



Feira de carnaval com curadoria de Antônio Sousa, que comanda o perfil @mapasdeafeto

vez, apresentar seu trabalho como algo profissional, com valor simbólico e econômico”, afirma. Segundo o curador, o carnaval cria um ambiente favorável para essa troca porque o público está mais aberto ao novo, ao autoral e ao feito à mão, o que fortalece pequenos produtores que dificilmente teriam espaço no varejo tradicional.

Outro ponto levantado por Antônio é a concentração de renda no período carnavalesco, que exige planejamento por parte dos empreendedores. “Muitos criadores dependem muito desse curto espaço de tempo. O desafio é conseguir transformar esse pico de vendas em fôlego para o resto do ano”, explica. Para ele, iniciativas de formação, orientação financeira e incentivo à circulação das marcas em outros eventos culturais são fundamentais para ampliar a sustentabilidade dos negócios. “O carnaval pode ser a porta de entrada, mas não deveria ser o único momento de sobrevivência.”

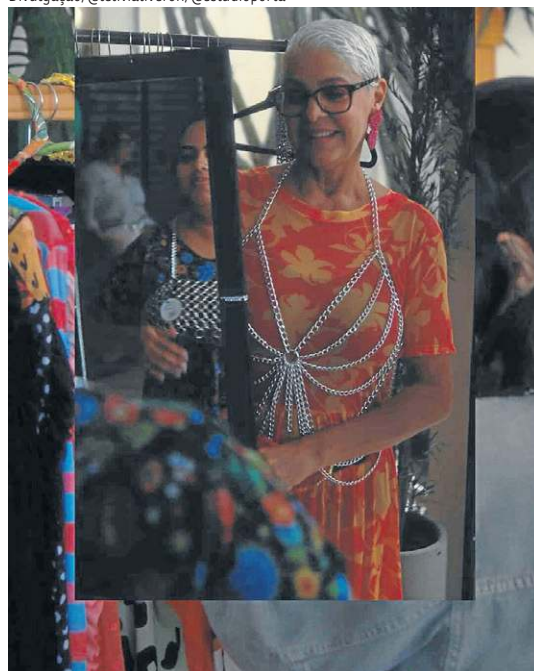
RECONHECIMENTO DA FOLIA

Em sua 9ª edição, o Prêmio CB.Folia reafirma o papel do carnaval de rua de Brasília como expressão cultural, social e econômica da cidade. A premiação reconhece os principais destaques da folia em seis categorias, que vão desde o melhor bloco de rua, avaliado por júri técnico e também por votação popular, até melhor momento do carnaval e as melhores fantasias adulta e infantil. Os vencedores serão anunciados no dia 20 de fevereiro, durante cerimônia no auditório do Correio Braziliense, após um período de votação e avaliação que ocorre entre 8 e 18 de fevereiro.

A comissão julgadora, formada por profissionais da área de jornalismo e convidados definidos pela

organização do prêmio, acompanhará os blocos nas ruas e atribuirá notas de 0 a 10 com base em critérios como animação (peso 5), estrutura (peso 2), sustentabilidade (peso 1) e respeito ao próximo (peso 2). Além disso, o público poderá eleger seu bloco favorito por meio de votação on-line. A equipe do Correio também será responsável por escolher o vencedor da categoria Melhor momento, que reconhece atitudes ou iniciativas marcantes do carnaval deste ano. Já o prêmio de Melhor fantasia contará com participação direta dos leitores, que poderão enviar fotos, além do olhar atento dos fotógrafos do jornal e da avaliação do júri, considerando criatividade, originalidade e atualidade.

Divulgação/@letiviativeron/@estudioporta



Adriana Borges expôs body chains na última feira com curadoria de Antônio Sousa

Já a marca Gia Dachi Carnaval trabalha exclusivamente com tecidos reaproveitados e produção sob encomenda. “As peças são únicas e feitas artesanalmente. A marca só funciona no período de carnaval, mas o trabalho começa muito antes”, explica a criadora.

O crescimento dessas marcas revela uma mudança na forma como o público se relaciona com a moda carnavalesca. A fantasia descartável dá lugar a peças autorais, feitas à mão e carregadas de identidade. Essa tendência dialoga com debates contemporâneos sobre sustentabilidade e consumo consciente.

Para Adriana Borges, criadora de body chains artesanais, o carnaval é o principal momento de venda. “Esse movimento começa no final do ano e só termina depois dos blocos”, afirma. As peças, muitas vezes, extrapolam os dias de folia e passam a integrar looks de shows, festivais e praia.

Para o Sebrae, o carnaval representa uma oportunidade estratégica para o fortalecimento da economia criativa. “O carnaval conecta cultura, talento e inovação. O desafio é avançar na formalização, na profissionalização da gestão e em estratégias que permitam ir além do período festivo”, afirma Carlos Cardoso, gerente de negócios em rede do Sebrae no DF.

Segundo ele, ações de capacitação, acesso a crédito e orientação empresarial são fundamentais para transformar iniciativas pontuais em negócios sustentáveis. “O potencial existe. O que falta é continuidade e política pública estruturada”, avalia.

Enquanto esse reconhecimento não se consolida plenamente, o carnaval segue sendo sustentado pela força coletiva de quem costura, cria, canta, produz, vende e ocupa o espaço público. Um trabalho que transforma cultura em renda, identidade em economia e festa em resistência.

Valorização do artesanal e do durável

Na curadoria, a escolha das marcas também passa por um critério estético e político. “Busco projetos que tenham identidade, que entendam o carnaval como linguagem cultural e não apenas como produto descartável”, diz Antônio. Segundo ele, há uma mudança clara no perfil do público consumidor. “As pessoas estão interessadas em saber quem faz, como faz e de onde vem aquilo que elas vestem. Isso muda completamente a relação com o consumo.” Para o curador, fortalecer esse circuito é uma forma de valorizar o trabalho criativo local e reafirmar o carnaval como território legítimo da economia criativa brasileira.

É nesse contexto que surgem iniciativas como a Vamos Carnavalizar, especializada em acessórios feitos à mão. “Ano passado, o maior sucesso foram as ombreiras de macramê. O público valoriza o artesanal”, afirma a criadora Bárbara Lucatelli.