

Especial

# Blocos de rua e economia urbana

Se nas escolas de samba o trabalho ocorre, majoritariamente, nos bastidores, nos blocos de rua, a economia criativa se materializa de forma visível no espaço urbano. Grandes blocos demandam planejamento, estrutura técnica, licenciamento e uma equipe numerosa para garantir segurança e funcionamento.

Presidente do Suvaco da Asa, Pablo Feitosa destaca a dimensão econômica desses eventos. “Blocos como o Suvaco da Asa movimentam muito a economia criativa. No dia da folia, temos mais de 400 pessoas trabalhando, do carregador ao engenheiro, do varredor ao médico”, afirma.

Antes mesmo do dia da folia, profissionais como engenheiros, técnicos de som, eletricitistas e produtores já estão envolvidos na montagem da estrutura. Para viabilizar financeiramente o bloco, é preciso diversificar as fontes de recurso. “Buscamos atividades como venda de camisetas, festas, participação em editais e apresentações em outros espaços. Precisamos de recursos para estar na rua”, explica.

O impacto econômico extrapola o evento em si. A expectativa é de que a edição de 2026 da festa em Brasília supere os números registrados no ano passado, que teve um movimento de cerca de R\$ 320 milhões na economia local, segundo dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). “Toda a cadeia de transporte, hotelaria, comércio e serviços é movimentada. O governo precisa olhar para isso como política econômica”, defende Feitosa.

Minervino Júnior/CB/D.A.Press



Bloco de carnaval Suvaco da Asa

## Empreendedorismo criativo e feiras

Paralelamente aos blocos e desfiles, as feiras criativas se consolidam como espaços estratégicos para o empreendedorismo carnavalesco. Moda autoral, acessórios artesanais, fantasias independentes e produtos sustentáveis encontram no carnaval um público disposto a experimentar.

Para o curador Antônio Sousa, as feiras funcionam como catalisadoras de renda. “Elas concentram visibilidade, circulação de dinheiro e troca simbólica. Conectam criadores diretamente ao público”, explica. Segundo ele, o carnaval cria um ambiente propício para vendas rápidas e para a consolidação de marcas.

Antônio Sousa destaca que as feiras de carnaval cumprem um papel que vai além da venda direta. Para ele, esses espaços funcionam como plataformas de visibilidade e legitimação do trabalho criativo. “A feira é onde muita gente consegue, pela primeira

Divulgação/@letiviaveron/@estudioporta

