos na região.

Com a Restauração da Independência Portuguesa dos Espanhóis, em 1640, os comerciantes e donos de embarcações receberam permissão de comercializar diretamente com a África, a partir do porto do Rio de Janeiro, visando complementarmente ao tráfico de escravos para o Rio da Prata. Tal comércio foi bastante impactado pela tomada de Angola pelos holandeses, na mesma época. A utilização de escravos indígenas foi ampliada, mas os comerciantes e proprietários tiveram que se indispor com os jesuítas por causa das proibições papais relativas à escravização dos índios. A Carta Régia de 6 de junho de 1647 passada pela Chancelaria de D. João III, outorgou o título de "a muy leal cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro" o que lhe assegurava os mesmos privilégios de cidades como Lisboa ou o Porto, na metrópole.

Em 1645, com ataques holandeses aos barcos mercantes, foi criado o Sistema de Frotas Único para o Brasil, que se fazia uma vez por ano, com forte escolta de barcos de guerra. Embarcações de particulares podiam se juntar à frota, mas havia restrições quanto à participação a barcos grandes, o que afastava muitos proprietários de navios. Havia ainda o problema da carestia dos fretes. Portugal, como necessitava de dinheiro, de soldados e de barcos para a luta contra os holandeses no Nordeste e em Angola, cedeu às exigências e

incluiu a participação de barcos menores. A frota chegava a Lisboa, depois de percorrer diversos portos brasileiros, com um número de 70 a 90 embarcações.

Um problema constante no Rio era a falta de moeda, crítica em 1640, com o fim da União Ibérica. Mas a descoberta de Ouro na região das Minas Gerais veio solucionar o problema, inclusive propiciando a criação de uma Casa da Moeda no Rio de Janeiro, em 1698.

Em 1763, o Rio de Janeiro tornou-se a sede do Vice-Reino do Brasil e a Capital da Colônia. Com a mudança da família real para o Brasil, em 1808, também na época da tomada da Península Ibérica por Napoleão, a região foi muito beneficiada com reformas urbanas para abrigar a Corte Portuguesa. Dentro das mudanças promovidas, destacam-se: a transferência de órgãos de administração pública e justiça, a criação de novas igrejas, hospitais, quartéis, fundação do primeiro banco do país – o Banco do Brasil - e a Imprensa Régia, com a Gazeta do Rio de Janeiro. Nos anos seguintes também surgiram o Jardim Botânico, a Biblioteca Real, hoje Biblioteca Nacional e a Academia Real Militar, antecessora da atual Academia Militar da Agulhas Negras.

Há nitidamente a ocorrência de um processo cultural, influenciado não somente pelas bagagens da Família Real, mas também pela presença de artistas europeus que foram contratados para registrar a sociedade e a natureza brasileira. Nessa mesma época, nasceu a Escola Real de Ciências, Artes e Ofícios, hoje Escola de Belas Artes, unidade da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Essas diferenças com relação às demais unidades administrativas do Brasil fizeram com que no ano de 1834 a cidade do Rio fosse transformada em Município Neutro, permanecendo como capital do país, enquanto a província passou a ter a mesma organização político-administrativa das demais, tendo sua capital na Vila Real da Praia Grande, que no ano seguinte passou a se chamar Niterói. Já a cidade do Rio passou a ter uma Câmara

Municipal, que cuidaria da vida daquela cidade sem interferência do presidente de província e, em 1889, após a implantação da República, a cidade continuou como capital nacional, sendo o Município Neutro transformado em Distrito Federal e a província em Estado. Com a mudança da capital para Brasília em 1960, o município do Rio de Janeiro volta a fazer parte do Estado da Guanabara, que mais tarde se chamaria definitivamente Estado do Rio de Janeiro.

A despeito da grande rotatividade ocorrida no poder da província fluminense logo após a criação do Município Neutro, que lhe deu 85 governantes até o fim do Império, a expansão da lavoura cafeeira trouxe prosperidade nunca antes alcançada nesta região. Com a proclamação da República, logo ocorreram problemas políticos que foram, com o tempo, lhe retirando a grandeza e o destaque conseguidos durante o Império. A decadência foi a tônica na província nos últimos dias do Regime Imperial. A República foi defendida pela população carioca. Também forte foi a presença na campanha abolicionista. Ocorre nessa época o início da ocupação dos morros cariocas, em função da volta dos soldados da Guerra do Paraguai (1866-1870), que em sua maioria era formada de negros alforros ou escravos libertos após a guerra, iniciando o que se conhece hoje como Favela. A origem do termo se encontra no episódio histórico conhecido por Guerra de Canudos. A cidadela de Canudos foi construída junto a alguns morros, entre eles o **Morro da Favela**, assim batizado em virtude de uma planta que dava favos, chamada de favela, que encobria a região. Alguns dos soldados que foram para a guerra, ao regressarem ao Rio de Janeiro em 1897, deixaram de receber o soldo, instalando-se em construções provisórias erigidas sobre o Morro da Providência. O local passou então a ser designado popularmente Morro da Favela, em referência à "favela" original. O início das formações de favelas no Rio de Janeiro está ligado ao término do período escravagista no final do século. Sem posse de terras e sem opções de trabalho no campo, grande parte dos escravos libertos deslocam-se para o Rio de Janeiro, então Capital Federal, que já possuía

uma significativa quantidade de ex-escravos mesmo antes da promulgação da Lei Áurea , em 1888. O grande contingente destes em busca de moradia e ainda sem acesso à terra, provocou a ocupação informal em locais desvalorizados, de difícil acesso e sem infra-estrutura urbana. O nome favela ficou conhecido e na década de 1920, as habitações improvisadas, sem infra-estrutura, que ocupavam os morros passaram a ser chamadas de favelas Após a aprovação da sua primeira Constituição Estadual, em 9 de abril de 1892, a capital foi transferida para a cidade de Petrópolis, devido às agitações que ocorreram durante o governo do Marechal Floriano Peixoto nas cidades do Rio de Janeiro e de Niterói, e também à Revolta Armada, ocorrida naquela época. Após diversos anos em que lutas políticas fizeram o estado perder o rumo administrativo, fato comprovado pela dualidade de Assembléias Legislativas por três períodos, estas fazem aumentar ainda mais a crise econômica fluminense, que se arrasta de tal maneira a transformar, gradualmente, suas plantações de café em pastagens para a pecuária e a fazer com que o mesmo não acompanhe o desenvolvimento industrial experimentado por São Paulo.



Ilustração 28 – Favela da Rocinha, Rio de Janeiro (2008)

Com a chegada de Getúlio Vargas ao poder, vários interventores foram nomeados, o que não alterou o quadro sócio-econômico fluminense até que, em 1937, é nomeado Ernâni do Amaral Peixoto, genro de Vargas, responsável pelo seu desenvolvimento industrial, com a construção da Companhia Siderúrgica Nacional (CSN) em Volta Redonda, no Vale do Paraíba e da Fabrica Nacional de Motores (FNM), em Duque de Caxias, na Baixada Fluminense, bem como a expansão da malha rodoviária estadual. Data desse período, também, a formação de várias instituições de ensino superior e centros de estudo sobre a cultura e história fluminenses, que procuravam resgatar a memória e construir uma identidade para a população do estado, esvaziado econômica e politicamente desde o fim do Segundo Império. Com a queda de Vargas, Amaral Peixoto foi afastado do comando do Estado e cinco interventores sucederam-se no governo fluminense até a eleição, em 1947 de Edmundo de Macedo Soares e Silva, construtor da usina de Volta Redonda, que reorganizou a administração e as finanças

estaduais, bem como continuou o incentivo à industrialização e à produção agropecuária. Nesse período também ocorre no Rio de Janeiro a Copa do Mundo de 1950. O Maracanã, inaugurado pouco antes da abertura da Copa, foi construído para ser palco da grande festa da conquista do primeiro título mundial de futebol pelo Brasil. Acabou sendo o palco da maior derrota jamais sofrida pela seleção brasileira em todos os tempos. Tudo corria bem, com vitórias seguidas e apenas um empate contra a medíocre equipe da Suíça. A confiança era total entre os 199.854 torcedores presentes (173.850 pagantes). Porém, de virada o Uruguai levou a Taça e o Brasil entrou em depressão por oito anos, até a conquista da Copa do Mundo de 1958.



Ilustração 29 – Estádio do Maracanã, com Maracanzinho e Parque Aquático (2008)

Após o Golpe de 1964, é construída a Ponte Rio - Niterói e é dado início na construção da Usina Nuclear de Angra dos Reis. Com a edição da Lei Complementar No 20 em 1974, assinada pelo presidente Ernesto Geisel, fundiram-se os estados da Guanabara e do Rio de Janeiro em 15 de março de 1975. A capital do novo estado (que manteve o nome de Rio de Janeiro) passou a ser a cidade do Rio de Janeiro, voltando-se a situação político-territorial anterior a 1864, ano da criação do Município Neutro. Foram mantidos ainda os símbolos do antigo estado do Rio, enquanto os símbolos da Guanabara passaram a ser os símbolos do município do Rio.



Ilustração 30 – Ponte Rio Niterói

Com a abertura política e a volta das eleições diretas para governador, os fluminenses elegem para o período de 1982-86 Leonel de Moura Brizola, exilado político desde 1964 que voltava ao Brasil com a bandeira do trabalhismo varguista, o que conquistou o eleitorado

insatisfeito com o segundo governo de Chagas Freitas. Brizola angaria nesse primeiro mandato a antipatia do eleitorado conservador devido as suas políticas de amparo às comunidades carentes, encaradas como de cunho populista. No seu primeiro governo, Brizola constrói o Sambódromo, marco para o Carnaval Carioca e dá início aos Centros Integrados de Educação Pública (CIEPs), escolas projetadas por Oscar Niemeyer e idealizadas pelo professor Darcy Ribeiro para funcionarem em tempo integral. Brizola ainda tem um segundo mandato (1990-1994), consolidando o Sambódromo e o novo Carnaval Carioca. O desenvolvimento da indústria do Carnaval torna o negócio muito rentável, principalmente para o turismo local. Em 2008 o Cristo Redentor é eleito uma das Novas Sete Maravilhas do Mundo Moderno através de uma eleição feita em todo o mundo via Internet.



Ilustração 31 – Praça da Apoteose, Sambódromo, Rio de Janeiro Foto: Rio Visitors & Convention Bureau

Nesse período, o Rio de Janeiro, em função do futebol, das praias e do espírito próximo à natureza, se consolida como a Cidade do Esporte. Esse predicado faz com que seja aprovada para o ano de 2007 a realização dos Jogos Panamericanos e para o ano de 2014 a Copa do Mundo novamente no Brasil, como sede principal do Torneio e o velho e bom Maracanã o estádio da Final do Campeonato. Além disso, o Rio de Janeiro é Cidade Candidata às Olimpíadas de 2016. O resultado dos Jogos Panamericanos veremos adiante. A Copa do Mundo que se realizará em 2014 e a candidatura aos Jogos Olímpicos, serão assuntos de análise posterior.

4.2 - O Rio de Janeiro e o Carnaval

Como Capital do Brasil, o Rio de Janeiro foi sempre grande pólo criador e irradiador de cultura. Desde o século XVII, já se tem notícia do Entrudo no Rio de Janeiro. Esse costume Português pode ser dividido em dois tipos: o Entrudo Familiar e o Entrudo Popular. Muito comum no Rio de Janeiro, o Entrudo Familiar acaba por ser superado pelo chamado Entrudo Popular, já que a conformação das casas propiciava tal contato das famílias, dentro de suas casas e as ruas, conforme nos relata Ferreira (2004):

A Divisão entre Entrudo Popular e Entrudo Familiar, sugerida nesse trabalho, não era entretanto oficial nem tão rígida quanto poderia parecer, existindo muitos pontos de contato entre essas duas formas de brincadeira. Boa parte das residências das cidades coloniais brasileiras dava diretamente para as vias públicas incentivando as duas formas de brincar. Não era raro que os moradores de alguma casa no nível da rua ficasse de tocaia perto de alguma janela, esperando para lançar laranjinhas de cera ou um punhado de pó sobre um transeunte desavisado que passasse por perto. (Ferreira, 2004).

Em todo canto nos períodos do Momo existiam confrontos entre classes sociais. Muito mais agressivo e espontâneo que o Familiar, o Entrudo Popular era a denominação para jogar-se qualquer coisa líquida ou em pó sobre outra pessoa. Acostumados com as gamelas onde carregavam todo tipo de coisa, os escravos não exitavam em atirar sobre qualquer transeunte seu conteúdo. O revide ocorria e assim a coisa esquentava, onde em muitas ocasiões os confrontos chegavam às vias de fato. Esse confronto no Rio de Janeiro era facilitado pelo fenômeno da urbanidade, que se iniciava na época, principalmente na cidade do Rio de Janeiro, em virtude de sua topografia e conformação, com praias de um lado e morros do outro, o que propiciava tal confronto. Debret retrata tal fato em sua aquarela Die Dentrudo, que mostra negros se pintando de branco, onde uma criança negra, já com o rosto pintado, joga água através de uma bisnaga sobre os outros. Os negros na verdade tomavam conta do espaço público para não serem também atacados pelos brancos moradores da cidade. Isso fortalecia sua comunidade, que utilizando das cerimônias do Congado e de Cucumbis, mantinham-se em festa durante o período.



Ilustração 32 - Dia do Entrudo (Cena de Carnaval), Debret 1816-1831.

Como forma de reação ao Entrudo Popular por se tratar de uma brincadeira que ao longo do tempo se tornou cada vez mais violenta, a Elite da Capital copia então os Bailes de Carnaval a Fantasia de Paris, realizados em locais fechados e com segurança na portaria. Com a vinda da Coroa Portuguesa para o Brasil em 1808, cerca de 15 mil novos e sofisticados europeus chegam ao Rio de Janeiro, transformando os modos e costumes que imperavam até então. Bailes organizados a moda francesa, os chamados *bals masqués, ou bals costumé*, são realizados em diversos locais da mais alta Elite Carioca. Com a Independência do Brasil de Portugal, em 1822, mais pronunciada seria a influência francesa nos costumes da Corte do Brasil. Nesse contexto dois grupos de representantes da elite carioca decidem fundar, em 1851, aquelas que parecem ser as primeiras sociedades carnavalescas da cidade, o “Congresso das Sumidades Carnavalescas” e “Sociedade Carnavalesca União Veneziana”. Em 1855, o primeiro carro alegórico percorre o trajeto entre a sede do Congresso das Sumidades Carnavalescas e o baile do Teatro de São Pedro, num passeio que marca a História do Carnaval. Com toda sua pompa e nobreza, os desfiles realizados a partir de então foram copiados por diversas cidades brasileiras. Contribuiu assim o Rio de Janeiro, para que o povo mais pobre, que não tinha condições de se trajar da mesma forma, entrasse em contato com a beleza e originalidade das indumentárias que a elite desfilava pelas ruas antes de entrar nos salões. O povo das cidades brasileiras conheceria outro tipo de folia e associaria a idéia de Carnaval a Fantasia. De acordo com Ferreira (2004):

A projeção que os bailes alcançariam nas décadas que se seguiram a seu surgimento acabaria por fazê-lo um dos principais elementos da oficialização que a festa iria sofrer a partir de 1930, quando bailes como os do Municipal do Rio de Janeiro ou o Bal Masué no Recife tornar-se-iam verdadeiros ícones da folia brasileira. Além disso, a loucura dos bailes marca o primeiro passo consciente do longo caminho em direção a uma festa carnavalesca própria de nosso país. Esses alegres eventos foram as primeiras

tentativas que a elite brasileira faria para substituir a brincadeira do Entrudo, considerada antiga e grosseira, por uma festa mais galante e adequada a nova posição que o Brasil pretendia ocupar entre as nações do mundo civilizado – Ferreira (2004)



Ilustração 33 – Carmen Miranda e seus balangabãs e com o Bando da Lua, seu grupo – fotos: site oficial (1935 a 1939)

Grande destaque como artista dessa época deve ser dado ao nome de Carmen Miranda, com perigo de deixar sem rosto o mito carnavalesco brasileiro diante do mundo. Carmen Miranda na verdade representa, com sua vida e obra, a síntese do Carnaval Brasileiro. Sua ascensão, vinda das massas trabalhadoras imigrantes do início do século, sua formação carioca, seu modo de cantar, dançar e principalmente de se vestir, fizeram dela a sinopse perfeita do realismo carnavalesco brasileiro. Nascida portuguesa em 9 de fevereiro de 1909, no distrito do Porto, batizada Maria do Carmo Miranda, vem para o Brasil logo aos 10 meses e oito dias. Sua família, antes residindo à Rua Joaquim Silva nº. 53, casa 4, na Lapa, muda-se para um sobrado da Travessa do Comércio nº. 13, no centro comercial do Rio, entre a Praça 15 e a Rua do Ouvidor, nele instalando uma pensão, para fazer face às despesas com o tratamento pulmonar de Olinda, sua irmã mais velha, em Portugal, num sanatório do Caramulo. Seu nome artístico foi dado por um tio, que achava o nome da Opera “Carmen”, de Bizet mais forte que o seu. Aos 21 anos já faria sucesso com “Taí”, gravado como marcha

rancho e lançado para o Carnaval. Vende mais de 30 mil discos, recorde para a época. Acaba conquistando o público com seu sorriso largo, sua eloquência e seu trejeito brejeiro, trabalhando com insistência a arte de representar. A marca de suas apresentações seriam entretanto a forma de vestir. Por trabalhar durante longo tempo em um alfaiataria especializada em gravatas e chapéus, e por sempre frequentar os Carnavais cariocas do início do Século XX, robustos em fantasias, ela acaba marcando sua aparição com o chapéu de frutas e com os balangandãs das baianas, que já eram traço marcante do Carnaval carioca desde a figura retratada por Debret em sua pintura “Die Entrudo”. Essa marca seria levada do Brasil para o Mundo. Carmen na verdade adotava com isso a velha figura baiana Debretiana das ruas do Rio de Janeiro. Exportou assim essa marca do Brasil para o mundo, reforçando com isso a raiz do que chamamos escola de Samba. Conforme nos relata Queiroz (1999):

um nacionalismo exacerbado existia por essa época e tudo que era classificado brasileiro obtinha a aprovação das camadas superiores. Assim, o samba, música e dança nascidas no Brasil, penetrou pouco a pouco nas altas camadas cidadinas do Rio e se espalhou pelas outras cidades do país. Durante as décadas de 10 a 30, o fonógrafo e, em seguida, o rádio penetraram nas camadas médias urbanas, difundindo largamente os ritmos provenientes dos estratos inferiores e tão apreciados já pelas camadas superiores, dando-lhe pouco a pouco a posição de “expressão nacional”.

Carmen levou ao mundo a música e a imagem do Brasil, firmando-se em uma Hollywood que reunia simplesmente toda a nata do cinema mundial da época áurea dos estúdios cinematográficos. Isso contribuiu para o reconhecimento do Carnaval Brasileiro como um produto a ser consumido como turismo de entretenimento. Desde então a figura feminina, sensual e diferente, intrépida e destemida, confunde-se com a figura do jogador de futebol como símbolo máximo da brasilidade.

Nesse contexto seriam formadas as sociedades chamadas de Grêmios Recreativos Escolas de Samba. Estas são associações específicas dos estratos inferiores urbanos do Rio de Janeiro. Datam dos fins da década de 1920, época em que as atividades carnavalescas de rua eram ainda organizadas quase que exclusivamente pela burguesia citadina. As camadas inferiores, principalmente os grupos de negros e de mulatos, estavam praticamente impedidos de se reunir e dançar nas ruas e avenidas centrais e até mesmo em seu bairro. Podiam apenas se postar diante das ruas nas calçadas como espectadores. Com o tempo, porém, o talento desses excluídos da festa, que acabaram tomando conta de largos e praças durante o período do Momo, foi reconhecido pela burguesia, dada a originalidade de suas músicas, seus instrumentos inusitados e a força e energia da dança.

Sendo absorvido pela classe burguesa carioca, o ritmo do samba entraria com tudo no que pode ser chamado Grande Carnaval. Esse seria o som difundido mundialmente como originário do Brasil, com raízes fortemente firmadas no Rio de Janeiro. A primeira Escola de Samba foi a Estação Primeira de Mangueira, fundada em 28 de abril de 1928. Ao Carnaval burguês vinha juntar-se um outro tipo de Carnaval, cujos participantes eram em sua maioria formados por pequenos grupos de vizinhos, que se organizavam na própria comunidade e criavam assim suas próprias músicas, canções, indumentárias, passos, danças e sonoridades. A cada ano a disputa, incrementada por reportagens dos jornais e veículos de comunicação da época, que exaltavam os desfiles como “exóticos”, e ao mesmo tempo “nacionais”, provocavam um acirramento dos desfiles, e as premiações tornaram-se frequentes. Em 1936 a prefeitura faz sua primeira subvenção ao festejo, indicando também a Praça Onze como local onde as agremiações deveriam delimitar suas apresentações. As exigências da prefeitura ultrapassaram entretanto o nível da organização racional das escolas para intervir, principalmente no período da ditadura militar, a partir de 1964, diretamente no programa do

desfile, exigindo que os temas girassem unicamente em torno da história do Brasil, proibindo qualquer manifestação política ou reivindicadora, toda alusão crítica aos acontecimentos da época, assim como toda propaganda comercial. A menor desobediência a estas regras trazia automaticamente a desclassificação da escola. Por outro lado, durante todo o ano a Escola tornou-se uma instituição participante do cotidiano do suburbano. Assim como a Igreja, o Terreiro de Candomblé, o Clube ou o Colégio, a Escola de Samba tornou-se uma réplica dos Clubes esportivos e recreativos da alta e media burguesia. Festas religiosas, cívicas ou eventos esportivos são realizados nas Escolas de Samba, que acabam tendo influência direta no dia-a-dia da população.

No processo evolutivo dessas manifestações surgiu, em 1957, a figura do carnavalesco, geralmente um artista plástico oriundo da Escola Nacional de Belas Artes cuja formação baseava-se no academicismo. A partir de então, a estética carnavalesca seguiu outro caminho, mas deve-se considerar a plena aceitação dos novos elementos estéticos que passaram a ser aplaudidos, durante os desfiles, pela população da cidade. A partir dos anos 80, os desfiles já eram considerados como uma instituição nacional além de constarem como principal meio de captação de dólares para o país através do turismo.

Organizadas como Grêmios Recreativos Escolas de Samba, cada grupo apresenta na avenida um desfile composto de Comissão de Frente, conjuntos de Alas, carros alegóricos, destaques, sambistas, bateria e a velha guarda (os sambistas mais velhos). Todas as Escolas apresentam um grupo de baianas que é composto das mulheres mais idosas.

Em todas, predomina a preocupação com a aparência de luxo, representado pelos materiais que imitam o ouro, as rendas e as plumas que aparecem, a cada ano, em maior número. Há tentativas de substituir as plumas por outros materiais, como o acetato pintado ou

recortado ou o tecido estampado. É nessas tentativas que se percebe a preocupação com a manutenção do signo.

Em 1982 foi implementado o projeto do Sambódromo, realizado por Oscar Niemeyer. O espaço definitivo era destinado aos desfiles de carnaval. O Sambódromo localiza-se na Avenida Marquês de Sapucaí, iniciando na Praça Onze e terminando na Praça da Apoteose. O pequeno trecho da Avenida é de fácil acesso para quem vem das zonas Sul e Norte. Fica próximo da Central do Brasil e da Rodoviária Novo Rio. E, perpendicularmente, localiza-se a Avenida Presidente Vargas que é um dos principais eixos de acesso ao centro político e comercial da cidade.



Ilustração 34 – Sambódromo e destaque de escola de samba – Rio de Janeiro - Carnaval 2004

Não há acesso pela Avenida Marquês de Sapucaí às ruas perpendiculares. Das duas extremidades, a Praça da Apoteose e o encontro com a Presidente Vargas, há acessos vedados: numa das pontas, pelo prédio onde se localiza o Museu do Carnaval e, na outra, por grades removíveis, sendo retiradas apenas para os desfiles de Carnaval. Durante o ano letivo a área é utilizada pelos alunos das escolas localizadas na região. Apesar dos espaços disponíveis na cidade, o Sambódromo foi construído de modo a ser uma Avenida durante o ano

todo e ser transformado durante os dias de Carnaval para se realizarem os desfiles das Escolas de Samba.

Os trabalhos mais recentes de Oscar Niemeyer, em oposição a seus trabalhos iniciais, caracterizam-se pela escala monumental, e são sempre ponto focal de polêmicas acirradas. A Passarela do Samba, primeira obra dessas proporções no Rio, veio substituir o tradicional monta-desmonta das arquibancadas para o carnaval. Além da passarela, o Sambódromo inclui escolas para 16 mil alunos, Museu do Carnaval e Praça da Apoteose, introduzida como inovação nos desfiles, com espaço para festivais e atividades culturais. A configuração peculiar do terreno interferiu na definição da implantação. De um lado da avenida foi implantado um longo bloco de camarotes e do outro, as arquibancadas, separadas em seis blocos de 30m sobre pilotis para permitir ao povo acompanhar o desfile em toda sua extensão. Na verdade, este espaço passou a ser ocupado por cadeiras, de comercialização garantida. O final da passarela se abre numa grande praça, a Apoteose, coroada com um arco que assinala o fecho da composição e sustenta o equipamento de som. O concreto, elemento fundamental na arquitetura de Niemeyer, foi adotado em elementos pré-fabricados, viabilizando prazos reduzidos de execução. No caso em questão, a obra foi inaugurada em princípios de março de 1985, depois de apenas 120 dias de construção. A pista de desfiles mede 50m x 700m, totalizando 35 mil m². A Praça da Apoteose possui 300m de extensão e 24 mil m² de área. As arquibancadas podem conter um máximo de 86 mil pessoas sentadas. A área total de construção atinge a 65 mil m². A altura máxima das estruturas atinge 18m (altura de um prédio de seis andares). Dez mil pessoas são necessárias para mantê-la funcionando nos quatro dias de carnaval. Dezesesseis ruas são fechadas nessa ocasião. Quatro passarelas de pedestres são retiradas para passarem os carros alegóricos. Quatro meses de preparação são necessários para funcionar os quatro dias de carnaval. Os cabos elétricos para iluminação da pista atingem

17km se enfileirados. Toda essa grandiosidade da envergadura ao festejo, mobilizando as Agremiações durante todo o ano para o próximo desfile.

Atualmente existe mais uma atração turística carnavalesca ligada ao desfile das Escolas de Samba. Trata-se da Cidade do Samba, complexo construído para receber os barracões das escolas de samba na região da Gamboa, onde as cenografias são criadas, desenvolvidas e construídas. Turistas podem visitar o local durante o ano, acompanhando a construção cenográfica dos barracões.

Além do Sambódromo e da Cidade do Samba, responsáveis por aquele que é hoje considerado o maior show da terra, atualmente o Carnaval carioca conta ainda com sua tradicional folia de rua, com blocos que se concentram principalmente em Ipanema, Copacabana e Laranjeiras, Também o Terreiro do Samba, armado nos Arcos da Lapa, tem sido montado nos últimos 3 anos, revelando-se um novo ponto de encontro dos carnavalescos, apesar de sua pouca infra-estrutura. Completando o Complexo da Alegria Carioca, temos os Bailes a Fantasia, que apesar da decadência das últimas duas décadas conta até hoje com fãs incondicionais entre todas as camadas sociais, inclusive entre turistas internacionais.

Segundo a Secretaria de Turismo da cidade, atualmente a festa do Carnaval se divide em 5 pontos básicos: As Escolas de Samba, os Blocos de Rua, Bailes, Terreirão do Samba e Outros Eventos. As duas primeiras são as mais importantes no que diz respeito ao número de visitantes e ao envolvimento popular. O Terceiro lugar promete ser o grande pólo cultural futuro, já que o Terreirão está localizado embaixo dos arcos da Lapa e próximo do Bairro de mesmo nome. Abaixo temos as duas tipologias, de escola e blocos e uma breve descrição do Terreirão:

Escolas de Samba: Assim como no futebol, dividem-se em ligas e competem entre si pelas melhores classificações. A liga principal dispõe hoje de 12 escolas, que se alternam em desfiles noturnos no sábado e domingo de Carnaval no Sambódromo. É um espetáculo transmitido em cadeia nacional de televisão. As Escolas têm sedes espalhadas pela cidade, geralmente atreladas às comunidades pobres que se mobilizam durante todo o ano para promover o mega espetáculo. A partir de 2009 as escolas estão agrupadas na chamada Cidade do Samba, localizada na Gamboa, bairro da região portuária do Rio de Janeiro. O Número de componentes de cada escola varia de acordo com as regras de cada liga, assim como o número de alas (grupos de fantasias) e o número de carros alegóricos (veículos enfeitados que compõem o desfile). Além dos desfiles oficiais no final de semana de Carnaval, as Escolas de Samba também se apresentam em eventos menores durante o ano com o objetivo de arrecadar fundos para o desfile do ano seguinte.



Ilustração 35 – Uma escola de samba no desfile do sambódromo

Blocos de Rua: apesar de não terem tanta mídia quanto os desfiles oficiais, abordam melhor o conceito cultural a que fazemos alusão neste estudo. São organizados pelas comunidades locais de cada bairro e recebem adeptos de última hora, no momento de seu desfile pelas ruas radiais. Com menos rigor em suas fantasias e alas de desfile, permitem maior participação popular e revelam o tradicional espírito de Carnaval que mencionamos na introdução deste

texto. Segundo a Secretaria de Turismo, a primeira Banda oficial surgiu na década de 60: a Banda de Ipanema. Só ela atualmente, é responsável por 10 mil foliões nos seus dias específicos de desfile de rua.



Ilustração 36 - Diversos blocos de rua animaram a tarde na praia de Ipanema, no Rio de Janeiro e os músicos saíram com seus instrumentos para animar o público – Carnaval 2008

Terreirão: Chamado assim porque freqüentado pela nata desconhecida do grande público mas famosa nas rodas de samba, o Terreirão vem tomando espaço no Carnaval carioca em função da necessidade iminente de pontos descentralizados de entretenimento e shows tanto para turistas quanto para a população carioca que não freqüenta os desfiles das Escolas de Samba. O evento ocorre à noite, com concentração de mais de 5 mil pessoas por noite para assistir a clássicos do samba carioca, como Monarco, Luis Carlos da Vila, Luizinho Blow-up, Dona Ivone Lara, Velha Guarda da Mangueira e Portela, entre outros artistas que, apesar de não fazerem parte do Carnaval global, são famosos que atraem multidões por onde se apresentam.



Ilustração 37 – O Saudoso Luis Carlos da Vila e Arlindo Cruz foram fundadores do Terreirão da Lapa

A RioTur e a TurisRio, são os órgãos responsáveis pela organização, divulgação e avaliação do Carnaval na cidade. Juntamente com outras entidades municipais e estaduais, bem como através de parcerias com as demais secretarias públicas, projetam toda a infraestrutura para o período de maior aporte turístico da cidade.

Comentaremos a seguir como o turista estrangeiro se enquadra neste emaranhado de tendências e festejos carnavalescos.

4.3 - O Turista Estrangeiro no Carnaval do Rio de Janeiro

O Carnaval carioca atrai anualmente de milhares de turistas. O evento ocorre em pleno verão brasileiro, o que por si só já faz com que a cidade seja um grande atrativo internacional. Em virtude de sua importância, por ter sido durante séculos a capital do Brasil, sendo hoje rota de passagem de cerca de 96% dos turistas internacionais, o Rio de Janeiro hoje é o principal Destino Turístico Brasileiro. Sua capacidade instalada hoteleira durante o período que antecede o Carnaval encontra-se no máximo. Segundo a ABIHRJ (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Rio de Janeiro), durante o Carnaval de 2003, os hotéis cariocas apresentaram 97% de ocupação, sendo que Barra da Tijuca, Ipanema, Leblon, Leme e Copacabana tiveram 100% de seus leitos ocupados no período. Esse percentual representa um incremento de 5% em relação à ocupação hoteleira do ano anterior. Durante todo o mês de fevereiro de 2003 (mês que se realizou o Carnaval), a diária média foi de R\$ 186,57. Vale ressaltar que, segundo a mesma Associação, a diária média do mês de junho de 2003 foi de R\$149,00 (mês de baixa temporada) e a taxa de ocupação de 50%. Segundo a RioTur, a festa injetou na economia do município cerca de U\$ 136 milhões, gerados pelos 388 mil turistas, sendo 70 mil estrangeiros, que a cidade recebeu no período. Dados da CNT (Confederação Nacional do Transporte) indicam um aumento de 30% no movimento de passageiros no mercado aéreo no mesmo período, mantendo-se até meados do mês seguinte, o que bate com os dados da pesquisa hoteleira quanto ao maior número de taxa de ocupação nos meses de fevereiro e março.

O reconhecimento da cidade do Rio de Janeiro como a imagem do Brasil no exterior pode ser sentida em todas as entrevistas feitas durante este estudo. Não há turista estrangeiro que não a conheça. Podemos inferir alguns motivos fortes para que isso ocorra. Com atrações naturais durante o verão que vão da vista do Pão-de-Açúcar e Cristo Redentor, às praias

variadas, que agradam de surfistas a banhistas despretenciosos, a cidade conta ainda com a suntuosidade histórica de uma metrópole que evoluiu com o século XX e entra no século XXI disputando lugar com outros destinos de alta relevância mundial em eventos internacionais de megaporte, como nos casos da Copa do Mundo 2014 e da disputa pela sede das Olimpíadas de 2016. Concorrem com o Rio de Janeiro pelas Olimpíadas as cidades de Chicago, Tóquio e Madri.

Quando chega ao Rio, o turista internacional de massas, que está fazendo sua primeira viagem ao país, normalmente se acomoda no circuito das praias centrais, Copacabana, Ipanema ou Leblon. Esses locais têm acomodação para todos os tipos de turistas, partindo de albergues internacionais, passando por pousadas e hotéis de acomodação simples, chegando aos hotéis de luxo, como o Hotel Copacabana Palace. Para cada tipo de turista, teremos um receptivo a aguardá-lo. Começando pelo taxista, passando pelo porteiro do hotel e chegando no balconista do primeiro bar, os cariocas conseguem distinguir o turista que ali chega. Esse acostumar-se com o turista já faz parte do cotidiano do carioca há séculos.

A pesquisa foi feita principalmente em três pontos: na fila do bondinho de Santa Tereza, que parte do Centro, passando pelos Arcos da Lapa e subindo até o alto de Santa Tereza, próximo ao caminho do Cristo Redentor. Esse percurso é cheio de turistas, que aproveitam os bares e lojas de artesanato para fazer compras e tomar um café ou uma caipirinha, seguindo então para o caminho do Corcovado; o segundo ponto foi nos arredores dos Arcos da Lapa, onde ocorriam os shows do Terreirão, e também onde se situam diversos bares boêmios ali instalados que ficam lotados de pessoas que saem do Sambódromo e esticam a noite nos arredores; o terceiro ponto foi nas Orlas de Copacabana e Ipanema, onde durante o dia, além do aproveitamento da praia, os turistas também podiam acompanhar os blocos que circulam

nos bairros nos dias de Carnaval. No Pier Mauá, diversos shows de música Pop brasileira, como O Rappa, J Quest ou Monobloco podiam ser assistidos por aqueles menos afeitos ao samba, assim como shows de musica eletrônica ocorrem durante o período em diversos locais da orla e em casas noturnas. Alguns shows, como o do Monobloco, reuniram cerca de 400 mil pessoas na praia. Também os bailes, típicos do Carnaval carioca do século XX, estão de certa forma voltando, com o público diversificado e maciça presença de turistas do Brasil e do exterior.



Ilustração 37 – Monobloco na Praia de Copacabana, 10/2/2008

A diversidade de nacionalidades conseguidas nos depoimentos corrobora a imagem de cidade internacional do Rio de Janeiro. Detalhes interessantes, como os grupos familiares, ou então grupos de amigos ou viajantes que estão vindo para o Brasil pela primeira vez, são comuns no Rio. Outras observações interessantes serão analisadas adiante.

As perguntas feitas aos turistas estrangeiros foram as mesmas que em Ouro Preto e Recife/Olinda:

1 - Esta é a primeira vez que você vem ao Brasil? Como foi feita sua escolha de vir para cá? Porque para o Brasil?

2 - Qual a imagem que você tinha a respeito do Brasil antes de vir para cá?

3 - Qual a impressão que você tem do Brasil agora?

4 - Quais as coisas que mais o surpreenderam até agora?

5 - Descreva e comente aspectos de sua vivência como turista no Brasil, durante o Carnaval, que considere mais significativos e marcantes.

Os depoimentos integrais estão em anexo. As Unidades de Sentido encontradas nos depoimentos dos turistas estrangeiros em visita ao Rio de Janeiro foram os seguintes:

1- Brasil Tropical

2- Primeira vez que vem ao Brasil

3- Beleza do Rio de Janeiro e do Brasileiro

4- Caipirinha e bebidas com preço acessível

5- Tamanho do Carnaval

A seguir apresenta-se as Categorias de Unidades de Sentidos discriminadas por depoimento:

1. Brasil Tropical – A – C – D – K

2. Primeira vez que vem ao Brasil – A – C – D – E – F – G – I – J

3. Beleza do Rio de Janeiro e do brasileiro – F – G – I – J

4. Caipirinha e bebidas com preço acessível – A – F – G – K

5. Tamanho do Carnaval - A – D – E – F – G – H – I

Dando continuidade, foram destacados fragmentos dos depoimentos relacionados com as unidades de sentido com significado para o investigador, seguido de interpretações - Unidade Modificada (U.M.).

1. Brasil Tropical

Relato A - *O que eu imaginava do Brasil tem a ver com o Rio de Janeiro e as Cataratas do Iguaçu. Esse é nosso roteiro aqui no Brasil.*

Relato C - *Chegamos ontem aqui no Brasil. A imagem que temos é de um país com muito sol, mas hoje só está chovendo! Vamos ver o que temos pela frente.*

Relato D - *Estou no Rio de Janeiro fazem 15 dias. Sempre quis conhecer Copacabana. Estou instalada num albergue da juventude. Estou aproveitando bastante a praia e a natureza daqui! Tudo muito lindo!*

Relato K - *O que os estrangeiros acham do Brasil é que tem sol o ano inteiro.*

U.M. Também viajando em grupo e pela primeira vez no Brasil, a imagem de sol e praia também está muito presente no viajante, que se vê frustrado em pegar somente chuva. O turista imagina o que ele viu quando da prospecção de seu roteiro em agências. Viajando em família, primeira viagem ao Brasil, a imagem fortemente marcada pela propaganda de agências de turismo. A imagem do Brasil representada por Copacabana, tem transcendido ao tempo, passando a fazer parte também da imagem do jovem, que vê em Copacabana a síntese do país de sol, praia, esporte e gente bonita. O turista estrangeiro em sua grande maioria pensa que no Brasil só tem sol.

2. Primeira vez que vem ao Brasil

Relato A - *O que eu imaginava do Brasil tem a ver com o Rio de Janeiro e as Cataratas do Iguaçu. Esse é nosso roteiro aqui no Brasil. Chegamos fazem 3 dias aqui no Rio. Fomos no Pão de Açúcar, Copacabana e também fomos no Sambódromo.*

Relato C - *Chegamos ontem aqui no Brasil. A imagem que temos é de um país com muito sol, mas hoje só está chovendo!*

Relato D - *Estou no Rio de Janeiro fazem 15 dias. Sempre quis conhecer Copacabana. Estou instalada num albergue da juventude.*

Relato E - *Vim para o Rio de Janeiro para conhecer o Carnaval. A gente sempre ouviu falar do Carnaval no Brasil. Tem muito brasileiro lá e tem também muitos japoneses vindo para cá.*

Relato F - *Estou no Rio porque quero aproveitar minha liberdade! O Carnaval do Rio é demais! Gente bonita em todo lado!... Tenho a vontade de voltar e vou divulgar para meus amigos.*

Relato G - *Vim para o Rio a convite de minha amiga brasileira. Hoje estamos aqui nesta feijoada! Que coisa mais gostosa!*

Relato I - *Os vôos que temos da Austrália são poucos aqui para o Brasil. Nós achamos que o Brasil é*

muito longe de nós.

Relato J - *Ontem fomos até Parati. Nunca imaginei um lugarzinho como aquele. Parecia um Portugal Tropical.*

U.M. - Uma das peculiaridades do Rio de Janeiro sempre foi o de porta de entrada do Brasil, principalmente para região sul do país, já que a Natureza acaba sendo um dos atrativos do turismo brasileiro.

U.M. - A família viajou pela primeira vez para o Brasil, passando férias em um país tropical como grade atração e prêmio por um inverno longo. A viajante expressa sua alegria em estar no Rio, viajando como uma albergada e conhecendo pela primeira vez o Brasil. A tradição do albergue nos países europeus é muito mais forte do que no Brasil. O Carnaval sempre torna-se motivo para a vinda ao Brasil. Participar do festejo popular virou moda em diversos países, principalmente no Japão, em função da proximidade vinculada ao grande número de imigrantes japoneses no Brasil e de filhos desses imigrantes que vão para o Japão. Pela primeira vez no Brasil, o visitante se encanta com a liberdade, já que está em um local e em uma época propícias para os festejos. Como visitante de primeira viagem, a turista tem contato com os principais costumes cariocas, sendo a feijoada, juntamente com a caipirinha, um dos ícones da comida brasileira. O Australiano, por estar do outro lado do mundo e por ser um país também tropical, tem uma certa dificuldade em assimilar o que de diferente vai encontrar no Brasil. Tal idéia se dissipa ao ver as grandes diferenças, principalmente quanto à miscigenação da cor da pele. Pela primeira vez no Brasil, o português enxerga em Parati uma cidade muito parecida com as cidades Portuguesas. Isso lhe desperta aquele saudosismo português, da presença de ancestrais que vieram para cá.

3- Beleza do Rio de Janeiro e do brasileiro

Relato F - O Carnaval do Rio é demais! Gente bonita em todo lado! Na praia, nos Blocos, nos ensaios das escolas! Estou indo em tudo! Estamos em uma turma grande de gays, passando o Carnaval aqui. Tem muita gente entendida que vem passar o Carnaval no Rio para aproveitar que aqui a liberdade é total!

Relato G - Vim para o Rio a convite de minha amiga brasileira. Hoje estamos aqui nesta feijoada! Que coisa mais gostosa! Também estou achando incrível o que vi ontem a noite, no sambódromo!

Relato I - Também é um país parecido com a Austrália, com muita praia e sol. Mas o que o Brasil tem de diferente da Austrália é a mistura do povo. Não que sejam uns diferentes do outro, porque todo mundo tem cabelo curto e usa shorts ou jeans com camiseta básica... Mas não é como na Austrália ou Japão, que quase ninguém se mistura. A pessoa ou é branca ou negra.

Relato J - Ontem fomos até Parati. Nunca imaginei um lugarzinho como aquele. Parecia um Portugal Tropical. Fomos andar de barco e na volta aproveitamos e saímos pelas ruas atrás de alguns blocos que eles chamam de Zé Pereira. Fomos atrás e parecia uma coisa do interior de Portugal, mas com o pessoal todo liberado, sem aquelas roupas folclóricas da Europa

U.M. - O impacto causado no turista que chega ao Rio de Janeiro se mostra na maioria das vezes positivo, em função da grande atratividade da Natureza carioca. A grandiosidade do Carnaval se destaca como atrativo para a turista estrangeira, que, com uma amiga, consegue ter contato com o Carnaval carioca do Sambódromo. O impacto da mestiçagem fica bem claro no depoimento do turista australiano, que apesar de acostumado com a beleza tropical, se impacta pela diferença dos povos em relação a seu país. A liberdade do Carnaval, aliada à beleza da pequena cidade de Parati, aguça a visão do turista que vê as diferenças das tradições carnavalescas entre o Brasil e Portugal.

4. Caipirinha e bebidas com preço acessível

Relato A - Todo lugar tem uma batucada! Samba! Caipirinha!

Relato F - Na praia, nos Blocos, nos ensaios das escolas! Muita caipirinha!

Relato G - Vim para o Rio a convite de minha amiga brasileira. Hoje estamos aqui nesta feijoada! Que coisa mais gostosa! Essa comida, essa caipirinha!

Relato K - O que os estrangeiros acham do Brasil é que tem sol o ano inteiro. Eles primeiro vem para cá, para o sul. Conhecem a caipirinha, conhecem o churrasco...

Todo país tem uma marca quando se trata de bebida. A caipirinha tornou-se a bebida brasileira no mundo. Principalmente no Rio de Janeiro, a caipirinha tornou-se um diferencial no acompanhamento tanto de momentos culinários quando de descontração, como nos ensaios das escolas de samba. A turista degustava uma feijoada, que sempre está acompanhada da indefectível caipirinha. Tradição aos sábados, durante o Carnaval, para repor as energias, a caipirinha torna-se imprescindível. A turista, que havia sido convidada para um encontro de típicos cariocas, fica impressionada com a confraternização. A comida e a bebida são em diversos países sua marca. O Brasil, em função da qualidade de sua comida, acaba sendo sempre lembrado pela qualidade e principalmente pelo preço acessível de sua comida. Esse certamente é um diferencial brasileiro.

5. Tamanho do Carnaval

Relato A - *Chegamos fazemos 3 dias aqui no Rio. Fomos ao Pão de Açúcar, Copacabana e também fomos ao Sambódromo. O Sambódromo é muito impressionante!*

Relato D - *Os blocos na rua com muita música eu acho que são a melhor coisa do Carnaval. Não fui ao Sambódromo. Fica muito caro!*

Relato E - *Vim para o Rio de Janeiro para conhecer o Carnaval. A gente sempre ouviu falar do Carnaval no Brasil. Tem muito brasileiro lá e tem também muitos japoneses vindo para cá. Hoje fomos ver uma fantasia para sairmos numa escola... Ainda não sei se vamos. Temos até de tarde para decidir...Tem gente que quer ir, outros querem ficar na arquibancada. Vamos decidir o que fazer...Eu tenho muita vontade, mas tem que pelo menos mais uns dois japoneses irem comigo.*

Relato F - *Estamos em uma turma grande de gays, passando o Carnaval aqui. Tem muita gente entendida que vem passar o Carnaval no Rio para aproveitar que aqui a liberdade é total! As pessoas são muito interessantes...tem gente de todo tipo e todos misturados. Isso não vi em nenhum lugar, nem na parada Gay de Berlin. Tenho a vontade de voltar e vou divulgar para meus amigos.*

Relato G - *Também estou achando incrível o que vi ontem à noite, no Sambódromo! Quanta gente! Quanta energia!*

Relato H - *A imagem que tinha do Brasil era a que encontrei aqui. Essa é a segunda vez que eu venho. Muita praia, mulher bonita e o Carnaval. Só que esse Carnaval da noite, aqui na Lapa, podia ser um pouco mais organizado. Não tem quase banheiro e com essa chuva, tem muita água na rua, sem muita estrutura.*

Relato I - *Mas o que tem de mais diferente no Carnaval é mesmo a música nas ruas e nos bares. Na praia tem shows de todos os tipos de música, principalmente em Copacabana. Vimos o Monobloco e outros shows lá. Incrível o batuque! Diferente do samba das escolas.*

Uma boa parte dos estrangeiros que vem para o Carnaval para o Brasil vão para o sambódromo, ou como plateia ou como participantes nos desfiles das escolas em alas já pré-definidas como de turistas em geral, brasileiros ou estrangeiros. Para a grande maioria de estrangeiros, cerca de 80% não participa do Carnaval do Sambódromo. Isso faz com que o Carnaval dos blocos, das agremiações e os bailes sejam hoje muito importante para uma melhor avaliação do Carnaval carioca. A imagem que os japoneses tem do Brasil é bem superficial. Quase não há divulgação do Brasil, e quando há trata-se de negativa, como criminalidade e desmatamento, ou então quando algum brasileiro de kasseki comete algum delito no Japão. Apenas cerca de 70 mil japoneses conhecem o Brasil por ano. Por outro lado, o boca-a-boca também é muito forte por lá, demonstrando que de certa forma o Brasil esta na moda em alguns lugares. Um dos segmentos onde o Rio de Janeiro se destaca, dentro da perspectiva da diversificação de públicos, e o público Gay. O Rio tem localidades e bailes que já são conhecidos como do trajeto internacional d turismo Gay. Um dos públicos que mais crescem no turismo é o Gay, onde por serem um grupo com interesses em comum, acabam agrupando-se e, através da publicidade chamada boca-a-boca, conseguem fazer com que haja fidelização ao local. Novamente a energia impactante do Carnaval do Sambódromo. Há imediato impacto na percepção do turista acerca do tamanho da festa. A percepção negativa do turista acerca do Carnaval de rua noturno, que ocorre nos arredores da Lapa, fica clara, já que realmente, por experiência própria, a falta de infra-estrutura do local fica patente. A diversificação do Carnaval carioca nos últimos anos fez com que novos públicos principalmente o mais jovem, aderisse ao samba moderno brasileiro, representados principalmente pelo Monobloco e por Pedro Luiz e a Parede, bandas da cidade que congregam grande massa da

classe média, responsáveis pela disseminação nas praias da Orla Carioca dos ritmos vindos dos morros.

Capítulo 5 - Análise da Imagem Internacional do Brasil e da Impressão Percebida pelo Turista Estrangeiro em visita ao Carnaval Brasileiro

5.1 - Análise das Unidades Modificadas de Sentido dos Turistas Estrangeiros

Analisaremos a seguir as Unidades Modificadas de Sentido (UMS) dos turistas estrangeiros que estiveram no Brasil no período do Carnaval entre os anos de 2006 e 2008. Esse período, em relação às mudanças mundiais, provou-se fértil no campo das heterogeneidades e turbulências mundiais, seja em relação à política internacional ou em relação à economia global. Isso tudo apenas contribuiu para um avanço no que diz respeito ao papel brasileiro no contexto das nações. Passamos por um momento de internacionalização de conceitos, não de causas. O mundo luta pela internacionalização das relações de causa e efeito que nos dirijam para o conforto, não para a derrocada final. Não pelo isolamento, mas sim pela convergência das influências benignas da história. Não há nenhuma demonstração democrática que nos leve a crer que a tendência humana seja pelo isolamento. Nesse contexto, o Brasil é exemplo de trajetória. Esse capítulo tem a intenção de demonstrar as particularidades brasileiras percebidas pelos turistas estrangeiros, de modo a compor um mosaico, um quadro mesmo, das demonstrações de interesse despertadas no turista internacional por ocasião de sua visita ao Brasil.

As Unidades de Sentido encontradas nos depoimentos dos turistas estrangeiros em visita a Ouro Preto foram os seguintes:

- 1- Brasil Tropical
- 2- Surpresa com Ouro Preto e o Barroco
- 3- Presença predominante de jovens
- 4- Tamanho do Brasil
- 5- Tamanho do Carnaval

Os turistas estrangeiros tornaram-se uma paisagem em Ouro Preto. Mais do que em qualquer outro local, a presença destes se faz notar todos os dias do ano na cidade. Tradicionalmente, os turistas são recebidos não só como tal, mas sim como participantes do cenário. Ouro Preto, para os turistas, permanece como algo infinitamente antigo, que praticamente parou no tempo. Dentro das Unidades Modificadas de Sentido (U.M.S.), a presença do sentimento de se estar em um tempo que já não existe mais, foi muito notada. A perspectiva do turista em estar num túnel do tempo, viajando séculos para trás, transbordam pensamentos transcendentais, como questões como a fé, o passado, as tradições, o sofrimento, o sacrifício, o êxtase, a individualidade, o coletivo. Essa característica muito ligada ao turismo, de um olhar contemplativo diante de ações da humanidade na terra, esta muito presente nos olhares estrangeiros em Ouro Preto.

Outra característica apreendida nos depoimentos de Ouro Preto foi a percepção de que a juventude está muito presente na cidade. Essa característica realmente faz parte da paisagem, contribuição dada pela Universidade Federal de Ouro Preto e seus mais de 6 (seis) mil estudantes que moram nos arredores. Esse fator deve ser mais estudado e explorado pelas autoridades responsáveis pela divulgação da cidade.

Chama a atenção também os depoimentos a respeito do Carnaval ouro-pretano. Merece destaque a forma de organização a partir das Repúblicas Estudantis, além da perenidade dos Blocos centenários, inclusive com a matriz dos blocos Zé Pereira, contribuição do inestimável José Nogueira Paredes.

Ouro Preto mostra-se ao público. Veias de ouro transbordam pelas ruas e casas, mostrando um passado de riqueza, exploração e sacrifícios. Do outro lado da moeda, ficaram expostas as fissuras e restos de uma sociedade que se transformou ao longo do século XX, principalmente a partir da transferência da capital mineira para Belo Horizonte no final do século XIX. A difícil tarefa de preservação coube e cabe aos moradores, à Prefeitura, aos estudantes, à Universidade Federal, assim como a todos os outros poderes públicos instituídos, como Condephaat, Iphan, e Ministério da Cultura. A particularidade sentida nas UMS, foi a importância do patrimônio histórico para a decisão do turista em visitar o local. Não encontramos ninguém que não soubesse que Ouro Preto era Monumento da Humanidade. Há uma propensão turística mundial em conhecer a história das nações. Ouro Preto traduz na realidade a intenção da ONU em divulgar locais de interesse histórico. Todavia, a nomeação internacional esbarra nas dificuldades de infra-estrutura das cidades nomeadas, já que a nomeação não é de forma alguma garantia de financiamento para a melhoria das condições de recepção dos turistas e da população em geral. Isso depende fundamentalmente do poder público da Cidade de Ouro Preto, além do apoio dos âmbitos estaduais e federais no que diz respeito ao cumprimento das imposições decorrentes da titularidade de patrimônio Histórico da humanidade.

As Unidades de Sentido encontradas nos depoimentos dos turistas estrangeiros em visita a Recife/Olinda foram os seguintes:

- 1- Brasil Tropical
- 2- Vantagens em vir para o Nordeste sobre o Sudeste
- 3- Prazer da comida e da bebida
- 4- Alegria e Colorido das Ruas

Já Recife/Olinda está em sintonia com os tradicionais ícones da imagem do Brasil no exterior, o sol e a praia. O que se apreende dos depoimentos são: a questão da vantagem custo x benefício, a diversidade cultural, os ritmos musicais e a boa comida e bebida. Esses fatores fazem da localidade um dos principais roteiros turísticos brasileiros, ao lado de Rio de Janeiro, Salvador, Floresta Amazônica, Pantanal, Minas Gerais e Foz do Iguaçu. Por outro lado, os problemas de infra-estrutura, além da demanda crescente em relação ao Carnaval, fazem com que os sinais de esgotamento do receptivo turístico pernambucano preocupem as autoridades. Para enfrentar tais dilemas, o Poder Público regional deve tratar o Carnaval Pernambucano de forma integrada no Estado todo, criando um circuito forte que possibilite ao turista conhecer outros carnavais, em cidades próximas, ampliando o arco de influência que já está nesse caminho, através da proposta do Carnaval Multicultural. Os depoimentos nos colocam a necessidade de maior divulgação da questão do custo x benefício para o turista. Demonstrando que o Brasil pode ser mais barato, a demanda pode ser enormemente ampliada, incluindo turistas com faixas de renda menores.

As Unidades de Sentido encontradas nos depoimentos dos turistas estrangeiros em visita ao Rio de Janeiro foram as seguintes:

- 1- Brasil Tropical
- 2- Primeira vez que vem ao Brasil
- 3- Beleza do Rio de Janeiro e do Brasileiro
- 4- Caipirinha e bebidas com preço acessível
- 5- Tamanho do Carnaval

Por fim, o Rio de Janeiro, por sua vitalidade como cidade urbana e ao mesmo tempo com uma natureza exuberante, tem demonstrado grande capacidade de ser o Portal de Entrada dos turistas estrangeiros no Brasil. Por ter sido a capital do Brasil por séculos, por absorver uma grande massa, primeiramente de escravos e depois de trabalhadores imigrantes e migrantes, dada a importância de seu Porto e de sua situação geográfica, o Rio de Janeiro tende a sempre se transformar na Cidade Espetáculo.

Cidade Maravilhosa, uma das sete maravilhas modernas, Patrimônio Natural da Humanidade, ao Rio de Janeiro deve ser dispensada grande energia nos próximos anos. Palco da Copa do Mundo de 2014, potencial sede das primeiras Olimpíadas da América - Latina, o Rio de Janeiro carece muito ainda de infra-estrutura tanto física quanto humana. Os problemas advindos da urbanização, com as favelas impondo um traço de pobreza constante, marcam a paisagem discrepante. Morros invadidos, zunidos de balas perdidas, o som do funk irrompendo as madrugadas. Esse “estar urbano”, tem interferido no cotidiano dos cariocas. Durante o Carnaval esse clima se exacerba.

Em contrapartida, o clima diurno, as praias, o calçadão, os shows na Orla, os blocos carnavalescos, conseguem impor uma conduta despreziosa e integradora. O turista estrangeiro se sente bem na democracia da praia. Bem diferente do clima de seus países de origem. Isso tudo atrai os olhares dos turistas estrangeiros em relação ao Rio de Janeiro.

5.2 – A Imagem do Brasil e a influência do Carnaval

O Carnaval no contexto turístico brasileiro sem dúvida corresponde ao principal referencial do turista estrangeiro quando procura alguma informação a respeito do país. É patente tal influência no imaginário mundial. O Brasil e seu Carnaval têm trilhado a tendência de globalização. O que vem ocorrendo com o Carnaval em si, no que diz respeito à profissionalização, envolvimento das comunidades que o desenvolvem e globalização de seus conceitos, também está transpondo barreiras nos meios de comunicação. A Rede Globo, a partir de 2010, vai modificar sua forma de abordar o Carnaval em suas transmissões. Até 2009 o Carnaval era tratado como mais um evento, tendo como diretor Aloysio Legey, diretor artístico do Carnaval carioca desde 2002. A partir de 2010, será diretor artístico das transmissões Roberto Talma, responsável pelos especiais de Roberto Carlos e por “Toma Lá da Cá”, seriado da emissora. Como consultores, foram escalados J.B. de Oliveira, o Boninho, e Jayme Monjardim. De acordo com a Folha de São Paulo (10 agosto de 2009), ao substituir um diretor de eventos (Legey) por um diretor de shows e dramaturgia, (Talma), um fotógrafo e diretor de novelas (Monjardim) e um diretor de games e realities (Boninho), a Globo quer dar uma “sacudida” no Carnaval, buscar “Novos Olhares” para a folia. Muito sintomático, indo de encontro à proposta de nossa pesquisa. A divulgação do Brasil como país de um grande evento, mobilizador de grandes massas de pessoas que se envolvem em grandes movimentações nacionais e internacionais, passa pelo desenvolvimento do conceito de Carnaval como evento prolongado, não se limitando ao período da semana momística.

Essa tendência é natural. O tempo trabalha a favor de eventos que tenham sua periodicidade anual, de forma que a repetição do evento acaba engrandecendo seu tamanho. O carnaval brasileiro está intrinsecamente ligado à imagem do Brasil enquanto povo e país. Por outro lado, existe um reconhecimento internacional do desenvolvimento por que passa o país

nos últimos anos. A própria crise internacional ocorrida em 2008 auxiliou no reconhecimento de que o Brasil é um país emergente, que possui um grande mercado interno e faz parte do grupo de países que estão em situação mais confortável em relação à instabilidade internacional. Deve-se destacar a presença internacional do Presidente Luís Inácio Lula da Silva o que diz respeito à imagem de um país que conta com um governo forte e democrático, muito mais preocupado com questões sociais do que se tinha na época da ditadura e da redemocratização. Essa imagem de país democrático e com preocupações de inserção social de sua população também tem contribuído para a melhoria da avaliação do Brasil no mundo.

Já a respeito das hipóteses levantadas no início do trabalho:

- 1) O Carnaval é um indutor positivo do turismo brasileiro. Ele destaca-se como uma exclusividade do país, contribuindo, a partir de sua imagem, para o reconhecimento do Brasil como um destino turístico importante no mundo atual.
- 2) Apesar desse reconhecimento, a diversidade do Carnaval Brasileiro ainda é pouco conhecida. Na grande maioria das vezes apenas o Carnaval Carioca é reconhecido pelo turista estrangeiro que visita o país pela primeira vez, ficando os Carnavais Nordestinos e do interior do país para uma segunda viagem.

A primeira hipótese mostrou-se realidade nas entrevistas realizadas. O Carnaval brasileiro é reconhecido como um ponto positivo e importante para o turista na hora da decisão de viajar para o país. A manifestação popular atrai turistas que fazem uma avaliação positiva do evento, inclusive sendo um fator importante na questão de um futuro retorno do turista que visita o país.

A segunda hipótese também se comprovou na pesquisa. No Rio de Janeiro a maioria dos turistas entrevistados, cerca de 70%, eram viajantes de primeira vez para o Brasil. Já em Recife, a proporção se inverte: cerca de 70% dos entrevistados visitavam o país pela segunda vez ou mais. Isso demonstra uma importante característica que demonstramos durante o texto: o custo/benefício de se visitar o Nordeste é muito mais atraente para quem visita o Nordeste do que a região Sudeste. Essa vantagem comparativa deve ser melhor explorada pelos agentes responsáveis pela divulgação dessas regiões do litoral nordestino e do interior do Brasil.

Conclusão

Os temas abordados neste estudo conectam-se ao grande e amplo desenvolvimento das relações internacionais e sociais da humanidade num mundo onde as distâncias literalmente encurtaram-se. Seja na temporalidade comunicativa, onde o computador e o advento da Internet nos colocam frente a frente e em tempo real com outros locais do mundo, seja na transcorrência da modificação do transporte moderno, com a introdução do avião, gerando enorme velocidade nos deslocamentos, e a transformação do Navio em atração turística em si, o mundo confronta-se com a internacionalização do turismo, onde na verdade não existem limites para o ser humano em sua viagem na terra. Até mesmo viagem estratosférica hoje é possível de se fazer, conforme podemos verificar através de uma simples consulta na Internet, onde todas as condições da viagem estão disponíveis (ver www.howthestuffworks.com).

Isso gera impacto na sociologia das viagens turísticas, aonde o perfil das viagens cada vez mais conduz para a interatividade entre os povos, mostrando um caminho que nos aponta para uma mestiçagem mundial. Dilemas como o consumismo, a exacerbação dos prazeres, a concentração de renda e falta da distribuição da mesma, desintegração da célula familiar como entendida antigamente e a reconstituição das relações de laços de amizade e família, incluindo aí a virtualidade das relações pela Internet, também influenciam na conformidade das localidades turísticas.

Na pesquisa realizada, as Unidades de Sentido identificadas contribuem para a inferência de determinadas características que diferenciam sobretudo os Carnavais pesquisados. Além disso, elas nos ajudam a contar uma história do Brasil a partir da análise das Unidades de Sentido Modificadas. Duas são as frentes onde nos ativemos na análise: A

imagem que o turista tinha antes de vir ao Brasil e; o impacto causado pela sua estadia em pleno Carnaval brasileiro.

A visão do turista antes de vir divide-se em dois grupos: os turistas que vinham pela primeira vez ao país e os turistas que já tinham vindo antes. Dentro do segundo grupo, alguns já tinham vindo diversas vezes. Na grande maioria das vezes, a imagem do Brasil está ligada ao País Tropical. Algumas vezes está ligada ao esporte ou à questão do meio ambiente. Mas o que se destaca é que a grande maioria dos turistas de primeira viagem ao país estava no Rio de Janeiro. Já em Ouro Preto, há uma divisão entre turistas de primeira viagem e turistas de segunda viagem ao Brasil. Em Recife, por outro lado, temos uma maioria de pessoas que já estiveram no Brasil anteriormente. Isso demonstra que a porta de entrada do Brasil é o Rio de Janeiro. Uma peculiar característica litorânea traz vantagens comerciais para a cidade. Esta é banhada por mar aberto e por uma grande baía de águas calmas que permite a entrada de navios e sua ancoragem bem perto do Centro, que tem grande importância para o lucrativo mercado turístico receptivo de Cruzeiros de viagem. Desde o século XVI a Baía de Guanabara é considerada porto seguro para ter acesso à cidade. Vale ressaltar que nos tempos da colônia, o Rio de Janeiro também era porto de parada para os navios que chegavam da Europa e que pretendiam seguir viagem para a região do Rio da Prata (hoje Argentina, Paraguai e Uruguai) para consertos e abastecimento de mantimentos e de tripulação.

Outras cidades que estão próximas, como Ouro Preto e Foz de Iguaçu, beneficiam-se com essa proximidade, já que os turistas que ao Rio chegam, acabam visitando estes lugares. Já o Nordeste, de Salvador para cima, acaba geralmente sendo preterido pelos turistas de primeira viagem em função da grande distância que separa o Sudeste das cidades litorâneas nordestinas. Dessa forma, após conhecer o Sudeste numa primeira viagem, o turista acaba optando por conhecer aquilo que ele ainda não conheceu e que, por outro lado, torna-se mais

acessível, dada a menor distância e menor preço das passagens e o menor custo de estadia no Nordeste.

Essa segunda opção de roteiro, formada pelas regiões Norte e Nordeste, mostra-se muito interessante no que diz respeito a possibilidades de crescimento sustentável, já que tanto na questão do desenvolvimento do receptivo, quanto no ajuste da demanda, há campo para que não haja um grande desequilíbrio futuro. A taxa de crescimento da mão-de-obra nestes locais pode ser facilmente incrementada a partir de investimentos em capacitação e desenvolvimento de pessoal. Também o grande desenvolvimento das Faculdades de Turismo no Brasil pode alavancar o envolvimento de novas tecnologias de prestação de serviço na área turística de forma a integrar conceitos de sustentabilidade, integração sem desintegração, uso consciente de recursos naturais, entre outros. Além disso, a Copa do Mundo de 2014 a ser realizada no Brasil, dará grande impulso às sedes do Norte e Nordeste, duas entre as doze que serão escolhidas. O governo está preparando o PAC da Copa, Plano de Aceleração do Crescimento específico para o evento mundial.

A imagem do estrangeiro acerca do Brasil tem mudado pouco ao longo das últimas décadas. As imagens do Carnaval e do Futebol são marcas que continuam iconizando o Brasil, mesmo perdendo espaço para outras questões como a ambiental, a social e a econômica. A crescente participação da indústria e dos produtos brasileiros nas prateleiras e gôndolas de todo o mundo, processo iniciado a partir do final do século XX e início desta década, tem sido cada vez mais reforçada pelos esforços tanto do governo quanto da iniciativa privada. O turismo tem sido um dos produtos mais promovidos no exterior pelos diversos órgãos nacionais do setor, destacando-se a Embratur, que no governo Lula passou a fazer especificamente o trabalho de divulgação do país no exterior. O Carnaval, assim como o futebol, principalmente

após o Brasil ter sido escolhido como sede da Copa do Mundo de 2014, tem na realidade servido de esteio para outras iniciativas mercadológicas que envolvem o Brasil e sua imagem. A própria noção de criatividade, tão alardeada tanto por estrangeiros como pelos próprios brasileiros, envolve o que se destaca em nosso futebol e no próprio carnaval, ou seja, a própria criatividade, seja nas jogadas futebolísticas ou na fantasia dos desfiles e das ruas.

Sob o contexto cultural, o Carnaval é a festa que mais reúne diferenças em todo o território brasileiro, principalmente porque é celebrada por todas as camadas da população. Até aqueles que não se envolvem com as celebrações propriamente ditas, desfrutam do feriado para viajar. Logo, o Carnaval, festa do anti-cristianismo, é a comemoração mais relevante do ponto de vista nacional do calendário dos brasileiros, justo no país que, de acordo com o último censo do IBGE, tem 89% da população residente declaradamente cristã, sendo destes 74% Católicos e 15% Protestantes. Esta talvez seja a maior prova de que a cultura popular é soberana. As origens e a história dos povos, o batuque dos negros, as fantasias e pinturas em plumas dos índios e a necessidade de “estar na rua” provocada pelas temperaturas tropicais são mais fortes que política, religião e as regras da sociedade propriamente dita. A Festa Carnavalesca é a manifestação das tradições de todos os povos com um só objetivo: a folia.

Por outro lado, diversos problemas são detectados quanto ao setor turístico no Brasil, principalmente nos centros da região Nordeste. Nessa região temos um alto nível de concentração de renda, seja no interior ou nas grandes cidades. A exploração da mão-de-obra dos prestadores de serviço da área turística também é um problema a ser enfrentado, já que a instabilidade sazonal do setor turístico propicia também a informatização das relações de trabalho e por consequência dos direitos trabalhistas. A exploração sexual do turismo ocorre a olhos vistos, com pouca ou nenhuma intervenção do setor público. A imagem de turismo sexual

que envolve cidades do Nordeste como Fortaleza, Natal e principalmente Recife, devem ser alvo de atenção principalmente do poder público.

O Nordeste pode fazer de sua vantagem comparativa, principalmente em relação ao sol, ao preço acessível e ao contato com a cultura peculiar nordestina, um grande trunfo na sua divulgação internacional. O que o futuro do turismo nos guarda é o busca por localidades com originalidade integrada ao conceito de conforto sustentável, sem agressão ao meio-ambiente e menor impacto de gasto energético, com consciência ambiental e integração cultural.

Acerca da questão da cultura, devemos salientar que mais do que fontes jorrando sabedoria, como se fossem legados culturais que necessitassem de fluxos constantes, a Cultura do Carnaval e sua efemeridade estão mais próximas da imagem do rizoma, da erva-daninha que a tudo influencia, sem porém se saber exatamente a natureza, o início, a verve. O que se sabe apenas é que ele acontece. São inúmeras frentes onde as coisas acontecem e o Carnaval brasileiro é assim. Não há um só enredo, uma só forma de festa. São incontáveis espíritos que se confraternizam em momentos efêmeros. A nosso ver, o que ocorre com o Carnaval e a estadia do turista estrangeiro no Brasil, seria o que o filósofo, escritor e diplomata inglês Samuel Taylor Coleridge (*Biographia literária*, 1817) chamou de Suspensão da Descrença, referindo-se à vontade de um leitor ou espectador, de aceitar como verdadeiras as premissas de um trabalho de ficção, mesmo que elas sejam fantásticas, impossíveis ou contraditórias. É a suspensão do julgamento em troca da premissa de entretenimento. Esse é o contexto encontrado acerca do Carnaval do Brasil, aos olhares atentos dos Estrangeiros.

ANEXOS

RELATOS COLETADOS

OURO PRETO

Relato A

homem caucasiano, 55 anos, solteiro, italiano

A imagem que tinha do Brasil estava muito ligada ao calor e da praia, mas queria conhecer um pouco mais do país. Já tinha vindo para o Brasil antes, Rio de Janeiro e Foz do Iguaçu. Mas desta vez queria conhecer Minas e o Pantanal. Por isso vim para Ouro Preto. Conheci a cidade no guia de albergues. Como sempre viajo utilizando os albergues da juventude, vi que Ouro Preto tinha albergues e também tinha Carnaval animado com cultura. Decidi vir para cá. O que mudou depois que vim para o Brasil foi que o país é enorme! Muito grande! O Carnaval então parece coisa de outro mundo. Ouro Preto é muito diferente, tem muitos jovens. Sou Italiano e lá tem muito velho! Já aqui, tem muita gente nova! Gosto disso! A gente se sente igual a eles!

Relato B

homem caucasiano, 22 anos, solteiro, argentino

A imagem que tinha do Brasil era mais ligada ao sul do país. Achava que o Brasil era muito parecido com a Argentina. A primeira vez que vim para o Brasil foi para Florianópolis, no verão. O povo do sul do Brasil não é tão diferente do Argentino, mas aqui em Ouro Preto já tem uma mistura muito maior. O Carnaval daqui é muito diferente de tudo! As republicas, as meninas, os Blocos. Isso tudo por um preço muito bom! Aqui dá para ficar, porque o preço não é caro. Estou achando tudo ótimo. E o melhor são as meninas!

Relato C

mulher caucasiana, 25 anos, solteira, francesa

Eu sempre gostei do jeito dos brasileiros na França. Sou de Paris e em minha universidade tinha estudantes brasileiros. Sempre falavam do Rio de Janeiro e de Salvador, mas também falaram de Ouro Preto. Decidi vir para cá porque vi no guia que tinha albergue da juventude e que o carnaval aqui era bem animado. Vim primeiro para o Rio de Janeiro, mas fiquei lá quase 15 dias e achei as coisas muito caras, com muitos turistas! Já aproveitei bastante a praia lá e sai bastante nos Blocos de Carnaval e decidi vir para Ouro Preto. Não imaginava que o Brasil era tão grande. Aqui em Minas tem muita gente diferente, não só brancos. As Republicas são demais! Tem sempre gente nas portas bebendo alguma coisa! E a cidade, tão antiga e bonita! Estou adorando a festa de carnaval no meio dessas subidas e descidas! O que tem de mais diferente no Brasil é a música. Tem música em todo lugar!

Relato D

mulher oriental, 45 anos, casada, acompanhada do marido

Vimos para Ouro Preto porque temos um parente brasileiro no Japão. Ele é Engenheiro e já conhecia a cidade. Muito diferente. Essa construção barroca. Nunca imaginei isso do Brasil. Pensava que era maioria de selva. Mas quando fomos pra São Paulo, vimos uma cidade enorme. No Japão todos pensam que o Brasil só tem Amazônia e praia, Copacabana, Rio de Janeiro. Em São Paulo tem muitos descendentes de Japonês. Ficamos impressionados com a Liberdade! E com a Vai-Vai! Escola de Samba! Muito bom! E Ouro Preto foi uma descoberta! Adoramos o Clima antigo e de montanha!!

Relato E

homem ameríndio, 22 anos, solteiro, chileno

Acabei de fazer Faculdade de Arquitetura no Chile e conhecer Ouro Preto para mim foi algo obrigatório. Já tinha vindo ao Brasil, mas só para o sul, Porto Alegre e Florianópolis. Fiquei sabendo do esquema das Repúblicas e quando acabei o curso coloquei minha mochila nas costas e vim fazer um tour pelas cidades históricas de Minas Gerais. Francamente a cidade é maravilhosa, respira-se o barroco brasileiro e apesar das ladeiras pra cá e ladeiras pra lá, tudo vale a pena. O número de igrejas e toda a riqueza cultural que encontra-se nos seus interiores, respondem por si só por que ir para Ouro Preto. Hospedagens boas. A Feira de artesanato da Igreja São Francisco é uma coisa de outro mundo! Mariana também é maravilhosa e fiquei deslumbrado com os diversos e todos os tipos de solares que as casas tem. Foi uma viagem incrível e adoraria retornar. Se puderem conheçam São João del Rey, Tiradentes, Congonhas e Sabará. Um problema...as cidades não são ligadas entre si com ônibus, um verdadeiro absurdo, e dentro de todo encantamento promovido pelo barroco, nos vemos obrigados a ir para Belo Horizonte, para efetuar o traslado. Fora isso, muitos visuais incríveis, comidas e pessoas que nos recebem extremamente bem. Agora, o Carnaval, quando cheguei, não acreditei que podia haver alguma cidade com esse tipo de animação! Nunca tinha visto isso. No Chile não tem carnaval assim. Só no Brasil.

Relato F

mulher caucasiana, 23 anos, Norueguesa

A imagem que tinha do Brasil era mais da Amazônia, porque em nosso país a principal questão hoje é a ambiental. Vim para cá via América Central. Passei pela Costa Rica,

Venezuela, Brasília e Belo Horizonte. Cheguei aqui em Ouro Preto tem três dias. Ia para o Rio de Janeiro no Carnaval, mas acabei ficando por aqui. Os estudantes me convenceram a ir para lá depois do Carnaval. Disseram que lá é muito grande, não é tão animado. Vou para lá depois do Carnaval. Quero conhecer Copacabana, que para nós é o lugar mais famoso do Brasil, junto com o Cristo Redentor. Ouro Preto é o lugar mais lindo que já fui, com pessoas alegres e receptivas... as igrejas são lindas e o Carnaval é muito bom... vale a pena ir...

Relato G

Homem caucasiano, 45 anos, alemão

A imagem que tinha do Brasil antes de vir para cá era de um país alegre, com muita praia e calor. Comecei a mudar minha imagem do Brasil quando, pela pesquisa que faço com monumentos históricos e conservação, fizemos uma parceria com a UFOP. Vi então que o Brasil tinha um Monumento Histórico Mundial, onde poderíamos aplicar nosso programa de software. Viemos para cá e a época foi bem no período do carnaval. Estou me surpreendendo com a movimentação no centro antigo. Por outro lado, o movimento tão grande assim pode até prejudicar os monumentos.

Relato H

Homem Negro, 25 anos, Americano

Eu sempre pensei que o Brasil fosse parecido com Cuba. Achava que seria subdesenvolvido, sem tecnologia. Não imaginava que tivesse cidades como o Rio de Janeiro, que tem pobreza mas tem também um lado urbano muito interessante. Achava que as cidades brasileiras fossem mais parecidas com a África do Sul. Fiquei surpreso com o interior, com Belo

Horizonte e Ouro Preto. O Carnaval daqui é bem diferente do que temos nos Estados Unidos. Já fui para New Orleans no Carnaval, mas aqui é totalmente diferente. Tem um som com muita percussão. Esse som, com toda essa força e todo esse pessoal nas ruas, participando... É bem diferente, porque lá não dá para participar dos carros alegóricos. Aqui não, dá para ir atrás dos Blocos, sem pagar nada e com todo mundo na rua. Além disso, ficar numa república é uma experiência única. Estou achando ótimo tudo isso. O que não achei muito bom foi para chegar aqui. Tem poucos ônibus de Belo Horizonte e tudo lotado. Deviam ter melhor estrutura na chegada da cidade.

Relato I

Homem caucasiano, 68 anos, americano

A imagem que tinha do Brasil sempre foi ligada a natureza exuberante. Sempre ouvimos falar também das pedras preciosas de Minas Gerais. Somos de Nova York e sempre vimos pedras brasileiras nas vitrines de lojas. São muito coloridas, chegam a ser extravagantes! Viemos para Ouro Preto para sermos co-produtores de um filme de época. Os produtores brasileiros nos mostraram as paisagens e locações e desde o início achamos espetacular a possibilidade de rodarmos um filme aqui. Ficaremos uns 15 dias, até organizarmos tudo. Minha esposa está fascinada pelo artesanato, principalmente pelas jóias, lógico! Ela está levando muita coisa bonita. Também gostei dos pintores. Estou levando uma obra desse pintor daqui, o Carlos Bracher. Tem uma força que não vejo faz tempo.

Relato J

jovem caucasiano, 23 anos, israelense

Estou aqui no Brasil fazem 20 dias. Essa é a primeira vez que venho ao Brasil. Estive antes em Recife e depois vim direto para cá. Vim por meio dos estudantes da Universidade Federal. Estive lá em Recife com uns alunos e depois vim para uma República aqui em Ouro Preto. Agora estou num albergue internacional. O que tinha ouvido falar do Brasil era sobre a primeira sinagoga das Américas, que fica em Recife. Fui lá ver, mas o valor na verdade é histórico, porque não tem muita coisa. Já aqui em Ouro Preto, a história se mistura. Tem até coisas judaicas representadas nas igrejas. Tem também uma república que chama Cinagoga! O carnaval é esplêndido e o albergue internacional que tem aqui é um lugar muito gostoso! Fica fora da cidade e tem um bom ambiente internacional. Assim a gente fica bem instalado e consegue entrar no clima das repúblicas também. Sobre a imagem que tinha do Brasil, era muito ligado ao tamanho do país. Sabia que era grande. Mas não achava que tinha cidades como Recife ou Ouro Preto. Aqui também tem história.

Relato K

mulher caucasiana, 28 anos, espanhola

A imagem que eu tinha do Brasil era de um país que era grande, mas muito pobre. Achava que seria assim como o Uruguai ou Argentina. Mas desde a primeira vez que vim pra cá, depois de passar pela Argentina há dois anos atrás, minha imagem mudou. Fui para Porto Alegre, depois de fazer mestrado durante dois anos em Buenos Aires. Lá estava uma crise muito grande. Logo que cheguei em Porto Alegre já percebi que o Brasil era bem diferente do que eu imaginava. Depois voltei para a Espanha e vim para o Brasil fazer doutorado em Belo Horizonte. Aproveitando o Carnaval vim para Ouro Preto conhecer a cidade. Estou muito impressionada, com o tamanho do Carnaval, mas estou achando muita gente! Não dá nem para andar! Mas por outro lado o clima e a música são muito bons! Estou adorando.

RECIFE

RELATO A

Homem caucasiano, 58 anos, austríaco

A imagem que tinha do Brasil era a do Rio de Janeiro, tanto que já fui para o Rio e para o Pantanal. Agora estou retornando pela segunda vez, mas fiz um roteiro diferente. Decidi vir por outro roteiro. Cheguei primeiro por Recife e agora vou viajar o resto do Nordeste. A viagem desse jeito fica muito mais em conta. Não que não valha a pena conhecer o Rio, mas é tudo muito protocolar. Vai conhecer o Pão de Açúcar, Copacabana, Corcovado...E assim vai. Já aqui, a coisa acontece diferente. Primeiro que a gente não conhece praticamente nada, porque no mundo nem se fala do Nordeste, só quem quer fazer turismo mesmo é que acaba conhecendo. Isso é bom, porque também podemos conhecer as coisas sem aquele compromisso de excursão, de ter que conhecer as coisas que são mitos, como o Cristo Redentor... Bom, a imagem que eu tenho hoje do Brasil é muito diferente do que eu tinha antes. Achei o Brasil muito forte, muito dinâmico economicamente. Até comprei ações de empresas brasileiras na Áustria.

RELATO B

mulher caucasiana, suíça, 45 anos

Decidi vir para o Brasil porque queria mudar realmente de vida. Me separei e tenho 2 filhas. Vim para o Brasil no segundo semestre do ano passado (2007). Vim direto para Recife. Não conheço o sudeste, o Rio de Janeiro, São Paulo! Conheci Tamandaré (cidade a 100 km de Recife) e me apaixonei. Acabei comprando uma pousada, trouxe minhas filhas para cá, matriculei-as no colégio e aqui estou ! O verão foi muito bom. Com estrangeiros da suíça

praticamente consegui lotar minha pousada! O carnaval foi ótimo. Tamandaré tem maracatu rural e outros blocos. Deu para as criança brincarem e a tranqüilidade e impressionante! Estou adorando o Brasil e o povo brasileiro.

RELATO C

Homem caucasiano, 20 anos, alemão

Esta é a primeira vez que venho para o Brasil. Quis vir para cá porque não aguentava mais o frio e como me formei, ganhei uma viagem. Como era verão no Brasil, aproveitei a oportunidade para viajar bastante. Estive no Rio, depois no Pantanal. Agora estou aqui em Recife, aproveitando o Carnaval! E que Carnaval! As meninas são muito legais, gostam de beijar! Também o colorido de Olinda de dia e muito grande. Antes eu achava que o Brasil era só o Pantanal, que o Brasil tinha cidades tão grandes como o Rio e Recife. Hoje vejo bem diferente o Brasil.

Relato D

Homem caucasiano, 25 anos, americano

Esta e a segunda vez que venho pra cá . Eu vim pra cá porque tenho um amigo daqui. Ele fazia universidade nos EUA e decidi vir para o Brasil da primeira vez para conhecer. Vim no ano passado. Esse ano estou na casa da sua família aqui em Recife. Estou achando tudo muito legal. A Natureza tropical, esse mar, essa água quente..E a comida então. Muito bom e barato. Da primeira vez fui ate o Rio, São Paulo. Agora vim direto pra cá. Gastei bem menos. Eu recomendo para todo mundo la nos EUA para vir para cá. Estou achando ótimo.

Relato E

Mulher caucasiana, 23 anos, israelense

Escolhi vir para cá porque temos uma turma que todo ano vem para o Brasil aqui para o Recife. No ano passado um grupo veio e já reservou esse albergue para o próximo grupo. Eu tinha vindo em outro ano, faz uns três anos, logo que me formei na faculdade. A melhor época é no verão, porque tem gente de todo lugar do mundo. Agora é ótimo aqui, com sol e muita festa. O que tem de muito bom aqui é a comida e a bebida. Tem um preço ótimo, muito mais barato que em Israel. O que mais acho legal no Carnaval é o descompromisso das pessoas e a música. O que acho de pior é não ter onde ir no banheiro...

Relato F

Homem caucasiano, 53 anos, italiano

Já venho para o Brasil há 18 anos. Gosto daqui. Tenho negócios com o Brasil. Mas acho que aqui em Recife falta atração noturna. Fora do carnaval, mesmo hoje que é quarta-feira, não tem coisas para se fazer aqui em Boa Viagem. Não tem atração para os estrangeiros fora a prostituição, que é normal no mundo todo, ou vir aqui nesta feira. De resto, não tem nada. Veja, estamos aqui em 7, 8 pessoas. Não tem onde ir aqui por perto. O que é bom é o dia, a comida, a bebida, as praias. Isso a gente aproveita muito aqui, porque lá na Europa isso não existe. Esse sol não tem preço...Venho aqui para Recife porque fica muito mais barato do que ir para o sul. Até para fazer negócio é melhor.

Relato G

Mulher ameríndia, 26 anos, boliviana

Eu tinha a imagem do Brasil como um grande país. Pra nós, da Bolívia, o Brasil sempre foi uma referência. Eu vim para cá para vender artesanato, para tentar uma vida melhor. Estava grávida. Acabei tendo minha filha aqui. Fui muito bem atendida na rede pública. Já estou aqui fazem 2 anos. Da para sobreviver. O Carnaval, para nós que vivemos de venda de artesanato, é a melhor época para as vendas. Também é a mais animada. Vem gente de todos os lugares do mundo. Depois que o Carnaval passa, chega o inverno, vem a chuva e o movimento cai bastante. Mas da para viver.

Relato H

Homem caucasiano, 40 anos, cubano

A imagem que eu tinha do Brasil antes de vir e que é bem disseminada em Cuba, é que aqui você vai ser inevitavelmente assaltado. Parece um pouco propaganda comunista, mas sempre passa por lá a violência do Brasil. Mas chegando aqui, a gente acaba acostumando com os lugares, e percebe que tudo é mais impressão que a gente tem. Vim para cá porque queria desenvolver trabalho na área de cinema e aqui a língua me facilitava. Acabei casando com uma brasileira. Sobre o carnaval, sempre achei mágico, maravilhoso. O Carnaval de Recife tem alguma coisa da nossa terra, essa coisa meio índia, meio negra. E mais misturado que no Rio. Lá a cultura é só do samba. Outra coisa maravilhosa aqui é a comida! Carne! Lá em Cuba não temos carne, é muito caro.

Relato I

Homem negro, 30 anos, guine bissau

Vim para o Brasil estudar, por causa da língua e pelo intercâmbio que temos com o Brasil. A imagem que a gente tem do Brasil e que e muito parecido com a África. Quando a gente chega, vê que o Brasil e mais misturado que os países africanos. Tem mais mulatos. A imagem também que a mídia passa pra nos, e que tem violência em todo lugar. Tanto que quando sai alguma notícia de violência na TV na Guiné Bissau, minha mãe me liga para saber se esta tudo bem E bem engraçado. O Carnaval é muito bom, alegre e as pessoas são muito abertas. A comida daqui é ótima e o preço está bom.

Relato J

Mulher caucasiana, 26 anos, alemã

A imagem que tinha do Brasil era de um país muito grande, mas não tão urbanizada. Achava que era menos industrializada, menos urbana. Mas tem de tudo aqui! Recife e o Carnaval são uma coisa diferente. Vim do Rio de Janeiro, que é mais moderno. Mas aqui tem também muita coisa diferente, como os coqueiros! Isso não tinha visto ainda, essa quantidade de coqueiros tão perto da cidade. Fomos até Porto de Galinhas e tinha muito coqueiro no caminho. Achei isso incrível! O Carnaval é muito bonito! Tem muita gente na rua e o povo é muito alegre! O que achei de ruim foi para voltar da noite de Olinda. A gente está em Recife e pra voltar fica difícil. Tem horas que parece perigoso. Acabamos pegando um taxi. Mas o Centro do Recife estava bem legal!

Relato K

Homem caucasiano, 53 anos, holandês

Já tinha ouvido falar muito do Brasil. Desde a escola ouvimos falar por causa da colonização holandesa aqui no Recife. Muita gente da Holanda vem para cá. Tem bastante gente como eu, que sou caminhoneiro, que vem aproveitar as férias por aqui. Já é a terceira vez que venho aqui. Essa época é ótima, porque na Europa é inverno, e dirigir no inverno é horrível. Por isso prefiro pegar férias nessa época e viajar para um lugar diferente da Europa. Lá nas férias, de junho até setembro é muito caro! Aqui compensa o preço, apesar da distância. Aqui está perto da Europa. O que eu gostaria de conhecer no Brasil ainda é o Rio de Janeiro. Não conheço, porque fica meio longe. Mas da próxima vez vou até lá!

RIO DE JANEIRO

Relato A

Homem caucasiano, 18 anos, inglês

O que eu imaginava do Brasil tem a ver com o Rio de Janeiro e as Cataratas do Iguaçu. Esse é nosso roteiro aqui no Brasil. Chegamos fazemos 3 dias aqui no Rio. Fomos no Pão de Açúcar, Copacabana e também fomos no Sambódromo. O Sambódromo é muito impressionante! Hoje estamos aqui no Bonde de Santa Teresa. Estamos achando tudo muito lindo, apesar de ter bastante pobreza. Mas lá na Inglaterra também estamos com bastante pobreza. Já aqui vocês são muito festeiros! Todo lugar tem uma batucada! Samba! Caipirinha!

Relato B

Homem caucasiano, 42 anos, francês

Já estou aqui no Brasil faz bastante tempo, mas morando no sul do Brasil. Vim passar o Carnaval aqui no Rio, com um amigo. O que eu acho do Brasil é que no exterior vocês sempre tem saudades de tudo o que seja daqui! Isso é engraçado! Onde você chega na França, vocês tem saudade da comida, do churrasco, da musica...Isso não tem com o francês. Você não acha francês fazendo apologia da França...Os brasileiros sempre estão juntos... Por outro lado, vocês não reclamam de outras coisas que na França é normal...Se um político rouba com provas, como toda hora acontece aqui, muita gente teria saído nas ruas para reclamar. Aqui não. O pessoal espera ver o que acontece. No mais, eu que estou aqui faz tempo, vejo a mudança geral, principalmente na economia nos últimos 10 anos. O Brasil é um país muito forte e tem futuro.

Relato C

Homem caucasiano, 54 anos, Italiano

Chegamos ontem aqui no Brasil. A imagem que temos é de um país com muito sol, mas hoje só esta chovendo! Vamos ver o que temos pela frente. Vamos ficar aqui até depois do Carnaval e depois vamos pro Pantanal. Estamos com a família inteira e temos pouco tempo para conhecer o Brasil. Não dá para viajar tudo de uma só vez. O Brasil é muito grande. Por isso estamos conhecendo o Rio e o Carnaval. Espero que tudo corra bem.

Relato D

Mulher caucasiana, 23 anos, norueguesa

Estou no Rio de Janeiro fazem 15 dias. Sempre quis conhecer Copacabana. Estou instalada num albergue da juventude. Estou aproveitando bastante a praia e a natureza daqui! Tudo

muito lindo! Os preços até que compensam...O que é caro ainda é para chegar aqui, porque fica muito longe. Mas vale a pena! Os blocos na rua com muita música eu acho que são a melhor coisa do Carnaval. Não fui no sambódromo. Fica muito caro!

Relato E

Mulher oriental, 30 anos, japonesa

Vim para o Rio de Janeiro para conhecer o Carnaval. A gente sempre ouviu falar do Carnaval no Brasil. Tem muito brasileiro lá e tem também muitos japoneses vindo para cá. Hoje fomos ver uma fantasia para sairmos numa escola... Ainda não sei se vamos. Temos até de tarde para decidir...Tem gente que quer ir, outros querem ficar na arquibancada. Vamos decidir o que fazer...Eu tenho muita vontade, mas tem que pelo menos mais uns dois japoneses irem comigo. Viemos em uma excursão. Tem gente de toda idade...O Rio esta começando a ficar famosa no Japão, mas ainda não é um lugar que todo mundo conhece ou quer conhecer. Fica muito longe e a maioria pensa que aqui só tem floresta e mulher pelada, prostituição...Mas a gente logo vê que não é bem assim...

Relato F

Homem caucasiano, 43 anos, americano

Estou no Rio porque quero aproveitar minha liberdade! O Carnaval do Rio é demais! Gente bonita em todo lado! Na praia, nos Blocos, nos ensaios das escolas! Muita caipirinha! Estou indo em tudo! Estamos em uma turma grande de gays, passando o Carnaval aqui. Tem muita gente entendida que vem passar o Carnaval no Rio para aproveitar que aqui a liberdade é total! As pessoas são muito interessantes...tem gente de todo tipo e todos misturados. Isso não vi em

nenhum lugar, nem na parada Gay de Berlim. Tenho a vontade de voltar e vou divulgar para meus amigos.

Relato G

Mulher caucasiana, 55 anos, inglesa.

Vim para o Rio a convite de minha amiga brasileira. Hoje estamos aqui nesta feijoada! Que coisa mais gostosa! Essa comida, essa caipirinha! Também estou achando incrível o que vi ontem a noite, no sambódromo! Quanta gente! Quanta energia! Achava que o Brasil era mais pobre. Apesar das favelas, a gente encontra todo mundo dando um jeito na vida, arrumando coisa pra fazer. Essa coisa do brasileiro de correr atrás das coisas a gente sempre ouve falar...Mas da para perceber que isso também ocorre por causa da pobreza em geral. A gente sabe que tem lugar perigoso, mas andando com minha amiga, me sinto bastante segura.

Relato H

Homem caucasiano, 28 anos, argentino

A imagem que tinha do Brasil era a que encontrei aqui. Essa e a segunda vez que eu venho. Muita praia, mulher bonita e o Carnaval. Só que esse Carnaval da noite, aqui na Lapa, podia ser um pouco mais organizado. Não tem quase banheiro e com essa chuva, tem muita água na rua, sem muita estrutura. Também a sinalização dos lados onde a gente tem que ir fica bastante falha. Quando a gente tem que pegar um taxi, não sabe direito o lado que ele tem que ir, então não sabe se está indo para o lado certo, se o taxista esta dando mais voltas...No mais, muita diversão aqui.

Relato I

Homem caucasiano, 24 anos, australiano

Os vôos que temos da Austrália são poucos aqui para o Brasil. Nós achamos que o Brasil é muito longe de nós. Também é um país parecido com a Austrália, com muita praia e sol. Mas o que tem de diferente aqui da Austrália é a mistura do povo. Não que sejam uns diferentes do outro, porque todo mundo tem cabelo curto e usa shorts ou jeans com camiseta básica...Mas não é como na Austrália ou Japão, que quase ninguém se mistura. A pessoa ou é branca ou negra. Aqui não. Mas o que tem de mais diferente no Carnaval é mesmo a música nas ruas e nos bares. Na praia tem shows de todos os tipos de música, principalmente em Copacabana. Vimos o Monobloco e outros shows lá. Incrível o batuque! Diferente do samba das escolas.

Relato J

Homem caucasiano, 48 anos, português

Ontem fomos até Parati. Nunca imaginei um lugarzinho como aquele. Parecia um Portugal Tropical. Fomos andar de barco e na volta aproveitamos e saímos pelas ruas atrás de alguns blocos que eles chamam de Zé Pereira. Fomos atrás e parecia uma coisa do interior de Portugal, mas com o pessoal todo liberado, sem aquelas roupas folclóricas da Europa. Era todo mundo na rua e se divertindo com qualquer coisa. Parati e o Rio de Janeiro são tão diferentes! Mas isso parece que é coisa do Brasil, ter muita diferença. Apesar da língua falada ser a portuguesa, tem muita diferença de um lugar para outro. Não é fácil entender.

Relato K

Homem caucasiano, 46 anos, escocês

Eu conheço bem o Brasil, porque sou casado com uma brasileira. Conheci minha mulher lá na Inglaterra e acabamos nos casando depois de um tempo. Viemos nos casar aqui. Voltamos para lá, moramos quase dez anos, tivemos três filhos e agora viemos morar aqui. Estamos passeando um pouco no Carnaval do Rio de Janeiro. O que os estrangeiros acham do Brasil é que tem sol o ano inteiro. Eles primeiro vem para cá, para o sul. Conhecem a caipirinha, o churrasco...Depois descobrem o Nordeste. Lá fica mais barato para eles. Minha irmã veio uma vez aqui para o Sudeste. No primeiro ano pegou o maior sol, bem na época de chuva. Achou uma maravilha...Já na segunda vez que veio, pegou muita chuva. Falou um monte disso! Mas o Brasil está com uma boa imagem no exterior.

BIBLIOGRAFIA

ABREU, MARTA, *O Império do Divino*. São Paulo: FAPESP, 1999.

-ALI-KNIGHT, Jane et al.- *Gestão de Festivais e eventos*, Ed. Elsevier, Escócia, 2004

-BAHL, Miguel. *Legados Étnicos e Oferta Turística*, Brasil, 2004.

-BAHL, Miguel. *Fatores Ponderáveis no Turismo*, Brasil, 2004 .

-BAHL, Miguel. *Turismo e Eventos*, Curitiba, 2004.

-BLASS, Leila M. S. *Desfile na Avenida, Trabalho na Escola de Samba: a dupla face do Carnaval – Brasil*, 2007

BURKE, PETER. *Popular culture in early modern Europe (Cultura popular na Europa Moderna)*. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

-CASCUDO, Luis da Camara. *Antologia do Folclore Brasileiro*, de. Global, Sao Paulo, 2002.

-CASCUDO, Luis da Camara. *Geografia dos Mitos Brasileiros*, de. Global, Sao Paulo, 2002

-CATTELL. Raymond B.. *Análise Científica da Personalidade*. São Paulo, Ibrasa, 1975.

-CAVALCANTI, Maria L. V. C. *Carnaval Carioca: dos bastidores ao desfile*. Rio de Janeiro, 1994

-CAVANHA Filho, Armando Oscar. *Logística: Novos Modelos*. Rio de Janeiro, 2001.

-CHAUÍ, MARILENA DE SOUZA, 1941. *Conformismo e resistência* [Livro] / Marilena Chauí. 4a ed. . São Paulo: Brasiliense, 1989.

- COLERIDGE, Samuel Taylor. *Biographia Literária*. Londres, 1817

-COOPER, Chris et al. *Tourism Principles and Practice*. Melbourne, Australia: Longman, 1993.

-CROUCH, G., (1992), *Effect of Income & Price on International Tourism*, Annals of Tourism Research, Vol. 19, No.3, pp 643-644.

- CROUCH G. (1994), *The Study of International Tourism Demand: a Review of Findings*, Journal of Travel Research, 33,(1), Summer, 12-23.
- CROUCH, G., (1995), "A Meta-Analysis of Tourism Demand," Annals of Tourism Research, Vol. 22, No. 1, pp 103-118.
- CROUCH, G., and Brent Ritchie J.R.(1999) *Competitive Tourism Destinations: combining theories of comparative advantage*, working paper, Ninth Australian Tourism and Hospitality research Conference, Adelaide, February.
- DOWBOR, Ladislaw. *O que é Capital*. Sao Paulo, 1982.
- DRUCKER, P. F., (1962) – *Prática de Administração de Empresas*, Ed. Fundo de Cultura
- EDWARDS, A., (1995), *Asia-Pacific Travel Forecasts to 2005*, Research Report, Economist Intelligence Unit, London.
- FEATHERSTONE, Mike. *O Desmanche da Cultura: globalização, pós-modernismo e identidade*. São Paulo, Stúdio Nobel: Sesc, 1997.
- FERNANDES, Florestan. *Ensaio de Sociologia Geral e Aplicada*. São Paulo, Biblioteca Pioneira Editora, 1971.
- FERREIRA, Felipe. *O Livro de Ouro do Carnaval Brasileiro*. Ediouro, São Paulo, 2004
- GUERRIER, Ivonne. *Comportamento Organizacional em Hotéis e Restaurantes: uma perspectiva internacional*. São Paulo, Ed. Futura, 2000.
- HOFSTEDE, G.. *Cultures and organizations*. Londres, McgrawHill, 1991
- HOUAISS Antônio. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. 1ª edição. Rio de Janeiro, RJ: Objetiva. 2001.
- KEYNES, Milo (org). *Ensaio sobre John Maynard Keynes*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1977.
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. *Princípios de Marketing*. Rio de Janeiro, Mc Hill, 1995.

- MAIRINK, Roberto., *Historias da Vale*, São Paulo, Museu da Pessoa, 2008
- MASI, Domenico de. *O ócio criativo*. Rio de Janeiro, Ed. Sextante, 2000
- MEMORIAS DE BRASILEIROS – UMA HISTORIA EM TODO CANTO – Editora Petrópolis, Brasil, 2008
- MINISTÉRIO DAS CIDADES. *Política Nacional de Habitação*. Cadernos do MCidades Habitação vol 4. Brasília, MCidades, 2004
- MOISES, Jose Alvaro et al. *Cultura e Democracia*. Rio de Janeiro, 2000
- McINTOCH, Robert; GUPTA, Shanshikant. *Turismo: planeación, administración y perspectivas*. México, Limusa Noriega Editores, 1993.
- OILVEIRA, Christian D.M.. *Geografia do Turismo na Cultura Carnavelesca*, Edit. Paulistana, Sao Paulo, 2008.
- PADILLA, Oscar de la Torres. *El Turismo, fenómeno social*. México, Fondo de Cultura Económica, 1992.
- PAGE, Stephen J.. *Transporte e Turismo*. Porto Alegre, Bookman, 2001.
- PEDROSA, Fernanda Barreto. *A violência que oculta a favela*. Porto Alegre, L&PM, 2003
- QUEIROZ, Maria Izaura P.. *Carnaval Brasileiro: o vivido e o mito*. de. Brasiliense, Sao Paulo, 1999.
- SOIHET, Rachel. *A Subversão pelo Riso*. Rio de Janeiro, 1998
- SOUZA, Marcio. *Fascínio e Repulsa: Estado, cultura e sociedade no Brasil*.
- RESENDE, Paulo-Edgar Almeida. *Cenário Internacional e OMC in OMC – Estudos Introdutórios*. Brasil, 2005.
- ROSE, Alexandre Turati de. *Turismo: Planejamento e Marketing*. São Paulo, Manole, 2002.
- ROUANET, Sergio Paulo et al. *Cultura e Desenvolvimento*. Rio de Janeiro, 2000.
- SANDRONI, Paulo. *O que e recessão*. São Paulo, 1984.
- SCHEIN, E.H.. *Organizational Culture and leadership*. São Francisco, Jossey Blass, 1995

- SCHWABER, Peter. *Embarques e Desembarques – Uma análise da indústria de viagens*. Rio de Janeiro, Editora e-papers, 2004.
- SILVA, Jailson de Souza e, BARBOSA, Jorge Luiz. *Favela:alegria e dor na cidade*. Rio de Janeiro, X Brasil e SENAC, 2005
- SILVA, Leonardo Dantas. *Blocos Carnavalescos do Recife: origens e repertório*. Recife, 1998
- SINGER,Paul. *O que e economia*. São Paulo, 1989
- SOLOMON, Michael R., STUART, Elnora W.. *Marketing, Real People, Real Choices*. New Jersey, EUA, 2000.
- VILAÇA, Flávio. *Espaço intra-urbano no Brasil*. São Paulo, Editora Stúdio Nobel, 1998
- WAHAB, Salad-Edin Abdel. *Introdução à administração do turismo*. São Paulo, Pioneira, 1997.

Periódicos

- Boletim Embratur – out-nov 2005
- Guia Quatro Rodas Brasil 2007 – São Paulo, Editora Abril, 2007
- REVISTA OBSERVATORIO ITAU CULTURAL – Números 1,2,3,4,5,6 – São Paulo, 2007/2008.
- REVISTA CUNTINUUM ITAU CULTURAL – Nos 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 – São Paulo, 2007/2008.

SITES NA WEB

- Agências e companhias de turismo e transporte
- Amazon River Cruises - http://www.amazonrivercruises.com/amazon_cruise_deals.cfm?source=cruisemm&u=n
- Azul Linhas Aéreas Brasileiras - <http://viajemaiz.voeazul.com.br/>
- Gol Linhas Aéreas - <http://www.voegol.com.br/Paginas/home.aspx>
- Passagens baratas - <http://passagem-aerea.org/>
- Passagens Baratas Portugal - <http://www.edreams.pt/>

Travelzoo Vacations - <http://vacations.travelzoo.com/>

Varig - <http://portal.varig.com.br/br/varig/index.html>

Vacations To Go Cruise - <http://www.vacationstogo.com>

- A Imagem estereotipada do Brasil no Cinema -

http://www.cinemascomrapadura.com.br/especiais/a_imagem_estereotipada_do_brasil_no_cinema/polemica/

- Brasil na Itália - <http://www.brasilnaitalia.net/2008/11/guia-de-servicos-para-organizar-sua.html>

- Centro de Excelência em Turismo – UnB - http://www.cet.unb.br/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1

- ENIT – Agência Nacional de Turismo Itália -

- <http://www.brasilnaitalia.net/2008/11/guia-de-servicos-para-organizar-sua.html>

- Escritório Turístico da França - <http://us.franceguide.com/>

- Festa e Turismo no Brasil: o Carnaval do Rio de Janeiro

http://200.189.169.141/site/arquivos/dados_fatos/observatorio/FestaeTurismonoBrasil.pdf

- Hotel no espaço - <http://science.howstuffworks.com/hotel-orbit-earth.htm>

- Imagens do Brasil msn search- <http://search.live.com/images/results.aspx?q=brasil&FORM=BILH#>

- Interdependência complexa e mestiçagem -

<http://www.pucsp.br/ponto-e-virgula/n3/pdf/7-pv3-paulo-edgard.pdf>

- Ministério do Turismo - <http://www.turismo.gov.br/>

- Ocorrências em Cruzeiros no Brasil – Verão 2009 -

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u491445.shtml>

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u488652.shtml>

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u491059.shtml>

- Patrimônio da Humanidade - http://en.wikipedia.org/wiki/World_Heritage_Site

- Samuel Taylor Coleridge - http://en.wikipedia.org/wiki/Samuel_Taylor_Coleridge

- Samuel Taylor Coleridge – biographia literaria - http://en.wikipedia.org/wiki/Biographia_Literaria

- Suspension of disbelief - http://en.wikipedia.org/wiki/Suspension_of_disbelief

- Tourism Futures - http://www.tourism-futures.org/index.php?searchword=management&option=com_search

- Tudo de Turismo - <http://www.tudodeturismo.com.br/si/site/0216?idioma=portugues>

- Vacations to Go - <http://www.vacationstogo.com/index.cfm?id=npfy>

- Viagens da Itália para o Brasil - <http://www.promobrasil.com/index.php>

- Universia Rede de Universidades -

<http://www1.universia.net/CatalogaXXI/C10051PPPTII2/S12346/P12330NN1/INDEX.HTML>

- Ouro Preto -

Artes Plásticas – Vida e Obra de Aleijadinho - <http://www.edukbr.com.br/artemanhas/aleijadinho.asp>

Festa de Nossa Senhora do Rosário - <http://www.rosanevolpatto.trd.br/festanossasenhora.html>

Portal do Carnaval de Ouro Preto - <http://www.rosanevolpatto.trd.br/festanossasenhora.html>

Prefeito Angelo Oswaldo – Ouro Preto - <http://www2.mre.gov.br/cdbrasil/itamaraty/web/port/autores/angelos.htm>

Mario de Andrade em Ouro Preto - <http://www2.mre.gov.br/cdbrasil/itamaraty/web/port/autores/angelos.htm>

Projeto Monumenta Ouro Preto - <http://www.monumenta.gov.br/site/?p=406>

Jornal o Inconfidente - <http://www.oinconfidente.com.br>

Sesc Minas Gerais - <http://www.sescmg.com.br/>

Secretaria de Turismo do Estado de Minas Gerais - <http://www.turismo.mg.gov.br/>

– Recife/Olinda -

Batalha dos Guararapes - <http://www.batalhadosguararapes.com.br/>

Carnival in Recife - <http://www.recifeguide.com/culture/carnival-in-recife.html>

Carnaval Multicultural - <http://www.carnavaldorecife.com.br/>

Carnival in Recife and Olinda - <http://www.v-brazil.com/tourism/events/carnival-in-olinda.html>

Consulado da Alemanha no Recife - <http://www.recife.diplo.de/Vertretung/recife/pt/Startseite.html>

Consulado da França no Recife – <http://www.france.org.br/recife>

Diário de Pernambuco - http://www.diariodepernambuco.com.br/2009/02/26/economia1_0.asp

Mapas de Pernambuco - <http://www.guiapernambuco.com.br/mapas/mapas.shtml>

Olinda - <http://www.olinda.com.br/olinda/home.html>

Recife - <http://www.recife.pe.gov.br/>

Sartre, Simone de Beauvoir e Cristina T - http://www.bookforum.com/inprint/014_01/96

Tradicional Baile de Municipal do Recife é sucesso de público -
<http://carnaval.terra.com.br/2009/interna/0,,OI3579926-EI13006,00-Tradiconal+Baile+Municipal+do+Recife+e+sucesso+de+publico.html>

– Rio de Janeiro -

Carmen Miranda - <http://carmen.miranda.nom.br/>

Jogos Olímpicos – Campanha Rio cidade sede 2016 - <http://www.youtube.com/watch?v=hRRJ9x1t9pI>

Ipanema - <http://www.ipanema.com/carnival/sambodro.htm>

Rio de Janeiro – <http://www.rio.rj.gov.br>

Riotur sambodromo - <http://www.rio.rj.gov.br/riotur/pt/pagina/?Canal=157>

Sambodromo - http://pt.wikipedia.org/wiki/Samb%C3%B3dromo_da_Marqu%C3%AAs_de_Sapuca%C3%AD

Filme Meu Brasil - http://www.videoforum.tv/meubrasil/index_br.html

Forte de Copacabana no Rio de Janeiro - <http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u491409.shtml>