

A ECONOMIA DAS FESTAS POPULARES NA LITERATURA ACADÊMICA: ESTADO DA ARTE

Murillo Pereira de Jesus¹
Daniele Pereira Canedo²
Paulo Cesar Miguez Oliveira³

Resumo: o presente artigo é parte dos resultados da pesquisa de mestrado "Bembé do Mercado em Santo Amaro: a Economia Criativa e as Festas das Religiões de Matriz Africana", desenvolvida no Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (UFBA). A partir dos resultados da revisão de literatura acerca dos estudos sobre o Bembé do Mercado de Santo Amaro (BA), o texto apresenta considerações sobre como a economia das festas populares é tratada em estudos acadêmicos. A revisão de literatura evidenciou que os estudos tendem a ressaltar a perspectiva histórica da relação entre festas e economia, a sustentabilidade financeira da festa, o impacto econômico para o território onde acontecem, a mobilização de uma multiplicidade de atores sociais, modelos de negócios e setores criativos e não criativos. Ressalta-se, no entanto, que em geral os estudos se baseiam em análises qualitativas, observando-se uma lacuna de pesquisas que permitam a compreensão da dimensão econômica da festa a partir de dados, informações e indicadores culturais.

Palavras-chave: Festas; Economia da Cultura; Economia Criativa; estado da arte; Bembé do Mercado.

INTRODUÇÃO

Os atos de celebrar e cultivar são inerentes à condição de ser humano. Diz-nos Felipe Ferreira (2013, p.51): "Festejar é próprio do homem, que ao se organizar socialmente, já comemorava os sucessos na caça e mais tarde, o produto de uma boa colheita". A festa é, portanto, sinônimo de um conjunto de práticas culturais, artísticas, sociais e políticas de um povo.

A existência de festejos em diversas culturas e contextos históricos demonstra o quanto a festa é inerente à vida em sociedade. A festa é um fato social, um instrumento de afirmação política, étnica e territorial e tem um potencial simbólico incomensurável, diz Marcia Sant'anna (2013). São marcadoras de espaços e ao mesmo tempo se tornam instituidoras de lugares e territórios, onde memórias, sentimentos de identidade e de pertencimentos são acionados (SANT'ANNA, 2013). Por isso, são reconhecidas como um âmbito privilegiado no patrimônio cultural imaterial.

Conforme o Iphan, as festas se enquadram na categoria celebrações, as quais:

¹ Mestrando em Cultura e Sociedade (UFBA). Pesquisador do OBEC-BA. murillologunede@gmail.com.

² Professora do Cecult/UFRB. Pesquisadora e coord. do OBEC-BA. Coord. de Cultura e Universidade da Pró-Reitoria de Extensão da UFRB. danielecanedo@ufrb.edu.br.

³ Professor, pesquisador e vice-reitor da Universidade Federal da Bahia. Pesquisador do OBEC-BA. paulomiguez@uol.com.br.

São rituais e festas que marcam a vivência coletiva de um grupo social, sendo considerados importantes para a sua cultura, memória e identidade, acontecem em lugares ou territórios específicos e podem estar relacionadas à religião, à civilidade, aos ciclos do calendário, etc. São ocasiões diferenciadas de sociabilidade que envolvem práticas complexas e regras próprias para a distribuição de papéis, preparação e consumo de comidas e bebidas, produção de vestuário e indumentárias, entre outras manifestações culturais (IPHAN, 2020)

No Brasil e na Bahia, as festas são constitutivas do modo de vida de suas populações. Como pensar a Bahia sem os festejos católicos, indígenas e negros? Nas festas, principalmente populares, os atos de ritualizar, sacralizar, ironizar e celebrar aparecem para superar as distâncias entre as pessoas, produzindo um estado de efervescência coletiva que, por vezes, transgridem as normas coletivas (AMARAL, 1998).

Eduardo Davel e Marcelo Dantas (2019) apontam que, apesar da quantidade de estudos encontrados sobre festas e festas populares no Brasil, ainda existe na literatura uma lacuna de informações sobre as forças organizadoras que dão vida a essas festas. Por isso, nos interessamos em identificar o estado da arte das produções acadêmicas relevantes que dialogam com o estudo proposto na pesquisa de mestrado "Bembé do Mercado em Santo Amaro: a Economia Criativa e as Festas das Religiões de Matriz Africana".

Este artigo apresenta os resultados da revisão de literatura acadêmica sobre a economia das festas populares, com foco no Bembé do Mercado de Santo Amaro (BA). O texto está dividido em três partes, além da introdução e das considerações finais. Na primeira seção são tecidas algumas considerações sobre o campo acadêmico de estudos sobre as festas. A segunda, Procedimentos Metodológicos, apresenta a aplicação do método Proknow-C para a construção do portfólio bibliográfico da pesquisa. Por fim, na terceira seção são apresentadas considerações sobre como a economia das festas populares é tratada em estudos acadêmicos.

1. AS FESTAS COMO OBJETO DE PESQUISA ACADÊMICA

A sociedade brasileira apresenta nos noticiários (nacionais e internacionais) a pujança de seus atos festivos, o que a tornou conhecida como uma nação festeira. A Bahia se sobressai: "aqui é festa todo dia", diriam alguns. Além dos eventos mais aclamados, como o carnaval e os festejos juninos, existem festas rurais, urbanas, cívicas,

tradicionais e festivais de toda sorte. Tais atos são expressos em pequenos, médios e, por vezes, em grandes comemorações, cortejos, desfiles e cerimônias, revelando a experiência brasileira em realizar festejos, sagrados e profanos, em formatos híbridos. Entretanto, não podemos desconsiderar que outros países também apresentam um calendário festivo considerável, a exemplo do Uruguai, da Colômbia e de Portugal.

O interesse dos estudiosos pelas manifestações tidas como populares no Brasil aparece na literatura com mais afinco ao final do século XVIII e início do século XIX, um cenário marcado pelas transformações desencadeadas pela Revolução Industrial. No período, destacam-se as pesquisas folcloristas e a “descoberta” de uma infinidade de festas populares ligadas ao imaginário da época. É preciso ressaltar, no entanto, que no Brasil, o ato de festejar já existia bem antes do processo de colonização, ainda com os indígenas o ato de cultuar relacionando o sagrado com a vida na natureza já era uma prática comum. Em África, também é marcante a celebração no dia a dia dos povos africanos, os quais aqui foram trazidos escravizados e, comumente, reproduziram a alegria de celebrar. No entanto, parte do que discutimos como festas populares na literatura brasileira é resultado das ações catequizantes que foram intuídas não somente aos índios, como também aos negros que aqui foram escravizados (FERREIRA, 2013).

As manifestações culturais, como caboclinhos, bumba meu boi, maracatus, cavalhadas, congadas e outras são resultantes de uma ação pedagógica católica ao buscar inculcar nas populações usos e costumes da civilização ocidental, situação comum no processo de negociação para sobrevivência entre os povos. Por sinal, mesmo as congadas africanas são frutos do diálogo entre as realezas africanas e portuguesas, ainda no século XV. Serviam não somente à imposição da religião católica na África Lusitana, como também para a valorização e o reconhecimento dos monarcas negros pela sociedade branca européia (FERREIRA, 2013).

Não por acaso, mas entendendo os diversos significados imbricados nas mediações que constituem as festas brasileiras, Rita Amaral (1998), na tese de doutorado “Significados do festejar no país que não é sério”, alude aos diferentes sentidos e modos de organização de sete festas realizadas em diferentes regiões do país: Oktoberfest, no Sul; Festa de Nossa Senhora de Achiropita e de Peão Boiadeiro, no Sudeste; São João,

no Nordeste; Círio de Nazaré e Festa de Parintins, no Norte; e as festas do Divino Espírito Santo, no Oeste.

Para Amaral (1998), toda festa tem como principais características a superação das distâncias entre os indivíduos, a produção de um estado de efervescência coletiva e a transgressão das normas coletivas. Além do mais, a festa também assume uma função essencial à organização, a estruturação e a regeneração da sociedade. Sem ela, como aponta Michel Maffesoli (1985), uma sociedade desintegra-se facilmente.

Pondera ainda Amaral (1998) que, na contramão da ideia banal associada ao divertimento, a festa deve ser considerada como algo sério, haja vista que pode ser entendida como segunda finalidade do trabalho, vindo logo após a necessidade de sobrevivência. Ademais, acrescenta a atribuição política da festa ao mencionar que a mesma “pode não ser apenas o momento do divertimento, do alegre gozo da vida, como também o espaço de protestos, da afirmação cultural, da organização de grupos, de relação mais afetivas, de resistência à opressão cultural e social ou mesmo de catarse” (AMARAL, 1998, p. 90).

A produção científica desenvolvida por Amaral (1998) destaca-se nos estudos brasileiros sobre festa populares. Isso se dá, mais precisamente, pelo modo como a pesquisa foi consolidada metodologicamente. A partir de uma revisão bibliográfica e documental, a autora conseguiu realizar um levantamento existente, até o período, do estudo sobre festas e festas populares no Brasil. O estudo extrai alguns elementos recorrentes em outras pesquisas e analisa-os.

Conforme a pesquisadora (AMARAL, 1998), os estudos acadêmicos sobre festas no Brasil se dão a partir da década de 1930. Entre os estudos encontrados em seu levantamento bibliográfico, destacam-se os trabalhos “Carnavais, malandros e heróis – para uma sociologia do dilema brasileiro” de Roberto da Matta (1978) e “Festa no Pedaco-cultura popular e lazer na cidade” de José Guilherme Magrani (1984).

A discussão acerca da festa como objeto e/ou conceito é resultado das discussões elencadas no que alguns autores chamam de “escola fenomenológica”. Entre os autores que se destacam na maioria dos estudos sobre festa, segundo Amaral (1998), estão: George Dumizil (1975) Roger Caillois (1950), René Gerard (1990), George Bataille (1973), Jean Duvigraud (1976), Mircea Eliade (1972) e Emile Durkheim (1968).

Amaral (1998) ressalta, contudo, que apesar da imensidão de pesquisas encontradas, percebeu algumas discrepâncias entre a quantidade encontrada de trabalhos e a qualidade dos dados contidos neles. Muitos por sinal, afirma a autora, estavam dentro de uma abordagem mais relacionada com a tradição e o folclore. Situação que espelha a realidade do resultado de nossa pesquisa, tendo em vista que muitos dos estudos encontrados estão voltados a uma ideia de tradição e, portanto, se restringem a uma concepção de festa ao campo da etnografia e da antropologia, âmbitos científicos pioneiros nos estudos sobre festa no Brasil.

Conforme Felipe Ferreira (2013), no Brasil foram afixados certos conceitos que territorializaram as formas de festejar determinantes para associarmos o festejo a pertença a algum lugar específico. Desse modo, criou-se uma geografia etnográfica das festas. Por exemplo, as festas mais ligadas às vertentes europeias estão mais centradas na região Sul do país, enquanto as festas sertanejas encontram-se nas cidades interioranas do eixo Rio de Janeiro e São Paulo, compartilhando um pouco com o estado de Minas Gerais. Já as festas negras são destacadas na cidade de Salvador e região do Recôncavo, na Bahia. As festas indígenas ficam mais concentradas na região amazônica e Centro-Oeste. Contudo, nos últimos anos, essa geografia festiva brasileira já tem sentido algumas mudanças fruto das imigrações.

Para Susana Gastal e Liliane Guiterres (2013), as festas tidas como tradicionais se dão em grande e íntima inter-relação com o território e com o sagrado, pensamentos que foram subvertidos pela modernidade, ante a presença da máquina, da fábrica e em seguida da globalização. Mesmo assim, permanecem sendo constituídas de diferentes formas e lugares. Bruno Cavalcante (2013) divide as festas públicas brasileiras em duas grandes categorias: 1) forma social desfile, como nos casos dos carnavais e desfiles cívicos; 2) forma praça pública, também conhecida por festas de largos, onde não há separação entre atores e espetáculos, e ocorrem majoritariamente de forma circular.

Bruno Cavalcante (2013), afirma que ainda no século XX, o interesse em estudar sobre festas no Brasil foram extrapolados às ciências sociais, aos folcloristas e historiadores e começou a despertar o interesse de outras áreas de conhecimento, como a economia. A realização da festa começou a impactar diretamente na rotina da cidade e, conseqüentemente, assumiu novos planos, onde a vida se circunscreve. Se durante o

período da Idade Média, conforme Mikhail Bakhtin (1987), as festas tinham como característica principal a alegria, a irreverência, o excesso e o transbordamento da paródia na inversão de sentidos, o início do século XX trouxe às festas a valorização da prática do lazer e com ela novas oportunidades de produção de riqueza, de receita e de negócios.

A realização de festas envolve inúmeras ações que perpassam diretamente pelas dimensões simbólica, cidadã e econômica da cultura, tão defendidas pelo ex-ministro da Cultura, Gilberto Gil (2004). A realização das festas envolve os processos de criação, de produção, difusão e organização da cultura de diferentes segmentos culturais como a música, a moda, o artesanato, o patrimônio, a gastronomia, o design, o audiovisual e outros. Essas produções geram uma economia expressiva, as quais redimensionam a relação entre cultura e desenvolvimento e chamam atenção da “economia da diversão” (FARIAS, 2001), da “economia lúdica da fé”, nos casos de festas com cunho religioso (MATOS, 2010) e da “festa negócio” (MIGUEZ, 2011).

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Optamos por utilizar a metodologia ProKnow-C (ENSSLIN et al, 2010) para realizar a revisão de literatura acadêmica sobre o Bembé do Mercado e a Economia da Festa. Para começar, criamos uma base de dados no Excel, para a organização dos trabalhos científicos, composta pelos seguintes campos: título; tipo; ano; área; autor; resumo; palavra-chave; fonte; palavra pesquisada; link de acesso e aplicabilidade. Em seguida, definimos três grupos de palavras-chave relacionadas ao objetivo da pesquisa desde a economia da cultura e gestão cultural, no conjunto mais amplo, passando pela economia da festa, festas populares e candomblé, no conjunto intermediário, até alcançar o grupo específico Bembé do Mercado e Santo Amaro.

Quadro 1- Grupos de palavras-chave

| Palavras-Chave | | |
|---------------------------------------|---|--------------------------------|
| Grupo Amplo | Grupo Intermediário | Grupo Específico |
| Economia da cultura e gestão cultural | Economia da festa, festas populares e candomblé | Bembé do Mercado e Santo Amaro |

Fonte: Elaboração própria.

Em um primeiro momento, realizamos o teste de aderência das palavras-chave de forma isolada no buscador Google, a fim de encontrar trabalhos que se relacionassem

com o tema da pesquisa. Como resultado, decidimos combinar a primeira expressão do grupo amplo com o grupo intermediário e específico. Assim, as combinações desse conjunto de termos formaram as seguintes palavras-chave: a) economia da festa; b) festas populares e economia; c) economia criativa e festas populares; d) economia da cultura e festas populares; e) economia e cultura popular; f) Bembé do Mercado e economia; g) Bembé do Mercado; candomblé e economia criativa.

Foram consideradas as seguintes bases de dados para o levantamento de materiais: Scielo, Biblioteca Digital Brasileira e Teses e Dissertações (BDTD), Portal de Periódicos Capes e Google Acadêmico. A coleta nas bases de dados foi executada no período de 18 a 26 de abril de 2020 e incluiu pesquisas acadêmicas divulgadas por meio de artigos, teses, dissertações e relatórios de pesquisa. Acrescentamos também documentos oficiais e relatórios de políticas públicas identificados em plataformas institucionais, como o Caderno 7 do Ipac sobre o Bembé do Mercado, tendo em vista a relevância dos documentos.

Os critérios de classificação utilizados no mapeamento bibliográfico foram: título, tipologia, fonte e ano de publicação. Incluímos no escopo desse levantamento estudos, reflexões e diagnósticos nos quais os temas Economia da Festa e Bembé do Mercado apareceram em suas mais variadas modalidades, como temas centrais na análise proposta. Outro fator considerado na delimitação foi a publicação do texto no Brasil, não sendo avaliado o impacto internacional da área. A pesquisa identificou e organizou cerca de 580 publicações na área da economia da festa e do Bembé do Mercado que compuseram o Banco de Publicações Brutas (BPB).

Quadro 2- Composição do Banco de Publicações Brutas

| Bases de Dados | Publicações |
|-------------------------|-------------|
| BDTD | 428 |
| Portal Periódicos Capes | 2 |
| Google Acadêmico | 145 |
| Scielo | 5 |
| TOTAL | 580 |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

A Filtragem do BPB (Quadro 2), segunda etapa do levantamento bibliográfico, teve por objetivo identificar trabalhos repetidos, encontrados em diferentes bases de dados, e aqueles que não estavam de fato alinhados com a temática da pesquisa. Das 580

publicações, 180 (69%) eram redundantes e foram excluídas, restando 400 publicações no BPB. Na etapa seguinte, foi realizada a leitura dos títulos das publicações, excluindo-se 291 publicações com abordagens em áreas de conhecimento e disciplinas pouco relevantes para a pesquisa de mestrado em cultura e sociedade.

Quadro 3: Portfólio bibliográfico

| # | Título | Tipo | Autores | Ano |
|----|--|-------------|--|------|
| 1 | Festas Populares na Bahia: Gestão e Dinâmica Identitária | Artigo | Eduardo Davel, Marcelo Dantas | 2019 |
| 2 | Instrução Registro Bembé Do Mercado | Relatório | IPHAN | 2019 |
| 3 | As Políticas Públicas de Preservação Aos Locais Destinados Às Práticas Culturais Coletivas – Instrumentos Legais: Registro De Lugar X Tombamento | Dissertação | Mateus Torres Barbosa | 2017 |
| 4 | A Relevância dos Eventos Culturais Para a Economia Criativa - Pesquisa Qualitativa na Praia da Pipa, Tibau Do Sul/RN | Dissertação | Gabriela Targino | 2015 |
| 5 | Mensuração de Eventos Culturais: Estudo Aplicado na Festa do Divino em Pirenópolis – GO | Dissertação | Vinicius Mascarenhas Guerra Curvina | 2015 |
| 6 | Bembé do Mercado | Caderno | IPAC | 2014 |
| 7 | Bembé Do Mercado De Santo Amaro: O Patrimônio Afro Imprime As Cores Da Festa | Artigo | Ana Rita de Araújo Machado | 2012 |
| 8 | A Festa a Nossa Senhora dos Altos Céus e as Danças Tradicionais da Lousa : o Valor da Cultura de um Povo, a Força da sua Identidade, Coesão Social e Economia da Cultura Perante a era da Globalização | Dissertação | Helena Maria de Matos, Gregório V. Francisco | 2012 |
| 9 | Belém em Festa: a Economia Lúdica da Fé no Círio de Nazaré | Tese | Lucília da Silva Matos | 2010 |
| 10 | Cultura, Religiosidade e Comércio na Cidade: A Festa Em Louvor À Nossa Senhora Do Rosário Em Catalão – Goiás | Tese | Carmem Lúcia Costa | 2010 |
| 11 | Bembé do Largo do Mercado: Memórias Do 13 De Maio | Dissertação | Ana Rita de A. Machado | 2009 |
| 12 | Algumas Notas Sobre a Economia do Carnaval Da Bahia | Artigo | Paulo Miguez | 2008 |
| 13 | Economia e Cultura no Circuito das Festas Populares Brasileiras | Artigo | Edson Farias | 2005 |
| 14 | Carnaval, turismo e trabalho informal na Bahia: tanto negócio e tanto negociante | Artigo | Marília de Oliveira, Orlando de Oliveira | 2005 |
| 15 | Ócio e Negócio: Festas Populares e Entretenimento-Turismo No Brasil | Tese | Edson Silva de Farias | 2001 |
| 16 | Os Tabuleiros da Festa: Pequenos Negócios & Muitos Negociantes Do Carnaval Baiano | Artigo | Elizabeth Loiola e Paulo Miguez | 1996 |

Fonte: Elaboração própria (2020)

As 109 publicações foram submetidas a uma leitura dos resumos, bem como introdução e conclusão, quando necessário, a fim de verificar a adequação dos trabalhos com o tema da pesquisa. Como resultado, 36 publicações foram selecionadas. A etapa seguinte foi a leitura parcial dos textos, onde 20 foram excluídos pelo baixo alinhamento,

restando 16 documentos que compuseram o Portfólio Bibliográfico Final (QUADRO 3). Os textos estão sendo utilizados como referências para a pesquisa de mestrado. A próxima seção apresenta, de forma panorâmica, as principais tendências e abordagens da economia das festas populares nas publicações encontradas.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O antigo Ministério da Cultura definia os setores criativos como “aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social” (BRASIL, 2012, p.22). Para a Unesco (2015, p.11), nos setores criativos “o principal objetivo é a produção ou reprodução, promoção, distribuição ou comercialização de bens, serviços e atividades de natureza cultural”. O final do século XX foi marcado por diversas transformações no cenário econômico mundial, uma delas foi a inserção da cultura e da criatividade na agenda política do desenvolvimento econômico em várias instituições e países.

Segundo Daniele Canedo (2019), a popularidade da economia criativa é motivada e justificada, entre outros fatores, pelos indicadores de movimentação financeira nos setores que são abarcados pelo conceito. Ora, se por um lado tais indicadores acentuam o potencial dos setores criativos na geração de emprego e renda, por outro tendem a associar a economia criativa ao modelo capitalista de produção, deixando de lado a multiplicidade de modelos de negócio e atuação profissional inerentes ao campo das artes, da cultura e da economia criativa (CANEDO, 2019).

Canedo (2019) ressalta que a economia criativa envolve diferentes atividades de troca, não necessariamente incluídas em um único modelo de atuação baseado no lucro capitalista. Por isso, a autora propõe que é importante levar em consideração uma classificação que ressalte as particularidades dos variados modelos de negócios dentro de cada setor criativo. A classificação proposta é organizada em três níveis, a saber: 1) Especializado e Profissional; 2) Autônomo e Comunitário; e 3) Social e Experimental. A autora apresenta um conjunto de características que distinguem a atuação em cada um dos níveis, a exemplo da forma como as ações são financiadas, o nível de profissionalização, a geração de renda e a articulação em rede. Por fim, Canedo (2019) ressalta a possibilidade de mobilidade dos atores entre os diferentes níveis e a

coexistência de diferentes modelos de negócios em um mesmo setor, expressão cultural ou evento.

Este parece ser o caso das festas populares. A análise das publicações que compõem o portfólio bibliográfico evidencia, como primeiro resultado da revisão de literatura, a **coexistência de diferentes modelos de negócios** na economia das festas populares. A conformação das festas populares parece incluir pequenas, médias e grandes produções culturais e atores sociais com interesses diversos e por vezes conflitantes. Para Paulo Miguez (2008), por desenvolver múltiplos negócios e movimentar um grande número de atores públicos e privados, a festa acaba assumindo ao mesmo tempo uma lógica comum às práticas econômicas, garantindo a ela a condição de grande mercado do lazer. A festa se torna assim, um eixo impulsionador e organizador de uma robusta e multifacetada economia na cultura (MIGUEZ, 2008).

O destaque das **redes e a multiplicidade de atores** que compõem a economia da festa são recorrentes na revisão de literatura. Para Cavalcante (2013), o novo lugar assumido pela festa no setor econômico apresenta implicações sobre o lugar político da festa, seja ao tratar das escolhas dos gestores públicos, seja no que se refere ao posicionamento dos atores que gravitam em torno da festa e aqueles que são beneficiados ou prejudicados por seus rumos.

Davel e Dantas (2019) apresentam algumas nuances importantes para discutir uma concepção de gestão pautada pela prática da negociação de sentidos - entre os diferentes organizadores da festa - que move a dinâmica identitária. A primeira diz respeito à diferença da concepção de evento, as festas populares compõem “um tipo específico de festa, em que a efervescência organizadora emerge da população” (DAVEL, DANTAS, 2019, p. 203). Por isso, se eventos e projetos podem ser a confluência da gestão de desejos e criação individuais, festas populares, ao contrário, são resultados de um desejo coletivo.

Em geral, também foi identificada a tendência dos estudos acadêmicos a enfatizar como as festas populares **mobilizam a economia local**. Ana Lucilia Matos (2010) analisa as transformações das práticas de lazer no Círio do Nazaré, em Belém, com ênfase em aspectos econômicos, políticos e culturais. Matos defende a tese da economia lúdica da fé como instrumento analítico. A economia lúdica da fé está ligada aos

processos econômicos da cadeia produtiva da festa e da cultura, desde a fase de criação, produção, circulação e consumo de produtos, mensagens, imagens e outros objetos e práticas simbólicas que se materializam no espaço e tempo dos eventos culturais e artísticos. São eventos onde a fé assume um papel relevante para o capital sendo este mediado pelo prazer, pelo encontro e, claro, pela diversão. Ou seja, economia, religião e ludicidade estão entrelaçadas.

No Rio Grande do Norte, a dissertação de Gabriela Targino (2015) assinala a importância de festas e eventos culturais para a dinâmica da economia local na Praia da Pipa, no município de Tibau do Sul. O trabalho parte de uma abordagem qualitativa e etnográfica, e utiliza ferramentas técnicas como registros fotográficos, observação participante e entrevistas semiestruturadas para analisar quatro eventos culturais que demandam movimentação estrutural, logística e de gestão no município. Conforme a autora, as dinâmicas desenvolvidas nas atividades desses eventos alteram a logística diária, possibilitam a inserção da cidade na agenda do turismo nacional, além de mobilizar mão de obra e gerar renda na região.

As pesquisas acadêmicas consultadas também ressaltam que a economia da festa **impacta diferentes setores, criativos e não criativos**. Ana Lucilia Matos (2010), na pesquisa sobre o Círio do Nazaré, em Belém, destaca como o evento mobiliza outros setores da economia criativa, como rádio, TV, moda, literatura, cinema, espetáculos artísticos, museus e outros. Em “Os Tabuleiros da Festa: Pequenos Negócios e Muitos Negociantes do Carnaval Baiano”, Elizabeth Loiola e Paulo Miguez (1996) definem tipologias e analisam a contribuição das redes de trabalhadores informais que atuam no Carnaval de Salvador. O estudo desvela as múltiplas oportunidades de negócios que envolvem a festa. Os autores citam como as festas mobilizam o turismo e as redes hoteleiras; serviços de restaurantes e bares; as concessionárias de serviços urbanos com as empresas de transporte coletivo, frota de táxis; as entidades públicas com as empresas de limpeza urbana, secretarias de saúde municipal e estadual e rede hospitalar; economia dos blocos e camarotes; e o comércio de rua (LOIOLA, MIGUEZ, 1996).

Uma tendência recorrente nos trabalhos analisados é o foco nas **condições de financiamento e na sustentabilidade financeira** da festa. Em Catalão, Goiás, Carmem Costa (2010) apresenta a experiência da economia da Festa de Nossa Senhora dos

Rosários, outrora conhecida como Congadas de Catalão, uma das diversas festas populares que representam a inunção entre os católicos e os povos negros. A festa é realizada com o apoio do Estado, mas também conta com o patrocínio de grandes empresas locais que reproduzem as suas publicidades nas imagens da Congada para todo o Brasil. Os recursos financeiros arrecadados são distribuídos de forma igual entre os Ternos para que possam garantir as condições necessárias para os dançarinos participarem da Festa. A outra parte dos recursos fica para a manutenção da Irmandade de Nossa Senhora do Rosário. Para a autora, diferentes festas brasileiras acontecem no mesmo espaço do comércio, principalmente nas feiras livres, enquanto outras adentram a esse espaço e criam o seu comércio durante a festa. No mesmo lugar onde o sagrado é aclamado, o profano cerceia e com ele os aspectos econômicos aparecem mais latentes.

No relato sobre a festa Nossa Senhora do Rosário dos Homens Pretos em Salvador, a professora Sara Farias (1997) afirma que desde os séculos XVIII e XIX, os irmãos negros já proviam de uma economia específica para a manutenção de seus festejos. Além das colaborações individuais dos irmãos, os livros de receitas informam que os recursos eram advindos dos peditórios, doações, esmolas e outros, os quais se revertiam em compras de alforrias de negros escravos na época. Tais práticas foram sendo incorporadas por longos anos e a irmandade conseguiu adquirir alguns patrimônios físicos e esses ampliaram as possibilidades de arrecadação de recursos. Esse modelo de gestão da festa contribuiu para que a irmandade alcançasse os seus três séculos de existência.

No Recôncavo baiano, na cidade de Cachoeira, tem-se a festa Nossa Senhora da Boa Morte. A confraria que forma a Irmandade de Nossa Senhora da Boa Morte, constituída apenas por mulheres negras, é outro exemplo, de como as irmãs já desenvolviam técnicas para a manutenção da festa, entre elas as doações por meio dos livros de ouro, as vendas de joias e outras práticas (IPAC, 2011).

Alguns trabalhos analisados ressaltam a **perspectiva dos detentores e realizadores** com a dimensão econômica das festas. Em Portugal, Helena Francisco, (2012) ao analisar a festa de Nossa Senhora dos Altos Céus, na aldeia da Lousa, foca no modelo de gestão da dimensão econômica da festa e na visão que dessa gestão têm os que nela participam. De acordo com os resultados observados em campo, aplicados em

uma perspectiva interpretativa e etnográfica, Francisco (2012) relata que a forma como a economia da festa é conduzida não pretende gerar fins lucrativos, mas sim angariar determinado valor monetário que apenas garanta as despesas inerentes à festa. Assim, segundo a autora, as receitas geradas pela festa são doadas à igreja e aplicadas em situações específicas para o aperfeiçoamento das condições físicas do espaço, entre outros fins. Por isso, ressalta a autora, que a finalidade lucrativa não é vista como um fim da realização da festa, mas sim uma consequência.

Por fim, é importante destacar que, em geral, as pesquisas acadêmicas sobre a dimensão econômica das festas populares apresentam uma **perspectiva histórica** da relação entre festas e economia. Paulo Miguez (1995, 2011), em seus estudos sobre o carnaval, aponta que a relação entre a economia e a festa não é recente. Desde a época do Entrudo lusitano, os negros escravizados e libertos fabricavam e comercializavam limões de cera que serviam de munição nos embates em rua. Mais adiante, no século XX, utilizavam da popularidade da festa para a promoção, a divulgação e o crescimento dos negócios, como concursos musicais, de fantasias e mascarados, em parte sendo patrocinados por grandes casas comerciais de rádio e jornais.

Já o professor e pesquisador Edson Farias (2001), em sua tese “Ócio e negócio: festas populares e entretenimento no Brasil” considera a singularidade histórica e o significado sociocultural da festa. O autor busca compreender o movimento de confluência das expressões culturais lidas como "populares" e o mecanismo do entretenimento durante o processo de modernização turística no Brasil. O estudo analisa a forma como as práticas culturais populares têm sido ressignificadas na relação com os mercados, ensejando a efetivação institucional dos circuitos das festas populares como gigantescos eventos de entretenimento, de lazer e da diversão dentro de uma sociedade de consumidores (FARIAS 2001/2005).

No que tange ao Bembé do Mercado, destacam-se os estudos de Ana Rita Machado (2009/2014). A dissertação da autora, intitulada “Bembé do Largo do Mercado: Memórias do 13 de maio” (2009), apresenta a festa sob o viés da memória, da história, do patrimônio, da etnografia e de aspectos atinentes à constituição da festa. Já o caderno 07 do Ipac - Bembé do Mercado (2014) reúne atores que estudam sobre a festa a partir de olhares historiográficos e descritivos, bem como consta nele o relato de registro

como patrimônio imaterial da Bahia. Posteriormente, para o reconhecimento da festa como patrimônio imaterial brasileiro, o processo de Instrução do Registro do Bembé do Mercado para o IPHAN (2019), destaca aspectos etnográficos, históricos, sociais e culturais da festa. Ressalta-se, no entanto, que os estudos sobre o Bembé do Mercado identificados na revisão de literatura não apresentam a dimensão econômica da festa, o que reforça a relevância da pesquisa de mestrado em desenvolvimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como bem elenca Sant'anna (2013, p.22) “a festa é um fenômeno sociocultural indissociável da história, da economia, das relações de poder, e da organização das sociedades humanas”. No Brasil, como vimos no decorrer da discussão, diversos autores já apresentaram algumas perspectivas sobre a relação entre economia e festa. A análise do estado da arte levantado pela metodologia ProKnow-C possibilitou uma compreensão ampla e diversa acerca da literatura existente sobre a economia das festas populares.

A revisão de literatura evidenciou algumas tendências nos trabalhos analisados. Destaca-se, como ponto de partida, que é comum que os trabalhos apresentem uma perspectiva histórica da relação entre festa e economia, seja justificando historicamente como a relação se desenvolveu no geral ou no caso particular da festa em questão. Os trabalhos também costumam ressaltar as condições de financiamento e sustentabilidade financeira da festa.

Há nas pesquisas analisadas uma concordância em relação ao fato de que as festas populares, sejam elas sagradas ou profanas (ou as duas coisas ao mesmo tempo), mobilizam a economia local, impactando direta e indiretamente diferentes setores, modelos de negócios diversos e uma multiplicidades de atores e redes. Portanto, na economia das festas coexistem atores com interesses diversos e até mesmo divergentes e conflitantes. Por fim, é importante destacar a perspectiva da relação dos detentores e realizadores com a dimensão econômica da festa, normalmente justificada tendo em vista a necessidade de gerar recursos para garantir a sustentabilidade financeira da própria festa.

No entanto, é importante destacar a lacuna de dados e indicadores que viabilizem uma compreensão mais detalhada sobre a dimensão econômica das festas a partir das análises, em geral qualitativas, presentes nos trabalhos identificados. Ademais, ainda não

encontramos pesquisas no âmbito da economia da cultura e criativa que se dediquem aos aspectos econômicos do Bembé do Mercado, de Santo Amaro da Purificação (BA).

Referências

AMARAL, Rita. **Festa à Brasileira: sentidos do festejar no país que “não é sério”**. Tese (Doutorado em Antropologia) Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

BAHIA. Governo do Estado da Bahia. Secretaria de Cultura. Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia. ____ **Cadernos do IPAC, 7 - Bembé do Mercado**. Salvador: Fundação Pedro Calmon, 2014.

BAKTHIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**. Brasília: Ed. Da UnB, 1993.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações: 2011 a 2014**. 2. ed. Brasília, DF, 2012.

CANEDO, Daniele. **Gestão cultural e economia criativa**. In: RUBIM, Albino Canelas. *Gestão cultural*. - Salvador: EDUFBA, 2019.

CAVALCANTI, Bruno. **Novos lugares da festa- tradições e mercados**. In: Itaú Cultural. *A Festa em múltiplas dimensões*. 2013. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=pj5aCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=%22Economia+da+festa%22+&ots=c5TbeUvx9S&sig=aHcwkaWqESNiLI5lk0UodMn7NKA#v=onepage&q=%22Economia%20da%20festa%22&f=false>. Acesso em: 22 de abril de 2020.

COSTA, Carmem Lúcia. **Cultura, religiosidade e comércio na cidade: a festa em louvor à Nossa Senhora do Rosário em Catalão – Goiás**. Tese (doutorado) - Universidade de São Paulo, USP, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. São Paulo, 2010.

DA MATA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis. Para uma sociologia do dilema brasileiro**. Rio de Janeiro, Zahar, 1978.

DAVEL, Eduardo; DANTAS, Marcelo. **Festas Populares na Bahia: Gestão e Dinâmica Identitária**. PRAGMATIZES- REVISTA LATINO AMERICANA DE ESTUDOS EM CULTURA, v. 9, p. 203-224, 2020.

ENSSLIN, L., Ensslin, S. R., Lacerda, & Tasca, 2010a. ProKnow-C, Knowledge Development Process- Constructivist. **Processo técnico com patente de registro pendente junto ao INPI**. Brasil.

_____, _____, _____, _____. 2010b. Processo de Seleção de Portfólio Bibliográfico. **Processo técnico com patente de registro pendente junto ao INPI**. Brasil.

FARIAS Edson Silva de. **Ócio e negocio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil**. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP, 2001.

_____. **Economia e cultura no circuito das festas populares brasileiras**. Sociedade e

Estado. [online], v.20, n.3, p.647-688, 2005. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69922005000300007&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em: 30 de abril de 2020.

FERREIRA, Felipe. **Festejando**. In: Itaú Cultural. A Festa em múltiplas dimensões. 2013. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=pj5aCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=%22Economia+da+festa%22+&ots=c5TbeUvx9S&sig=aHcwkaWqESNiLI5lk0UodMn7NKA#v=onepage&q=%22Economia%20da%20festa%22&f=false>. Acesso em: 22 de abril de 2020.

FRANCISCO, Helena Maria de Matos Gregório Vicente. **A festa a Nossa Senhora dos Altos Céus e as danças tradicionais da Lousa : o valor da cultura de um povo, a força da sua identidade, coesão social e economia da cultura perante a era da globalização**. Dissertação. Universidade Aberta, 2012. Disponível em: <https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/2947>. Acesso em: 22 de abril de 2020.

GASTAL, Susana ; GUTERRES, Liliane S. **Festa: a forma para além do conteúdo**. In: ITAÚ CULTURAL. A Festa em múltiplas dimensões. 2013. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=pj5aCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=%22Economia+da+festa%22+&ots=c5TbeUvx9S&sig=aHcwkaWqESNiLI5lk0UodMn7NKA#v=onepage&q=%22Economia%20da%20festa%22&f=false>. Acesso em: 22 de abril de 2020.

LOIOLA, Elizabete e MIGUEZ, Paulo. **Os Tabuleiros da Festa: Pequenos Negócios & Muitos Negociantes Do Carnaval Baiano**. In: FISCHER, Tania (org.). **O Carnaval Baiano: Negócios e Oportunidades**. Brasília: SEBRAE, 1996. p. 23-46.

MACHADO, Ana Rita de Araújo. **Bembé do Largo do Mercado: Memórias do 13 de maio. Salvador**. Dissertação (Mestrado) - Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Estudos Étnicos e Africanos (PÓS-AFRO) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, 2009.

_____. **Introdução; Metodologia; Santo Amaro no contexto do Recôncavo baiano; O bembé e suas especificidades**. In: BAHIA. Secretaria de Cultura. Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia. **Bembé do Mercado**. Cadernos do IPAC, 7; textos de Ana Rita Machado et. al. Salvador: Fundação Pedro Calmon, 2014, pp. 21-102.

MAFESSOLE, Michel. **A sombra de Dionísio- Contribuição a uma sociologia da orgia**. Rio de Janeiro, Grall, 1985.

MIGUEZ, Paulo. **Algumas notas sobre a economia do carnaval da Bahia**. In: revista INTERFACES –Número 11/2008. Centro de Letras e Artes. Universidade Federal do Rio de Janeiro.

OLIVEIRA, Marília F.S, OLIVEIRA, Orlando J. R. **Carnaval, turismo e trabalho informal na Bahia: tanto negócio e tanto negociante**. Caderno Virtual de Turismo. Vol 5, Nº 4, 2005

MATOS, Lucília da Silva. **Belém em festa: a economia lúdica da fé no Círio de Nazaré**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

TARGINO, Gabriela. **A relevância dos eventos culturais para a economia criativa - pesquisa qualitativa na Praia da Pipa, Tibau do Sul/RN**. Dissertação (Mestrado em Estudos Urbanos e Regionais) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2015.