

**INCLUSÃO SOCIOECONÔMICA DE CATADORES NA LIMPEZA URBANA DE  
EVENTOS DE GRANDE PORTE: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE O  
CÍRIO DE NAZARÉ E O CARNAVAL DE RUA DE SÃO PAULO**

<http://dx.doi.org/10.19177/rgsa.v7e12018486-521>

**Dumara Regina Lima<sup>1</sup>**

**André Felipe Simões<sup>2</sup>**

**Sonia Seger Mercedes<sup>3</sup>**

**RESUMO**

Além de sua importância social, política, cultural e simbólica, as festas populares no Brasil assumem cada vez maior importância econômica, muitas delas induzindo a implementação de políticas públicas nas cidades em que se realizam. Porém, observadas pela perspectiva da sustentabilidade, as festas populares se transformam em grandes geradoras de resíduos sólidos nas cidades, concentrando um número significativo de catadores de materiais recicláveis incluídos pelo mercado de modo precário e sem proteção. Se a inclusão econômica permite a “superexploração” do trabalho dos catadores, urge analisar novas formas de inclusão, sobretudo, sob a égide da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), aprovada em 2010 e que prevê, entre outros, a inclusão social e a emancipação econômica de catadores associada a ações de responsabilidade compartilhada. Deste modo, o presente trabalho apresenta resultados de pesquisa realizada, *in loco*, em 2016, em que se buscou analisar as formas atuais de inserção do trabalho dos catadores na limpeza urbana de megaeventos festivos, bem como os atores e processos que incidem sobre sua organização. Por meio da observação participante e da análise comparativa, apresentam-se aspectos da geração e do gerenciamento de resíduos do Carnaval de Rua de São Paulo e do Círio de Nazaré, em Belém. Os resultados indicam diferenças significativas, tanto em relação aos resíduos gerados como à inserção dos catadores, mas também semelhanças, que apontam um paradigma nacional de limpeza urbana de grandes eventos, formado por dois circuitos contraditórios e complementares: o formal e o informal.

**Palavras-chave:** Catadores. Gestão de resíduos. Festas populares. Limpeza urbana.

<sup>1</sup> Programa de Pós-graduação em Sustentabilidade Escola de Artes, Ciências e Humanidades.USP. <http://orcid.org/0000-0003-4775-2616> E-mail: [dumalarima@usp.br](mailto:dumalarima@usp.br)

<sup>2</sup> Prof. Dr. Associado . Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo - EACH/USP. Instituto de Energia e Ambiente da Universidade de São Paulo - IEE/USP. E-mail: [afsimoos@usp.br](mailto:afsimoos@usp.br)

<sup>3</sup> Instituto de Energia e Meio Ambiente. USP. E-mail: [seger@usp.br](mailto:seger@usp.br)

## 1 INTRODUÇÃO

A década de 1990 marca um período de mudanças profundas na estrutura produtiva brasileira. A abertura econômica, a modernização tecnológica, as privatizações, a flexibilização da produção, do trabalho e o aumento do desemprego, como o desemprego tecnológico e o desemprego estrutural, marcam a entrada do país no período da globalização e do neoliberalismo (SINGER, 1998).

É nesse contexto, de modernização, que o setor de bebidas no Brasil, especialmente o de cervejas e refrigerantes, passa à paulatina substituição de um sistema de embalagem reutilizável, com as garrafas de vidro retornáveis, por um sistema descartável, com a entrada de latas de alumínio, garrafas plásticas PET (polietileno tereftalato) e garrafas de vidro “oneway” (ABRALATAS, 2006). Como uma inovação no setor, as embalagens descartáveis criaram tanto novas formas de produção, como de consumo de bebidas (CERVIERI JR et al., 2014; GRIMM, 2002), flexibilizando o consumo com o conseqüente aumento na geração de resíduos.

Com a passagem de um sistema retornável para um sistema descartável no envase de cervejas e refrigerantes, ao mesmo tempo em que se consagra o princípio do Desenvolvimento Sustentável na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Rio 92 (LEFF, 2001), a reciclabilidade logo ofuscava sua descartabilidade, fazendo da reciclagem uma das principais estratégias de sustentabilidade da indústria, também promovida pelo ambientalismo empresarial brasileiro (CEMPRE, 2015; IAI, 2006; LAYARGUES, 2002). É nesse contexto que as latas descartáveis de alumínio para bebidas se transformam em ícone da reciclagem no país (LAYARGUES, 2002), envolvendo um grande número de catadores (RAMOS, 2007; VIEIRA, 2004; LAYARGUES, 2002).

Considerando que cervejas e refrigerantes, principais produtos envasados em latas descartáveis de alumínio (ABRALATAS, 2006), não são considerados bens de primeira necessidade, sua produção e distribuição envolve forte investimento em publicidade (CERVIERI JR et al., 2014; PALHARES, 2003; GRIMM, 2002). E se por um lado o setor de bebidas promoveu a reciclagem, por outro, fez das festas populares espaços privilegiados de promoção do consumo e de fortalecimento de imagem (FRYDBERG; KOSSAK; MACHADO, 2016; SANTOS, 2010).

Além da modernização tecnológica e da reestruturação produtiva, a década de 1990 também trouxe mudanças na política cultural brasileira, com o surgimento de um “mercado de patrocínio” ou ainda de “um mercado de imagem”, impulsionado pela Lei Rouanet - um sistema de isenções fiscais para investimentos em cultura pelas empresas, “provocando a integração de setores até então bastante distantes da lógica mercantil, como era a situação das artes, do patrimônio, da cultura popular” (ARRUDA, 2003, p.181).

É desse modo que muitas festas populares brasileiras se transformam em negócio (FARIAS, 2001), na forma de eventos de grande porte<sup>1</sup> e megaeventos, envolvendo recursos públicos e privados e organização cada vez mais especializada (CABRAL; KRANE; DANTAS, 2013; FARIAS, 2001; 2005; SANTOS, 2010). Transformadas em parcerias público-privadas (FARIAS, 2005; FRYDBERG; KOSSAK; MACHADO, 2016), as festas populares passam, muitas vezes, a concentrar os historicamente baixos recursos públicos destinados à cultura (SANTOS, 2010) e a receber o patrocínio de grandes empresas de setores tão distintos como telefonia, financeiro, minerário, de bebidas e telecomunicação.

Projetadas pela televisão, transformadas em imagens e atraindo cada vez maior número de participantes, promovendo desde marcas de bancos e cerveja até destinos turísticos, as festas populares se transformaram em vetores do desenvolvimento econômico em muitas cidades (CABRAL; KRANE; DANTAS, 2013; FARIAS, 2001; 2005; MORIGUI, 2007; SANTOS, 2010), convertendo-se em grandes geradoras de resíduos sólidos urbanos, com relevantes impactos socioambientais.

Concentrando tanto o consumo de bebidas como o descarte das embalagens descartáveis e recicláveis, a qualidade ambiental do ambiente festivo é comprometida em função da quantidade e volume dos resíduos gerados, bem como agrega um grande número de catadores de materiais recicláveis, que realizam o trabalho de modo precário e sem proteção, seja física, econômica, ou trabalhista.

Embora o debate sobre uma política nacional para a gestão dos resíduos sólidos no Brasil também tenha ganhado impulso no início dos anos 1990, com o

---

<sup>1</sup> A NBR 16004 (ABNT, 2016) apresenta definições e uma classificação de eventos. A diferença entre eventos de grande porte e megaeventos, no texto da norma, se refere à cobertura de mídia, global no caso dos megaeventos, bem como à atuação de agentes públicos e privados. No entanto, ambos apresentam grande impacto econômico, ambiental e social, alto grau de complexidade de organização, bem como um grande número de participantes – grande público e profissionais envolvidos.

Projeto de Lei 203/1991 (VILLAC, 2014), foram necessárias duas décadas para que o país contasse com um marco regulatório nacional, com a aprovação da Lei Federal 12.305, de 2010, a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).

A lei incorpora e expande, para todo o país, elementos já presentes em algumas políticas estaduais e municipais anteriores, como a figura do gerador (em geral, do grande, especial) - pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, responsáveis, direta ou indiretamente, pela geração de resíduos sólidos; a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos - conjunto de atribuições individualizadas e encadeadas dos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, dos consumidores e dos titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo dos resíduos sólidos; e a inclusão de catadores, com o reconhecimento do resíduo sólido reutilizável e reciclável como um bem econômico e de valor social, gerador de trabalho e renda e promotor de cidadania (BRASIL, 2010).

A relação entre a inclusão social de catadores e a responsabilidade compartilhada se expressa de forma direta no inciso XII do artigo 7º da PNRS, que inclui entre seus objetivos: “a integração dos catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis nas ações que envolvam a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos” (BRASIL, 2010), o que faz das festas populares espaços privilegiados para se observar essa relação.

A festa, como mecanismo operador de ligações (DUVIGNAUD, 1977 *apud* PEREZ, 2012), reúne, por meio dos resíduos sólidos urbanos, Estado, empresas e catadores, e se a inclusão via mercado permite a exploração de catadores em um contexto de superexploração do trabalho (LEAL; THOMAZ JR.; GONÇALVES, 2002), cabe também analisar novas formas de inclusão a partir do novo marco regulatório, tendo-se em conta que “Quando o Estado se torna o principal guardião da apropriação privada de uma produção social (...) da legitimação da redução do valor do trabalho, ele é também o feitor de excluídos sociais” (SILVEIRA, 2004, p.70).

Os eventos, mesmo pela perspectiva do *Tripple Botton Line*, o Tripé da Sustentabilidade - que prevê o equilíbrio entre as esferas ambiental, social e econômica, envolvem a busca de projetos e processos economicamente viáveis,

socialmente justos e ambientalmente corretos (TRIGO; SENNA, 2016). A gestão e o gerenciamento dos resíduos sólidos urbanos das grandes festas indicam concentração de ganhos econômicos e socialização de custos socioambientais, de modo que precisam ser compatibilizados para a própria sustentabilidade do sistema.

Deste modo, o presente trabalho apresenta resultados preliminares de pesquisa, em que se busca analisar as formas atuais de inserção do trabalho dos catadores na limpeza urbana de megaeventos festivos a partir do novo marco regulatório nacional. Busca-se também identificar os atores e processos que incidem sobre sua organização e discutir as possibilidades da inclusão social de catadores por meio da responsabilidade compartilhada.

## **2 ESTRATÉGIA METODOLÓGICA E ANALÍTICA**

Considerar os resíduos de festas populares como resíduos específicos, com características próprias de geração e gerenciamento, envolve também, mesmo que de forma breve, o próprio conceito de festa, pois, como destaca Amaral (2012), apesar da polêmica sobre o conceito nas diferentes disciplinas que a abordam, cada pesquisador deveria buscar um conceito de festa, ao menos, no que diz respeito a seu próprio objeto de estudo.

Neste trabalho, em que as festas populares são analisadas a partir da Política Nacional de Resíduos Sólidos (BRASIL, 2010) e observadas como fonte geradora de resíduos, considera-se a perspectiva apontada por Perez (2012), para quem a festa não deveria ser um objeto a ser descrito e explicado, mas a ser entendido e apreendido; da festa não como objeto, mas como mecanismo. Para a autora, a festa vai além da festa e:

(...) resiste tanto à formalização excessiva quanto à teorização rígida, por isso é que vão querer atribuir-lhe essência, substância, função, significado, mesmo que colocados no plural, pois ela não é (...) mero produto da vida social, muito menos simples fator de reprodução da ordem estabelecida (PEREZ, 2012, p. 41).

Como um bem simbólico-afetivo (FARIAS, 2005) e ganhando dimensão de megaevento (ABNT, 2016), as grandes festas populares demandam uma gama de serviços públicos, tais como segurança, engenharia de tráfego, pronto atendimento em saúde e a própria limpeza urbana, que pode ser observada no momento de sua

realização, bem como no período posterior ao seu encerramento. No entanto, trata-se também de etapas específicas do ciclo de vida dos produtos<sup>2</sup>, que devem ser consideradas para efeito de responsabilidade compartilhada sobre os resíduos, como definido na PNRS.

Nesses termos, o espaço-tempo extraordinário das festas (DaMATTA, 1997) se caracteriza por etapas específicas relativas ao consumo e à disposição final, em que se inserem diferentes etapas do gerenciamento de resíduos (VIANA; SILVEIRA; MARTINHO, 2015). Deste modo, as festas podem ser observadas como mecanismos específicos de consumo, descarte e manejo, ou ainda, como canal (de distribuição) reverso (FULLER, 1978), que se busca investigar e sistematizar. No entanto, sem perder de vista que tal mecanismo se insere em processo mais amplo, no âmbito da cadeia dos produtos - a montante e a jusante.

Assim, com vistas à identificação e análise do processo de geração e gerenciamento de resíduos sólidos urbanos no espaço festivo, tomou-se como referência a sequência de etapas do gerenciamento de resíduos apresentada por Viana, Silveira e Martinho (2015), que compreende a geração, o acondicionamento, o armazenamento, a coleta, o transporte, a triagem, o tratamento, a valorização e o destino final, considerando-se apenas as etapas passíveis de observação empírica no *locus* da festa.

Para a observação participante, foram selecionadas duas festas de grande porte, ocorridas em 2016, nas macrorregiões de maior e menor densidade populacional do Brasil (IBGE, 2010): o Carnaval de Rua da cidade de São Paulo, na Região Sudeste, e o Círio de Nazaré, na cidade de Belém, Região Norte. Tais festas também são representativas da clássica distinção entre festas sagradas e profanas (AMARAL, 2012; PEREZ, 2012) e possuem, no simbolismo do Carnaval, um elemento de ligação (ALVES, 1980).

A observação participante das duas festas foi registrada por meio de fotografia, complementada por entrevistas semiestruturadas pontuais junto aos participantes. A fotografia foi utilizada como registro, mas também como suporte e complemento da análise textual e comparativa, na medida em que expressam

---

<sup>2</sup> Conforme a PNRS o ciclo de vida do produto é definido como “série de etapas que envolvem o desenvolvimento do produto, a obtenção de matérias-primas e insumos, o processo produtivo, o consumo e a disposição final” (BRASIL, 2010).

*“things that writing and words cannot convey, or find very hard to do so (or at least the conventional social science kinds of writing)”* (ROSE, 2007, p. 247-248).

A observação participante e a análise comparativa nos estudos de festas permitem maior fiabilidade de dados e o isolamento de peculiaridades, favorecendo a identificação da composição da estrutura festiva (AMARAL, 2012), o que permitiu também reconhecer diferenças e semelhanças tanto dos resíduos gerados, como no serviço de limpeza urbana, revelando formas distintas de inserção de catadores. A caracterização das festas, bem como a análise dos resultados foram complementadas por revisão bibliográfica.

### **3 O CÍRIO DE NAZARÉ**

Comemorada desde 1793, a Festa do Círio de Nazaré é realizada anualmente na cidade de Belém, capital do Estado do Pará, Região Norte do Brasil. Formada por um conjunto de celebrações, desde 1901 tem como data fixa o segundo domingo de outubro, no qual se realiza a Procissão do Círio, sua procissão principal (IPHAN, 2006) a qual, junto da Procissão da Transladação, que ocorre no dia anterior, forma o núcleo central da festa (LOPES, 2014a). Tombada em 2014 pela Unesco, como Patrimônio Imaterial da Humanidade<sup>3</sup>, a festa reúne atualmente 2 milhões de pessoas (DIRETORIA DA FESTA, 2017). Para um breve comparativo de sua dimensão e expansão, em meados da década de 1970, o público girava entre 400 e 600 mil presentes (ALVES, 1980, p. 16).

Em 2016, na sua 224<sup>a</sup> edição, os festejos oficiais tiveram início em 3 de outubro, encerrando-se no dia 24 do mesmo mês, totalizando um período festivo de 22 dias. Além da Procissão da Transladação e do Círio, há também outras 10 romarias: o Translado de Ananindeua, a Romaria Rodoviária, a Romaria Fluvial, a Moto-romaria, a Cicloromaria, a Romaria da Juventude, a Romaria das Crianças, a Romaria dos Corredores, a Procissão da Festa e o Recírio (IPHAN, 2006). Também

---

<sup>3</sup> Para Perez (2012), a patrimonialização se insere nas políticas de incremento do turismo, que dão às festas populares dimensão espetacular.

chamada de “Mãe Peregrina”, por sua origem histórica e mítica<sup>4</sup>, a imagem peregrina da Virgem de Nossa Senhora de Nazaré circula pela cidade e região metropolitana nas 12 romarias.

Além das romarias e procissões, há também o Arraial do Círio, montado no estacionamento da Basílica de Nossa Senhora de Nazaré, hoje também Santuário, construída em 1852 no local em que a imagem da Virgem foi encontrada pelo Caboclo Plácido (IPHAN, 2006). O Arraial é composto de diversas barracas de alimentos e bebidas, artigos religiosos, brinquedos e um parque de diversão (Figura 1), além de um palco na Praça da Basílica Santuário, em que se encerra a Procissão do Círio e onde ocorrem shows musicais, apresentações artísticas e celebrações religiosas ao longo do período festivo.

Figura 1 - Arraial do Círio e Basílica Santuário de Nazaré.



Fonte: Autoria própria, 2016.

O Arraial do Círio faz parte da memória de infância dos devotos idosos entrevistados e passou por diversas transformações, como é próprio das festas (VIANA, 2005) que marcam os tempos fortes (PEREZ, 2012) e se configuram como “fenômeno social dinâmico por natureza” (AMARAL, 2012, p.70). A cada Círio,

---

<sup>4</sup> “A origem do Círio e da Festa de Nazaré está envolta em lendas ou mitos, que se misturam a fatos históricos. É difícil separar o mito da história apoiada em documentos (...). Por volta de 1700, reza a tradição, caminhava nas matas da então tortuosa estrada do Utinga, hoje Avenida Nazaré, em Belém do Pará, um caboclo agricultor e caçador chamado Plácido José dos Santos. Levado pela sede, acabou descobrindo entre pedras cobertas de trepadeiras, às margens do igarapé Murutucu (localizado atrás da atual Basílica de Nazaré), uma espécie de nicho natural com uma pequena imagem da Virgem de Nazaré (a imagem, hoje tida como a original, tem 38,5 centímetros de altura). Plácido levou-a para casa e, no dia seguinte, ao acordar, viu que havia desaparecido. Assustado, correu até o local onde a encontrara e percebeu que a imagem havia “voltado” para o mesmo lugar. O fenômeno repetiu-se várias vezes, até que o governador da época (a lenda não esclarece o seu nome) mandou que a imagem fosse levada para a capela do Palácio do Governo, onde ficou guardada pelos soldados, que passaram a noite em vigília, para impedir que alguém ali penetrasse ou de lá saísse. Mas, no dia seguinte, a santa foi de novo encontrada às margens do igarapé, no mesmo lugar para onde sempre retornava, com gotas de orvalho e carrapichos presos a seu manto, numa “prova” da longa caminhada através da estrada: a santa “viva” novamente se locomovera por seus próprios meios” (IPHAN, 2006, p. 12 e 13).

inovações e mudanças podem ser observadas, ao mesmo tempo em que são mantidas tradições. Em 2016, destaca-se a implantação do Projeto EcoCírio, em consonância com o tema da Campanha da Fraternidade 2016: “Casa comum, nossa responsabilidade”.

Conforme entrevista com uma representante da Diretoria da Festa, o projeto foi idealizado pela Diretoria e executado por empresa especializada. Contou, entre outros, com palestras junto aos locatários das barracas e seguranças do Arraial, produção de cartilhas informativas de orientações gerais<sup>5</sup> e implantação de lixeiras para coleta seletiva com placas de comunicação (Figura 2), promovendo, junto ao público e aos comerciantes, a separação dos resíduos orgânicos e recicláveis em todo o espaço do Arraial. Os resíduos foram destinados à Cooperativa Concaves. Destaca-se que alguns membros cooperados ou colaboradores<sup>6</sup> da Concaves são catadores egressos do Lixão do Aurá, recentemente fechado em virtude da PNRS, cujas metas incluem a eliminação dos lixões (BELÉM, 2015).

Figura 2 – Lixeiras para coleta seletiva com placas de comunicação



Fonte: Autoria própria, 2016.

<sup>5</sup> Destinada aos locatários dos *stands*, funcionários, seguranças e visitantes do Arraial, a cartilha traz um resumo da Campanha da Fraternidade de 2016: “O poder público tem a tarefa de realizar a infraestrutura para garantir a ordem e a limpeza local, a nós cidadãos compete a tarefa de não sujar, não jogar lixo nas ruas e zelar pelos espaços comuns”. Além de orientações para promover a coleta seletiva, a cartilha traz também uma campanha de combate ao trabalho infantil (ARQUIDIOCESE DE BELÉM, BASÍLICA SANTUÁRIO DE NAZARÉ; DIRETORIA DA FESTA, 2016).

<sup>6</sup> Como explicitado em entrevista realizada na Concaves e registrado no site da cooperativa “Dentro da CONCAVES, há duas categorias de catadores: o cooperado e o colaborador. O primeiro está vinculado à Cooperativa e recebe periodicamente o pagamento dos rendimentos obtidos pela Cooperativa, paga sua cota-parte mensalmente e participa das decisões da Cooperativa. Os segundos, isto é, os colaboradores têm a oportunidade de revenderem seus materiais para a Concaves por um preço melhor que o de mercado” (CONCAVES, [201-?]).

Tanto as atividades religiosas como o Arraial do Círio são organizados pela Diretoria da Festa, composta por 35 membros da comunidade local, sob a supervisão da Paróquia de Nazaré (IPHAN, 2006). Festa religiosa, ritual complexo (ALVES, 1980), o Círio de Nazaré envolve também outras manifestações culturais de caráter profano, identificadas por Lopes (2014a) como circuito dos fluxos secundários, que também envolve milhares de participantes. Nesse circuito, participam o Arraial da Pavulagem, cortejo com características de bloco carnavalesco, organizado por agentes culturais locais; a Festa da Chiquita, organizada por entidades GLBTT (Gays, Lésbicas, Bissexuais, Transexuais e Transgênero) e o Auto do Círio, espetáculo teatral de rua, também tombado no processo nacional de patrimonialização (LOPES, 2014; IPHAN, 2006).

Para Alves (1980, p. 15), a festa também é entendida como “festa devocional, mas feita com um sentido mais abrangente, mais informal, mais carnavalesco, no sentido lato”, pois, ao mesmo tempo que o Círio é uma festa religiosa, é também uma festa popular “proporcionadora de manifestações mais livres e espontâneas, não submetidas aos rigores litúrgicos ou às regras impostas pela autoridade sacral” (Ibid., p. 15), daí a alcunha de Carnaval Devoto<sup>7</sup>. É possível, ainda, falar do almoço do Círio, realizado no âmbito do espaço privado e associado à culinária regional, outro componente importante e tradicional do festejo, bem como dos novos “circuitos do brega” no Círio, “a festa dentro da festa”, como observado por Costa (2006).

Destaca-se que, além de ampla cobertura da mídia durante todo o período festivo, a procissão do Círio é transmitida ao vivo pela TV para o Estado do Pará e toda a região amazônica (LOPES, 2011), contando com o patrocínio de grandes empresas do setor financeiro, minerário, de telefonia e comunicação, entre outros. A santa, que pode ser chamada pelos devotos de Naza, Nazinha ou Mãe Peregrina, é também chamada de Mãe Amazônica (Ibidem), indicando sua abrangência regional.

Em que pesem os múltiplos significados da festa, para muitos devotos o Círio

---

<sup>7</sup> Título da dissertação de Isidoro Alves, que se tornou um estudo de referência (LOPES, 2011; IPHAN, 2006; AMARAL, 1998), teve como banca de avaliação Roberto DaMatta e foi também publicada em livro (ALVES, 1980). Na obra, o autor explica o título em função do período da realização da pesquisa de campo, entre os anos de 1974 e 1976, quando houve uma polêmica envolvendo setores eclesiais e a Escola de Samba Unidos de São Carlos, do Rio de Janeiro, que havia escolhido o Círio como enredo no Carnaval carioca de 1975. O autor discute em seu trabalho os distintos discursos sobre a festa e seus interlocutores, e destaca o romancista Dalcídio Jurandir, com o romance Belém do Grão-Pará, “quando se refere ao Círio de Nazaré como uma espécie de ‘carnaval devoto’” (ALVES, 1980, p. 25). Cabe destacar que “O país do Carnaval” é também título de uma obra, o primeiro romance de Jorge Amado, publicado em 1931 (DaMATTA, 1997). O que mostra não só a comunicação entre as festas, mas entre elas e outras manifestações artísticas, como a literatura.

é o momento de cumprir as promessas. Levando junto à cabeça casas, barcos ou cadernos (simbolizando o desejo de ser aprovado em concurso público ou vestibular, por exemplo), seja para pedir ou agradecer a Santa, é também comum encontrar os promesseiros da água (Figura 3), que cumprem suas promessas promovendo a doação de água para os romeiros, bem como a tradição do ir descalço (ALVES, 1980), que se destaca na Figura 4.

Figura 3 – Promesseiros d'água e a tradição do ir descalço.



Fonte: A autoria própria, 2016.

Figura 4 - O ir de pés descalços e os resíduos da procissão do Círio de Nazaré.



Fonte: A autoria própria, 2016.

Além do público, a festa conta também com uma gama de ambulantes, os quais circulam entre os devotos vendendo bebidas, entre outros produtos, como chapéus, brinquedos, imagens da santa e alimentos. Se muitos dos produtos

comercializados vão para a casa junto com os romeiros, como lembrança da festa (LOPES, 2014b), outros, especialmente as embalagens de bebidas, acabam descartados, frequentemente no chão, posto que as lixeiras permanentes da cidade tornam-se insuficientes para os dias extraordinários de festa (Figura 5).

Figura 5 – Comércio ambulante e lixeira saturada na procissão do Círio de Nazaré.



Fonte: Autoria própria, 2016.

Descartados em grande parte no chão, com o movimento dos passantes, os resíduos se amontoam nas profundas sarjetas da cidade, dadas as chuvas torrenciais do clima equatorial. E seja pela ação dos promesseiros da água - com a doação dos copos d'água, seja pela elevada temperatura da região ou pelo “calor da multidão”, além do intrínseco caráter religioso da festa, nas procissões prevalecem os resíduos de copos de plástico PP (Polipropileno). O sacrifício do “ir descalço” (ALVES, 1980) ainda se mantém, embora, aparentemente, não pareça predominar nas romarias observadas.

Mesmo não prevalecendo nos espaços das romarias, as latas de alumínio, assim como catadoras e catadores de latas de alumínio, são frequentes nestes espaços (Figuras 6 e 7). Observou-se também a presença de crianças na catação de latas, mostrando que o trabalho infantil associado aos resíduos não se restringe aos lixões, foco de trabalho infantil nas cidades brasileiras (GONÇALVES, 2003). Não por acaso o tema do trabalho infantil também é tratado na cartilha do Programa EcoCírio, como prática que deve ser combatida (ARQUIDIOCESE DE BELÉM;

BASÍLICA SANTUÁRIO DE NAZARÉ; DIRETORIA DA FESTA, 2016).

Figura 6 - Catadora na Procissão do Círio de Nazaré



Fonte: autoria própria, 2016

Figura 7- Catador na Procissão do Círio de Nazaré.



Fonte: Autoria própria, 2016.

Se catadoras e catadores de latas de alumínio realizam a coleta em meio aos devotos, junto da procissão, o serviço público de limpeza urbana realiza a limpeza após a sua passagem, iniciada pela varrição da rua. No entanto, observou-se também a presença de cooperativa de catadores (Figura 8 e 9), atuando em conjunto com o serviço público também ao final do cortejo, coletando principalmente os resíduos de plástico. Além da Cooperativa Filhos do Sol, a Cooperativa Concaves

também participou das operações, como informado por sua presidenta em entrevista. Por fim, a limpeza urbana da festa e o transporte dos resíduos coletados pela limpeza formal, em que também se inclui as cooperativas, envolvem um grande número de equipamentos (Figura 10).

Figura 8 - Cooperados e cooperadas da Filhos do Sol na procissão do Círio de Nazaré.



Fonte: Autoria própria, 2016.

Figura 9 - Caminhão do serviço público municipal com os resíduos coletados pela Cooperativa Filhos do Sol.



Fonte: Autoria própria, 2016.

Figura 10 – Máquinas e equipamento de limpeza urbana na procissão do Círio de Nazaré.



Fonte: A autoria própria, 2016.

#### 4 O CARNAVAL DE RUA EM SÃO PAULO

Festa do início do século XX, em substituição ao entrudo<sup>8</sup> do período colonial (COUTINHO, 2006; SEBE, 1989; SIMSON, 2007), o Carnaval é festa generalizada no país, configurando-se como um ritual nacional (DaMATTA, 1997) que se manifesta em ampla variedade de formas e ritmos, podendo ser entendido como uma “rede infundável de manifestações regionais que, através dos tempos, tem recebido um tratamento nivelador, tentando determiná-las como se fossem uma única manifestação” (SEBE, 1986, p. 33).

Tal diversidade de formas e expressões, bem como o tratamento nivelador, podem ser vistos em uma única cidade, como São Paulo, que conta, nos moldes do Carnaval do Rio de Janeiro, com um Sambódromo - uma estrutura permanente para

---

<sup>8</sup> O entrudo, forma antiga de brincar o Carnaval, foi praticado por todas as camadas sociais ao longo do período colonial (SIMSON, 2007), sendo fortemente combatido no final do século XIX em diversas cidades brasileiras – por decretos, pelos jornais e pela polícia (COUTINHO, 2006; SIMSON, 2007; SANTOS, 2010). Consistia em “festa em que as pessoas se divertiam sujando umas às outras, com limões de cheiro, água suja, farinha, ovos, piche e outras substâncias” (Coutinho, 2006, p. 32). O Carnaval de máscaras e salões, do corso e dos confetes e serpentinas, que iria influenciar as manifestações populares dando origem aos ranchos, blocos e cordões carnavalescos (SEBE, 1989; COUTINHO, 2006; SIMSON, 2007), no encontro do Carnaval com o samba, é manifestação do final do século XIX e início do século XX, já do período de industrialização e urbanização do país, quando o entrudo passou a ser considerado brincadeira rústica e associado às classes menos abastadas (SIMSON, 2007).

os desfiles de escolas de samba<sup>9</sup>, transmitidos pela TV, ao vivo, em cadeia nacional, e também uma estrutura provisória, para o desfile de escolas de samba de menor porte e blocos carnavalescos especiais que animam o Carnaval no centro e na periferia (BELO, 2008; FRANGIOTTI, 2007), entre outras manifestações carnavalescas de cunho comunitário em diversos bairros, como informado em entrevista com o supervisor de cultura da prefeitura regional do Butantã.

Atualmente, a cidade vê ressurgir o Carnaval de rua, que volta para a região central, depois do esvaziamento provocado pela inauguração do Sambódromo, em 1991. Tal esvaziamento foi também identificado no Rio de Janeiro, com a inauguração do sambódromo da Marquês de Sapucaí em 1984, cidade que igualmente assiste ao forte crescimento do Carnaval de rua no período atual (FRYDBERG; KOSSAK; MACHADO, 2016; HERSCHMANN, 2013).

Regulamentado recentemente em um processo que culminou com o Decreto Municipal 56.690 de 7 de dezembro de 2015<sup>10</sup> (SÃO PAULO, 2015), o Carnaval de rua de São Paulo, vinculado à Secretaria Municipal de Cultura, contou, em 2016, com 355 blocos carnavalescos, com a estimativa de 2 milhões de participantes. Realizado entre os dias 29 de janeiro e 14 de fevereiro, período oficial do evento (SÃO PAULO, 2016), os festejos totalizaram 17 dias, indicando também a dilatação do período carnavalesco.

O processo de regulamentação do Carnaval de rua, além de normatizar os blocos, bandas e cordões carnavalescos e garantir a infraestrutura necessária, como transporte público, engenharia de tráfego, ambulâncias de emergência e banheiros químicos, significou também o início de uma política de patrocínio que se reproduziu,

---

<sup>9</sup> A transformação dos primeiros blocos, bandas e cordões carnavalescos paulistanos em escolas de samba se deu no seu processo de institucionalização, que culminou no Decreto 7.100 de 29 de dezembro de 1967, quando o Carnaval popular foi reconhecido e entrou no calendário oficial da cidade, já associado ao seu potencial turístico e vinculado à secretaria municipal de turismo (OLIVEIRA, 2007; BELO, 2007). Cabe destacar que os primeiros blocos carnavalescos da cidade - cujo marco é a fundação, em 1914, do Grupo Carnavalesco Barra Funda, por Dionísio Barboza, sofreram diversas formas de perseguições e preconceitos até o seu reconhecimento em 1967, quando tiveram que se adequar às novas regras e formatos determinados pelo modelo carioca (SIMSON, 2007). Destaca-se que o Carnaval Popular no Rio de Janeiro foi reconhecido e oficializando em 1935 (SOHIET, 2007), o que viria a ocorrer em São Paulo somente 3 décadas depois. O depoimento de “Seu” Irineu, componente da Velha Guarda da Escola de Samba Unidos de Vila Maria, entrevistado em 2002 por Belo (2008, p. 41), registra as diferenças do Carnaval não reconhecido e do oficializado: “Naquela época, a escola saía e a viatura saía atrás. Quando chegava lá em cima eles acabavam com o nosso samba. Pode parar! Pode parar! Hoje a polícia faz a segurança para nós”.

<sup>10</sup> Recentemente, este decreto foi substituído pelo Decreto 57.917 de 5 de outubro de 2017, pelo atual prefeito João Dória. No novo decreto, as diretrizes gerais e a política para o Carnaval de rua passam para a Secretaria do Governo Municipal e o cadastramento dos blocos, bandas e cordões, para a Secretaria Municipal de Prefeituras Regionais (SÃO PAULO, 2017), funções atribuídas no decreto anterior (SÃO PAULO, 2015) à Secretaria Municipal de Cultura.

no mesmo ano, em outros grandes eventos observados na cidade, como a Virada Cultural e a Parada do Orgulho LGBTT.

Nessa política, é permitido ao patrocinador do evento o credenciamento de representantes de vendas, como definido em edital (SÃO PAULO, 2015b). No caso, à cervejaria patrocinadora é permitido o credenciamento de vendedores ambulantes de bebidas (Figura 11), que já contam com o uso difuso de máquinas de cartão de crédito e garantem a venda exclusiva dos produtos do patrocinador em todo o evento, em um comércio de grande público. No entanto, é permitido aos blocos haver patrocínio independente (adicional) do patrocinador do evento (Figura 12), também como previsto no edital (SÃO PAULO, 2015b). Deste modo, as grandes cervejarias participam tanto no patrocínio da festa como no patrocínio dos grandes blocos (LIMA; SIMÕES; MERCEDES, 2017).

Figura 11 - Vendedor ambulante de bebida credenciado – Carnaval de rua de São Paulo



Fonte: Autoria própria, 2016.

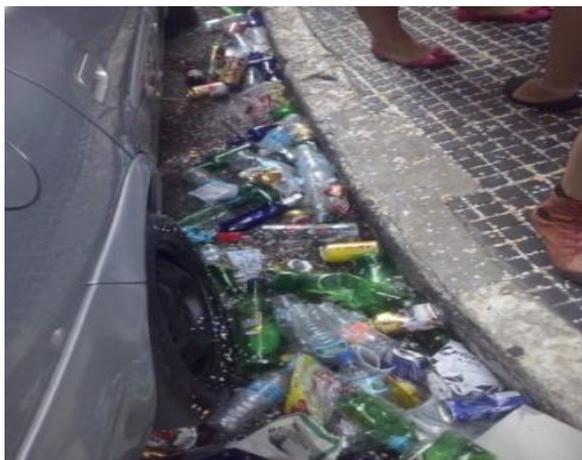
Figura 12 – Patrocínio de grande bloco por cervejaria concorrente – Carnaval de rua de São Paulo.



Fonte: Autoria própria, 2016.

Com tantos estímulos e facilidade de consumo, as lixeiras da cidade de São Paulo, tal como Belém, não suportam o volume de resíduos gerados, que se acumulam nas sarjetas (Figura 13). As catadoras e catadores de latas de alumínio em São Paulo (Figuras 14 e 15) também realizam a coleta em meio ao público, ao longo de todo o festejo, tanto no chão, como nas lixeiras, reduzindo o ciclo de esvaziamento e, conseqüentemente, ampliando a disponibilidade das mesmas.

Figura 13 - Resíduos do Carnaval de rua de São Paulo



Fonte: A autoria própria, 2016.

Figura 14- Catadora de lata de alumínio no Carnaval de rua de São Paulo.



Fonte: A autoria própria, 2016.

Figura 15 - Catador de lata de alumínio no Carnaval de rua de São Paulo.



Fonte: Autoria própria, 2016.

Os resíduos que não possuem grande valor de mercado, embora compostos em parte por materiais recicláveis, tais como garrafas de plástico e de vidro, foram coletados e ensacados indiscriminadamente pelo serviço público de limpeza urbana, também após a passagem dos blocos carnavalescos. Após a varrição e o acondicionamento dos resíduos, a limpeza é concluída com a lavagem do local, também envolvendo um grande número de máquinas e equipamentos.

## **5 CARNAVAL DEVOTO E CARNAVAL PROFANO – DIFERENÇAS E SEMELHANÇAS NO SERVIÇO DE LIMPEZA URBANA NAS CIDADES DE BELÉM E SÃO PAULO**

Tomando as grandes festas brasileiras como rituais, cujo traço principal é a dramatização de elementos da realidade social, “a condensação de algum aspecto, elemento ou relação colocando-o em foco, em destaque” (DaMATTA, 1997), a observação da limpeza urbana da Festa do Círio de Nazaré e do Carnaval de rua de São Paulo destaca, de forma dramática, a problemática dos resíduos sólidos urbanos nas cidades dos países periféricos, países formados por um número grande de pobres e desempregados e que encontram na catação alternativa de sobrevivência (LEAL; THOMAS JR; GONÇALVES, 2002). Tal problemática se expressa na grande quantidade e volume dos resíduos gerados, no comprometimento da qualidade ambiental dos espaços coletivos, na ausência de ações de responsabilidade compartilhada e de educação ambiental e na falta de estrutura para o descarte adequado, bem como na exploração do trabalho de catadores e catadoras, ao mesmo passo que tais festejos são cada vez mais

agenciados por grandes corporações.

O Círio de Nazaré destaca, sobremaneira, os aspectos sanitários da transformação das festas populares em grandes geradoras de resíduos. O sacrifício do “ir descalço” (ALVES, 1980) em meio a grande quantidade de resíduos, expõe a importância e urgência de ações e modelos de limpeza urbana mais ajustados às grandes festas populares, capazes de promover tanto a redução como a gestão ambientalmente adequada dos resíduos gerados, como definido na PNRS. Nesse sentido, as especificidades dos festejos também devem ser consideradas, posto que a comparação das duas festas selecionadas mostra também diferenças no tipo de resíduos gerados, em que se destacam os “rios de plástico” formados pelos copos descartáveis desse material nas sarjetas de Belém<sup>11</sup>.

O simbolismo da água no Círio de Nazaré foge do escopo deste trabalho, no entanto, pagar promessas oferecendo água aos romeiros é prática anterior aos copos descartáveis. Bilhas de barro<sup>12</sup>, saquinhos de plástico com gelo, garrafas e canecas próprias e até carros-pipa com mangueiras d’água foram relatados por alguns devotos mais antigos, quando questionados sobre o início do uso dos copos descartáveis de plásticos na festa. É necessária, portanto, a realização de pesquisa mais aprofundada para precisar a entrada dos copos descartáveis de plástico PP na festa do Círio de Nazaré, no entanto, se a festa teve início em 1793, o polipropileno foi inventado apenas em 1954 (GARCIA, 2009), de modo que seu uso é recente e envolve aspectos culturais que devem ser considerados.

Com base nas observações das duas festas, são os catadores que realizam a coleta seletiva na fonte, que segregam os resíduos no *locus* da festa, sejam os catadores informais, especializados na coleta das latas de alumínio, sejam os catadores formalizados, organizados em cooperativas como no caso do Círio, que coletam materiais diversos como copos e garrafas de plástico e até mesmo os

---

<sup>11</sup> Em São Paulo, os resíduos de plástico (PP, PET) também se destacam na Corrida de São Silvestre e na Marcha para Jesus, ambas observadas em 2017. Parece haver uma associação entre o plástico e os eventos de grande porte de cunho religioso e esportivo – com exceção do futebol, e do alumínio com os megaeventos de cunho artístico e cultural – em que se inclui o futebol. No entanto, a presença de catadores e catadoras de latas descartáveis de alumínio pode ser observada em todos os tipos de eventos de grande porte, sejam esportivos, religiosos, artísticos, culturais ou políticos.

<sup>12</sup> No pouco que alcançamos, bilhas de barro são potes de diferentes tamanhos e, conforme Alves (1980, p.47): “Pessoas pagam promessas distribuindo água em bilhas. É visível também a distribuição de bebidas alcoólicas na procissão, sendo tradicionais as pessoas que carregam na cabeça potes e melancias cheios de cachaça” de modo que o uso e distribuição de água e bebidas apresentavam também outro suporte de embalagens, ainda em meados da década de 1970.

calçados deixados nas romarias<sup>13</sup>.

No que se observou empiricamente em Belém e São Paulo, o serviço público, por meio das empresas concessionárias, não realiza a segregação do material na fonte geradora, no tempo-espaço da festa, pois os resíduos – tanto os de varrição após a passagem de blocos e procissões<sup>14</sup> como os das lixeiras presentes no percurso - são acondicionados indistintamente em sacos plásticos padronizados, sem nenhum tipo de identificação. No entanto, é possível que as concessionárias o façam em momento posterior e em espaços como centrais de reciclagem, pois este trabalho se limitou às etapas passíveis de observação no ambiente festivo. De qualquer modo, a coleta seletiva na fonte geradora garante uma melhor qualidade da sucata pós-consumo, evitando ou reduzindo sua contaminação pelo contato com outros materiais – orgânicos e inorgânicos (FILLETI, 1996; BRINGUENTI, 2004) -, o que faz das grandes festas importantes canais reversos de embalagens descartáveis de bebidas, especialmente, de latas de alumínio, verificado nas duas festas.

O caso do EcoCírio apresenta um sistema distinto, promovido pela Diretoria da Festa e restrito à área da Basílica Santuário, porém, aponta a importância da responsabilidade compartilhada e a estrutura básica para um sistema de coleta seletiva para a separação na fonte pelos próprios visitantes e comerciantes do Arraial, além dos desafios da educação ambiental. O recurso a palestras, cartilhas, containers sinalizados, ações e outros materiais que envolvem custos, igualmente evidenciam a importância e o valor do trabalho dos catadores, que no caso dos “catadores de latinha”, não contam com nenhuma estrutura e auferem algum ganho pelo conjunto dos serviços prestados apenas nas sucatarias<sup>15</sup>, por meio da

---

<sup>13</sup> Em visita à Cooperativa Filhos do Sol, foi relatado por uma de suas cooperadas que o principal material coletado foi o plástico (na forma de copos e garrafas), e em menor medida latas de alumínio. No entanto, foi destacado também a coleta de “sandálias”, já que muitos devotos, frente à efervescência da festa, se desfazem de seus calçados quando adentram às procissões. Uma parte desses calçados é reutilizada pelos próprios cooperados e outra é revendida por eles.

<sup>14</sup> Para Amaral (1998, p. 122) “o modelo do Carnaval é o modelo processional, presente já nos primórdios das festas brasileiras, cuja base do processo de simbolização é o deslocamento. Neste processo, a parte fundamental é a transmutação ou a passagem, de um ou vários elementos de um domínio para o outro”. Tal deslocamento pode ser observado tanto nos desfiles de Carnaval como também, marcadamente, no Círio de Nazaré.

<sup>15</sup> Em São Paulo, conforme Varanda e Adorno (2004, p. 64): “Para certos tipos de trabalhos braçais, como o dos catadores e carregadores, o uso da bebida chega a ser estimulado pelo empregador”. Em conversas com catadores também em São Paulo, foi relatado que algumas sucatarias chegam a ter preços diferentes para a sucata da latinha no período diurno e noturno, indicando a problemática da relação dos sucateiros com os catadores.

comercialização dos resíduos coletados.

Em contraste, os catadores cooperados que atuaram na limpeza do Círio contaram com uniformes, equipamentos de proteção individual (EPI), capacitação e a disponibilidade de outros equipamentos e recursos, como *bags* (sacos padronizados para resíduos recicláveis) e caminhões, além da remuneração do poder público pelo serviço de limpeza prestado, via contrato com a Prefeitura de Belém. Trata-se de estrutura, apoio e reconhecimento de que não dispõem os catadores de latinha, tanto em São Paulo como Belém.

Conforme visita realizada à Cooperativa Concaves e o relato de sua presidente e de um de seus fundadores, o contrato junto à prefeitura foi estabelecido por meio de edital (BELÉM, 2015), que selecionou cooperativas para a realização da coleta seletiva regular no bairro de Nazaré, em função do fechamento do lixão Aurá, em 2015<sup>16</sup>. A inclusão dos catadores via formalização das cooperativas apresenta o que se pode considerar como condições mínimas para o desenvolvimento da atividade, pois mesmo os catadores cooperados, como relatado nas entrevistas, também enfrentam baixa remuneração, insalubridade e precariedade no trabalho, inclusive, pela própria forma de disposição dos resíduos pela população<sup>17</sup>.

Além das diferenças de estrutura e de condições de trabalho entre os catadores informais e os catadores cooperativados, pôde-se observar também diferenças quanto à forma de organização do trabalho. Enquanto os catadores informais realizam a coleta ao longo de todo cortejo, em meio ao público, apresentando a mesma sistemática de trabalho tanto em Belém como em São Paulo, os catadores das cooperativas de Belém adotaram a sistemática do serviço público de limpeza urbana, também similar nas duas cidades, realizando a coleta ao final do cortejo junto com a empresa concessionária.

Portando apenas sacos e mochilas, catadores e catadoras “de latinha”, os catadores informais, se misturam ao público coletando as latas descartáveis de alumínio nas lixeiras, nos canteiros, no chão e nas sarjetas, o que contribui

---

<sup>16</sup> O aterro Aurá apresentava características de lixão e já havia atingido o seu esgotamento (BELÉM, 2015). Para a coleta do Círio, os entrevistados também informaram que receberam um treinamento, bem como os EPI, por meio de convenio com a OIT. Até o momento da entrevista, ainda no período festivo, a cooperativa havia coletado 10 toneladas de resíduos, em que também se destacaram os resíduos de plástico.

<sup>17</sup> Conforme entrevista com catadora da cooperativa Filhos do Sol, pode-se encontrar de tudo em meio aos resíduos recicláveis destinados à cooperativa: de materiais perigosos a desagradáveis. A separação adequada dos resíduos pelos consumidores se mostra fundamental para melhorar as condições de trabalho de catadoras e catadores, sejam formais ou informais.

diretamente para a redução do impacto do descarte de resíduos no ambiente festivo, no tempo-espço da festa, especialmente, naquelas em que as latas de alumínio apresentam grande consumo/descarte, como o Carnaval e os circuitos secundários do Círio, de natureza profana, observados em 2016. Um tipo de trabalho tão eficiente - para a limpeza da festa<sup>18</sup> e para a reciclagem das latas - quanto desamparado.

Se o Círio de Nazaré destaca os aspectos culturais e de saúde coletiva, associados à limpeza urbana do ambiente festivo, bem como novas formas de inclusão dos catadores, o Carnaval de rua de São Paulo destaca a participação cada vez maior da indústria de bebidas na sua organização e seu impacto direto na geração de resíduos.

Embora o Círio de Nazaré em 2016 tenha contado também com patrocinadores de peso do setor financeiro, minerário e de telecomunicação, de forte presença na região, em uma estratégia de marketing cultural (ARRUDA, 2003) ou, ainda, de *folkmarketing* (ZAIDAN, 2015), na promoção de sua imagem junto aos devotos e romeiros, especialmente os moradores da região, seja para conquistar consumidores de serviços ou amenizar conflitos<sup>19</sup>, o Carnaval de rua paulistano envolveu a participação direta do fabricante de bebidas, por meio do patrocínio, que passou também a comercializar seus produtos de forma privilegiada no ambiente festivo, no contexto do marketing experiencial:

El marketing experiencial o mercadeo de experiencias es un estilo de mercadeo que se basa en provocar sentimientos y emociones en el consumidor para establecer una conexión con una marca de forma más profunda. Según Max Lenderman (2008) el marketing experiencial intenta dar vida a las promesas que hace la marca a los consumidores por medio de experiencias organizadas que tienen lugar antes, durante y después de la compra. Habla del marketing experiencial como una “conexión mágica, directa y significativa entre el consumidor y la marca por medio de la experiencia (SALCEDO, 2015, p. 8).

A presença de vendedores ambulantes de bebidas transformados em representantes de venda no Carnaval de rua de São Paulo é fenômeno bastante recente e que coincide com o seu processo de regulamentação, com o primeiro

---

<sup>18</sup> Uma maneira de considerar o impacto do trabalho dos catadores de latinha no âmbito das grandes festas seria projetar um cenário do ambiente festivo sem a presença desses trabalhadores. Convida-se aqui o leitor a imaginar o que seria das grandes festas, como o Carnaval, ou ainda, de outros espaços de lazer, como a praia de Copacabana, sem a presença desses catadores.

<sup>19</sup> Conforme pesquisa citada por Arruda (2003), as principais motivações para o investimento em cultura pelas empresas são: ganho de imagem institucional, agregação de valor à marca, reforço do papel social da empresa e benefícios fiscais, o que se dá via Lei Rouanet.

patrocínio de cervejaria em 2016. Tal processo, de publicidade e venda direta do produto no ambiente festivo, não foi verificado na Festa do Círio de Nazaré, em que também não foi observado o uso de máquina de cartão sem fio pelos vendedores ambulantes.

No entanto, a “conexão mágica” entre as grandes festas e grandes cervejarias é relatada em estudo sobre o Carnaval de rua no Rio de Janeiro (FRYDBERG, KOSSAK; MACHADO, 2016) identificada nessa cidade como “onda azul”<sup>20</sup>. Neste modelo, de parceria público-privada, a organização da festa também fica ao cargo de empresa especializada e responsável pela política de patrocínio e que permite ao patrocinador forte comunicação visual na festa - por meio de uniforme dos ambulantes (camisetas e bonés) e guarda-sóis, entre outros, além da exclusividade na venda das bebidas, fazendo das festas espaços publicitários singulares, no que Harvey (2009) identificou como singularidade que produz rendimento monopólico. Para o autor, “o que está em jogo é o poder do capital simbólico coletivo, de marcas especiais de distinção que se apegam a algum lugar que tenha poder de atração significativo sobre os fluxos do capital em termos gerais” (IBID., p. 158-159).

Nesses termos, o comércio de bebidas no ambiente festivo passa a ser organizado diretamente pela indústria, que, além do fortalecimento da marca, viabiliza a obtenção de rendimento monopólico também para o setor cervejeiro, já que o setor de embalagens de alumínio se configura, desde sua implantação, em 1991, como monopólio (das chapas) e oligopólio (das latas). Destaca-se que a produção das chapas<sup>21</sup> para o fabrico de latas é realizada por uma única empresa em território

---

<sup>20</sup> “Desde 2009, foi implantado no Rio de Janeiro um modelo de parceria público-privada para financiar e gerir o carnaval de rua da cidade. Esse modelo consiste na divulgação de um Caderno de Encargos e Patrocínios, com lançamento anual, que objetiva selecionar uma produtora com capacidade de gerir a festa. É responsabilidade dessa empresa, ao se candidatar para o Caderno, apresentar outras empresas interessadas em investir no carnaval de rua. Essas empresas são divididas pelo montante que oferecem para a realização da festa, sendo a cota *master* oferecida ao principal patrocinador (...) nos últimos anos, foi a Ambev, empresa participante do maior grupo cervejeiro do mundo, a exercer o papel da patrocinadora *master*. Dentre os benefícios da empresa, estão desde associação e exibição da marca com o carnaval de rua pela cidade, assim como a utilização de suas cores pela cidade (principalmente através dos ambulantes) e a exclusividade na venda de seus produtos durante o período carnavalesco. Conhecida como “onda azul”, a exibição da marca cervejeira pela cidade firma um modelo de gestão da prefeitura sobre uma das maiores expressões populares da cidade e dificulta a busca de patrocínio de outras empresas, que em meio à hegemonia da empresa *master* acreditam não compensar o financiamento.” Frydberg, Kossak e Machado (2016, p.5-6).

<sup>21</sup> Considerada a capital nacional da reciclagem de alumínio, a cidade de Pindamonhangaba abriga uma unidade de produção de laminados única, para latas descartáveis de alumínio, em que também se insere o processo de refusão/reciclagem do metal. Como destaca matéria do Portal do Alumínio: “A fábrica da Novelis em Pindamonhangaba também abriga o maior centro de reciclagem de alumínio na América do Sul. Estamos expandindo consideravelmente nossas operações de reciclagem, aumentando o uso do conteúdo reciclado e acelerando o desenvolvimento de novas ligas produzidas com essa configuração”, afirma Nardocci. “Essas

nacional (ABRALATAS, 2009; LIMA, 2007; PORTAL DO ALUMÍNIO, 2017) e para a produção de latas, existem apenas três fabricantes (ABRALATAS, 2017; LIMA, 2007).

Destaca-se também que a concentração e internacionalização do setor de latas descartáveis de alumínio, presente desde sua implantação, alcança a indústria cervejeira apenas no final da década, movimento que teve início com a fusão das cervejarias Brahma e Antarctica Paulista, em 1998, resultando na criação da AmBev. A fusão desta última com a belga Interbrew, em 2004, gerou a InBev, cuja fusão com a estadunidense Anheuser-Busch, da Budweiser, redundou na criação do Grupo AB-InBev, em 2008 (CERVIERI JR. et al., 2014). Desse modo, já é no contexto de cervejarias globais que a promoção e comercialização de bebidas se organiza no Carnaval de rua paulistano, cuja limpeza urbana, em 2016, ficou a cargo do serviço público municipal (LIMA, SIMÕES, MERCEDES, 2017; SÃO PAULO, 2015c).

Assumindo o papel de “promotora de eventos”, atuando não só na produção de bebidas como também na sua promoção e comercialização, a indústria cervejeira cria, assim, experiências de consumo a partir de bens culturais, em um contexto em que “os produtos deixam de ser o foco das empresas, que passam a valorizar e a vender o emocional das histórias por trás das mercadorias” (MALTA, 2009, p. 196).

Talvez o mais adequado fosse dizer “as histórias criadas no seu entorno”, pois, por trás da mercadoria “bebida enlatada” existe um complexo sistema industrial e tecnológico organizado em território nacional, envolvendo recursos hídricos, minerais e agrícolas que lança mão, até mesmo, de identidade visual especialmente desenvolvida para eventos comemorativos, por exemplo, com a estampagem especial<sup>22</sup> das latas descartáveis de alumínio para bebidas nos períodos de realização de megaeventos como o Carnaval, as Festas Juninas, a Copa do Mundo, envolvendo forte conteúdo material e simbólico, em que também se incluem os meios de comunicação na sua organização.

Como destaca análise setorial da indústria: “tradicionalmente, no período dos

---

mudanças estão alinhadas com a nossa estratégia de negócio sustentável, incluindo a ambiciosa meta global de atingir 80% de conteúdo reciclado em nossos produtos até 2020”. A Novelis é líder na fabricação de produtos laminados de alumínio na América do Sul e a única empresa na região com capacidade para produção de chapas de alumínio para latas. Entre os mercados atendidos pela empresa estão o setor de transporte, eletrodomésticos, embalagens e automotivo. Atualmente, a Novelis América do Sul emprega aproximadamente 1.800 pessoas” (PORTAL DO ALUMÍNIO, 2017).

<sup>22</sup> Destaca-se também que muitos copos de água distribuídos pelos promesseiros d’água ofereciam estampas da santa nas tampas, também confeccionadas com um tipo de alumínio.

jogos dos mundiais existe aumento médio de 14,5% no consumo de cervejas e refrigerantes no país sede” (ABAL, 2015), o que indica o impacto de eventos de grande porte no setor de bebidas e de embalagens descartáveis de bebidas.

Tanto o mercado turístico (GETZ, 2008; MONTES; CORIOLANO, 2003) como o mercado de bebidas (CERVIERI JR. et al., 2014; PALHARES, 2003) sofrem forte impacto da sazonalidade, cenário no qual os eventos podem oferecer regularidade (GETZ, 2008; MONTES; CORIAOLANO, 2003). Capazes de criar novos fluxos turísticos em baixa temporada e promover destinos no seu entorno, como é o caso das grandes festas populares (FARIAS, 2005), os grandes eventos permitem a criação de novas oportunidades de consumo desvinculado da sazonalidade climática, sendo também capazes de produzir novas sazonalidades<sup>23</sup>.

No âmbito da reciclagem, os efeitos da sazonalidade podem até mesmo justificar a regulação local do preço da sucata, como as de latas de alumínio, ao permitir a formação de estoques<sup>24</sup>. Gerando resíduos em grande quantidade, em curto espaço de tempo e de ótima qualidade – no sistema de coleta e comercialização imediata ao descarte realizada por catadores e catadoras de latas de alumínio -, as grandes festas se apresentam como espaço-tempo estratégico tanto para o consumo de bebidas como para a reciclagem das embalagens, transformando-se em importantes canais reversos de alumínio (FULLER, 1978) e, potencialmente, de outros materiais, como o plástico, no Círio de Nazaré.

Destaca-se que, no caso do alumínio, a reciclagem das latas é tão fundamental para a indústria como para o catador, mesmo que por diferentes

---

<sup>23</sup> Como é o caso do Círio de Nazaré, realizado em outubro, em Belém - PA, na atualidade, chamado também de Natal Paraense, que mobiliza toda a economia regional, não só pelo grande número de turistas, devotos e romeiros, inclusive, de muitos países vizinhos, mas também porque marca o retorno de muitos paraenses residentes em outros estados, que chegam para o almoço do Círio, uma espécie de “Natal sem presente”, como definido por um paraense residente em São Paulo, pois o almoço do Círio compara-se à ceia natalina, também ocorrendo no ambiente doméstico. O “Feliz Círio”, que pode-se ouvir pelas ruas de Belém no período da festa, também indica essa conexão.

<sup>24</sup> Conforme Paula (2006, p.106): “Para exemplificar o poder da indústria e dos grandes coletadores de sucatas de latas de alumínio no campo organizacional, analisou-se o mercado de alumínio no período de jan/2006 a mar/2006. Neste período, o preço do alumínio na Bolsa de Metais de Londres subiu 29% de acordo com o Jornal do Comércio (2006). No mesmo período, o preço da sucata de latas de alumínio caiu cerca de 30%, de acordo com dados do CEMPRE (2006). Ao ser questionado sobre esta discrepância na entrevista de campo, um dos representantes da indústria justificou a redução do preço das sucatas como necessário, em função da alta dos custos da indústria de alumínio secundário, que estaria trabalhando com margens muito baixas. Os mesmos dados foram apresentados a uma das cooperativas de catadores. Para seu representante, o preço da sucata de alumínio teria diminuído em função dos altos estoques da indústria no final de fevereiro de 2006, período anualmente considerado de maior consumo de bebidas no Estado do Rio de Janeiro. Na sua percepção, esse teria sido o motivo da queda do preço da sucata, apesar da forte alta do alumínio primário no mercado de Londres”.

motivos. Para catadores e catadoras é a sobrevivência e para a indústria, a própria viabilidade da produção de latas, na sua concorrência com o aço (ANDRADE; VIEIRA; CUNHA, 1998; STEUDEVILLE, 1993), em função do alto custo do alumínio primário.

Como destaca Steudeville (1993, p. 74) *“the aluminium companies recognized early on that they had to reduce cost [...] no way could they make a can out primary aluminium and compete with steel cans based on cost”*. Na década de 1990, as latas de alumínio já dominavam o mercado estadunidense de embalagens para bebidas, no entanto, *“that is a complete reversal from 20 years ago, when steel cans and glass bottles dominated the market”* (Ibidem).

Como observam Leal, Thomaz Jr e Gonçalves (2002, p. 182) para o caso brasileiro: “É a apropriação do trabalho não pago que em nosso entender é o estímulo e razão da existência da indústria da reciclagem”. E o que o Carnaval de rua paulistano destaca, de forma intensa, ampliada e dramática, é a relação direta entre corporações globais e uma população de alta vulnerabilidade social, que coleta latas descartáveis de alumínio para a sobrevivência, e não tem encontrado meio de superar as forças que a mantém nessa condição. Mesmo com a aprovação da PNRS, catadores e catadoras de latinha, os catadores informais, continuam invisíveis nas ações de inclusão de catadores, como mostra o caso de Belém.

Parecem necessárias políticas específicas para a inclusão social desses trabalhadores, que se apresentam como uma modalidade específica de catação (LIMA, 2007; RAMOS, 2005; VIEIRA, 2004). O valor do seu trabalho é destacado na qualidade ambiental dos festejos por sua forma singular de coleta, distinta da limpeza urbana convencional, porém, desvalorizada em função de sua vulnerabilidade intrínseca (VARANDA; ADORNO, 2004). Como destacam Gonçalves-Dias e Teodósio (2006, p. 433), “A reciclagem é primariamente um problema de canais de distribuição, porque o maior custo da reciclagem do lixo é sua coleta, seleção e transporte”, o que é eficientemente realizado por catadores e catadoras de latinha em condições precárias tanto em São Paulo como em Belém, movidos tão somente pela necessidade e à mercê das flutuações dos preços das sucatarias.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A observação da limpeza urbana do Círio de Nazaré e do Carnaval de rua de São Paulo destaca dois sistemas distintos de limpeza de eventos de grande porte: o sistema formal, realizado pelo serviço público de limpeza urbana, também adotado pelas cooperativas de catadores no caso de Belém, realizado após os cortejos, e o sistema informal, realizado pelos catadores de latinha, os catadores avulsos, que realizam a coleta seletiva de latas descartáveis de alumínio ao longo de todo o cortejo.

Tanto em Belém como em São Paulo, as grandes festas se apresentam como importantes canais reversos de embalagens descartáveis de bebidas, mostrando também que a coleta seletiva no espaço festivo é realizada pelos catadores, sejam formais ou informais. O serviço público de limpeza urbana, que no caso das duas cidades é realizado por empresa concessionária, prestadora de serviço, não realiza a coleta seletiva na fonte geradora, no *locus* da festa, seja durante ou após a sua realização. O caso de Belém mostra que a coleta seletiva realizada pelas cooperativas no mesmo sistema do serviço público, da limpeza tradicional após os cortejos, coleta, sobretudo, os resíduos de plástico, tendo em vista a coleta seletiva realizada por catadores e catadoras de latinhas ao longo de todo o cortejo.

Envolvendo grandes corporações e uma população marginalizada, de alta vulnerabilidade social, além de bens culturais e simbólicos de notório interesse público, mas também privado, a problemática dos resíduos sólidos urbanos das grandes festas brasileiras coloca em questão a responsabilidade compartilhada sobre os resíduos gerados nos eventos de grande porte, o que envolve fabricantes de bebidas e de embalagens, comerciantes, organizadores, patrocinadores, meios de comunicação, além do grande público e do poder público, sob o princípio da responsabilidade comum porém diferenciada, posto que as grandes festas envolvem prejuízos difusos e benefícios específicos que devem ser compatibilizados.

No caso das grandes festas, importantes canais reversos de embalagens descartáveis de bebidas, a inclusão social dos catadores e a responsabilidade econômica dos grandes geradores se apresentam como faces da mesma moeda, capaz de promover a qualidade ambiental disponibilizando mais recursos para o

saneamento do ambiente festivo e valorizando o trabalho dos catadores. Nas grandes festas, a inclusão social de catadores nas ações de responsabilidade compartilhada pode ainda promover laços entre catadores formais e informais, como indica a cooperativa Concaves no cotidiano do serviço de coleta seletiva de Belém.

Transformadas em “lixões extraordinários” e envolvendo o trabalho precário de um grande número de catadores, a limpeza urbana das grandes festas destacam aspectos socioambientais que não devem ser negligenciados, ao custo de sua própria qualidade ambiental. Resta saber de onde partirá a iniciativa para uma gestão efetivamente responsável, justa e participativa sobre os resíduos das grandes festas, de acordo com os princípios, objetivos e instrumentos já definidos na Política Nacional de Resíduos Sólidos. Quem sabe, quando devotos e foliões entrarem em cena?

## **SOCIOECONOMIC INCLUSION OF WASTE PICKERS IN URBAN CLEANING OF MEGAEVENTS: A COMPARATIVE ANALYSIS BETWEEN TWO HALLMARK EVENTS IN BRAZIL**

### **ABSTRACT**

Popular festivals in Brazil are assuming increasing economic importance, besides its social, political, cultural and symbolic role. Many of them are inducing the implementation of public policies in the cities where they take place. However, if observed from the perspective of sustainability, the popular festivals become major generators of solid waste in the cities, concentrating also a relevant number of recyclable waste pickers. Since the official organizers of the parties usually allows he overexploitation of the work of waste pickers, which are, in truth, left to market forces, in a precarious and unprotected way, it is opportune to analyze the possibilities of new modes of organization capable of promoting their socioeconomic inclusion, especially from the perspective of the new legal framework established by the approval of the National Solid Waste Policy, in 2010. Thus, seeking to discuss the role of popular festivals in the socioeconomic inclusion of waste pickers, the present paper presents results of research carried out, in loco, in 2016, in two large Brazilian festivals: The Street Carnival of the city of São Paulo and the “Círio de Nazaré” Party, in the city of Belém, also called Devout Carnival. Through a bibliographical review, participant observation, photographic registry and synergic analysis, this research presents a characterization and comparison of the solid waste generation and management in these two Brazilian cultural big events. The results indicate significant differences both in relation to waste generated and in terms of the

insertion of the waste pickers but also as concerned to the similarities that point to the establishment of a widespread set of procedures of urban cleaning and waste management at big popular festivals, built over two contradictory and complementary systems – the formal and the informal.

**KeyWords:** Recyclable waste pickers. Solid waste management. Urban cleaning popular festivals.

## REFERÊNCIAS

ABAL. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ALUMÍNIO. Anuário Estatístico/Statistical Yearbook. São Paulo, ABAL, 2015. 95 p.

ABRALATAS. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE LATAS DE ALTA RECICLABILIDADE. **A história de sucesso da lata de alumínio no Brasil e no mundo**. Brasília, ABRALATAS, 2006. 23 p.

\_\_\_\_\_. **CADE reconhece monopólio da chapa**. 15 ago. 2009. Disponível em: <<http://www.abralatas.org.br/cade-reconhece-monopolio-da-chapa>>. Acesso em: 17 mar. 2017.

\_\_\_\_\_. **Saiba a localização das fábricas de latinhas**. 2017. Disponível em <<http://www.abralatas.org.br/#containerAbralatas>>. Acesso em: 17 mar. 2017

ABNT. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 16004: Eventos - Classificação e Terminologia. Rio de Janeiro. 2016.

ALVES, I. M. da S. **O Carnaval Devoto**: Um Estudo sobre a Festa de Nazaré, em Belém. Petrópolis: Vozes, 1980. 110 p. (Coleção Antropologia, 13).

AMARAL, R. Para uma antropologia da festa: questões metodológico-organizativas do campo festivo brasileiro. In. PEREZ, L.F; AMARAL, L.; MESQUITA, W. F. (org.) **Festa como perspectiva e em perspectiva**. Rio de Janeiro: Garamond, 2012.

\_\_\_\_\_. **Festa à brasileira: Significados do festejar no país que “não é sério”**. 1998. 380 p. Tese. (Doutorado em Antropologia) - Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo. São Paulo, 1998.

ANDRADE, M. L. A.; VIEIRA, J. R. M.; CUNHA. M.S. Latas para cervejas e refrigerantes: o desafio alumínio X aço. *BNDES Setorial*. 7, 3 -28, 1998. Disponível em: <<https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/2480>>. Acesso em: ago. 2017

ARQUIDIOCESE DE BELÉM, BASÍLICA SANTUÁRIO DE NAZARÉ, DIRETORIA

DA FESTA. **Arraial de Nazaré – cartilha de orientações básicas**. 2016.

ARRUDA, M. A. N. A política cultural: regulação estatal e mecenato privado. **Tempo Social USP**, p. 178-193, 2003.

BELÉM. Secretaria Municipal de Saneamento. **Projeto Executivo – Contratação direta de cooperativa para serviços de coleta seletiva dos resíduos sólidos urbanos passíveis de reutilização, reuso e reciclagem para o bairro de Nazaré**. Maio 2015. Disponível em: <<http://ww3.belem.pa.gov.br/www/wp-content/uploads/TERMO-DE-REFEFR%C3%80NCIA-BAIRRO-NAZAR%C3%89-COLETA-SELETIVA-nova-vers%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: jun.2016.

BELO, V.L. **O enredo do carnaval nos enredos da cidade. Dinâmica Territorial das escolas de samba em São Paulo**. 2008. Dissertação. (Mestrado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciência Humanas. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

BRASIL. Lei Nº 12.305, de 2 de Agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei no 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 03 de agosto de 2010.

BRINGHENTI, J. **Coleta Seletiva de Resíduos Sólidos Urbanos: Aspectos Operacionais e da Participação da População**. 2004. Tese (Doutorado em Saúde Ambiental) - Faculdade de Saúde Pública. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

CABRAL, S.; KRANE, D.; DANTAS, F. A Dança dos blocos, empresários, políticos e técnicos: condicionantes da dinâmica de colaboração interorganizacional do carnaval de Salvador. **Revista O&S** - Salvador, v.20, n.64, p. 145- 163, jan/mar 2013.

CERVIERI JUNIOR, O.; TEIXEIRA JUNIOR, J.R.; GALINARI, R.; RAWET, L.; SILVEIRA, C.T.J. O setor de bebidas no Brasil. **BNDES Setorial**, 40, 93-130, 2014. Disponível em: <[https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3462/1/BS%2040%20O%20setor%20de%20bebidas%20no%20Brasil\\_P.pdf](https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3462/1/BS%2040%20O%20setor%20de%20bebidas%20no%20Brasil_P.pdf)>. Acesso em: jun. 2017.

CEMPRE. **CEMPRE Review 2015**. São Paulo [2015].

CONCAVES. **Quem Somos**. [201-?]. Disponível em: <<http://concaves.blogspot.com.br/p/historia.html>>. Acesso em: 9 dez. 2016.

COSTA, A.M.D. A Festa dentro da Festa: Recorrências do modelo festivo do circuito

bregueiro no Círio de Nazaré em Belém do Pará. **Campos - Revista de Antropologia** - Paraná, v.7, n.2, p 83-100, 2006.

DaMATTA, R. **Carnavais, malandros e heróis**. Para uma sociologia do dilema brasileiro. 6ª Ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

FARIAS, E. Economia e cultura no circuito das festas populares brasileiras. **Sociedade e Estado**, v. 20, n. 3, p. 647-688, 2005.

\_\_\_\_\_. **Ócio e negócio: Festas Populares e entretenimento-turismo no Brasil**. 2001. 511 p. Tese (Doutorado em Sociologia) - Doutorado em Sociologia, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade de Campinas, Campinas, 2001.

FILLETI, A. A influência da limpeza da sucata de latas na reciclagem. **Seminário Internacional de Reciclagem de Alumínio**, II. São Paulo. 20 e 21 setembro de 1995.

FRANGIOTTI, N. **O espaço do carnaval na periferia da cidade de São Paulo**. 2007. 160 p. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

FRYDBERG, M.; KOSSAK, A; MACHADO, G.P.O Bloco Produto e o Produto no Bloco: Tensões e Relações entre Economia e Cultura no Carnaval dos Blocos de Rua do Rio de Janeiro. In: VIII Encontro Nacional de Estudos do Consumo. 2016, Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.estudosdoconsumo.com.br/artigosdoenec/ENEC2016-GT08-FrydbergKossakMachado-BlocoProdutoEProdutoNoBloco.pdf>> . Acesso em: 7 mai. 2017.

FULLER, D. A. Recycling consumer solid waste: A commentary on selected channel alternatives. **Journal of Business Research**, v. 6, n. 1, p. 17–31, 1978.

GARCÍA, S. Referencias históricas y evolución de los plásticos. **Revista Iberoamericana de Polímeros**, v. 10, n .1, Enero, p. 71-80, 2009.

GETZ, D. Event tourism: Definition, evolution, and research. **Tourism Management** v. 29, n. 3. p. 403–428, 2008.

GONÇALVES, P. **A reciclagem integradora dos aspectos ambientais, sociais e econômicos**. Rio de Janeiro: DP&A/Fase, 2003. 182 p.

GONÇALVES-DIAS, S.L.F.; TEODÓSIO, A.S.S. Estrutura da cadeia reversa: “caminhos” e “descaminhos” da embalagem PET. **Produção**, v. 16, n. 3, p. 429-441, set./dez. 2006.

GRIMM, F.C.A. **O uso do território e coexistências entre empresas de refrigerantes no Brasil**. 2002. 160 p. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

HARVEY, D. A arte de lucrar: globalização, monopólio e exploração da cultura. In: Moraes, Denis (org.) **Por uma outra comunicação – Mídia, mundialização da cultura e poder**. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

HERSCHMANN, M. Apontamentos sobre o crescimento do Carnaval de rua no Rio de Janeiro no início do século 21. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v.36, n.2, p. 267-289, jul./dez. 2013.

IAI. INTERNATIONAL ALUMINIUM INSTITUTE. **Global Aluminium Recycling: A Cornerstone of Sustainable Development**. London, 2006. 32p.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Densidade Demográfica**. 2010. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=10&uf=00>>. Acesso em 10 mai. 2017.

IPHAN. INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Dossiê Iphan - Círio de Nazaré**. Disponível em: <[http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/PatImDos\\_Cirio\\_m.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/PatImDos_Cirio_m.pdf)>. Acesso em 12 fev. 2017.

LAYARGUES, P.O cinismo da reciclagem: o significado ideológico da reciclagem da lata de alumínio e suas implicações para a educação ambiental. In: LOUREIRO, F; LAYARGUES, P.; CASTRO, R. (orgs.). **Educação ambiental: repensando o espaço da cidadania**. São Paulo: Cortez, 2002, p.179-220.

LEAL, A.C. THOMAZ JR. A., GONÇALVES, M. A reinserção do lixo na sociedade de capital: uma contribuição ao entendimento do trabalho na catação e na reciclagem. **Terra Livre**. Ano 18, n. 19, p. 177-190, 2002.

LEFF, E. **Saber ambiental. Sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Petrópolis: Vozes, 2001. 343 p.

LIMA, D.R. **O Fenômeno da reciclagem de lata de alumínio no Brasil. Inovação tecnológica, oligopólios e catadores**. 2007. 201 p. Dissertação (Mestrado em Política e Gestão Ambiental) - Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

LIMA, D.R.; SIMÕES, A. F; MERCEDES, S.S. Eventos públicos, ganhos privados:

limpeza urbana e gerenciamento de resíduos sólidos urbanos (RSU) no renascimento do Carnaval de rua paulistano. **Ambiente e Desenvolvimento**, v.42, p. 242-270, dez. 2017.

LOPES, J.R. **Festas e religiosidade popular: estudos antropológicos sobre agenciamentos, reflexividades e fluxos identitários**. Porto Alegre: Cirkula, 2014a. 168p.

\_\_\_\_\_. Coleções de Fé, fluxos materiais e hibridismos nas festas religiosas. **Ciências Sociais e Religião**, Porto Alegre, n.20, p.134-153, jan-jun. 2014b.

\_\_\_\_\_. Círio de Nazaré: agenciamentos, conflitos e negociação da identidade amazônica. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, v.3, n. 1, p. 155-181, 2011.

MALTA, R.B.A Sociedade dos Sonhos: Uma Nova Lógica que Rege os Espetáculos Midiáticos. **ECO-Pós**, v.12, n.3, p. 195-209, set-dez. 2009.

MANTILLA, I.; SALCEDO, A. **El marketing experiencial y su impacto en los consumidores: caso Redbull**. Universidad Icesi, Facultad de Ciencias Administrativas y Economicas Mercadeo Internacional y Publicidad. Santiago de Cali, 2015. Disponível em: <[tps://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/78956/1/TG01118.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78956/1/TG01118.pdf)>. Acesso em: 12 abr. 2017.

MONTES, V.A; CORIOLANO, L.N.M.T. Turismo de eventos: promoções e parceiras no Brasil. **Revista Turismo em Análise**, v. 14, n.1, p.40-64, mai. 2003.

MORIGI, V.J. **Narrativas do encantamento: o maior São João do mundo, mídia e cultura regional**. Porto Alegre: Armazém Digital, 2007.

OLIVEIRA, C.D. M. **Geografia do turismo na cultura carnavalesca**. São Paulo: Paulistana, 2007.

PALHARES, M. F **Impactos do marketing “verde” nas decisões sobre embalagens das cervejarias que operam no Brasil**. 2003. 140 p. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

PAULA, A. C. **Estudo do campo organizacional de reciclagem de latas de alumínio no Estado do Rio de Janeiro**. 2006. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2006.

PEREZ, L.F. Festa para além da festa In. PEREZ, L.F; AMARAL, L.; MESQUITA, W. F. (org.) **Festa como perspectiva e em perspectiva**. Rio de Janeiro: Garamond,

R. gest. sust. ambient., Florianópolis, v. 7, n. 1, p. 486-521 , jan./mar. 2018.

2012. p. 21-42.

PORTAL DO ALUMÍNIO. Novelis Pindamonhangaba anuncia expansão das operações de laminação de alumínio na América do Sul. Disponível em <<http://portaldoaluminio.com.br/noticia/novelis-pindamonhangaba-anuncia-a-expansao-das-operacoes-de-laminacao-de-aluminio-na-america-do-sul>>. Acesso em: 11 jul. 2017.

RAMOS, L.O desempenho recente do mercado de trabalho brasileiro: tendências, fatos estilizados e padrões espaciais. **Texto para Discussão n. 1255**. Rio de Janeiro: IPEA, 2007.

ROSE, G. **Visual methodologies**: an introduction to the interpretation of visual materials. London: Sage, 2007.

SANTOS, F.B.P. Carnaval e administração pública: o papel dos governos locais na configuração das festas. **Textos escolhidos de cultura e arte populares**, v. 7, n. 2, p. 61-74, 2010.

SÃO PAULO. **Decreto 56.690 de 7 de dezembro de 2015**. Disciplina o Carnaval de Rua da Cidade de São Paulo. DOM de 8/12/2015.

\_\_\_\_\_. **Decreto 57.917 de 5 de outubro de 2017**. Disciplina o Carnaval de Rua da Cidade de São Paulo. DOM de 6/10/2017.

\_\_\_\_\_. Secretaria Municipal de Cultura. **Edital de Chamamento Público Carnaval de Rua 2016**. São Paulo, 2015b. Disponível em: <<http://prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/noticias/?p=18772>>. Acesso em: mai. 2016.

\_\_\_\_\_. Secretaria Municipal de Cultura. Edital de Chamamento Público – Carnaval de rua (Processo nº 2015-0.238.097-4). **Ata de Reunião**. DOM, 9/12/2015c.

\_\_\_\_\_. **Prefeitura de São Paulo detalha plano de apoio ao Carnaval de Rua. São Paulo, 28 jan 2016**. Disponível em: <<http://carnalderua.prefeitura.sp.gov.br/prefeitura-de-sao-paulo-detalha-o-plano-de-apoio-ao-carnaval-de-rua-de-sao-paulo>>. Acesso em: 8 nov. 2016.

SEBE, J.C. **Carnaval, Carnavais**. São Paulo: Ática, 1986. 96 p.

SILVEIRA, M.L. São Paulo: Os dinamismos da pobreza. In: Carlos, Ana Fani A.; Oliveira, Ariovaldo Umbelino. (orgs.). **Geografias de São Paulo – Representação e crise da Metrópole**. São Paulo: Contexto, 2004. p. 59-71.

SIMSON, O.R.M. von. **Carnaval em Branco e Negro**: Carnaval Popular Paulistano

1914-1988. Campinas: Editora da Unicamp; São Paulo; Editora da Universidade de São Paulo/Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2007.

SINGER, P. **Globalização e Desemprego**. Contexto, São Paulo, 1998.139 p.

SOIHET, R. Lutando pela inclusão: sociabilidade e cidadania através do carnaval (de 1890 aos tempos de Vargas). **Textos escolhidos de cultura e arte populares**, v. 4, n. 1, p. 79-98, 2007.

STEUDEVILLE, R. Economics of aluminium recycling. **BioCycle: Journal of Composting & Organics Recycling**, v. 34, n.1, p.74-77, 1993.

TRIGO, A.G.M; SENNA, J.S.M. Sustentabilidade em eventos: características, motivações e análise de eventos sustentáveis. **XII INOVARSE** - Congresso Nacional de Excelência em Gestão. 2016. Rio de Janeiro. ISSN 1984-9354

VARANDA, W., ADORNO, R.C.F. Descartáveis urbanos: discutindo a complexidade da população de rua e o desafio para políticas de saúde. **Revista Saúde e Sociedade**, v. 13, n. 1, p. 56-69, jan-abr. 2004.

VIANA, E., SILVEIRA, A.I., MARTINHO, G. **Caracterização de resíduos sólidos. Uma abordagem metodológica e propositiva**. São Paulo: Biblioteca 24 horas, 2015. 177 p.

VIANA, H. Tradição da Mudança: A Rede das Festas Populares Brasileiras. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, 32, 302-215, 2005.

VIEIRA, A. L. **Análise do ciclo de vida (ACV) Uma avaliação social e econômica da reciclagem das latas de alumínio no cidade de Belém**. 2004. 296 p. Tese. (Doutorado em Ciências: Desenvolvimento Sócio-Ambiental) - Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, Universidade Federal do Pará. Pará, 2004.

VILLAC, T.A.A construção da Política Nacional de Resíduos Sólidos. In SANTOS, M. C. L. (org.). **Design, Resíduos & Dignidade**. São Paulo: Olhares, 2014. p. 147-158.

ZAIDAN, T.E. A Apropriação Da Cultura Popular Pelo Marketing. **Teoria e Prática em Administração**, v. 5, n. 2, p. 215-221, 2011.