

**GESTÃO DE EVENTOS DE GRANDE PORTE:
A organização do Carnaval de Rua de Florianópolis**

**Gabriela Pereira Oliveira
Orientadora: Ení Maria Ranzan**

RESUMO

A realização de eventos de grande porte representa um importante vetor de desenvolvimento turístico, social e econômico. O Carnaval de Rua, caracterizado por sua herança histórica, popularidade e forte vínculo com o espaço urbano e as manifestações culturais locais, é uma fonte de destaque. Este estudo buscou compreender o formato de gestão do Carnaval de Rua de Florianópolis entre 2017 e 2025, destacando a transição de um planejamento predominantemente público para híbrido e, posteriormente, para o formato de concessão, implementado no triênio 2025–2027, com as Arenas Regionais. De abordagem qualitativa, a pesquisa baseou-se em análise documental, revisão bibliográfica e entrevistas com o Secretário e Superintendente de Turismo (2017–2023) e com o *Head* de Produção da atual empresa permissionária. Os resultados evidenciam avanços na padronização de processos, descentralização territorial e profissionalização da operação, acompanhados de maior complexidade logística. Por outro lado, surgem desafios relacionados à governança, fiscalização territorial, ordenamento urbano e salvaguarda das expressões culturais locais, exigindo acompanhamento e ajustes contínuos.

Palavras-chave: carnaval de rua; carnaval de Floripa; gestão de eventos; concessão de serviço; evento cultural.

ABSTRACT

The organization of large-scale events represents an important driver of tourism, social, and economic development. The Street Carnival, characterized by its historical heritage, popularity, and strong connection to urban space and local cultural expressions, is a significant example. This study sought to understand the management format of the Florianópolis Street Carnival between 2017 and 2025, highlighting the transition from predominantly public planning to hybrid and, later, to the concession format implemented in the 2025–2027 period through the Regional Arenas. Using a qualitative approach, the research was based on document analysis, literature review, and semi-structured interviews with the Secretary and Superintendent of Tourism (2017–2023) and with the Production *Head* of the current concessionaire. The results show advances in process standardization, territorial decentralization, and professionalization of operations, accompanied by increased logistical complexity. However, challenges remain regarding governance, territorial oversight, urban management, and the safeguarding of local cultural expressions, requiring continuous monitoring and ongoing adjustments to ensure balance between operational efficiency and cultural preservation.

Keywords: street carnival; Floripa carnival; event management; service concession; cultural event.

1 INTRODUÇÃO

A realização de eventos de grande porte representa um importante vetor de desenvolvimento turístico, social e econômico nas cidades contemporâneas. No Brasil, eventos de grande porte como o Carnaval exercem papel central na construção da identidade cultural, no estímulo à economia criativa e na promoção de destinos turísticos. Entre os diversos formatos dessa celebração, destaca-se o Carnaval de Rua, caracterizado por sua herança histórica, popularidade e forte vínculo com o espaço urbano e as manifestações culturais locais.

Na cidade de Florianópolis, capital do estado de Santa Catarina, o Carnaval de Rua ganhou destaque nos últimos anos, não apenas pelo crescimento no número de blocos e foliões, mas também pela complexidade envolvida na sua organização, assim como, os impactos positivos que gera para o turismo da cidade. Com uma programação descentralizada, que envolve múltiplos agentes públicos, privados e comunitários, o evento desafia as estruturas tradicionais de gestão e exige planejamento estratégico, coordenação intersetorial e capacidade de resposta às demandas da população e dos visitantes.

O objetivo geral deste trabalho é compreender o formato de gestão do Carnaval de Rua de Florianópolis, destacando seus principais desafios e estratégias. Para alcançar esse objetivo, a pesquisa se orienta por quatro objetivos específicos: (1) compreender a estrutura organizacional do Carnaval de Rua, a partir dos papéis e responsabilidades de órgãos públicos, empresas privadas e blocos comunitários; (2) verificar os processos de planejamento e coordenação intersetorial; (3) observar a programação e a distribuição territorial do evento, bem como a influência da descentralização na gestão do evento; (4) entender de que maneira essa estrutura interfere no interesse e na participação da população e dos turistas.

A escolha do tema se justificou pela relevância crescente do evento no calendário turístico da cidade, bem como pela escassez de estudos acadêmicos que tratem de forma específica da sua estrutura organizacional e dos processos de tomada de decisão envolvidos em sua realização.

A pesquisa teve como base uma abordagem qualitativa, com verificação documental e revisão bibliográfica, centrada na descrição e compreensão dos elementos que compõem a gestão do evento. Foram utilizados dados secundários provenientes de órgãos públicos, reportagens e estudos técnicos. Entrevistas com atores-chaves da organização também foram realizadas, para maior embasamento do trabalho.

A escolha deste tema justifica-se, ainda, pelo interesse acadêmico e pessoal em compreender de maneira detalhada como se dá a organização de um evento de grande porte, que envolve múltiplos atores, fluxos financeiros e uma complexa rede de decisões. O Carnaval de Rua de Florianópolis apresenta-se, nesse sentido, como um objeto de estudo, pois permite observar de perto

os mecanismos de gestão aplicados a um evento de importância cultural e econômica nacional, mas que mantém vínculos profundos com as tradições locais.

Por fim, destaca-se a escassez de estudos acadêmicos voltados especificamente para a gestão do Carnaval de Rua em Florianópolis. No Portal de Periódicos da CAPES, foram encontrados 36 artigos sobre o carnaval do Rio, e nenhum sobre o Carnaval de Florianópolis. Dessa forma, a presente pesquisa pretende não apenas ampliar o conhecimento acadêmico na área de gestão de grandes eventos, mas também fornecer subsídios práticos que possam contribuir para gestores públicos, empresas privadas e produtores culturais, visando o fortalecimento sustentável do carnaval enquanto patrimônio cultural e atrativo turístico.

2 GESTÃO DE EVENTOS CULTURAIS

A gestão de eventos configura-se como um processo complexo e multifásico, que demanda planejamento estratégico, coordenação de recursos e adaptação contínua às particularidades de cada projeto. Conforme salienta Czajkowski Júnior (p.42, 2020), "o evento passa por uma série de estágios e, em cada etapa, cumprem-se tarefas conforme a configuração específica adotada por cada evento". As quatro fases da gestão de eventos – Concepção, Pré-evento, Transevento e Pós-evento – constituem um ciclo integral que orienta a organização desde o diagnóstico inicial e estruturação do projeto, passando pela execução operacional, até a avaliação final e prestação de contas, assegurando que cada etapa contribua para a consecução dos objetivos definidos (Ranzan, 2024).

2.1 Conceitos e classificação

A gestão de eventos tem se consolidado como uma área estratégica no campo do turismo, especialmente quando se trata da realização de grandes eventos que mobilizam diferentes setores da sociedade. Zanella (2012), define evento como uma concentração de pessoas que possui uma data e local marcado, com a finalidade de celebrar acontecimentos significativos, sejam eles com objetivos comerciais, culturais, esportivos, sociais, familiares, religiosos, científicos, entre outros.

De forma semelhante, Meirelles (2003) entende os eventos como instrumentos institucionais e promocionais capazes de criar conceitos e estabelecer a imagem de uma organização, de seus produtos ou serviços, por meio de acontecimentos planejados. Matias (2001), por sua vez, destaca o caráter estratégico dos eventos ao descrevê-los como um conjunto de atividades profissionais voltadas a alcançar o público-alvo, enquanto Britto e Fontes (2002) reforçam que se trata da soma de esforços e ações planejadas com o objetivo de atingir resultados definidos. Giacaglia (2008, p. 3) afirma que, “[...] evento tem como característica principal propiciar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual constitui o ‘tema’ principal do evento e justifica a sua realização”.

Apesar da diversidade de concepções, prevalece a noção de que os eventos são acontecimentos previamente organizados, realizados em espaço e tempo determinados, que permitem a reunião de pessoas em torno de interesses comuns e possibilitam a criação de vínculos sociais, culturais, econômicos e institucionais.

A classificação de eventos configura-se como um processo multidimensional, pautado por critérios como categoria, abrangência geográfica, área de interesse, porte e tipologias específicas. É relevante destacar que um mesmo evento pode ser enquadrado em múltiplas categorias simultaneamente, além de apresentar características híbridas mesmo dentro de uma mesma classificação. Essa flexibilidade reflete a complexidade e a diversidade inerentes à natureza dos eventos, demandando uma abordagem analítica que considere suas particularidades e interseções (Ranzan, 2018).

Com base na classificação proposta por Britto e Fontes (2002), os eventos podem ser categorizados segundo suas características estruturais em três dimensões principais: período de participação do público, data de realização e porte do evento. O período do público participante refere-se à duração e ao momento de engajamento do público durante o evento. A data diz respeito à periodicidade e à temporalidade da realização, podendo ser única, sazonal ou recorrente. O porte, por sua vez, define a escala do evento, variando entre local, regional, nacional ou internacional. Adicionalmente, o perfil do público é classificado em três categorias: geral, quando direcionado a qualquer interessado, sem restrições específicas; dirigido, quando voltado a um público com afinidade temática, ainda que com certa delimitação; e específico, quando destinado exclusivamente a grupos com características ou requisitos bem definidos. Essa estrutura oferece uma base sistemática para análise e organização de eventos, permitindo uma avaliação consistente de seu alcance, complexidade e público-alvo.

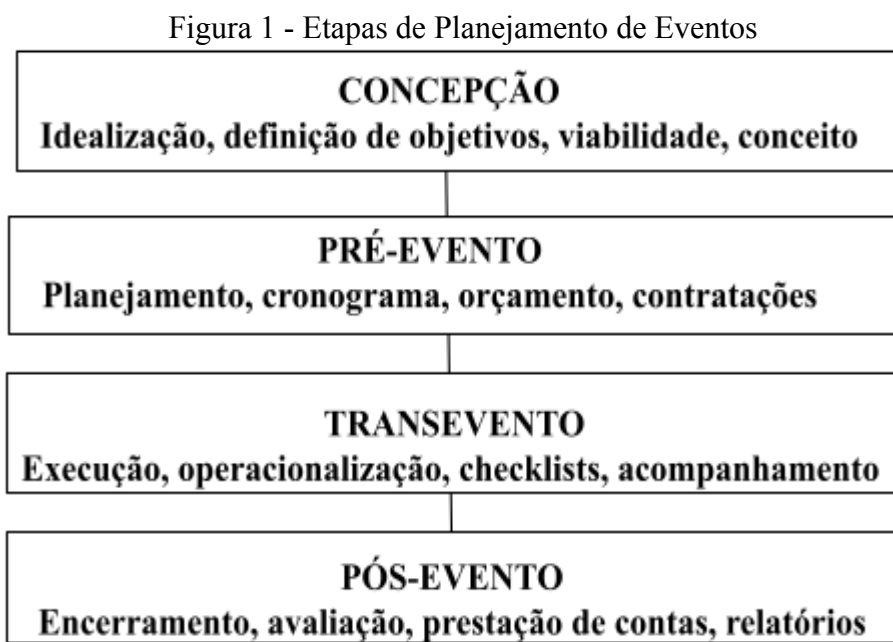
De acordo com Matias (2013), os eventos podem ser classificados quanto ao seu público em fechados e abertos. Os eventos fechados são caracterizados por situações específicas e possuem um público-alvo definido, convocado ou convidado para a ocasião. Já os eventos abertos são dirigidos a um público mais amplo e se subdividem em dois tipos: por adesão, quando são direcionados a um segmento específico que opta por participar mediante inscrição (gratuita ou paga); e em geral, quando se destinam a todas as classes de público sem distinção.

Com base nas definições de Lima (2014), a organização de um evento envolve uma complexa estrutura de profissionais e entidades, cada um com funções específicas que, em conjunto, garantem a sua realização. O idealizador é responsável pela concepção e formatação inicial do projeto, definindo objetivos, público-alvo e viabilidade. O promotor, por sua vez, assume os riscos financeiros e jurídicos. Cabendo ao organizador detalhar operacionalmente o projeto, é o produtor quem executa as ações práticas, como contratações e montagem da estrutura física.

O financiamento pode vir de patrocinadores, que contribuem com recursos financeiros livres, ou de apoiadores, que fornecem produtos ou serviços específicos. Embora muitas vezes uma mesma pessoa acumule múltiplos papéis, especialmente em eventos menores, a tendência moderna e profissionalizante é a divisão clara de responsabilidades. Essa especialização não apenas aumenta as chances de sucesso do evento, como também abre nichos de mercado, gera empregos e fortalece a economia local, destacando a importância de cada elo dessa cadeia produtiva.

2.2 As fases do planejamento do evento

O planejamento de eventos configura-se como um processo estratégico que se desdobra em etapas sequenciais e interdependentes. De acordo com Matias (2013), a organização de um evento segue uma lógica gerencial pautada na otimização de recursos finitos, visando à máxima eficiência e à consecução dos objetivos propostos. A Figura 1 apresenta a estrutura das etapas que compõem o planejamento de eventos, organizada de forma sequencial para demonstrar o fluxo que orienta desde a concepção inicial até a fase pós-evento.



Elaborado pela pesquisadora, adaptado a partir de Britto e Fontes (2002) e Ranzan (2018).

Destaca-se o detalhamento de cada fase, dada a sua relevância para o planejamento estratégico de eventos, uma vez que a compreensão estruturada desse ciclo orienta decisões, otimiza recursos e assegura a coerência entre a concepção, a execução e o fechamento das ações desenvolvidas.

a) Concepção

A fase de concepção representa o momento fundador de um evento, no qual a ideia inicial é transformada em um projeto viável e estruturado. É nessa etapa que se estabelecem os alicerces que irão orientar todas as ações subsequentes, desde a definição de objetivos estratégicos até a

formatação conceitual e a análise de viabilidade. Conforme destacam Czajkowski Júnior (2020) e Matias (2013), a concepção é um estágio criativo e analítico, que exige clareza sobre o propósito do evento, seu público-alvo, sua identidade e seus limites orçamentários e operacionais.

De acordo com Matias (2010), nesta fase, antes de se iniciar a organização do evento propriamente dito, o profissional organizador de eventos precisa incorporar a ideia do evento. Para tal, recolhe todas as informações possíveis de seus clientes, como: estilo do evento, necessidades, data provável, local, número de convidados, valor financeiro a ser investido, objetivos específicos para a realização, entre outros. A partir do momento em que o organizador já detém as informações básicas, inicia a formalização de suas ideias, começa a montar o *briefing*, gerando um *Brainstorming* (“chuva de ideias”) do evento, planejando todos os detalhes, e inicia a listagem de fornecedores e entidades que deverão ser contactados.

Nessa etapa, são definidos os seguintes elementos norteadores:

- **Objetivos do evento:** Refere-se ao “porquê” da realização do evento. Pode estar relacionado à geração de renda, à celebração de uma data importante, ao fortalecimento da imagem institucional ou à oferta de uma experiência memorável ao público (Matias, 2013; Paulatti, 2025).
- **Público-alvo:** É fundamental identificar “para quem” se destina o evento, compreendendo seu perfil, hábitos, preferências e poder aquisitivo para direcionar adequadamente as ações (Matias, 2013).
- **Tema e conceito:** O conceito é a proposta de valor e a experiência que se deseja transmitir. Estabelecer um tema ou conceito claro ajuda a guiar a identidade visual, a comunicação e toda a atmosfera do evento (Paulatti, 2025).
- **Viabilidade técnica e financeira:** Envolve a análise preliminar de custos, fontes de financiamento, infraestrutura necessária e logística, assegurando que a ideia seja exequível dentro dos recursos disponíveis (Matias, 2013).
- **Escopo e formato:** Definição da abrangência do evento (local, regional, nacional), do número de participantes, da duração e do formato de realização (Britto; Fontes, 2002; Ranzan, 2018).
- **Local e data:** A escolha do local e da data deve considerar a disponibilidade do público, a sazonalidade, condições climáticas e a concorrência com outros eventos (Britto; Fontes, 2002; Ranzan, 2018).

A concepção deve prever ainda os mecanismos de avaliação e monitoramento que serão utilizados nas etapas seguintes, garantindo que o evento permaneça alinhado com seus objetivos originais e possa ser aprimorado continuamente.

b) Pré-evento

A etapa de pré-evento compõe toda a construção do planejamento, e tem a importância de facilitar a execução de um evento de forma organizada e com suas metas estabelecidas, para que o evento se torne realidade.

Planejar é o processo de estabelecer metas e decidir sobre a melhor estratégia para conquistá-las. O tempo gasto no planejamento cuidadoso é bem empregado e será recompensado mais tarde, já que ajudará a eliminar esforços inúteis e equivocados. (Watt, p. 40, 2004).

Para a concretização desse projeto, vários pontos são analisados e precisam ser decididos nessa etapa. Segundo a estrutura organizacional de eventos, os principais elementos a serem considerados no planejamento incluem a definição do produto, a seleção do local e data, a elaboração de temário e calendário, a identificação e análise do público-alvo, a estratégia de comunicação e marketing, a infraestrutura de recursos audiovisuais, materiais e serviços, o transporte e hospedagem de participantes, a programação sociocultural e turística, a contratação de agência especializada, a previsão de recursos financeiros e a elaboração de cronograma básico. Esses componentes, quando integrados de forma coerente, constituem a base para a realização eficaz de um evento, alinhando aspectos logísticos, comunicacionais e estratégicos às expectativas dos stakeholders e aos objetivos propostos (Matias, 2013).

O planejamento e a execução eficazes de eventos exigem competências de gestão, logística e organização, uma vez que envolvem múltiplos atores e impactam diretamente a economia, a cultura e o lazer de uma localidade. Sendo isso, para que um evento tenha seu objetivo final alcançado e materializado é preciso “[...] constante e ininterrupta análise de múltiplas variáveis, muitas das quais fogem do pleno controle por parte dos administradores, mas cujos desdobramentos acabam de forma direta ou indireta afetando o dia a dia das organizações” (Czajkowski; Czajkowski Júnior, p. 25, 2017).

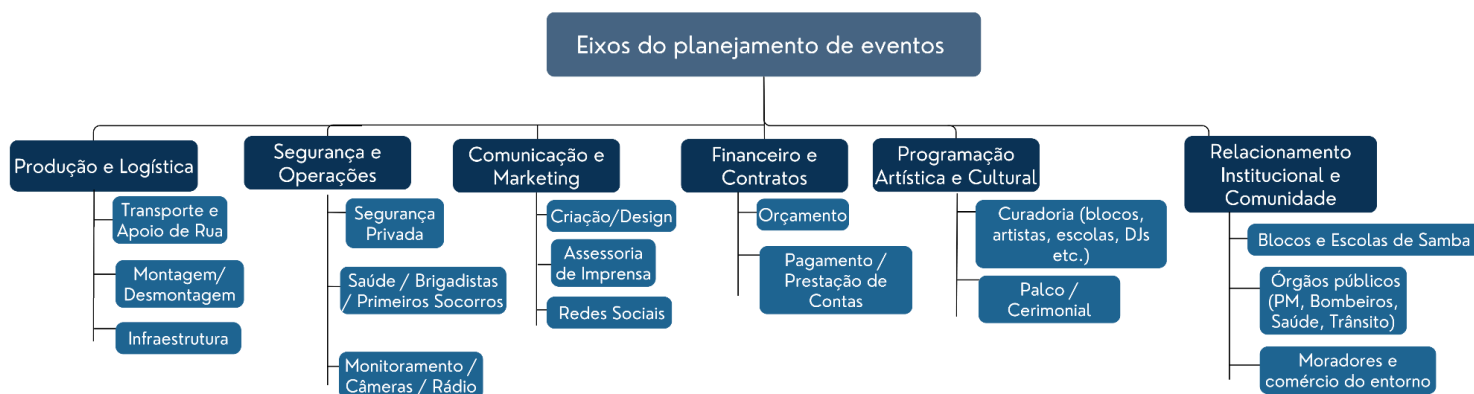
Dessa maneira, o planejamento consolida-se como um eixo estratégico central, que não se restringe à etapa inicial, mas direciona integralmente a concretização do evento, articulando de forma coerente prazos, recursos, partes interessadas e metas em um fluxo operacional unificado.

O planejamento de um evento é o momento no qual serão definidas as estratégias a serem empregadas nele. Exige-se muita responsabilidade e, principalmente, organização de todas as etapas do evento, razão pela qual é necessária muita atenção: “[...] planejamento é o processo desenvolvido para alcançar uma situação desejada, de modo mais eficiente e efetivo, com a menor concentração de esforços e recursos pela empresa. O processo de planejar envolve salutar modo de pensar [...]” (Zitta, p. 224, 2009).

Portanto, sua eficácia é determinante para transformar a concepção abstrata em experiência tangível, garantindo que o evento cumpra seu papel como instrumento de valorização cultural, econômica e social. A Figura 2 apresenta os principais eixos que estruturam o planejamento de eventos, evidenciando a integração entre aspectos logísticos, operacionais e estratégicos que

orientam toda a organização.

Figura 2 - Eixos do planejamento de eventos



Fonte: Elaborado pela pesquisadora, adaptado a partir de Watt (2004), Matias (2013), Czajkowski e Czajkowski Júnior (2017), Zitta (2009) e Santos (2021).

Dessa forma, os eixos apresentados fornecem uma compreensão abrangente das áreas que sustentam o evento, reforçando a necessidade de articulação contínua entre equipes, recursos e estratégias.

c) Transevento

A etapa de Per ou Transevento, se caracteriza pela execução de todo o planejamento e concretização do evento em si. É onde todas as atividades previamente planejadas no pré-evento são implementadas. Nesta etapa, cada equipe de trabalho (como secretaria executiva, comunicação visual, recursos humanos, montagem, alimentos e bebidas e apoio a serviços externos), utiliza checklists detalhados para assegurar o acompanhamento e a conferência sistemática de todas as ações. Essa abordagem metódica garante a organização, o controle e a eficácia operacional, minimizando imprevistos e alinhando a execução aos objetivos estabelecidos (Dorta, 2015).

O checklist consolida-se como ferramenta indispensável durante a fase de execução, atuando como instrumento de controle e mitigação de imprevistos. Sua estrutura deve contemplar, de forma clara e objetiva, a descrição da ação, o responsável pela execução, o prazo estabelecido e o status de conclusão. A customização desse documento é fundamental, adaptando-se ao tipo, porte e complexidade do evento, o que demanda a inclusão de itens específicos conforme as necessidades identificadas no planejamento (Mendonça; Perozin, 2014).

No Carnaval de Rua de Florianópolis, o transevento fica visível quando toda a estrutura planejada começa a funcionar na prática. Em 2025, por exemplo, a programação envolveu palcos, atrações distribuídas pela cidade e blocos com horários definidos, que em alguns pontos podiam seguir até 2h da manhã (Leal, 2025). Para isso, as equipes responsáveis usam checklists para conferir montagem de equipamentos, som, iluminação e se cada atração está preparada para começar no horário previsto.

Outro ponto importante é o trabalho das equipes de trânsito e transporte. Durante o evento, elas acompanham em tempo real o fechamento de ruas, a instalação de sinalização temporária e os ajustes feitos no transporte público, como horários extras de ônibus e rotas especiais, tudo para dar conta do aumento de pessoas circulando na cidade (Elias, 2025). Essas ações já estavam previstas no planejamento, mas só se confirmam de fato no transevento, quando é preciso verificar se estão funcionando como planejado.

Sendo assim, o transevento consolida-se como etapa decisiva para o sucesso do evento, onde a teoria se transforma em prática, e a organização metódica se traduz em resultados tangíveis e alinhados às expectativas iniciais. Representa o ápice do processo de organização, exigindo rigoroso acompanhamento por parte do organizador (Mendonça; Perozin, 2014).

d) Pós-Evento

A fase de pós-evento caracteriza-se pelo processo de encerramento e avaliação sistemática, no qual se confrontam os resultados esperados com os efetivamente alcançados, identificando-se pontos positivos e negativos. Para viabilizar essa análise, utilizam-se instrumentos de controle empregados durante a organização, como formulários de procedimentos, checklists, relatórios periódicos, atas de reuniões e questionários de avaliação dos participantes. As principais atividades incluem o encerramento dos serviços de secretaria, a divulgação pós-evento e a finalização de serviços complementares, garantindo assim a consolidação dos aprendizados e o aprimoramento de futuras edições (Matias, 2013).

2.4 A concessão de eventos públicos por meio da prestação de serviços

Segundo Matias (2013), atualmente grande parte dos eventos demanda a atuação de empresas especializadas em organização, visto que essas garantem maior eficiência no planejamento e execução. Dessa forma, instituições promotoras, sejam associações, empresas ou indústrias, recorrem a esse tipo de serviço para assegurar que todas as etapas do evento sejam conduzidas de maneira satisfatória.

O processo de escolha de uma empresa organizadora de eventos pelas entidades promotoras costuma ser realizado por concorrência, estruturada em fases que vão desde o envio de convites e recebimento de propostas até a análise, seleção e definição contratual (Matias, 2013).

A escolha da empresa organizadora, conforme a mesma autora, costuma ser realizada por meio de um processo de concorrência. Essa seleção envolve etapas como o envio de convites a diferentes organizações, o recebimento e análise das propostas, a avaliação técnica das condições apresentadas e, por fim, a deliberação contratual. Trata-se de uma prática que assegura transparência na contratação e a escolha da proposta mais adequada ao perfil e às necessidades do evento. Para tanto, o contratante deve elaborar um *briefing* detalhado, documento que descreve as

características do evento, suas metas e especificidades, funcionando como guia para a empresa interessada no processo seletivo (Matias, 2013).

No setor público, entretanto, a dinâmica de contratação é distinta. Como explica Santos (2021), a seleção da empresa organizadora deve ser obrigatoriamente realizada por meio de licitação, em conformidade com a Lei nº 8.666/1993 e demais normativas. Nesse contexto, o *briefing* é substituído pelo edital e pelo termo de referência, que apresentam de forma minuciosa o objeto, as regras do certame e as exigências de habilitação das empresas proponentes, incluindo comprovação de qualificação técnica, econômico-financeira e regularidade fiscal. Tal rigor é necessário para garantir a legalidade e a impessoalidade das contratações feitas pela Administração Pública.

Uma vez concluído o processo de seleção, estabelece-se o contrato de prestação de serviços. De acordo com Matias (2013), existem diferentes formatos contratuais, sendo os mais comuns: o de administração, no qual a organizadora recebe um percentual sobre o custo total do evento, permanecendo o contratante responsável pelos insumos e serviços de terceiros; o de empreitada, em que a empresa organizadora assume a execução integral por preço fixo previamente estabelecido; e o formato misto, que combina elementos das duas modalidades anteriores. A escolha do tipo contratual depende das características do evento e das condições financeiras entre as partes envolvidas.

Por fim, a fase de execução do contrato é considerada fundamental para assegurar o sucesso do evento. A assinatura do documento não garante, por si só, o cumprimento das obrigações pactuadas. É imprescindível que o contratante acompanhe de perto o processo, realizando reuniões periódicas, exigindo relatórios de andamento, fiscalizando prazos e verificando a qualidade dos serviços prestados. Esse controle contínuo garante que a execução esteja em conformidade com o planejamento inicial e evita problemas que possam comprometer o resultado final do evento (Matias, 2013).

2.5 Eventos Culturais: O organização do carnaval de rua

Os eventos culturais constituem manifestações práticas e simbólicas da cultura de uma comunidade. Para compreendê-los em profundidade, parte-se do entendimento de cultura como um mecanismo pelo qual indivíduos, grupos e nações constroem suas referências identitárias, conforme destaca Edinburgh (1999). Essa perspectiva reforça que a cultura possui caráter dinâmico, abrangendo dimensões materiais e imateriais que se concretizam na experiência cotidiana, funcionando como base interpretativa das ações humanas no mundo, conforme argumenta Yázigi (1999).

É neste contexto que os eventos culturais ganham vida, materializando-se como momentos especiais de celebração e expressão. Douglas, Douglas e Derret (2001) defendem que tais eventos respondem a uma necessidade humana de reunir-se para celebrar, lembrar, socializar e expressar valores coletivos. Além disso, os autores indicam que festivais e eventos comunitários costumam surgir de iniciativas orgânicas relacionadas ao desejo de determinados grupos em celebrar aspectos de seu modo de vida ou de sua história. Nesse sentido, um evento cultural é, antes de tudo, a expressão de uma identidade coletiva em ação.

A importância dessas celebrações é fundamental para a coesão social e o desenvolvimento comunitário. IFEA (p.1, 2002) vai ao ponto de afirmar que "festivais, eventos e celebrações cívicas constituem o alicerce das características que distinguem comunidades e a interação humana", argumentando que o futuro das comunidades depende da existência desses momentos de celebração. Dentro deles, a arte desempenha um papel central, sendo parte essencial de qualquer celebração da história ou cultural de um país, pois é através das linguagens artísticas que os significados mais profundos são comunicados e vivenciados.

a) A origem do Carnaval de rua no Brasil

O Carnaval brasileiro consolidou-se como a mais expressiva festa nacional, um fenômeno de dimensões globais que sintetiza a cultura popular do país. Como destaca Germano (1999), esta celebração tornou-se um ícone da identidade brasileira:

Atualmente, o carnaval no Brasil é uma festa nacional. Os dias da festa constituem o feriado mais prolongado do calendário oficial do país. Turistas de todas partes do mundo se deslocam para este país tropical, [...] do samba, da capoeira, do candomblé, da feijoada, do futebol e do carnaval. [...] O popular (carnaval), neste caso, é associado ao nacional (Brasil) e o carnaval é representado como expressão da cultura popular, do povo, elemento de maior destaque na festa nacional brasileira. (Germano, p.131, 1999)

A partir das contribuições de Arantes (2013), Mello (2024), Germano (1999) e outros autores, o Quadro 2 sintetiza os principais marcos históricos do Carnaval de Rua no Brasil, evidenciando sua trajetória desde o entrudo colonial até a consolidação da maior festa popular do país.

Quadro 2 - A história do carnaval de rua no Brasil

PERÍODO	FATO
1641	O Entrudo português, marcado por brincadeiras com água e farinha, foi introduzido no Brasil no período colonial e deu origem às primeiras formas de carnaval no país.
Século XIX	Repressão do Entrudo pela elite urbana e surgimento dos bailes de máscaras em clubes.
Final do século XIX – início do século XX	Formação de cordões e ranchos carnavalescos, grupos organizados que desfilam com música e fantasias e se tornam precursores dos blocos e escolas de samba.

Década de 1920	Surgimento das primeiras escolas de samba no Rio de Janeiro.
Década de 1950	Criação do trio elétrico na Bahia
Século XX	Consolidação de identidades regionais no Carnaval de rua (escolas de samba, frevo, maracatu, blocos afros).
Final do século XX – início do século XXI	Expansão do Carnaval de rua como manifestação popular e democrática.
Atualidade	O Carnaval se consolida como a maior festa nacional e um importante dinamizador econômico, cultural e turístico.

Fonte: Elaborado pela pesquisadora, adaptado a partir de Arantes (2013), Neoenergia (2022), Hirsch (2023), Brasil (2024), Mello (2024), Germano (1999), Lima (2025).

A leitura do Quadro 2 permite observar que o carnaval de rua no Brasil resulta de um processo histórico marcado por adaptações, conflitos e ressignificações, no qual práticas inicialmente associadas ao entrudo e às camadas populares foram se transformando em um grande espetáculo nacional. Essa trajetória, apontada por Germano (1999), Arantes (2013), Mello (2024) e outros autores, evidencia como o Carnaval de rua se consolidou simultaneamente como símbolo de identidade cultural, espaço de sociabilidade democrática e importante vetor de dinamização econômica no contexto brasileiro.

b) A história do Carnaval de rua em Florianópolis

O Carnaval é uma das festas populares mais antigas do Brasil, e Florianópolis, a então Desterro, “foi a segunda cidade depois do Rio de Janeiro a aderir ao Carnaval, em 1858” (Henrique; Carlson, p. 15, 2015), o que a coloca entre os berços mais antigos da festa no país. Com base em Henrique e Carlson (2015), o Quadro 3 sintetiza os principais marcos da história do Carnaval de rua em Florianópolis, desde essa adesão até a consolidação de sociedades carnavalescas, escolas de samba e blocos de rua que ocupam as ruas e praças da cidade até os dias atuais.

Quadro 3 - A história do carnaval de rua em Florianópolis

PERÍODO	FATO
1858	Florianópolis, torna-se a segunda cidade brasileira a aderir oficialmente ao Carnaval.
Século XIX	As primeiras festas carnavalescas são marcadas pelo entrudo e o surgimento das sociedades carnavalescas.
Final do século XIX – início do século XX	A elite passa a concentrar a folia em bailes de clubes tradicionais, como o Doze de Agosto e o Lira Tênis Clube.
Década de 1930	Surgem os primeiros blocos de rua organizados e a população negra ganha mais espaço, dando origem às primeiras escolas de samba nos morros.
1948	Fundação da escola de samba “Os Protegidos da Princesa”, primeira da cidade.

1955	Criação da Embaixada Copa Lord.
1930–1940	Fortalecimento dos blocos de rua.
Século XX	Os desfiles migram da Praça XV para a Avenida Paulo Fontes, depois para o aterro da Baía Sul e, por fim, para a Passarela Nego Quirido (1989).
Atualidade	O Carnaval de rua de Florianópolis reúne desfiles oficiais e blocos de rua.

Fonte: Elaborado pela pesquisadora, adaptado a partir de Henrique; Carlson (2015).

Como indicam Henrique e Carlson (2015), a combinação entre práticas populares, espaços elitizados e protagonismo de sociedades, clubes, escolas de samba e blocos faz do Carnaval de rua de Florianópolis, ao mesmo tempo, um patrimônio cultural e um objeto de gestão pública complexa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa caracteriza-se como uma investigação de natureza descritiva e exploratória, com abordagem qualitativa, que tem como finalidade compreender os processos e mecanismos de gestão do Carnaval de Rua de Florianópolis. A opção pela abordagem qualitativa deve-se à sua adequação para captar a complexidade das relações, percepções e dinâmicas inerentes aos processos organizacionais, permitindo uma compreensão aprofundada do fenômeno em seu contexto natural (Minayo, 2014).

Para atender os objetivos específicos do estudo, utilizou-se as seguintes técnicas de coleta de dados, realizadas entre os meses de setembro a novembro de 2025:

- Pesquisa Bibliográfica: Revisão da literatura especializada em gestão de eventos culturais, políticas públicas e concessão de serviços.
- Verificação Documental: Exame detalhado de documentos oficiais, incluindo o Edital nº 410/SMLCP/SULIC/2024, que estabelece os parâmetros para a concessão do evento à iniciativa privada, relatórios de gestão, matérias jornalísticas e publicações institucionais.
- Entrevistas Semi-Estruturadas: Realização de entrevistas com atores-chaves envolvidos na gestão do evento: o Secretário e Superintendente Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico de Florianópolis entre a gestão de 2017 e 2023, Vinícius de Luca Filho e o *Head*¹ de Produção, Mogly Gonzalez, responsável pela produção geral dos eventos da Hit Makers. A entrevista buscou aprofundar aspectos relacionados à organização do Carnaval de Rua, aos processos de concessão e aos desafios de gestão.

A seleção dos participantes para as entrevistas foi realizada por meio de amostragem

¹ *Head* é um termo em inglês utilizado no mercado corporativo e de eventos para designar um cargo de liderança ou chefia de área, equivalente a “responsável”, “coordenador” ou “chefe” de determinado setor.

intencional, técnica que permite a escolha de informantes considerados especialmente representativos ou detentores de conhecimento privilegiado sobre o tema em estudo (Gil, 2008). Os participantes selecionados ocupam posição estratégica que lhe confere uma visão privilegiada sobre o formato de gestão investigado.

Os dados qualitativos provenientes das entrevistas foram submetidos à Verificação de Conteúdo temática, conforme proposto por Bardin (2011), seguindo as etapas de pré-verificação, exploração do material e tratamento dos resultados, permitindo identificar temáticas e padrões de significação relevantes para a compreensão do objeto de estudo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo apresenta a observação dos resultados obtidos a partir das duas entrevistas semiestruturadas realizadas: Entrevista 1, com o Secretário e Superintendente de Turismo, envolvido na gestão do Carnaval entre 2017 e 2023; e a Entrevista 2, com o *Head*¹ de Produção da empresa Hit Makers, atual permissionária do evento no triênio 2025–2027. Igualmente são apresentados os dados da verificação documental (editais, reportagens e atos oficiais) sobre o Carnaval de Rua entre os anos de 2017 e 2025. Os achados são apresentados de forma articulada com a literatura acadêmica e com dados atuais, com o objetivo de compreender as transformações do formato de gestão, seus impactos, desafios e perspectivas.

4.1 Contexto da gestão municipal e as prioridades para o Carnaval de Rua

O ciclo 2017-2023 iniciou-se sob forte instabilidade administrativa e financeira no município de Florianópolis. Segundo Vinícius de Luca Filho descreve, ao assumir o cargo, encontrou “uma crise financeira significativa, com folhas de pagamento e pagamentos de fornecedores atrasados”. Nesse contexto, foram enviados 40 projetos de lei à Câmara Municipal com foco na redução de despesas, o que incluiu a reestruturação da Secretaria de Turismo, integrada às pastas de Desenvolvimento Econômico, Pesca e Ciência, Tecnologia e Inovação. A fusão, além de racionalizar custos, aproximou o turismo de agendas inovadoras, reforçando uma visão multidisciplinar alinhada a tendências globais de destinos turísticos inteligentes.

As prioridades do período, segundo Vinícius, estavam definidas no plano de governo e incluíam, o posicionamento internacional de Florianópolis (como o estande próprio na Feira de Turismo de Lisboa, que impulsionou a atração do voo direto Europa–Floripa); a manutenção da cidade como destino relevante de eventos; a concessão do aeroporto e reestruturação dos equipamentos turísticos; a inovação e qualificação da infraestrutura urbana (mais de 1.600 postes de iluminação, 200 decks de acesso, projeto de cadeiras anfíbias, concessão de quiosques, implementação de plataformas como Smart Tour, Harmo, ToorData, TourQual); novos produtos turísticos como Staycation, Floripa Film Commission e o programa Pet Friendly.

Neste cenário, o Carnaval de Rua ocupava posição estratégica: simbolizava a efervescência cultural da cidade e concentrava demandas intensas de logística, segurança, ordenamento territorial e articulação comunitária. Mesmo assim, em 2017, a festa se aproximava, e conforme ainda menciona, faltavam “cerca de 50 dias, sem dinheiro, sem editais, com escolas de samba sem financiamento”, o que acabou resultando em uma mobilização emergencial. Vinícius de Luca Filho enfatizou ainda, que o carnaval, para fins de gestão, estava subdividido em três dimensões, sendo Carnaval das escolas de samba (Passarela Nego Quirido); Carnaval do centro (palco central concedido à empresa parceira de uma cervejaria); Carnavais de bairro (promotores locais).

Percebeu-se que essa situação demonstra a fragilidade estrutural do formato anterior e confirma o que Matias (2013) aponta sobre eventos públicos: a ausência de planejamento prévio gera riscos significativos, especialmente em eventos que dependem de múltiplos atores. Essa multiplicidade reforça seu caráter híbrido, que envolve tanto manifestações comunitárias quanto estruturas empresariais e governamentais.

4.2 Estrutura, organização e gestão regulatória do evento

A organização do Carnaval de Rua de Florianópolis, no período observado, estruturou-se a partir de um formato de governança em rede que combinava a atuação do poder público, da iniciativa privada e dos promotores comunitários. A principal inflexão administrativa ocorreu a partir de 2017, quando a Prefeitura deixou de realizar repasses financeiros diretos aos blocos e passou a concentrar sua atuação no fornecimento de infraestrutura operacional. A partir de 2019, esse formato foi consolidado de forma mais eficiente com a inclusão, no edital do carnaval do centro, da obrigação de que a empresa concessionária assumisse a entrega, montagem e desmontagem da infraestrutura utilizada também pelos blocos de bairro. Essa mudança representou uma transição significativa do ponto de vista organizacional, ao deslocar a execução logística para o setor privado, preservando a Prefeitura como coordenadora do processo decisório e regulatório.

O volume de equipamentos e serviços mobilizados demonstra a complexidade da operação. A concessionária passou a ser responsável por centenas de diárias de trios elétricos, tendas de diferentes dimensões, milhares de diárias de banheiros químicos, extensos metros de grades de contenção e equipes especializadas de segurança privada. Para o poder público, cabia definir, via edital e conforme histórico dos blocos, a distribuição da infraestrutura, repassando à empresa a execução material do evento. Segundo Vinicius, essa alteração resultou em ganhos diretos de qualidade e eficiência, uma vez que a empresa privada possui maior flexibilidade para contratação de fornecedores, cronogramas e condições comerciais.

A operacionalização do Carnaval de Rua envolvia, ainda, ampla articulação entre diferentes órgãos públicos. Em nível municipal, destacavam-se a Secretaria de Turismo, Tecnologia e

Desenvolvimento Econômico (responsável pela coordenação geral), a Secretaria de Cultura e Esporte, o Sistema Único de Segurança Pública (autorizações para uso do espaço público), a Guarda Municipal, a Diretoria de Operações - DIOPE, a Contribuição para o Custeio do Serviço de Iluminação Pública - COSIP, a Vigilância Sanitária e a Fundação Municipal do Meio Ambiente de Florianópolis - FLORAM, especialmente no licenciamento de fontes sonoras. No âmbito estadual, atuavam a Polícia Militar, o Corpo de Bombeiros e a Delegacia de Jogos e Diversões. Em áreas de patrimônio federal, como o entorno do Largo da Alfândega, era necessária autorização do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN, além de Anotação de Responsabilidade Técnica (ART) junto ao Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Santa Catarina - CREA SC, para estruturas mais complexas. Esse conjunto de atores evidencia a natureza multi setorial e interinstitucional do evento, confirmando a necessidade de governança colaborativa para garantir segurança, ordem pública e fluidez operacional.

A definição dos trajetos, horários e condições de realização dos blocos seguia critérios técnicos e um rito administrativo. Os interessados submetiam solicitações por meio de edital, indicando percurso, tempo estimado e estrutura requerida. A Prefeitura então procedia ao cruzamento dessas informações com a Polícia Militar, Guarda Municipal e a Subsecretaria de Urbanismo e Serviços Públicos - SUSP, analisando sobreposições, riscos, viabilidade viária e impactos sobre o fluxo urbano. Quando necessário, eram realizadas alterações de trajeto ou ajustes de horário, a fim de evitar conflitos e garantir a segurança coletiva. Esse procedimento contribuiu para maior transparência, previsibilidade e racionalidade na ocupação do espaço público durante o período carnavalesco.

Em síntese, percebeu-se a estruturação e organização do Carnaval de Rua de Florianópolis entre 2017 e 2024 revela um formato híbrido, no qual o poder público mantém o papel estratégico de articulação, regulamentação e ordenamento, enquanto a execução material se apoia na capacidade operacional da iniciativa privada. Esse arranjo permitiu agilizar procedimentos, aprimorar a qualidade da infraestrutura e ordenar de forma mais eficiente um evento que, pela sua escala territorial e número de participantes, exige elevada capacidade técnica, coordenação intersetorial e planejamento contínuo.

4.3 Terceirização da organização do carnaval de rua de Florianópolis

A terceirização da gestão do Carnaval de Rua de Florianópolis é formalizada pelo Edital de Leilão Eletrônico nº 410/SMLCP/SULIC/2024, publicado em 31 de dezembro de 2024, que tem por objeto a permissão onerosa de uso de espaços públicos para a organização, produção, execução e promoção do “Carnaval de Rua Floripa” nos anos de 2025, 2026 e 2027, na modalidade de maior lance (maior valor de outorga). O documento define que a empresa vencedora do certame será responsável por estruturar arenas e circuitos em diferentes pontos da cidade, assumindo tanto a

operação do evento quanto a exploração econômica de determinados espaços.

O edital também delimita temporalmente essa política: os eventos estão programados para ocorrer, respectivamente, entre 28 de fevereiro e 4 de março de 2025, entre 13 e 17 de fevereiro de 2026 e entre 5 e 9 de fevereiro de 2027, compondo um ciclo de três edições sob o mesmo arranjo contratual. A vigência do ajuste é inicialmente de seis meses, prorrogável até o limite total de vinte e seis meses, vinculando a permanência da permissionária ao desempenho das obrigações relativas ao período carnavalesco previsto.

Assim, pode-se afirmar que, a partir dessa licitação, o Carnaval de Rua de Florianópolis passa a ser formalmente regido, para o triênio 2025–2027, por um formato de permissão especial de uso oneroso de bens públicos, fundamentado em um leilão eletrônico.

No que se refere ao papel da Prefeitura, o edital posiciona o Município de Florianópolis como ente permitente, responsável pela condução do processo licitatório, pela celebração do contrato de permissão de uso e pela fiscalização de sua execução. Entre as atribuições do poder público, o documento destaca a obrigação de promover o leilão eletrônico por meio de plataforma própria, disciplinando regras de acesso, participação e julgamento, bem como homologar o resultado após a fase de lances, habilitação e eventuais recursos.

Além disso, o Município deve designar fiscais técnicos e administrativos, bem como um gestor do contrato, para acompanhar a execução do objeto, verificar o cumprimento das obrigações assumidas pela permissionária e adotar providências administrativas em casos de descumprimento. Outro aspecto relevante do papel da Prefeitura é a titularidade dos espaços públicos e da capacidade regulatória. O edital explicita que cabe ao Município fiscalizar o entorno das arenas, em um raio de um quilômetro, a fim de coibir ações de marketing concorrentes às marcas ativas no âmbito do projeto, bem como assegurar que a exploração comercial ocorra em conformidade com as normas municipais.

O poder público também é beneficiário da outorga mínima anual – fixada em R\$ 200.000,00 por ano, com correção pelo IPCA – e de um percentual das cotas de patrocínio a partir da quarta patrocinadora, quando não houver utilização de mecanismos de incentivo fiscal, de forma a garantir retorno financeiro direto para o erário municipal. No que diz respeito aos direitos e deveres das partes envolvidas, o edital estrutura uma relação contratual assimétrica, mas recíproca, entre o Município (permitente) e a empresa vencedora (permissionária). Ao Município são atribuídos deveres como cumprir o que está estabelecido no edital e anexos; disponibilizar coordenação e profissionais responsáveis pelo acompanhamento do projeto; fiscalizar a execução das ações; e aplicar sanções administrativas em caso de infração contratual, podendo, inclusive, instaurar processos de responsabilização. Em contrapartida, o ente público tem o direito de receber a outorga

anual, participar de parte das receitas de patrocínio em certas condições e zelar pela observância do interesse público na utilização dos espaços urbanos durante o período carnavalesco.

A permissionária, por sua vez, assume um conjunto de obrigações amplas. O edital determina que a empresa vencedora deve executar integralmente o objeto da permissão em seu próprio nome, por sua conta e risco, sendo vedada a cessão ou transferência, total ou parcial, dos direitos e obrigações decorrentes do contrato. Entre os deveres específicos, destacam-se: submeter previamente à aprovação municipal todas as ações de contrapartida; obter os licenciamentos necessários junto aos órgãos competentes, incluindo Corpo de Bombeiros e setor de posturas municipais; contratar seguro de responsabilidade civil que cubra danos pessoais e materiais desde a montagem até a desmontagem das estruturas; manter as condições de habilitação exigidas durante toda a vigência contratual; e observar as normas que vedam ações discriminatórias, de cunho político-partidário ou associadas a atividades ilícitas.

A dimensão econômico-financeira das obrigações da permissionária é explicitada no compromisso de pagamento da outorga anual, mediante transferência bancária dentro dos prazos estipulados, bem como na exigência de investimentos mínimos em infraestrutura para cada ano do contrato. Tais investimentos devem abarcar estruturas de palco, som, iluminação, banheiros químicos, equipamentos de controle de acesso, segurança, sinalização e demais elementos logísticos necessários à realização do evento.

Em contrapartida, a empresa permissionária adquire direitos de exploração econômica vinculados ao projeto “Carnaval de Rua Floripa”. O edital prevê a possibilidade de captação de patrocínios, com até três patrocinadoras sem repasse adicional ao Município e, a partir da quarta, com partilha de 35% do valor com a Administração Pública, salvo os casos em que as cotas forem financiadas por leis de incentivo. A permissionária também pode associar o nome dos patrocinadores às arenas sob sua responsabilidade, utilizar a assinatura “Carnaval de Rua Floripa - Arena [Nome da Marca]” e explorar, com exclusividade, as oportunidades de publicidade e merchandising no interior desses espaços, mediante aprovação prévia da Prefeitura.

O documento ainda disciplina a atuação de vendedores credenciados e de outros agentes econômicos associados ao evento. A comercialização de bebidas e produtos dentro das arenas deve ser feita por vendedores credenciados pelo Município, que, contudo, só poderão comercializar os produtos indicados pela permissionária, garantindo a coerência com os contratos de patrocínio firmados. A empresa também pode estruturar bares, camarotes e áreas VIP, com a possibilidade de venda de ingressos, reforçando o caráter de espetáculo e de produto turístico do Carnaval de rua no contexto do edital.

Em síntese, a leitura do Edital nº 410/SMLCP/SULIC/2024 permite compreender que a terceirização do Carnaval de Rua de Florianópolis se materializa por meio de um arranjo de

permissão onerosa de uso de espaços públicos, no qual a Prefeitura preserva a função regulatória e fiscalizatória e a titularidade dos bens, enquanto a empresa permissionária assume a responsabilidade pela execução integral do evento, pelos riscos econômicos e pela estruturação da infraestrutura necessária, em troca do direito de exploração comercial das arenas e da marca vinculada ao projeto. Sendo assim, o edital evidencia uma reconfiguração da governança do evento, baseada em um vínculo contratual de médio prazo e em uma forte articulação entre interesses públicos e privados no espaço urbano festivo.

4.4 A nova forma de gestão: por meio das arenas regionais

A partir de 2025, o Carnaval de Rua de Florianópolis ingressa em um novo ciclo de gestão, caracterizado pela adoção de um formato mais amplo de concessão e pela implementação das chamadas Arenas Regionais, estruturas descentralizadas operadas pela iniciativa privada e que representam uma transformação significativa nas dinâmicas organizacionais do evento. Esse novo formato se insere em um contexto de crescente profissionalização e mercantilização da festa, ampliando o papel do setor privado na condução de atividades que antes eram predominantemente coordenadas pelo poder público.

O processo teve início com a licitação vencida pela produtora Hit Makers, empresa de projetos proprietários, hub de eventos do Grupo 4Zero4, que passou a ser responsável pela organização do carnaval de rua entre os anos de 2025, 2026 e 2027. A empresa esclarece que sua governança é estruturada internamente pela diretoria, em articulação direta com a Secretaria de Turismo, configurando um formato decisório colaborativo. Segundo o entrevistado Mogly Gonzalez, *Head* de Produção da empresa, as decisões estratégicas são tomadas “a quatro mãos”, envolvendo tanto a agência quanto os órgãos municipais responsáveis pela gestão da cidade durante o período carnavalesco.

A implementação do novo formato foi impactada por impasses jurídicos e revisões administrativas no edital, que atrasaram sua homologação. Mogly Gonzalez relata que, no primeiro ano de operação, houve apenas dez dias para instalar todas as arenas, contratar fornecedores, montar a estrutura técnica e implementar sistemas de segurança, evidenciando a complexidade e a pressão temporal deste novo formato de gestão. Ainda assim, igualmente afirma que, a partir de 2025, “o planejamento passou a ser realizado ao longo de todo o ano”.

Segundo Rohde (2025), o atraso no início das operações deveu-se a uma série de trâmites jurídicos e administrativos que prorrogaram a homologação da licitação. As notícias destacam que o edital foi alvo de recurso interposto por uma das concorrentes, o que obrigou a Prefeitura a reavaliar documentos, examinar novamente as propostas e responder às contestações apresentadas. Esse impasse jurídico, somado à necessidade de ajustes formais no processo licitatório, postergou a

assinatura do contrato e reduziu drasticamente o tempo disponível para a empresa vencedora iniciar a montagem da infraestrutura.

Nesse contexto, percebeu-se que, apesar da necessidade de um maior tempo para o planejamento estratégico das ações propostas, a permissionária teve apenas dez dias para instalar as arenas, contratar fornecedores, implementar sistemas de segurança e preparar a estrutura operacional do Carnaval, evidenciando a complexidade logística que marcaram o início desse novo formato de gestão.

4.4.1 Arenas Regionais do Carnaval de Florianópolis 2025

As Arenas Regionais consistem em espaços delimitados, instalados em diferentes bairros da cidade, dotados de infraestrutura própria, programação artística, pontos de alimentação e bebidas credenciados, sistemas de segurança, banheiros, iluminação e controle de acesso. Na prática, representam uma centralização da experiência carnavalesca em núcleos territorializados, nos quais a gestão privada passa a operar com maior autonomia. Esse formato desloca parte do fluxo antes concentrado apenas no centro e reorganiza a circulação dos foliões pela cidade, distribuindo cargas operacionais e ampliando a mobilidade do evento.

Conforme Mogly Gonzalez, toda a operação, desde o planejamento até a execução, é de responsabilidade direta da Hit Makers, incluindo a contratação de fornecedores especializados e de equipes temporárias para montagem, limpeza, vigilância e apoio operacional. Destaca ainda, que o uso de tecnologias como softwares de gestão de eventos, rádios comunicadores, geolocalização e monitoramento em tempo real, que permitem maior precisão e coordenação logística.

Considerando o novo formato de descentralização adotado a partir de 2025, a Figura 3 apresenta a distribuição das Arenas Regionais do Carnaval de Florianópolis, evidenciando a ampliação territorial do evento e a reorganização dos fluxos de público em diferentes bairros da cidade.

Figura 3 – Distribuição das Arenas Regionais do Carnaval de Florianópolis 2025



Fonte: Elaborado por HIT MAKERS (2025).

Conforme Mogly, toda a operação, desde o planejamento até a execução, é de responsabilidade direta da Hit Makers, incluindo a contratação de fornecedores especializados e de equipes temporárias para montagem, limpeza, vigilância e apoio operacional. Destaca ainda, que o uso de tecnologias como softwares de gestão de eventos, rádios comunicadores, geolocalização e monitoramento em tempo real, que permitem maior precisão e coordenação logística.

De acordo com os dados divulgados nas redes sociais oficiais da empresa licenciada responsável pelo evento, o Carnaval de 2025 registrou resultados expressivos, consolidando-se como o maior da história de Florianópolis. No total, foram 31 eventos, 115 atrações, mais de 201 horas de programação e a participação de mais de 650 mil pessoas ao longo de toda a festa. Além disso, foram gerados mais de 10 mil empregos diretos e indiretos, com a atuação de mais de 70 profissionais da permissionária na linha de frente operacional.

A descentralização proporcionada pelas arenas contribuiu para esse crescimento, ao ampliar as possibilidades de participação e ao diversificar os polos de atração. Por outro lado, também intensificou desafios relacionados à fiscalização, ao controle de impactos e à necessidade de uma maior articulação interinstitucional.

O entrevistado Vinícius de Luca Filho reconhece esse novo ciclo como a principal mudança recente na organização do carnaval: “A principal diferença é que atualmente existem as arenas regionais, concedidas à cervejaria”, indicando que tal formato representa não apenas ampliação territorial, mas também expansão comercial e reconfiguração das relações entre poder público, empresas e blocos. Essa nova configuração aprofunda a lógica já presente nas concessões anteriores, ao mesmo tempo em que introduz maior complexidade gerencial, exigindo coordenação intensa entre atores públicos e privados na definição de trajetórias, programação, segurança e ordenamento do espaço urbano.

Do ponto de vista da experiência cultural, as arenas representam uma inflexão: ao mesmo tempo em que ampliam a infraestrutura e a qualidade de serviços para o público, podem tensionar a espontaneidade e a diversidade do carnaval de rua ao concentrar fluxos em espaços regulados e comercialmente orientados. Tal fenômeno está alinhado ao que aponta Santos (2021), ao discutir como os processos de privatização de eventos públicos podem gerar avanços operacionais, mas também riscos de descaracterização cultural e desigualdades de acesso.

Em síntese, constatou-se que o formato das arenas regionais inaugura uma fase marcada por expansão, descentralização, maior presença privada e fortalecimento da lógica mercadológica no carnaval de Florianópolis. Os números recordes de público e a magnitude da operação demonstram sua capacidade de ampliação e de impacto, mas também evidenciam a necessidade de monitoramento constante, planejamento intersetorial e avaliação crítica para garantir que o crescimento do evento não comprometa seu caráter popular, comunitário e culturalmente diverso. O

desafio que se coloca, portanto, é equilibrar eficiência operacional e preservação da identidade do carnaval, uma equação central para os próximos anos de gestão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo compreender o formato de gestão do Carnaval de Rua de Florianópolis, considerando sua estrutura organizacional, os processos de planejamento, as transformações ocorridas entre 2017 e 2025 e, especialmente, o impacto do novo formato implementado a partir de 2025 com as Arenas Regionais. Os dados centrais apresentados ao longo do estudo, resultantes das entrevistas semiestruturadas realizadas com gestores envolvidos no evento, da pesquisa documental, do levantamento de reportagens oficiais e do mapeamento georreferenciado das arenas, permitiram compreender, de forma integrada, a complexidade administrativa, política e operacional que sustenta a realização do maior evento cultural da cidade.

Os objetivos estabelecidos inicialmente foram amplamente alcançados. O estudo permitiu compreender a evolução do formato de gestão do Carnaval de Florianópolis, evidenciando sua transição de um formato predominantemente público (2017–2018), para híbrido (2019–2024) e, posteriormente, para um formato ampliado de concessão (2025–2027). Também foi possível compreender como a lógica público–privada passou a orientar o planejamento, a operação e a governança do evento, resultando em novas dinâmicas organizacionais e na descentralização territorial da festa por meio das Arenas Regionais.

A amostragem utilizada, composta pela entrevista com o Superintendente da Secretaria de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico e o *Head* de Produção da empresa permissionária, complementada por observação documental e reportagens qualificadas, mostrou-se adequada para sustentar a investigação. Esse conjunto de fontes possibilitou compreender o funcionamento interno da gestão pública do evento, oferecendo elementos consistentes para atingir os objetivos centrais da pesquisa.

No entanto, é importante reconhecer que o processo de coleta de dados envolveu desafios. Os dados da entrevista com o Gestor da empresa permissionária, foram encaminhados com atraso significativo, em função da elevada demanda operacional do período. Após diversas tentativas de contato (via e-mail, telefone e mensagens), o retorno foi obtido, possibilitando a inclusão de informações essenciais sobre planejamento, logística e execução do evento. Embora a resposta tenha ocorrido em fase avançada da pesquisa, sua incorporação permitiu ampliar e complementar a perspectiva do poder público com a visão da iniciativa privada.

Dessa maneira, o estudo evidenciou resultados significativos ao revelar que Florianópolis consolidou, nos últimos anos, um formato de gestão híbrido, caracterizado pela combinação entre administração pública e privada, utilização de concessões, fortalecimento de acordos comerciais,

descentralização territorial do evento e uma intensa articulação interinstitucional. Percebeu-se que, embora a privatização e a ampliação de arenas possam aumentar a eficiência e a visibilidade do evento, elas também trazem novos desafios relacionados ao ordenamento urbano e a preservação do caráter cultural e comunitário do Carnaval.

A pesquisa contribui para o campo acadêmico ao oferecer um estudo atualizado, que aborda um tema ainda pouco explorado na literatura do turismo e da gestão de eventos: a concessão parcial de eventos, como o carnaval de rua e seus impactos sócio-organizacionais. Ao estudar o caso de Florianópolis, este trabalho pode servir como referência para investigações sobre concessões culturais, políticas públicas em eventos de grande porte, gestão territorial de festas urbanas e dinâmicas entre poder público e iniciativa privada.

Ressalta-se que a estratégia metodológica adotada mostrou-se coerente com os objetivos propostos, possibilitando a descrição dos processos de gestão da organização do Carnaval de Rua de Florianópolis, no entanto para pesquisas futuras, recomenda-se aprofundar a compreensão sobre três aspectos: a) ampliar a investigação sobre a atuação da iniciativa privada, explorando de forma mais abrangente os processos internos de gestão, tomada de decisão e estratégias operacionais da concessionária; b) incorporar a percepção dos blocos de rua e comunidades locais, especialmente quanto ao impacto da descentralização e da criação das arenas; c) realizar uma avaliação longitudinal, comparando os resultados dos carnavais de 2025, 2026 e 2027, para identificar padrões, ajustes e impactos cumulativos do novo formato.

Particularmente, esta pesquisa representou um processo significativo de aprendizagem e amadurecimento. Ao longo do percurso, exigiu de mim persistência, paciência e a capacidade de seguir em frente mesmo diante das incertezas próprias de um trabalho dessa natureza. A escolha da minha orientadora foi essencial para o desenvolvimento deste estudo, pela parceria, disponibilidade e compromisso de orientação oferecido ao longo de todo o processo. Carrego sincera gratidão a todos que contribuíram para esta caminhada, pois cada apoio teve impacto na construção do trabalho. A experiência de pesquisar o Carnaval de Rua de Florianópolis, com suas dinâmicas comunitárias, desafios organizacionais e complexidades de gestão, despertou em mim um interesse ainda maior pela área, fortalecendo meu olhar investigativo e o desejo de compreender com profundidade os fenômenos que articulam às áreas da cultura e da organização de eventos.

Por fim, destaca-se que a pesquisa reforça a importância do Carnaval de Rua como manifestação cultural identitária e como vetor de desenvolvimento urbano, turístico e econômico. O estudo evidencia que uma gestão de eventos eficiente exige planejamento técnico, governança compartilhada e sensibilidade cultural, e que o futuro do Carnaval dependerá do equilíbrio entre inovação, responsabilidade pública e preservação das tradições que fazem dessa festa um patrimônio coletivo.

REFERÊNCIAS

- ARANTES, Nélío. **Pequena história do Carnaval no Brasil**. Revista Portal de Divulgação, n. 29, fev. 2013. Acesso em: 20 nov. 2025.
- BARDIN, Laurence, 2011. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70. Acesso em: 10 out. 2025.
- BRASIL, Feito. **O carnaval de rua: a magia e a autenticidade das ruas brasileiras**, 2024. Disponível em: <https://feitobrasil.com/blogs/blog-feito/o-carnaval-de-rua-a-magia-e-a-autenticidade-das-ruas-brasileiras>. Acesso em: 20 nov. 2025.
- BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. **Estratégia para eventos: Uma ótica do marketing e do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2002. Acesso em: 20 set. 2025.
- CZAJKOWSKI, Adriana; CZAJKOWSKI JÚNIOR, Sérgio. **Eventos: uma estratégia baseada em experiências**. Curitiba: Intersaberes, 2017. Acesso em: 20 set. 2025.
- DORTA, Lurdes O. **Fundamentos em técnicas de eventos**. (Tekne). Porto Alegre: Bookman, 2015. Acesso em: 20 set. 2025.
- DOUGLAS, Norman.; DOUGLAS, Ngaire; DERRETT, Ros (ends) (2001). **Special Interest Tourism**, John Wiley and Sons. Acesso em: 08 Out. 2025.
- EDINBURGH, City Of. 1999. **Towards the New Enlightenment: A Cultural, for the City of Edinburgh, UK**. Acesso em: 08 Out. 2025.
- ELIAS, Alexia. **Atrações, transporte e trânsito: tudo sobre como será o Carnaval em Florianópolis**. 2025. Disponível em: https://www.nsctotal.com.br/noticias/atracoes-transporte-e-transito-tudo-sobre-como-sera-o-carnaval-em-florianopolis?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 07 dez. 2025.
- GERMANO, Iris. **O Carnaval no Brasil: da origem européia à festa nacional**. 1999. Acesso em: 20 nov. 2025.
- GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de Eventos: Teoria e Prática**. São Paulo: Cengage Learning, 2008. Acesso em: 20 set. 2025.
- HENRIQUE, Fabiana; CARLSON, Victor Emmanuel. **Carnaval Catarinense e suas Cidades: Prestígio Nacional**. Florianópolis: MaisSC, 2015. Acesso em: 20 set. 2025.
- HIRSCH, Lorena. **A origem do Carnaval**. Biblioteca do CECULT/UFRB, 21 fev. 2023. Disponível em: <https://www1.ufrb.edu.br/bibliotecacecult/noticias/228-a-origem-do-carnaval>. Acesso em: 20 set. 2025.
- IFEA, 2002. **Code of professional conduct and ethics**, p.1. IE - The Business of International Events, International Festivals and Events Association (IFEA), 13(3). Acesso em: 20 set. 2025.
- LIMA, Augusto César. **VOCÊ SABE QUEM É QUEM EM UM EVENTO?** 2014. Disponível em: http://www.augustolima.com.br/mobile/ler_artigo.php?id=274. Acesso em: 08 set. 2025.

LIMA, Pedro Ernesto Freitas. [Entrevista]. In: **Origem do carnaval: entenda como surgiu festa que virou tradição e marca registrada do Brasil**. G1, 1 mar. 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/carnaval/2025/noticia/2025/03/01/origem-do-carnaval-entenda-como-surgiu-festa-que-virou-tradicao-e-marca-registrada-do-brasil.ghtml>. Acesso em: 20 nov. 2025.

MAKERS, Hit. **Carnaval Floripa**. Florianópolis, 2025. 1 mapa. Disponível em: https://www.google.com/maps/d/u/1/viewer?mid=1HPMrv7fTkqfTPPcWj9plu_RniL-LiN0&ll=-27.590187541646557%2C-48.52436724252601&z=10. Acesso em: 21 nov. 2025.

—. **Carnaval/**. 2025. Instagram: hitmakers.hub. Disponível em: <https://www.instagram.com/stories/highlights/18127225042412589/>. Acesso em: 22 nov. 2025.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas**. 6. ed. Barueri: Manole, 2013. E-book. p.156. ISBN 9788520449028. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520449028/>. Acesso em: 08 set. 2025.

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Eventos: Seu negócio seu sucesso**. 2 ed. Santana de Parnaíba: Ibradep, 2003. Acesso em: 20 set. 2025.

MELLO, Wellington Bezerra de. **Evoe! Evoe! De onde vem o carnaval e para onde vai?** [2024]. Disponível em: <https://noticias.unb.br/artigos-main/7128-evoe-evoe-de-onde-vem-o-carnaval-e-para-onde-vai>. Acesso em: 20 nov. 2025.

MENDONÇA, Maria José A.; PEROZIN, Juliana Gutierrez Penna A. **Planejamento e Organização de Eventos**. Rio de Janeiro: Érica, 2014. Acesso em: 20 nov. 2025.

NEOENERGIA. **Carnaval: conheça a origem da maior festa do Brasil**, 17 maio 2022. Disponível em: <https://www.neoenergia.com/w/carnaval-conheca-a-origem-da-maior-festa-do-brasil>. Acesso em: 20 nov. 2025.

NOGUEIRA, Camila G.; JÚNIOR, Sérgio C.; LIMA, Rosineide Maria de; et al. **Planejamento de Eventos**. Porto Alegre: SAGAH, 2020. Acesso em: 20 set. 2025.

PAULATTI, Daniel. **Como produzir um evento universitário- Conceção do evento**. Disponível em: <https://blog.cheers.com.br/concep%C3%A7%C3%A3odoevento/>. Acesso em: 10 nov. 2025.

RANZAN, Ení Maria. **MAPA VERDE: RECURSOS DE COMUNICAÇÃO PARA A GESTÃO DE EVENTOS GASTRONÔMICOS E CULTURAIS MAIS SUSTENTÁVEIS**. 2018. 270 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018. Acesso em: 20 set. 2025.

—. **Planejamento e suas fases**. Florianópolis: IFSC, 2024. 16 slides. Acesso em: 24 set. 2025.
ROHDE, Beatriz. Florianópolis. **Após impasse, vencedora de leilão terá 10 dias para montar carnaval de rua em Florianópolis**. 2025. Disponível em: <https://ndmais.com.br/cultura/apos-impasse-vencedora-de-leilao-tera-10-dias-para-montar-carnaval-de-rua-em-florianopolis/>. Acesso em: 20 nov. 2025.

SANTA CATARINA. MARCELO FIGUEIRA FORMIGA, BRUNO LEONIR FERREIRA . **EDITAL DE LEILÃO ELETRÔNICO No 410/SMLCP/SULIC/2024 LICITAÇÃO DO TIPO MAIOR LANCE.** Florianópolis: Prefeitura de Florianópolis, 2024. 99 p. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1I2gdvojQb90D_-nAzjKXMT4CYEAbYbhX/view. Acesso em: 17 fev. 2025.

SANTOS, Alessandro Matheus Marques. **CONTRATAÇÃO DE EVENTOS PÚBLICOS NO BRASIL: UM ESTUDO SOBRE INSTRUMENTOS CONTRATUAIS E MELHORES PRÁTICAS A PARTIR DOS MODELOS DOS CARNAVAIS DE RUA.** 2021. 301 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Escola de Direito de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2021. Acesso em: 20 set. 2025.

LEAL, Vivian. **Como fica o trânsito e transporte público no Carnaval em Florianópolis.** 2025. Disponível em: https://ndmais.com.br/transito/como-fica-o-transito-e-transporte-publico-no-carnaval-em-florianopolis/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 07 dez. 2025.

WATT, David C. **Gestão de eventos em lazer e turismo.** Porto Alegre: Bookman, 2004. Acesso em: 20 set. 2025.

YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani Alessandri; CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Turismo: Espaço, Paisagem e Cultura.** 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999. Acesso em: 20 set. 2025.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012. Acesso em: 20 set. 2025.

ZITTA, Carmem. **Organização de Eventos.** Brasília: Senac, 2009. Acesso em: 20 set. 2025