

# UTJECAJ MANIFESTACIJE KULTURNOG KARAKTERA NA DESTINACIJU; STUDIJA SLUČAJA KARNEVAL U RIO DE JANEIRU

---

Špika, Jelena

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:042294>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-24**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
EKONOMSKI FAKULTET**

**ZAVRŠNI RAD**

**UTJECAJ MANIFESTACIJE KULTURNOG  
KARAKTERA NA DESTINACIJU; STUDIJA  
SLUČAJA KARNEVAL U RIO DE JANEIRU**

**Mentor:**

**Prof. dr. sc. prof. Lidija Petrić**

**Student:**

**Jelena Špika**

**Split, rujan, 2022.**

## SADRŽAJ:

<b>1.UVOD</b>	<b>4</b>
1.1. Definiranje problema istraživanja	4
1.2. Cilj rada	5
1.3. Metode rada	5
1.4. Struktura rada	6
<b>2. TEORIJSKI OSVRT NA MANIFESTACIJE I MANIFESTACIJSKI TURIZAM</b>	<b>7</b>
2.1. Povijesni i društveni kontekst manifestacija	7
2.2. Definiranje manifestacija	7
2.3. Podjela manifestacija	8
2.4. Manifestacije kulturnog karaktera	9
2.5. Manifestacijski turizam	11
<b>3. ANALIZA UČINAKA KULTURNIH MANIFESTACIJA NA DESTINACIJU: STUDIJA SLUČAJA KARNEVAL U RIO DE JANEIRU, BRAZIL</b>	<b>14</b>
3.1. EKONOMSKI UČINCI KARNEVALA NA RIO DE JANEIRO I BRAZIL	15
3.1.1. Turistički posjetitelji karnevala	16
3.1.2. Potrošnja posjetitelja i ukupni prihodi generirani karnevalom	17
3.1.3. Utjecaj karnevala na cijene smještaja	18
3.1.4. Procjena troškova organizacije karnevalskih manifestacija	19
3.1.5. Trgovinska bilanca proizvoda za festivale i karnevale u Brazilu 2015.-2021	20
3.1.6. Zaposlenost generirana karnevalom	21
3.3. DRUŠTVENI UTJECAJI KARNEVALA	22
3.2.1. Kulturološki učinci	22
3.2.2. Međuodnos karnevala i lokalne zajednice	23

3.2.3. Utjecaj karnevala na prostor i infrastrukturu	27
3.2.4. Utjecaj karnevala na nesreće i kriminal	30
<b>3.3. EKOLOŠKI UTJECAJ</b>	<b>31</b>
3.3.1. Komunalni otpad	33
3.3.2. Kritika društva na ekološke probleme	35
<b>4. PREPORUKE U CILJU POBOLJŠANJA UČINAKA MANIFESTACIJA U DESTINACIJAMA</b>	<b>37</b>
<b>5. ZAKLJUČAK</b>	<b>39</b>
<b>LITERATURA</b>	<b>41</b>
Knjige	41
Znanstveni radovi	41
Časopisi	42
Web stranice	42
Ostali izvori	43
<b>POPIS TABLICA</b>	<b>43</b>
<b>POPIS SLIKA</b>	<b>44</b>
<b>SAŽETAK</b>	<b>44</b>
<b>SUMMARY</b>	<b>45</b>

# 1.UVOD

## 1.1.Definiranje problema istraživanja

U novije vrijeme svakodnevno smo svjedoci smo masovnosti turizma u sve većem broju destinacija koje bivaju na izdisaju pod pritiskom enormnog broja posjetitelja. Međutim, ovo nije kratkoročna pojava ili trend, već korijene vuče još dublje u društvu, ali i povijesti turizma.

Navedena situacija dobila je zamaha u drugoj polovici prošloga stoljeća. U vrijeme jačanja srednjeg društvenog sloja potaknutog s više slobodnog vremena, plaćenim godišnjim odmorom i cjenovno dostupnim putovanjima, sve više dionika sa strane potražnje se počelo uključivati na turističko tržište. Unatoč razvoju koncepta održivog turizma, mnoge destinacije su zahvaljujući modernom načinu života postale nezaobilazne na listi želja mnogih putnika iz potpuno krivih pobuda. Pritom se misli na pojavu poopćavanja kada se ljudi povode ponašanjem mase i slijedi mišljenje i stavove većine, jer to svi rade, pa zašto ne bi i oni. Na putovanju nastoji obići što veći broj destinacija bez da se doživi njena draž, samim time ne poštujući mjesto boravka i lokalno stanovništvo. Naposljetku, kad se sve zbroji i oduzme, gotovo da su veći negativni nego pozitivni učinci navedenog oblika turizma.

Deindustrijalizacijom, zbog koje su milijuni ljudi ostali bez posla, dogodila se terciarizacija. Na ovaj način su oni koji su ostali bez posla u sekundarnom sektoru, prešli na terciarni. Upravo je turizam kao jedan od sastavnih oblika tog sektora bio najprikladniji za ostvarivanje prihoda. Tomu u prilog idu i činjenice da je većina radnika ispodprosječne razine obrazovanja, pruža se mogućnost fleksibilnog radnog vremena i veći udio je zaposlenih žena nego u drugim sektorima. Nudeći brojne prednosti, primjerice da se neprivredni resursi iskoriste u gospodarske svrhe, rezultiralo je sve većim angažmanom na strani ponude.

U samoj srži masovnosti turizma nailazimo na manifestacije velikih razmjera koje dodatno opterećuju turistima već zagušene destinacije. Kao posljedica povećanja slobodnog vremena, sve više ljudi traži način da se što bolje provede i skupi snage za suočavanje sa svakodnevnim izazovima. S organizacijske strane takav interes dodatno podupiru prihodi koji se pritom mjere u milijunima. Uz potporu određenih aktera, kao što je lokalna vlast i poduzetnika koji ubiru velike količine novca, u prvi plan se nastoje staviti i tako istaknuti samo pozitivni učinci koji se ostvaruju. Međutim, uvijek postoji i druga strana medalje čiju cijenu plaćaju dionici na marginama društva.

Upravo je iz navedenih razloga za studiju slučaja odabran primjer karnevala u Rio de Janeiru. Kao svjetski poznata kulturna manifestacija ili takozvani „*hallmark event*“, ima višestruki učinak na destinaciju. Sam događaj glasi za najveću zabavu na svijetu u kojoj sudjeluje na milijune domaćih i stranih posjetitelja. U gradu gdje su izražene razlike između različitih društvenih slojeva i koji se svakodnevno susreće s mnogim problemima, karneval zadire u sve pore života grada. Na nekoliko dana život u gradu potpuno staje kako bi mogli slaviti različitosti koje je ujedinila brazilska kultura. Ipak, usred svog kiča i blještavila, mnogi zanemaruju negativne posljedice koje se projiciraju na ekonomiju, okoliš i društvo, kako u Rio de Janeiru, tako i u Brazilu.

## **1.2.Cilj rada**

Cilj završnog rada je istražiti vrste i dimenzije učinaka manifestacija na destinaciju, kako općenito, tako i na primjeru karnevala u Rio de Janeiru. Ekonomske, društvene i ekološke posljedice biti će sagledane kritički kroz njihove prednosti, ali i nedostatke koji se generiraju u sklopu područja zahvaćenog utjecajem manifestacije. Zahvaljujući tome, nastojat će se ukazati na važnost upravljanja destinacijom s ciljem održivosti cijelog sustava kao organizma koji se neprestano razvija i mijenja.

## **1.3.Metode rada**

Prilikom pisanja rada kao glavna metoda odabrana je upravo analiza stručne literature od strane priznatih autora. Izvori su detaljno proučavani, a cjelokupna građa je potom uzeta u obzir prilikom donošenja zaključaka u sklopu metode sinteze. Analiza se provodila „od stola“, time sugerirajući da su se koristili dostupni sekundarni podaci iz provjerenih izvora, a da autor rada nije samostalno prikupljao podatke ili provodio anketu na uzorku. Pritom se naglasak stavlja na građu s temom karnevala u Rio de Janeiru, te na koji način ono uzrokuje učinke na sve sfere tamošnjeg života. Metodom komparacije se uz podatke o svakodnevnom životu grada utvrđuje razlika i kretanja povezana s karnevalom. Povijesna metoda je ponajviše imala ulogu u proučavanju karnevala kroz povijest kako bi se razumio njegov rast i razvoj, ali i razlozi zašto su mnoge stvari upravo onakve kakve ih danas poznajemo. Naposljetku, sve navedene metode objedinjuje deskripcija, koja opisuje i obrazlaže utjecaj manifestacije na različite segmente destinacije, tako dočaravajući važnost koju ostvaruje manifestacija svjetskog glasa na lokalnu zajednicu.

#### **1.4.Struktura rada**

Rad je podijeljen na pet dijelova kao sastavnih logičkih cjelina obrađujući navedenu temu. U prvome dijelu, tj. uvodu se navode problem istraživanja te ciljevi, struktura i metoda rada. Drugi dio se sastoji od teorijskog osvrta na manifestacije s naglaskom na one kulturnog karaktera. U trećem dijelu se razrađuje studija slučaja na primjeru karnevala u Rio de Janeiru i kako utječe na lokalnu ekonomiju, društvo i okoliš. Četvrti dio predlaže mjere kako bi sama manifestacija bila održiva. Na samome kraju, u petom dijelu, zaključak se bavi saznanjima o cjelokupnoj pojavi.

## **2. TEORIJSKI OSVRT NA MANIFESTACIJE I MANIFESTACIJSKI TURIZAM**

### **2.1. Povijesni i društveni kontekst manifestacija**

Održavanje manifestacija vuče korijene još iz antičkog doba kada je posjećivanje raznih svečanosti, poput Olimpijskih igara, bio uobičajen način provođenja dokolice. U novije vrijeme spomenuta pojava dobiva zamaha s porastom slobodnog vremena, povećanjem prihoda, povećanjem broja umirovljenika i sl. Sve navedeno je rezultiralo i povećanom potražnjom, ali i ponudom manifestacija na tržištu. Jedan od glavnih motiva za takav trend je gospodarska i društvena funkcija. Imaju sposobnost zblížiti ljude fizički, ali i sukladno zajedničkim interesima i/ili obilježjima. Također, imaju ključnu ulogu u sklopu zajednica, osiguravajući pojedincima osjećaj pripadnosti.

Gradovi diljem svijeta koriste manifestacije za promoviranje urbanog života. To se može učiniti na redovnoj bazi, tj. tijekom određenih datuma kroz svečanosti i festivale poput proslava, karnevala, nacionalnih parada, glazbenih ili filmskih festivala. Svakako, postoje i jednokratne manifestacije poput međunarodnih sajмова ili sportskih zbivanja. Potonje transformiraju normalnu rutinu grada i mogu izazvati pravi teret, ali s druge strane oni mogu donijeti mnoge koristi i stvoriti nove prilike.<sup>1</sup>

U nastojanju da svoju ponudu učine što atraktivnijom uz pomoć manifestacija, mnoge destinacije se zbog toga našlo pod ogromnim pritiskom jer se nisu spremne nositi s manifestacijama i spriječiti komercijalizaciju. U prošlosti, ali i danas, mnoge destinacije su postale žrtve neželjenih radnji koje su pokvarile njenu sliku u javnosti. U modernom svijetu, tehnologija je uz pomoć medija zahvatila sve aspekte scene za javnost. Potonja ima priliku uživati u brojnim događajima iz udobnosti svoga doma. Ipak, još uvijek javnost želi biti dijelom zbivanja, tj. iskusiti ono što nije moguće preko ekrana.<sup>2</sup>

### **2.2. Definiranje manifestacija**

Kao i kod većine novih pojmova, i kod manifestacija nailazimo na isti problem pronalaska optimalne definicije koja će najbolje obuhvatiti sve vrste manifestacija i terminologiju. Stoga

---

<sup>1</sup> Serdoura, F. (2002.): Positive and negative impacts of major events in two cities - the case of Rio Carnival and Lisbon Football Championship raspoloživo na: [\(PDF\) Positive and negative impacts of major events in two cities - the case of Rio Carnival and Lisbon Football Championship \(researchgate.net\)](#) (22.8.2022.)

<sup>2</sup> UKessays (12.5.2017.): Event Management Of Rio Carnival Festival, raspoloživo na: [Event Management Of Rio Carnival Festival \(ukessays.com\)](#) (22.8.2022.)



su mnogi stručnjaci na području turizma iznijeli svoje viđenje definicije. Prema Bladenu, Kennellu, Absonu & Wildeu<sup>3</sup> su „privremena i namjenska okupljanja ljudi“. Za Getza<sup>4</sup> predstavljaju „jednokratni ili rijedak događaj izvan uobičajenog programa ili aktivnosti tijela pokrovitelja ili organizatora“ i „prilika za iskustvo izvan normalnog raspona izbora ili izvan svakodnevnog iskustva“. Definicija Shonea i Perrija<sup>5</sup> glasi „nerutinske prilike koje imaju izdvojene slobodne, kulturne, osobne ili organizacijske ciljeve iz normalne aktivnosti svakodnevnog života, čija je svrha prosvijetliti, proslaviti, zabaviti ili izazvati iskustvo grupe ljudi“.

Ipak, jedna od opće prihvaćenih klasifikacija je Bladenova<sup>6</sup>, sukladno kojoj sve manifestacije posjeduju sljedeće **karakteristike**:

- Privremene su prirode
- Okupljanje ljudi
- Prikazi rituala
- Jedinstvene pojave

### 2.3. Podjela manifestacija

I sama podjela manifestacija na vrste se mijenjala kroz vrijeme. Primjerice, u sedamdesetima su se klasificirali prema trajanju (kratkotrajni i dugotrajni) i prema veličini samih (veliki, srednji i mali). Potom su se stručnjaci koji su se bavili proučavanjem manifestacija usredotočili na varijable poput veličine i razmjera koje imaju na društvo, ekonomiju i dr. U zadnjem desetljeću je Bladen<sup>7</sup> sastavio ljestvicu manifestacija gdje ih dijeli na lokalne, regionalne, nacionalne, međunarodne i globalne (mega). Prema Ferdinandu i Wesneru<sup>8</sup> postoji podjela na velike, mega i značajne. Velike manifestacije su uspješne u privlačenju velikog broja posjetitelja, osiguravaju dobro mjesto u medijskom prostoru, te naposljetku ostvaruju velike ekonomske učinke (Bowdin<sup>9</sup>). Getz<sup>10</sup> tvrdi da mega manifestacije postižu veliki broj dolazaka, privlačeći značajnu

---

<sup>3</sup> Bladen, C., Kennel, J., Abson, E., Wilde, N. (2012.): Events Management An Introduction, Routledge, London

<sup>4</sup> Getz, D. (2007.): Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events, Butterworth-Heinemann, Oxford

<sup>5</sup> Shone, A., Parry, B. (2004.): Successful Event Management: A Practical Handbook, Thomson Learning, London

<sup>6</sup> Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., Wilde, N. (2012.): Events Management An Introduction, Routledge, London

<sup>7</sup> Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., Wilde, N. (2012.): Events Management An Introduction, Routledge, London

<sup>8</sup> Ferdinand, N., Wesner, S. (2012): The International Events Environment, Sage, London, str. 23.-47.

<sup>9</sup> Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnell, I. (2011.): Events Management, Butterworth-Heinemann, Oxford

<sup>10</sup> Getz, D. (2005.): Event Management and Event Tourism, Cognizant, New York

medijsku pozornost, ostvaruju pozitivan *image* ili velike ekonomske koristi za određite i lokalno stanovništvo. Prema Quinnu<sup>11</sup>, da bi se neka manifestacija mogla okriti epitetom „*mega*“, mora zadovoljiti nekoliko standarda: ostvarivati preko milijun posjetitelja, kapitalni troškovi moraju biti minimalno 750 milijuna eura i percepcija društva kao događaja koji se ne smije propustiti. Ritchie<sup>12</sup> je obuhvatio značajne manifestacije kao „veliki jednokratni ili ponavljajući događaji ograničenog trajanja, razvijen prvenstveno za povećanje svijesti, privlačnosti i profitabilnosti turističke destinacije kratkoročno i/ili dugoročno”.

Getzov<sup>13</sup> okvir **klasifikacije manifestacija** (svečanosti) je jedan od nezaobilaznih u turističkoj literaturi, prema kojem se dijele na:

- kulturne
- političke (državne)
- umjetničke (zabavne)
- poslovne (trgovačke)
- obrazovne (znanstvene)
- sportske
- privatni događaji

## 2.4. Manifestacije kulturnog karaktera

Shodno navedenoj klasifikaciji, pod kulturne proslave spadaju festivali, karnevali, komemoracije i vjerske manifestacije. Oktoberfest je najveći svjetski društveni festival koji se organizira u Münchenu u Njemačkoj. Započinje krajem rujna i traje 16 dana za kojih ga posjeti više od 6 milijuna ljudi iz cijelog svijeta svake godine. Isto tako, Rio Karneval je također najveći svjetski ulični karneval koji se održava svake godine u Rio de Janeiru u Brazilu. Dan Anzaca nacionalni je dan sjećanja za Australce i Novozelance. Hadž u Meki, Saudijskoj Arabiji je jedan od najvećih vjerskih događaja u svijetu. Hadž je posljednji stub islama i poduzima gotovo 3,4 milijuna muslimana svake godine kao ritual hodočašća.<sup>14</sup>

Moguće **vrijednosti** koje donosi organizacija manifestacija su kako slijedi:

---

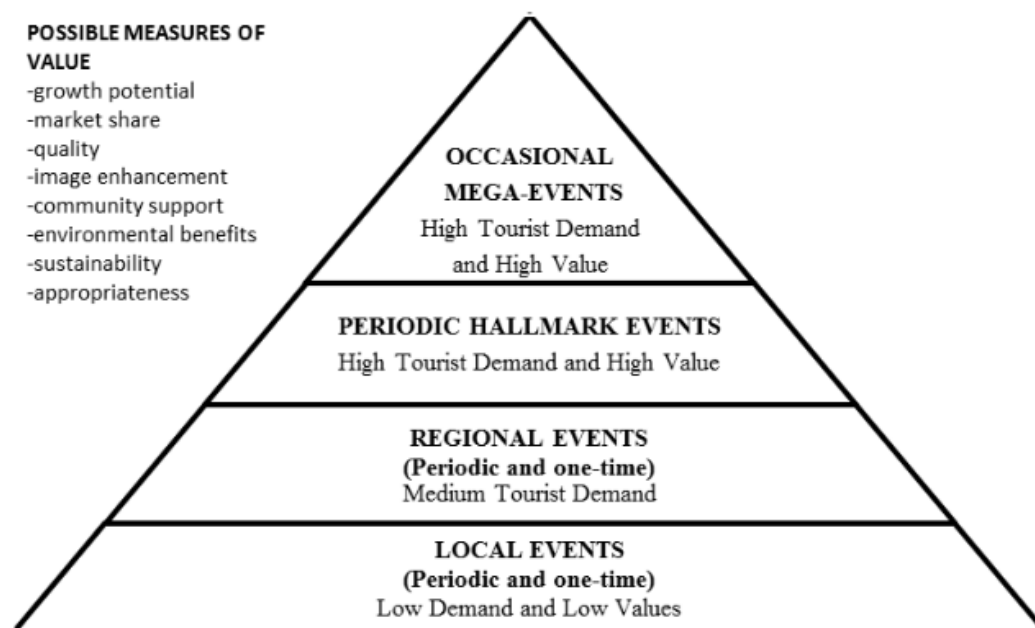
<sup>11</sup> Quinn, B. (2013.): Key Concepts in Event Management, Sage, London

<sup>12</sup> Ritchie, J. R. B. (1984.): Assessing the impacts of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues, Journal of Travel Research 23 (1), str. 2.–11.

<sup>13</sup> Getz, D. (2008.): Event Tourism: Definition, Evolution and Research, str. 403.-428.

<sup>14</sup> Raj, R., Walters, P., Rashid, T. (2013): Events Managements Principle & Practice, Sage, London

- potencijal rasta
- potencijal obuhvata tržišta
- kvaliteta
- poboljšanje *imagea*
- podrška zajednici
- prednosti za okoliš
- održivost
- primjerenost



**Slika 1: Obuhvat pristupa izrade strategije i evaluacije turizma manifestacija**

Izvor: Getz, D. (2005.): Event Management and Event Tourism, Cognizant, New York

Prema Allenu i suradnicima<sup>15</sup>, zahvaljujući sveprisutnosti širokog spektra manifestacija, poslovnih mogućnosti i velikih ekonomskih prihoda, još u osamdesetima javlja se pojam „industrija manifestacija“. Obuhvaća događaje i ekonomske učinke vezane uz manifestacije u rasponu od najjednostavnijih ceremonija vjenčanja, pa sve do održavanja Olimpijskih igara. Zbog kompleksnosti organizacije i velikog utjecaja na okolinu, postoji cijeli niz dionika koji su zahvaćeni.

<sup>15</sup> Allen, J., O’Toole, W., Harris, R., McDonnell, I. (2011.): Festival and Event Management, Jon Wiley & Sons, Queensland

Allen i suradnici<sup>16</sup> kao **dionike** prilikom održavanja manifestacije navode:

1. *Domaćin organizator*: postavlja ciljeve i upravlja manifestacijom
2. *Lokalna zajednica*: daje kontekst manifestaciji i snosi posljedice same
3. *Sudionici i gledatelji*: podržavaju i sudjeluju u manifestaciji, zabavljaju se i bivaju nagrađeni
4. *Suradnici*: poslovni odnos prilikom organizacije i provođenja manifestacije
5. *Mediji*: pružaju podršku u obliku promidžbe, stjecanja prihoda od oglašavanja
6. *Sponzori*: pružanje novčane ili u nekom drugom obliku potpore, osiguravaju ugled
7. *Javne organizacije*: osiguravaju javne usluge i prostor za održavanje, ubiru poreze i doprinose stvaranju pozitivnog *image-a* države
8. *Udruge specijalizirane za manifestacije*: pružaju tehničku i moralnu podršku organizatorima, stječu nove članove i samim time članarine

Obuhvat industrije manifestacija raste iz godine u godinu, čime dobiva sve veću ulogu u gospodarstvu. Takav trend je najbolje vidljiv u zapadnim razvijenim zemljama poput SAD-a. Sukladno podacima u sklopu "Market potential indexa" Ureda za statistiku SAD-a iz 2016. godine, svake godine u SAD-u se održi 1,8 milijuna sastanaka. Navedena branša ostvaruje 280 milijardi dolara potrošnje, a izravni, neizravni i inducirani učinci imaju doseg od vrtoglavih 393 milijardi dolara. Generira 1,8 milijuna radnih mjesta i predviđa se porast stope zaposlenosti od 33% za razdoblje od 2012. do 2022. godine. U 2012. godini tržište sastanaka i kongresa doseglo je prihode od 900 milijuna dolara, dok je mobilnost potaknuta navedenima generirala prihod od 8 milijardi dolara kojeg čine troškovi smještaja u hotelima, turistički paketi, prijevoz, hrana, registracija i dr.<sup>17</sup>

## 2.5. Manifestacijski turizam

Termin „turizam manifestacija“, odnosno manifestacijski turizam ušao je u češću upotrebu nakon 1987. kada je Ured za turizam i promidžbu Novog Zelanda objavio izvješće gdje ga označava vitalnim i brzo rastućim pod segmentom globalnog turizma. Getz<sup>18</sup> je 1989. objavio

---

<sup>16</sup> Allen, J., O’Toole, W., Harris, R., McDonnell, I. (2011.): Festival and Event Management, Jon Wiley & Sons, Queensland

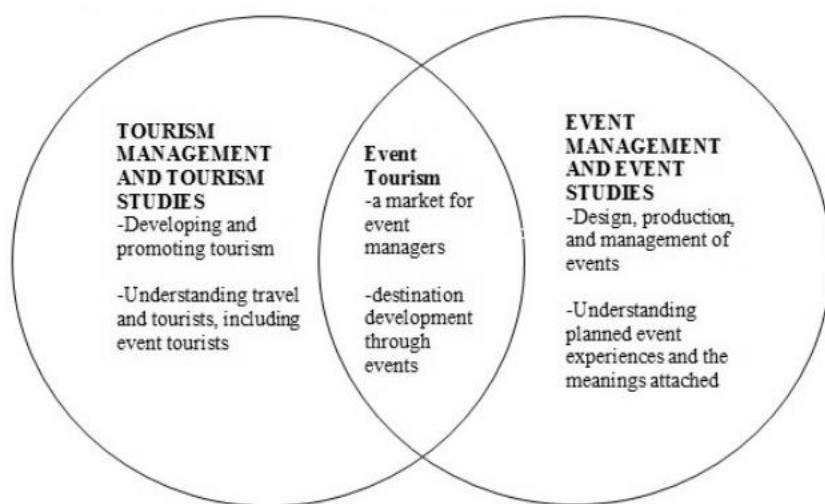
<sup>17</sup> UNWTO (2016.): Global Report on the Meetings Industry, raspoloživo na: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416097>, str. 61. (22.8.2022.)

<sup>18</sup> Getz, D. (2008): Event Tourism: Definition, Evolution and Research, Tourism Management 29 (3), str. 403.-428.

članak u kojem je imao namjeru odrediti okvir za razumijevanje funkcioniranja turizma. Turizam i manifestacije često djeluju zajedničkim snagama, što nije nešto sasvim novo. Ipak, od kraja osamdesetih se turizam izmijenio u svome obliku i obujmu, što je rezultiralo promjenom utjecaja i uloge vlade, te privatnog i javnog sektora.<sup>19</sup>

Manifestacijski turizam se najčešće definira kao zajedničko područje djelovanja turizma i managementa manifestacija koje uključuje planiranje i marketing u potrazi za ciljevima marketinga i turizma destinacije<sup>20</sup>. Najveći napor se ulaže u dobivanje informacija na temelju istraživanja o ponašanju potrošača i njihove motivacije.

Naspram tome, management manifestacija uključuje projektiranje, marketing i upravljanje samima. Cijeli aspekt dobio je na važnosti među drugim vrstama posebnih manifestacija u turizmu.<sup>21</sup>



## Slika 2: Turizam manifestacija na spoju upravljanja turizmom i upravljanja manifestacijama

Izvor: Getz, D. (2008.): Event Tourism: Definition, Evolution and Research, *Tourism Management* 29 (3), str. 403.-428.

Priložena skica najbolje prikazuje skup odnosa koji se javlja između upravljanja turizmom i upravljanja manifestacijama. Sukladno priloženome, proučavanje turističkog managementa

<sup>19</sup> Coban, O. (2016.): Global Issues and Trends in Tourism Event Tourism, *Event tourism*, str. 463., raspoloživo na: [\(PDF\) Event Tourism \(researchgate.net\)](#) (22.8.2022.)

<sup>20</sup> Coban, O. (2016.): Global Issues and Trends in Tourism Event Tourism, *Event tourism*, str. 463., raspoloživo na: [\(PDF\) Event Tourism \(researchgate.net\)](#) (22.8.2022.)

<sup>21</sup> Coban, O. (2016.): Global Issues and Trends in Tourism Event Tourism, *Event tourism*, str. 463., raspoloživo na: [\(PDF\) Event Tourism \(researchgate.net\)](#) (22.8.2022.)

uključuje razvoj i promicanje turizma, ali i razumijevanje potreba turista. S druge strane, management manifestacija podrazumijeva projektiranje, planiranje, upravljanje i koordiniranje te razumijevanje planiranih iskustava manifestacija. Turizam manifestacija javlja se tamo gdje se preklapaju interesi i aktivnosti spomenutih područja, na način da je turistička destinacija idealno tržište za njihov plasman, ali i idealan alat za razvoj destinacije.

U zadnje vrijeme pojavljuje se sve više literature na području turizma manifestacija koja se bavi njenim različitim segmentima i aspektima. a sežu sve od motivacije posjetitelja ili sudionika, pa sve do utjecaja na lokalnu zajednicu.

### 3. ANALIZA UČINAKA KULTURNIH MANIFESTACIJA NA DESTINACIJU: STUDIJA SLUČAJA KARNEVAL U RIO DE JANEIRU, BRAZIL

Rio de Janeiro već dugo nosi status jednog od najposjećenijih gradova na južnoj polutki zbog svoje prekrasne prirodne okoline i turističkih atrakcija. Ipak, karneval je bez sumnje njegov najpoznatiji turistički proizvod i jedan od najvećih oblika izražavanja brazilske kulture. Službeno traje od petka navečer do podneva na Pepelnicu, kada se cijela nacija ujedinjuje u jednoj velikoj uličnoj zabavi pet uzastopnih dana, gdje su i mještani i turisti pozvani da se pridruže svečanostima. Diljem zemlje ljudi prestaju raditi što god da rade kako bi se zabavljali i plesali četiri uzastopna dana. Na petak gradonačelnik predaje ključeve grada kralju Momu, mitskoj osobi za koju se kaže da vodi proslavu. Tradicija seže u 1933. godinu, a potonji mora biti veseo, punašan i nositi krunu<sup>22</sup>. U Rio dolazi oko pola milijuna stranih posjetitelja, te se preko dva milijuna ljudi nalazi u isto vrijeme na ulicama. 1722. godine se odvijao prvi karneval, prvenstveno organiziran kao festival hrane kako bi se ljudi mogli obilno najesti prije posta. 1923. godine je započela prva parada sambe i karneval od tada raste iz godine u godinu.

Vrhunac cijele manifestacije je zadnja večer kada se trinaest timova iz različitih četvrti bore za naslov pobjednika parade škole sambe. Sve se odvija na sambodromu na duljini od pola milje pred 70.000 gledatelja, žirija i potencijalne TV publike od milijardu gledatelja. Mandat pobjednika traje jednu godinu, a škole sambe se za to pripremaju cijelu godinu dana prije. Jedan i pol milijuna dolara košta samo opremanje škole sambe kako bi sudjelovala u paradi. Kako bi se prikupio potreban novac, nastoje se pronaći sponzori kojima se u zamjenu nudi promocija i dopuštanje korištenjem televizijskih prava. Parada je danas jedan od najgledanijih televizijskih događaja na svijetu, i televizijske mreže je prenose u preko 190 zemalja svijeta.

Također, u gradu se od sredine siječnja do sredine veljače održava najmanje petstotinjak uličnih zabava ili "*blocosa*", koje obično uključuju bendove, kostime i zabavljače koji paradiraju ulicama. Popularna izreka kaže da godina u Brazilu zapravo počinje tek nakon karnevala. Tako mnogi jedva rade od Božića do kraja karnevala. Sastanci se prekidaju, svi kao da su na odmoru, a fokus ljudi se pomiče na dane slavlja koji su pred nama. Karneval je važan dio kulture Rija.

---

<sup>22</sup> Sandy, M. (2.5.2016.): These 12 Facts Explain Why Rio's Carnival Is the World's Biggest Party, Time, raspoloživo na: [Carnival: 12 Surprising Facts on the World's Biggest Party | Time](#) (22.8.2022.)

To je poznata tradicionalna zabava diljem svijeta i snažno povezan s popularnom kulturom, osobito onima s niskim primanjima skupine.

Počeci karnevala kakve danas poznajemo sežu iz antičkog Egipta gdje su se odvijali poganski običaji kako bi se ispratila zima i proslavio početak proljeća. Kada je Aleksandar Veliki pokorio Egipat, običaj se proširio na antičku Grčku, a potom i na Italiju.<sup>23</sup> Tamo je u obliku proslave glazbe, plesa i razvrata, kao i ekstreme uveden 217. godine prije Krista kako bi se podiglo raspoloženje i ohrabrilo Rimljane koje sljedeći put svladavaju Kartażani. Razdoblje od tjedan dana je označavalo prekomjernu konzumaciju jela, pića i raspuštanje komunalnog reda, a čak bi i robovi dobili nekoliko slobodnih dana. Nekoliko rimskih careva poput Augusta i Kaligule pokušalo je skratiti svečanost na 3 dana, ali se narod žestoko usprotivio. Spomenuti običaj se kod kršćana počinje nazivati „*carne levare*“ ili u prijevodu oproštaj od mesa, to jest gozba prije posta od mesa. Tijekom osamnaestog stoljeća u Italiji su se ljudi pripremali za korizma u oblaćići se u ugodne elegantne haljine za zabavu. Potonji običaj se proširio Europom zajedno sa kršćanstvom, a potom i kolonizacijom na Novi svijet. Jedan od najboljih primjera su portugalski kolonizatori koji su proslavu usadili preko četiri milijuna robova dovedenih iz Afrike. Tom prilikom su se izmiješali afrički i europski rituali koji su rezultirali živopisnim uličnim zabavama kakve poznajemo danas. Upravo su one najbolji dokaz suživota različitih kultura koje čine Brazil prepoznatljivim u svjetskim razmjerima. Pripadnici radničkog sloja su u samim začetcima bacali vodu s mirisom vapna jedni na druge i oblaćili se u kostime rugajući se odjeći i manirima bogatih. Škole sambe su danas međunarodno poznate po sjajno kostimiranim plesačima izvode u paradi, a utemeljene su sredinom 20. st. proizašle iz elemenata postojeće karnevalske tradicije. Prva parada održala se 1932. godine i od tada je karneval u Rio de Janeiru postao najvažnijim u zemlji.

### **3.1. EKONOMSKI UČINCI KARNEVALA NA RIO DE JANEIRO I BRAZIL**

Karneval ne predstavlja samo važno obilježje kulture zemlje, već i veliki poticaj za brazilsko gospodarstvo. Osim blještavila, glazbe i neprocjenjive tradicije, karnevali su izraz iznimnog potencijala kreativnih industrija, cijelog jednog sustava koji proizvodi prihode. Tijekom zadnjih karnevalskih izdanja prije pandemije, turistički je sektor godišnje generirao preko 7 milijardi

---

<sup>23</sup> The Economist (31.1.2018.): What is carnival: origins of the world's biggest party, raspoloživo na: [\(345\) What is carnival: origins of the world's biggest party - YouTube](#) (22.8.2022.)



brazilskih reala prihoda i otprilike 25 tisuća privremenih poslova. Najveći udio ovog prihoda generirao bi se u državi Rio de Janeiro.

**Tablica 1: Prihodi za razdoblje 2012.- 2016.**

Godina	Prihod (u milijardama brazilskim reala)	Prihod (u milijardama USD)
2012.	8,39	1,64
2013.	8,87	1,73
2014.	9 35	1,83
2015.	9,07	1,77
2016.	7,91	1,55
2017.	7,73	1,51
2018.	7,75	1,51
2019.	7,91	1,55
2020.	7,99	1,56

Izvor: statista, <https://www.statista.com/statistics/974580/carnival-revenue-brazil/>

Navedeni podaci su najbolji dokaz turističkog potencijala karnevala za Brazil. Primjerice, u susjednoj Kolumbiji izvoz kreativnih industrija premašuje 900 milijuna američkih dolara, uz veliku tendenciju rasta. U isto vrijeme, na sambodromu „Anhemba“ u São Paulu, svečanosti 2020. predstavljale su prihod od više od 220 milijuna brazilskih reala ili nešto više od 42 milijuna dolara.<sup>24</sup>

### 3.1.1. Turistički posjetitelji karnevala

Broj posjetitelja u Rio de Janeiru 2020. premašio je brojku od dva milijuna, time premašivši prethodno izdanje od 1,7 milijuna posjetitelja. Najveći udio turista činili su domaći posjetitelji. U 2020. gotovo osam od deset turista koji su posjetili grad Rio de Janeiro tijekom dana karnevala u Brazilu bili su Brazilci. Strani posjetitelji koji su sudjelovali u proslavama u popularnoj brazilskoj destinaciji činili su nešto više od 20% ukupnog broja turista te godine.<sup>25</sup>

Sukladno istraživanju, 2020. godine više od polovice posjetitelja karnevalskih povorki sambe na sambodromu Marquês de Sapucaí bili su Brazilci. Troje od deset domaćih posjetitelja bili su bili stanovnici Rio de Janeira, dok je ostatak ispitanika bio iz drugih dijelova zemlje koji su posjetili grad tijekom svečanosti. Tijekom karnevalske sezone u Rio de Janeiru 2020. godine, procjenjuje se da je samo karnevalski blok Fervo okupio oko milijun sudionika. To je ujedno

<sup>24</sup> Daniela Pena Lazaro (2022.): CARNIVALS: A CELEBRATION FOR DEVELOPMENT, raspoloživo na: <http://www.iadb.org/en/improvinglives/carnivals-celebration-development> (22.8.2022.)

<sup>25</sup> Lopez, Anna M. (15.9.2021.): Distribution of tourists attending the Carnival in Rio de Janeiro, Brasil in 2020, by origin, statista, raspoloživo na: [Carnival in Rio de Janeiro: origin of tourists 2020 | Statista](https://www.statista.com/statistics/1088888/carnival-in-rio-de-janeiro-origin-of-tourists-2020/) (22.8.2022.)

bila najpopularnija karnevalska ulična parada godine. Također, ulične zabave Cordão da Bola Preta i Bangaladumenga okupile su zajedno 1,1 milijun posjetitelja<sup>26</sup>.

Međutim, pandemija COVID-19 nije zaobišla ni ovu manifestaciju koja je 2021. otkazana za srpanj, ali se ni tada zbog sigurnosti građana nije održala. Mnoge su brazilske države su zbog toga ukinule službene državne praznike koji spadaju na ponedjeljak i utorak prije korizme kada je karneval na svome vrhuncu.

Još od sredine 1980-ih parada sambe na sambadromu „*Marquês de Sapucaí*“ u Rio de Janeiru čini središte proslave karnevala. Svake godine škole sambe nastupaju u raskošnim kostimima s pomičnim instalacijama pred tisućama ljudi. Cijelu svečanost prenose televizijske mreže diljem svijeta, što je jedan od glavnih razloga zašto su parade postale svjetski poznate. Primjera radi, 2020. godine više od polovice posjetitelja sambadroma bili su brazilski turisti koji su posjećivali grad tijekom sezone karnevala. Među stranom publikom, Argentinci su činili najveći udio, a slijede ih državljani SAD-a.

### 3.1.2. Potrošnja posjetitelja i ukupni prihodi generirani karnevalom

Karneval je jedan od najvažnijih i najživopisnijih praznika u Brazilu tijekom godine. Sukladno istraživanju provedenom veljači 2019<sup>27</sup>., može se iščitati da bi većina posjetitelja potrošila manje od 500 reala za karnevalske proslave. Najviše bi ljudi potrošili između 100 i 300 brazilskih reala (tablica 2).

**Tablica 2: Planirana potrošnja po osobi za vrijeme karnevala 2019. godine**

Planirana potrošnja (u brazilskim realima)	Udio posjetitelja
>100	20%
100-300	28%
300-500	20%
500-1000	17%
1000-2000	9%
2000<	5%

Izvor: statista, <https://www.statista.com/statistics/1098980/brazil-visitor-spending-carnival/>

<sup>26</sup> Sandy, M. (2.5.2016.): These 12 Facts Explain Why Rio's Carnival Is the World's Biggest Party, Time, raspoloživo na: [Carnival: 12 Surprising Facts on the World's Biggest Party | Time](#) (22.8.2022.)

<sup>27</sup> Lopez, Anna M. (7.5.2021.): Planned expenditure per person during the Carnival celebrations in Brazil in 2019, statista, raspoloživo na: [Brazilians' average spending on Carnival 2019 | Statista](#) (22.8.2022.)

Godine 2020. prosječna potrošnja međunarodnih turista koji sudjeluju u karnevalskim svečanostima u gradu Rio de Janeiru u Brazilu iznosila je više od dvije tisuće brazilskih reala po osobi. U međuvremenu, lokalni turisti koji posjećuju grad tijekom svečanosti potrošili su u prosjeku tisuću reala po osobi tijekom svog boravka.

Takozvani „*hallmark*“ manifestacije pružaju ekonomiji izniman poticaj. Kao što je uobičajeno, najviše prihoda u 2020. je ostvareno pružanjem usluga prehrane (**tablica 3**).

**Tablica 3: Prihod turističkih dionika tijekom karnevala u Brazilu 2020. godini**

Sektor	Ostvaren prihod
Putničke agencije	270,3
Umjetnost, kultura i dokoličarke aktivnosti	691,6
Smještaj	861,3
Prijevoz i najam vozila	1 318,1
Usluživanje hrane	4 848,1

Izvor: statista, <https://www.statista.com/statistics/977064/carnival-revenue-brazil-segment/>

U sklopu potrošnje hrane izvan kućanstava, zarada će premašiti 4,8 milijardi brazilskih reala. Cijelu situaciju najbolje dočarava podatak da se u Brazilu za vrijeme tjedna održavanja karnevalskih svečanosti popije 80% godišnje potrošnje piva. Sektor usluživanja hrane tradicionalno predstavlja najveći udio u prihodu generiranom tijekom karnevalske sezone u Brazilu. Drugi najvažniji segment temeljen na udjelu prihoda od karnevala bile su usluge prijevoza i iznajmljivanja automobila, s više od 1,3 milijarde reala. S priljevom posjetitelja iz cijelog svijeta koji žele biti dio događanja, velika je potreba za kvalitetnim hotelima koji će ugostiti posjetitelje. Tim povodom navedeni sektor doseže prihod od 861 milijuna dolara. Potom slijede umjetnost, kultura i dokoličarske aktivnosti sa 691 milijuna dolara. Na začelju tablice se nalaze prihodi putničkih agencija koje ostvare 270 milijuna dolara.

### 3.1.3. Utjecaj karnevala na cijene smještaja

Tijekom karnevalske sezone u Brazilu, prosječne cijene roba i usluga povezanih s turizmom, rekreacijom i ostalim uslugama obično rastu u usporedbi s ostatkom godine. U veljači 2019. njihove cijene porasle su za 4,8%, na temelju akumuliranog rasta cijena u prethodnih dvanaest mjeseci. Procjenjuje se da je inflacija u 2020. bila niža nego inače s prosječnim rastom cijena od 4,2%. Hoteli i restorani već duže vremena profitiraju od rastućih cijena u karnevalskoj sezoni time koristeći situaciju povećane potražnje kada se traži krevet više.

**Tablica 4: Prosječna cijena noćenja u hotelima u Rio de Janeiru za razdoblje srpanj 2021.- lipanj 2022.**

Mjesec	Prosječna cijena
Srpanj 2021.	57
Kolovoz 2021.	55
Rujan 2021.	57
Listopad 2021.	60
Studeni 2021.	62
Prosinac 2021.	68
Siječanj 2022.	84
Veljača 2022.	81
Ožujak 2022.	73
Travanj 2022.	83
Svibanj 2022.	75
Lipanj 2022.	75

Izvor: statista, <https://www.statista.com/statistics/323257/average-daily-rate-of-hotels-in-rio-de-janeiro/>

Prema dostupnim podacima može se uočiti povezanost, tj. utjecaj manifestacije na cijenu noćenja u hotelima u Rio de Janeiru. Prosječna cijena smještaja u hotelima i sličnim smještajnim objektima u svibnju i lipnju 2022. iznosila je 75 američkih dolara, dok je u travnju 2022., kada se u brazilskom gradu održavao karneval, prosječna cijena standardne dvokrevetne sobe dosegla je 83 američka dolara.

Karneval je događaj koji osigurava veliki priljev turista. Statistički podaci govore o više od 300 tisuća stranaca što čini gotovo 1/6 ukupnog broja broj turista godišnje. Sukladno tome rastu i stope popunjenosti hotela koje dosežu brojku od preko 90%. Najveća stopa popunjenosti hotela zabilježena je u 2016. Međutim, u 2022. očekuje se popunjenost od 65%, što je najniža stopa od 2010.-ih. Glavni razlog je pandemija COVID-a 19 zbog kojeg je izdanje iz prethodne godine otkazano.

Većina hotela nalazi se u sklopu obalnog pojasa grada, tj. u Južnoj zoni. To je područje udaljeno od blokova gdje se održavaju ulične zabave, stoga 75% stranaca noći putuje u centar kako bi vidjeli paradu.

#### **3.1.4. Procjena troškova organizacije karnevalskih manifestacija**

Kako je razvidno iz tablice 5., glavnina troškova za organizaciju javnih svečanosti u sklopu karnevala podmiruje se iz gradskog proračuna. Procjena je da su troškovi za javne svečanosti u 2020. iznosili 70 milijuna brazilskih reala, od čega je 42 milijuna financirano iz gradskog proračuna, a ostatak kroz donacije i sponzorstva.

**Tablica 5: Troškovi organizacije javnih svečanosti karnevala u Rio de Janeiru 2020. godine u brazilski realima**

Izvor	Trošak
Gradski proračun	42
Ostali izvori	28

Izvor: statista, <https://www.statista.com/statistics/977451/rio-de-janeiro-carnival-parade-organization-costs-source-brazil/>

Iako je karneval u Rio de Janeiru najpoznatiji, i u drugim brazilskim gradovima se održavaju brojne karnevalske proslave koje ne zaostaju po posjećenosti i atraktivnosti. Takve manifestacije prate i veliki troškovi. Tako je prema procjenama São Paulo potrošio 36,6 milijuna brazilskih reala za organizaciju javnih događaja. U Recifeu su izdatci iznosili 25 milijuna, a u Belo Horizonteu 14,3 milijuna. U Olindi, jednom od najtradicionalnijih karnevalskih odredišta u Brazilu 2020.g. ostvarena su ulaganja od 7 milijuna reala.

**Tablica 6: Troškovi vodećih karnevalskih destinacija u Brazilu 2020. godine**

Grad	Troškovi (milijuni reala)
Rio de Janeiro	70
Sao Paulo	36,6
Recife	25
Belo Horizonte	14,3
Olinda	7

Izvor: statista, <https://www.statista.com/statistics/1098266/carnival-costs-city-brazil/>

### 3.1.5. Trgovinska bilanca proizvoda za festivale i karnevale u Brazilu 2015.-2021

Karneval predstavlja najvažniji turistički događaj godine u Brazilu. Spomenute svečanosti se održavaju u veljači ili početkom ožujka, pritom zahtijevajući zavidnu razinu pripreme, posebice kada je riječ o povorci. Tijekom cijele sezone nabavljaju se festivalski rekviziti i oprema domaće i strane proizvodnje. Brazil uglavnom uvozi artikle potrebne za snabdijevanje proslava. Tome u prilog najbolje govori podatak da je 2021. godine brazilski uvoz ove vrste artikala premašio njegov izvoz za otprilike 34 milijuna američkih dolara.

U 2021. vrijednost festivalskih, karnevalskih i drugih artikala za zabavu uvezenih u Brazil porasla je za otprilike 12% u odnosu na prethodnu godinu. U 2020. ta je brojka pala za oko 35%. Razlog zašto je u 2021. zabilježen porast iako nije bilo karnevala, očituje se u tome što se

škole sambe počinju pripremati za nadolazeći karneval cijelu godinu dana prije. Ovaj pad, povezan s utjecajem COVID-19 na trgovinu, došao je nakon trogodišnjeg razdoblja stalnog porasta brazilskog uvoza takvih artikala. Većina brazilskog uvoza navedenih artikala dolazi iz Kine, čija je vrijednost 2021. iznosila 30 milijuna američkih dolara.

Brazil je također i izvoznik nekih festivalskih artikala, oko 331 tisuću američkih dolara. U 2021. godini najviše je izvezio u Boliviju, više od 45 posto ukupnog izvoza. Izvoz se oporavio rastom od 140% u odnosu na prethodnu godinu, nakon što je 2020. osjetio posljedice globalne krize izazvane pandemijom COVID-19.

### **3.1.6. Zaposlenost generirana karnevalom**

Karneval je najvažnija manifestacija za brazilski turizam. Uslužne djelatnosti povezane s turizmom kao što su ugostiteljstvo, transport i smještaj, zahtijevaju veliku količinu sezonske radne snage. U 2019. brazilski karneval omogućio je 24,7 tisuća privremenih radnih mjesta, a smatra se da je 2020. taj broj premašio 25 tisuća<sup>28</sup>.

Za mnoge je karneval predstavlja cjelogodišnji izvoz prihoda zapošljavajući na tisuće ljudi, posebice onih u najsiromašnijim dijelovima grada, koji bi inače teško došli do drugog izvora prihoda. Također, karneval generira na tisuće privremenih i stalnih poslova prije nego što službeno započne, zapošljavajući pritom stotine lokalnih obrtnika, glazbenika, kostimografa i koreografa. Primjerice, jedna škola sambe može imati više od 60 zaposlenika kroz cijelu godinu i 400 pri kraju priprema za karneval.

Neke usluge koje koriste brojna kućanstva postaju gotovo nedostupna tijekom karnevala. Ako trebate vatrogasca ili građevinara, bit će teže (tijekom karnevala) pronaći tu vrstu kvalificirane radne snage, ali moramo razumjeti i pozitivnu stranu. Karneval stvara radna mjesta i stvara prihod za značajan dio brazilske populacije, koja vjerojatno ne bi imala posao da karneval ne postoji.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Lopez, Anna M. (30.7.2021.): Carnival in Brasil- Statisites & Facts, statista, raspoloživo na: <https://www.statista.com/topics/5238/carnival-in-://reuters.screenocean.com/record/538925> (22.8.2022.)

<sup>29</sup> Reuters (16.2.2013.): BRAZIL: Carnival and its effects on Rio de Janeiro's economy, raspoloživo na: <https://reuters.screenocean.com/record/538924> (22.8.2022.)

### 3.3.DRUŠTVENI UTJECAJI KARNEVALA

#### 3.2.1.Kulturološki učinci

Jedna od najvećih prednosti karnevala je što omogućuje stranim posjetiteljima da što bolje razumije kulturu domorodačkog stanovništva. Ipak, ono što turisti shvaćaju činom približavanja autentičnom doživljaju i zavirivanjem u nečiji jedinstveni svijet, domaćini to percipiraju kao okupaciju privatnog i osobnog prostora.

Postoji cijeli niz primjera na karnevalu gdje se mogu uočiti primjeri poticanja razumijevanja lokalne kulture. Zbog dostupnosti informacijske tehnologije, svijet je postao globalno selo, a ljudi su zbog takvog načina života i dostupnosti istih sadržaja postali sličniji nego ikad. U tome se ogleda i ljudska potreba da što više znamo o drugim kulturama i vrijednostima koje sa njima dolaze upoznajući ih na inovativan način. Važnu ulogu kod karnevala ima činjenica da je atraktivan u kulturnom pogledu privlačeći veliku pozornost ljudi iz cijeloga svijeta koji žele podobnije upoznati specifičnosti običaja i načina života domicilnog stanovništva. Zbog mješavine utjecaja koja je oblikovala kulturu Brazila, ljudi hrle uživati u ovome festivalu kao kombinaciji zabave i kulture, koja se mijenja ovisno od područja do područja, ovisno o mještanima i uvjerenjima koje posjeduju u skladu s vjerom i običajima.

Većina karnevala odvija se u sklopu gradskih kvartova, također poznatim kao *blocos de rua*. Razlog tomu su brojni izvođači koji se kreću gradom plešući i svirajući prigodnu glazbu. Najčešće su u atraktivnim kostimima koji su skladu s odgovarajućom pričom ili temom. Primjerice, 2020. godine Fervo da Lud je bio najpopularniji kvart okupivši milijun ljudi. Međutim, Rio de Janeiro nije ponio titulu grada s najvećim brojem kvartova s organiziranim zabava. Poznata karnevalska odredišta na sjeveroistoku zemlje- Olinda i Recife, imala su oko 1500 blokova, što je četiri puta više. Iste godine, gradovi Salvador i São Paulo rangirani su kao dva glavna karnevalska središta, s ukupno preko 30 milijuna sudionika.





**Slika 3: Kwartovska zabava za vrijeme karnevala u Rio de Janeiru**

Izvor: free walker tours, <https://freewalkertours.com/carnaval-in-rio-de-janeiro-2020/>

### **3.2.2. Međudnos karnevala i lokalne zajednice**

Proslava tradicije kroz ples, glazbu i blještave kostime najbolje opisuje karneval u Rio de Janeiru čineći ga prepoznatljivim u svjetskim razmjerima. Uz kulturni karakter koji je na prvi pogled izražen, i ekonomska komponenta pokreće i oblikuje zajednicu. Zbog toga mnoge institucije i kreatori politike vide potencijal da poboljšaju život cjelokupne zajednice.

Karneval je za mnoge stil života. Otvorenost svjetonazora i uvažavanje različitosti su duboko utkani u temelje karnevala. Od samih početaka pojavili su se kao proslave namijenjene svima: za bogate i siromašne, žene i muškarce, crne i bijele. Danas karnevali čine sve sudionike da se osjećaju dijelom kolektiva, brišući rasne, društvene i rodne barijere. Iako su tradicija i naslijeđe u samoj srži poante svečanosti, postoji sposobnost da se razvija s vremenom, šireći se na



skupine koje su povijesno bile diskriminirane i na marginama društva. Kao što jedna pjesma kaže: „samba nije predrasuda. Bijeli, crni, svi zajedno.“<sup>30</sup>

Razumijevanje karnevala zahtijeva nadilaženje njihovog ekonomskog značaja, te uzimanje u obzir njihove društvene uloge. Karneval nije samo veselje i glazba. To je sredstvo za prenošenje društvenog utjecaja i promicanje kulture u javnom prostoru. Predstavlja idealnu priliku za prenošenje autohtonih vrijednosti kroz kulturne manifestacije, učeći ih da poštuju svoje krijene i nasljeđe koje je njegov medij izražavanja. Karneval je sam izraz nacionalne kulture.

Društvena važnost karnevala, za stanovnike grada nadmašuje sve negativne posljedice koje bi on mogao imati na gospodarstvo. Simbolika koju karneval predstavlja ljudima znači puno više nego potreba da se riješe neki konkretni problemi, poput kanalizacije, koja je svakodnevna stvar koja tišti veliki dio stanovništva. Primjerice, daje veliku izloženost školama sambe, što je nešto gotovo nevidljivo u društvu tijekom cijele godine. Siromašni u Brazilu općenito su zanemareni, ali kada dođe karneval ne samo da dolaze u središte pozornosti, već im je to prilika da iskuse osjećaj bogatstva i pripadnosti. Samo da bi uživali u toj iluziji nekoliko dana u godini, ljudi se žrtvuju i odriču svaki dan, posebice štedeći novac da bi si kupili kostim za karneval.

Domaćini su sve češće za vrijeme održavanja karnevala prisiljeni raditi kako bi si osigurali egzistenciju. Na taj način bivaju u sjeni zbivanja, a ne sudionici manifestacije kojoj je svrha da stanovnici grada slave svoju kulturu. Time se gubi na autentičnosti i postaje kulisa na kojoj je sve namješteno, a istinska kultura biva ugrožena i izgubljena pod okupacijom turizma.

---

<sup>30</sup> National Geographic (31.5.2012.): Inside Rio Carnival (2007), raspoloživo na: <https://www.youtube.com/watch?v=xgaVj0wSw2A> (22.8.2022.)



**Slika 4: Plesačica sambe**

Izvor: Medium, <https://emieleode.medium.com/a-brief-history-of-rio-carnival-21827212c91>

Većina sudionika su volonteri iz različitih gradskih četvrti koji su predani svome timu. Svaka škola ima za svoju zastavu prema kojoj se razaznaju. Ipak, mnogi sudionici parade žive ispod granice siromaštva. Primjerice, mnoge plesačice zarađuju plešući tijekom godine u brojnim predstavama. Mnoge škole sambe nastale su u favelama grada, gdje su još uvijek smještene kao važni dionici zajednice, stvarajući prilike za posao i ostvarivanje prihoda. Ubojstva i obilje droge učinili su Rio jednim od najopasnijih gradova na svijetu. Pritom je karneval idealna prilika da njegovi stanovnici zaborave na svakodnevne probleme kao što su nasilje, kiša, prirodne katastrofe. Karneval je vrlo bitan za sreću domicilnog stanovništva. Za Brazilce, festival i ples su značajni kao i nogomet.

Sudjelovanje na karnevalu u Rio de Janeiru je besplatno, osim najpoznatijeg dijela proslave na sambodromu. Cijene karnevalskih ulaznica ovise o vrsti ulaznica, sektoru i danu održavanja. Ulaznice za povorke na sambodromu su skupe za veliki dio lokalnog stanovništva, čak i na jeftinim tribinama. Za najjeftiniji sektor karte se mogu kupiti unaprijed putem međunarodnih brokera ili putem lokalnih putničkih agenata. U ovom slučaju kupnja karte predstavlja kupnju vaučera koji se zatim može zamijeniti za kartu u danima prije njenog korištenja.



Prodaju ulaznica organizira LIESA (Nezavisna liga škola sambe), koja će često dan prije najavi stavljanje ulaznica na prodaju. Najniža cijena ulaznice iznosi otprilike 250 američkih dolara. Turistički agenti ih kupuju i preprodaju često po znatno višoj cijeni pritom nudeći brojne pogodnosti. U isto vrijeme mjesta u VIP sektoru iznose i po nekoliko tisuća dolara gledateljima pružajući jednostavan pristup brojnim sadržajima, kao što je otvoren bar, večere od tri slijeda itd. Unatoč visokim cijenama, ulaznice i neki hoteli često se rasprodaju mjesec dana unaprijed.



**Slika 5: Predstavljanje točke škole sambe tijekom parade na sambodromu u Rio de Janeiru**

Izvor: TRAVEL BEGINS AT 40, <https://www.travelbeginsat40.com/event/rio-carnival-brazil/>

Karneval je suviše skup za plesače parade. Primjerice, ljudi koji su se prije pratili paradu sambe uživo na sambodromu, to više ne rade. Sve više lokalnog stanovništva stoji s druge strane ograde. Tu se na tisuće ljudi druži i skuplja, te gleda prijenos preko malih ekrana.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> National Geographic (31.5.2012.): Inside Rio Carnival (2007), raspoloživo na: <https://www.youtube.com/watch?v=xgaVj0wSw2A> (22.8.2022.)

### 3.2.3. Utjecaj karnevala na prostor i infrastrukturu

Podaci nevladinih organizacija za karneval 1999. pokazuju da su većinu zabavnih sadržaja proizvele nevladine organizacije. Službena parada održava se od 1984. godine u trajno izgrađenom području poznatom kao "Sambodrom" u središtu Rio de Janeira. Sambodrom predstavlja otvorenu strukturu sastavljenu od ulica poredanih sa po dva reda sjedala i svlačionica, te na samom kraju pozornicom. Potonja je ukrašena betonskom skulpturom međunarodno priznatog arhitekta Oscara Niemeyera s namjerom da nalikuje na „oblina Brazilke“.



**Slika 6: Sambodrom Marquês de Sapucaí u Rio de Janeiru**

Izvor: Rio.com, <https://www.rio.com/rio-carnival/sectors-sambadrome>

Karneval traje nekoliko dana u godini, stoga se navedena infrastruktura može koristiti za prikladne aktivnosti služeći zajednici. Tijekom godine prostor sambodroma se prenamijenjeni u osnovnu školu. Na ovaj način ulaganja su usmjerena na područja u kojima nedostaju obrazovni objekti, a nastanjena su ljudima s niskim primanjima. Ipak, prilagodba infrastrukture u škole stvara neke probleme, posebno vezane uz rasvjetu i ventilacija učionica.



Međutim, izgradnja sambodroma nije imala nikakav utjecaj na privlačenje stanovništva da trajno koristi područje, budući da se radi o profilu ljudi koji unutar nekoliko dana posjete i otiđu s navedenog područja. S druge strane, njegove prostorne karakteristike i dimenzije su ga učinile izoliranim, ne dopuštajući nikakvo poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice ili dopuštanje integracije s okrugom u kojim se nalazi.

Zapravo sambodrom djeluje kao velika barijera između četvrti sudjelujući u oblikovanju ulica. Okružen vijaduktom na s jedne strane, a s druge strane kućama. Zatvorene je konstrukcije prema unutra, pružajući leđa okolini, pritom ga samo dvije ulice povezuju s okolinom koje su tijekom karnevala zatvorene za motorni promet. Cijeli koncept ima ulogu što je navedeno područje postalo visoko podložno kriminalu, otežavajući lokalnom stanovništvu kretanje unutar četvrti i pridonoseći urbanoj degradaciji. Situacija se posebno zakomplicira kada je za vrijeme karnevala stanovnicima otežan pristup njihovim kućama. Zbog toga su brojne ulice u susjedstvu zatvorene, a policija kontrolira pristup navedenom području. S obzirom na navedene poteškoće kretanja i dostupnosti, neki stanovnici svoje kuće ostave prazne tijekom karnevala, čineći ih tako pogodnijim za provale. Ipak, Svi ti sukobi mogli bi se minimizirati adekvatnim mjerama planiranja.

Sama četvrt dio je središnje poslovne četvrti „*Área central de negócio*“. To je tradicionalno i popularno područje između starog i novog središta koje je prepoznatljivo po starim zgradama od kojih mnoge imaju arhitektonsku povijesnu vrijednost. Područje obiluje brojnim uslužnim i trgovačkim radnjama nadopunjujući ponudu središta grada. Tijekom posljednjih desetljeća, susreće se s mnogim društvenim problemima poput nasilja, nezaposlenosti ili nesigurnim oblicima zapošljavanja u zoni sive ekonomije na tržištu i neizvjesnim imovinskim pravima.

Izgradnja sambodroma nije iskorištena ni na koji način da se poboljša trenutna situacija. Na primjer, prihodi ostvareni prodajom ulaznica bi se mogli uložiti u razvoj aktivnosti koje bi pomogle nezaposleno lokalnom stanovništvu.

Područje je kroz vrijeme bilo isječeno glavnim arterijama koje su proizašle iz naknadnih intervencija i pretvoreno gotovo u otok. Njegova degradacija započela je četrdesetih godina s otvaranjem Avenia Presidente Vargas, jedne od glavnih arterija koja vodi prema centru grada, omogućavajući vezu centra s jugom, sjevernom zonom, predgrađem i dalje kroz Aveniu Brazil s metropolitanskom regijom. Stanje se dodatno pogoršalo tijekom šezdesetih s otvaranjem tunela Santa Barbara, i izgradnjom vijadukata koji povezuje južnu zonu s industrijskom zonom grada i predgrađem koja su naselje konačno pretvorila u prometno područje i važan koridor u

novoj cirkulacijskoj strukturi koja je nastala u gradu. Izgradnja ovih cesta izazvala je niz rušenja i uklanjanja stambenih objekata u gradskoj četvrti, prilikom čega su tri cijela bloka izbrisana. Zbog toga je danas to cijelo područje, smješteno između Starog i Novog centra, dobro prometno povezano cestovno i podzemno.

Unatoč mnogim projektima i planovima razvijenim za ovo područje, ono još uvijek čeka na konkretnu realizaciju projekta urbane obnove koji bi mogao donijeti potpunu vitalnost i temeljitu preobrazbu. Mnoga ulaganja i promjene uvedene su nakon dugoročno loših infrastrukturnih rješenja, usredotočeni na dovođenje velike infrastrukture, ali nisu bili u mogućnosti promijeniti sliku područja kako bi se dovela nova namjena i naseljenost, kako bi ga učinili privlačnim za privatno ulaganja i osigurali lijepe javne gradske prostore koji bi mogli pomoći u promjeni njegove vizure. Naprotiv, većina javnih ulaganja pomogla je da to područje postane više segregirano, dodatno naglašavajući razliku između novog i starog, potičući prostornu i društvenu isključenost.

Kako bi se u sklopu područja održavanja parade izbjegli problemi u promet i kako bi se jamčila određena razina sigurnosti, zabranjena je uporaba automobila i drugih motornih vozila. Ljudima je omogućen pristup metroom koji za vrijeme karnevala radi bez prestanka. Zabrana vrijedi na potezu od stanice metroa do mjesta održavanja parade na način da se ulica preobražava u ugodnu šetnicu.

Restorani i barovi koji se nalaze na tom području ne uživaju adekvatna arhitektonska i prostorna rješenja koja bi doprinijela zadržavanju posjetitelja van razdoblja povorke.

Cijela manifestacija poremeti živote građana i način na koji gledaju na zbivanja koja se odvijaju u njihovom gradu. Jedna od sve češćih pojava je zvana „*carioca*“ kada se odvija izmjena između stanovnika i posjetitelja. Lokalno stanovništvo napušta grad, dok brojni posjetitelji dolaze iz svih dijelova svijeta. Pritom neki od njih nemaju mjesto da prenoće, stoga spavaju na ulici. Većina stanovnika Ria de Janeira koji putuju van grada, kao svoje utočište odabiru regiju Lake, prelazeći zaljev Guanabara. Prema podacima iz 1999. i 2000., veći je broj ljudi koji odlaze iz grada nego onih koji iz navedene regije ga posjećuju. Ovaj fenomen objašnjava mirnu atmosferu i osjećaj pustoši u gradu izvan područja gdje se održavaju zabave i parade, kada je mnogo restorana i trgovina zatvoreno tijekom praznika.

Međutim, nije da se samo lokalno stanovništvo suočava s cijelim nizom problema, već i njegovi posjetitelji. Mnogim posjetiteljima se preporučuje da budu spremni na korištenje kemijskih toaleta, ali i onih restoranskih prilikom rezervacije smještaja. Također, ne smiju zaboraviti

ponijeti i vlastiti toaletni papir. Tisuće litara piva pije se tijekom karnevala. Kao rezultat toga je velika masa ljudi koji mokre na ulici, iako prema tvrdnjama na raspolaganju postoji preko 25 tisuća prijenosnih toaleta. Vlasti su doskočile tom problemu povećavajući kaznu s 44 na 131 američki dolar. Svima koji rezerviraju smještaj, preporučuje se da bude u blizini stanice metroa kako bi se olakšalo kretanje po gradu koji se odlikuje velikom površinom. Još jedan od važnih savjeta prilikom rezervacije smještaja govori o važnosti pronalaska smještaja blizu stanice metroa.

Zbog svega navedenog, značajan broj Brazilaca nije sklon sudjelovati u karnevalskim događajima o čemu govori i tablica 7.

**Tablica 7: Stavovi Brazilaca 2019. godine vezano za karneval**

Tvrdnja	Postotak ispitanika koji se slaže
Prisustvovati ću proslavi karnevala	34%
Neću prisustvovati proslavi karnevala	66%
Karneval je važan praznik za pokretanje ekonomske aktivnosti	50%
U Brazilu Nova godina započinje završetkom karnevala	47%
Karneval je važan praznik za Brazilce	45%
Karneval može poslati u svijet negativnu sliku o Brazilu	40%

Izvor: statista, <https://www.statista.com/statistics/1098966/brazil-opinion-carnival/>

U anketi provedenoj u veljači 2019., većina anketiranih Brazilaca rekla je da se ne bi pridružila javnim proslavama tijekom sezone karnevala, dok je 34% ispitanika odgovorilo da bi išlo na karnevalske svečanosti, a 66% bi blagdane provelo na neki drugi način. Do 47% intervjuiranih ljudi potvrdilo je da u Brazilu godina počinje tek kada završi karneval.<sup>32</sup>

### 3.2.4. Utjecaj karnevala na nesreće i kriminal

Broj prometnih nesreća i umrlih tijekom karnevalskih praznika u Brazilu od 2018. do 2020, iako se smanjio, i dalje je značajan.

<sup>32</sup> Romero, T. (5.7.2021.): Public opinion on Carnival celebrations in Brasil in 2019, statista, raspoloživo na: <https://www.statista.com/statistics/1098966/brazil-opinion-carnival/> (22.8.2022.)

**Tablica 8: Broj prometnih nesreća i umrlih tijekom karnevalskih praznika u Brazilu za razdoblje 2018.-2020. godine**

Godina	Broj prometnih nesreća	Broj umrlih
2018.	1518	103
2019.	1517	83
2020.	1210	91

Izvor: statista, <https://www.statista.com/statistics/972216/number-traffic-accidents-carnival-brazil/> ; <https://www.statista.com/statistics/972233/number-deaths-road-traffic-accidents-carnival-brazil/>

Tijekom karnevala 2020. godine u Brazilu se dogodilo 1210 prometnih nesreća na savezним autocestama u zemlji, što pokazuje blagi porast u odnosu na prethodnu godinu. Ipak, u odnosu na 2018. godinu, broj takvih događaja tijekom proslava pao je za više od 20%. U 2020. godini u prometnim nesrećama tijekom karnevalskih praznika život je izgubila 91 osoba. To predstavlja blagi porastu odnosu na prethodnu godinu. Ipak, brojka je manja u odnosu na 2018. za 11%. Ukupno je bilo preko 1,2 tisuće automobilskih nesreća na brazilskim savezним autocestama tijekom svečanosti te godine, time pokazujući da je smrtnost veća nego prethodne godine. Također, često se događa da brojni sudionici dehidriraju ili moraju biti medicinski zbrinuti, a neki čak i dožive srčani udar.

U veljači 2020. verbalno uznemiravanje je bilo najčešći oblik seksualnog uznemiravanja žena tijekom proslave karnevala u Brazilu. 78% svih ispitanika je doživio neki oblik verbalnog zlostavljanja. Čak 50% ispitanika doživjelo je fizičko uznemiravanje.

### **3.3.EKOLOŠKI UTJECAJ**

Što se tiče ekološkog utjecaja karnevala u Rio de Janeiru na sam grad, podaci gotovo da i ne postoje. Međutim sama manifestacija dodatno pojačava probleme koji se ne rješavaju već desetljećima i pritom izlaze na vidjelo, time narušavajuću ukupan dojam posjetitelja.

Rio de Janeiro je sa svojih 12 milijuna stanovnika na širem području jedan od najposjećenijih gradova južne polutke. Tome pogoduje ugodna klima i mnoge atrakcije koje privlače posjetitelje iz cijelog svijeta. Ipak, velika koncentracija ljudi generira i veliki broj problema povezanih s okolišem s kojima se suočava lokalna zajednica, a ponajprije stanovništvo na marginama društva.



Gradski ispusti i industrijske otpadne vode glavni su izvor onečišćenja. Međutim, nedostatak stambenog prostora, zajedno s rastućom zabrinutošću zbog zagađenja već dugo muči Rio de Janeiro. Problemi zaštite okoliša, kao što su onečišćenje zraka, otpadnih voda i smeće, predstavljaju veliku prijetnju sigurnosti građana Rio de Janeira. Kako se broj stanovnika u Rio de Janeiru povećava, nedostatak se također pojačava, što dovodi do prenapučenosti, degradacije četvrti, sve većeg broja beskućnika i povećanog siromaštva.

U Brazilu 50 milijuna stanovnika živi u neprihvatljivim stambenim objektima i teškim životnim uvjetima. Takva situacije je rezultirala širenjem sirotinjskih stambenih četvrti. Zbog nedostatka prostora i sredstava, milijuni obitelji su primorani izgraditi domove od otpadnog materijala. Navedena naselja zovu se favele, a često se nalaze na periferijama velikog grada. Rocinha, najveća favela u Brazilu, nalazi se upravo u Rio de Janeiru, a dom je nekoliko desetaka tisuća stanovnika. U favelama su često prisutne visoke stope bolesti, kriminala, nasilja bandi i nezaposlenosti.



**Slika 7: Favela u Rio de Janeiru**

Izvor: Pun kufer, <https://punkufer.dnevnik.hr/galerija/pistolji-droga-i-bande-7-stvari-koje-niste-znali-o-favelama--512661.html/61485008/512661>

Tijekom, ali i nakon domaćinstva Olimpijskih igara 2016, mnoga ekološka pitanja u Rio de Janeiru isplivala su na površinu, posebice onečišćenje vode. Otprilike polovica kuća u drenažnom bazenu zaljeva Guanabara - Rio de Janeiro s okolnim gradovima, bivaju nepovezani s postrojenjima za pročišćavanje otpadnih voda. Zbog zastarjelog kanalizacijskog sustava, sirova kanalizacija milijuna ljudi u Riju teče neobrađena u zaljev i druge izvore vode, što rezultira visokim razinama patogena i zagađivača. Na nekim su mjestima za vrijeme oseke vidljivi otoci otrovnog mulja.<sup>33</sup>

### 3.3.1. Komunalni otpad

Stanovnici teško podnose zagađenje bukom i veliku količinu smeća koje se nakupi na ulicama za vrijeme karnevala. Procjenjuje da količina smeća naraste 20% tijekom razdoblja manifestacije, a uglavnom je koncentrirana na povorci i ulici gdje se odvija festival. Na sambodromu „Marquês de Sapucaí“, gdje se održava natjecanje za pobjedničku školu sambe, u karnevalskoj povorci u Rio de Janeiru, prikupljena je gotovo polovica otpada proizvedenog tijekom karnevalskih svečanosti u cijelom gradu. Treba uzeti u obzir da je u isto razdoblju na uličnim povorkama prikupljeno preko 119 tona smeća.<sup>34</sup>

Jardim Gramacho, najveće odlagalište otpada u Južnoj Americi se nalazi u Rio de Janeiru. Njegovi stanovnici godišnje proizvedu otprilike 3,5 milijuna metričkih tona otpada, a samo 1,9% se reciklira. Svakog dana zaprima otprilike 8000 tona smeća.<sup>35</sup>

Tijekom karnevalske zabave, ulice su pune sudionika u šarenoj odjeći koji plešu sambu. Već godinama postoji običaj stavljanja šljokica na голу kožu. Međutim, brojna saznanja o njihovoj štetnosti za okoliš detektiraju raspoloženje na zabavi. Sve više raste zabrinutost posjetitelja o načinu na koji sićušni komadići plastike, tj. mikroplastike ostavljaju utjecaj na okoliš. Ponajviše u cijeloj priči pati morski biosustav.

---

<sup>33</sup> Hsu, C. (20.10.2020.): Top 4 Environmental Issues in Rio De Janeiro: How to Solve Them With Circular Economy?, SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS, raspoloživo na: <https://earth5r.org/top-4-environmental-issues-in-rio-de-janeiro-how-to-solve-them-with-circular-economy/> (22.8.2022.)

<sup>34</sup> López, A. M. (30.6.2021.): Carnival in Brazil - Statistics & Facts, statista, raspoloživo na: [Carnival in Brazil - Statistics & Facts | Statista](https://www.statista.com/statistics/1000000/carnival-in-brazil/) (22.8.2022.)

<sup>35</sup> Hsu, C. (20.10.2020.): Top 4 Environmental Issues in Rio De Janeiro: How to Solve Them With Circular Economy?, SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS, raspoloživo na: <https://earth5r.org/top-4-environmental-issues-in-rio-de-janeiro-how-to-solve-them-with-circular-economy/> (22.8.2022.)

Prema riječima Felipea Gusmãoa, pomoćnog profesora biološke raznolikosti i očuvanja na Institutu za morske znanosti Saveznog sveučilišta u Sao Paulu u Santosu, problem je sa šljokicama u tome što su obično izrađene od mikroplastike, koja je veličine manje od pet milimetara i koju je nemoguće ukloniti iz okoliša. Velike količine se koriste na karnevalu, isperu se i otječu direktno u vodu.

Iako šteta od šljokica nije izmjerena, postoje brojni znanstveni dokazi da mikroplastika ima negativan utjecaj na morski život. Iako sama šteta od šljokica nije poznata, postoje dokazi da može imati negativan utjecaj na morski život na način da sitni komadi plastike ulaze u prehrambeni lanac. Postoje studije koje dokazuju utjecaj mikroplastike od stanične razine do razine ekosustava, uključujući i ljudska bića. Sićušne životinje na dnu prehrambenog lanca mogu pojesti te čestice koje se potom prenose na druge životinje koje su na boljoj poziciji, tj. Njihovi prirodni neprijatelji. Ljudska vrsta je na vrhu prehrambenog lanca, tako da i mikroplastika može dospjeti i u čovjekov organizam<sup>36</sup>.

Na uličnim zabavama zvanim „*blocos*“, brojni sudionici su skeptični prema tvrdnjama i ne obaziru se na upozorenja o štetnosti šljokica za okoliš, smatrajući da to sve to samo komplicira živote sudionika, koji je van tog razdoblja ionako suviše težak.

Kako bi se sudionici spriječili ovu negativnu pojavu, na tržištu postoji nekoliko vrsta održivih šljokica izrađenih od eukaliptusa, voska i prirodnih ulja. Nadahnuće za ovo rješenje autorica je crpila iz glazbenog festivala „*Burning man*“ koji se odvija usred pustinje u Nevadi<sup>37</sup>. Tamo je posjetiteljima zabranjeno stavljati šljokice, a svo smeće koje su proizveli, sudionici ga nose sa sobom kući.

Ipak, održiva varijanta proizvoda koja se može reciklirati, prodaje se po cijeni od 17 američkih dolara, što je mnogo skuplje od uobičajenog sjaja. Prosječni sudionik nije spreman izdvojiti

---

<sup>36</sup> Phillips, D. (11.2.2018.): Brazil carnival revellers warned that all that glitters is not good for the planet, The Guardian, raspoloživo na: [Brazil carnival revellers warned that all that glitters is not good for the planet | Brazil | The Guardian](#) (22.8.2022.)

<sup>37</sup> Phillips, D. (11.2.2018.): Brazil carnival revellers warned that all that glitters is not good for the planet, The Guardian, raspoloživo na: [Brazil carnival revellers warned that all that glitters is not good for the planet | Brazil | The Guardian](#) (22.8.2022.)



toliko novca niti u potpunosti ukinuti potrošnju, već je prije spreman smanjiti količinu korištenih šljokica.<sup>38</sup>

### 3.3.2. Kritika društva na ekološke probleme

Mnogi smatraju da je karneval samo zabava gdje se sve vrti oko blještavila, glamura i oskudno odjevenih sudionika. Međutim, škole sambe često svojim izlaganjima kritički reagiraju na aktualne društvene probleme, u ovom slučaju ekološke, koji se dotiču društvo u cjelini. Karneval postaje pozornica za izražavanje kritike na reprezentativan način kroz glazbu, kostime i paradu, osiguravajući publiku iz cijelog svijeta

Pobjednik karnevalske povorke 2016. godine, škola sambe Portela, odabrala je rijeke kao svoju temu. Kako tvrde: “Kroz njih prolaze mnoge priče i one čuvaju tajne voda koje su rodile svijet”. S natpisom "*rijeka koja je bila slatka*", škola sambe odustala je od tipičnih jarkih boja karnevala i upotrijebila smeđu u znak sjećanja na tragediju u regiji Minas Gerais. Divovska figura ribara, boje mulja, predstavljala je žaljenje za svim onim što je izgubljeno u nesreći.



**Slika 8: Povorka škole sambe Portela 2016.**

Izvor: SciDevNet, <https://www.scidev.net/global/news/rio-carnival-stars-environmental-disaster/>

---

<sup>38</sup> Phillips, D. (11.2.2018.): Brazil carnival revellers warned that all that glitters is not good for the planet, The Guardian, raspoloživo na: [Brazil carnival revellers warned that all that glitters is not good for the planet | Brazil | The Guardian](https://www.theguardian.com/brazil/2018/feb/11/brazil-carnival-revellers-warned-that-all-that-glitters-is-not-good-for-the-planet) (22.8.2022.)

"Nemoguće je govoriti o rijekama bez razmišljanja o nasilju koje je bilo katastrofa u rijeci Doce", rekla je Isabel Azevedo u intervjuu za SciDev.Net. Azevedo je znanstveni komunikator koji radi u House of Science, znanstvenom centru na Federalnom sveučilištu u Rio de Janeiru, i jedan je od autora Portelinog scenarija parade.

2015. godine dogodilo se urušavanje brane u rudniku u brazilskoj državi Minas Gerais, prouzročivši je ekološku katastrofu neviđenih razmjera. Tone mulja s teškim metalima, čija se količina izvorno procijenila na oko 25 000 olimpijskih bazena, protezale su se preko 800 kilometara i stigle do rijeke Doce (*port.: slatka*), jedne od najvažnijih velikih rijeka u Brazilu. Katastrofa je ostavila nepovratne negativne učinke na ljudsko zdravlje i okoliš te je obilježila povijest zemlje. Sam događaj oživljen je na najvećoj i najvažnijoj pozornici u brazilskoj popularnoj kulturi<sup>39</sup>.

Još jedna škola sambe, Imperatriz Leopoldinense, predstavila je temu naslova: "Xingu, uzvik koji dolazi iz džungle". Xing je ime naroda koji su nastanili prvi autohtoni rezervat stvoren 1961. u državi Mato Grosso. Na ovaj način su željeli u prvi plan istaknuti činjenicu o važnosti njihovog doprinosa brazilskoj kulturi, te prenijeti poruku o potrebi za očuvanjem, poštovanjem prema prirodi i biološkoj raznolikosti.

U članku objavljenom na svojoj web stranici, Pokret ljudi pogođenih branama, čestitao je dvjema školama sambe: "Ono što su pokazali u Sapucaí pojačava osude koje sustavno izričemo u vezi s kršenjem ljudskih prava i uništavanjem okoliša uzrokovanim neodgovornim tvrtkama, koje samo traže korist tamo gdje grade te strukture."<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Massarani, L.(17.3.2017.): Rio carnival stars environmental disaster, SciDevNet, raspoloživo na: <https://www.scidev.net/global/news/rio-carnival-stars-environmental-disaster/> (22.8.2022.)

<sup>40</sup> Massarani, L.(17.3.2017.): Rio carnival stars environmental disaster, SciDevNet, raspoloživo na: <https://www.scidev.net/global/news/rio-carnival-stars-environmental-disaster/> (22.8.2022.)

#### 4. PREPORUKE U CILJU POBOLJŠANJA UČINAKA MANIFESTACIJA U DESTINACIJAMA

U nadolazećim godinama, karnevali bi se trebali usredotočiti da drže korak s vremenom, a pritom da njeguju tradiciju duboko usađenu u temelje same manifestacije. Potrebno je generirati pozitivne učinke za zajednicu zahvativši što veći udio stanovništva. Pritom poanta nije u broju posjetitelja, nego u kvalitetnom doživljaju koji će biti dostupa svima. U ovom slučaju, manifestacija bi trebala služiti kao poticaj razvoja grada, što se može ostvariti kroz kvalitetno upravljanje turizmom privlačeći poželjan profil posjetitelja.

Iako postoji mnogo mogućnosti za integraciju karnevala i ekosustava kreativnih industrija, naponi da se to učini još su u povojima. 2018. godine u Barranquilli u Kolumbiji se održao događaj pod nazivom *“Convene to Innovate: Co-Creating the Carnival of the Future”*. Tom prigodom predstavnici nacionalne i lokalne vlasti ujedinili su snage s članovima privatnog sektora, akademikima i akterima povezanima s karnevalom u identificiranju izazova i pronalaska rješenja za jedan od najvećih karnevala u Južnoj Americi, onog u Barranquilli. Njihova otkrića također se mogu primijeniti na drugim karnevalima u regiji<sup>41</sup>.

Javna politika ima veliku ulogu na području baštine, ulaganjima u folklorne skupine i poduzetništva, kao i u pojavi novih ekonomskih modela za zaštitu karnevala. Još jedna varijabla je održivost i potreba da se smanji utjecaj tih proslava na okoliš. Tehnologija, sa svoje strane, nudi optimističan pogled: ugradnja inovacija kao što su prepoznavanje lica, proširena stvarnost i prijevod u stvarnom vremenu može učiniti karnevale sigurnijima i dostupnijima populaciji koja u njima do danas nije uživala.

Unatoč važnosti manifestacije za grad, malo je detaljnih analiza i planova upravljanja pri njegovu utjecaju na gradsko gospodarstvo, kulturu i urbani život. U ne tako novom dokumentu „Plan turizma za grad Rio de Janeiro“ (*„Plano de Turismo da Cidade do Rio de Janeiro – “Plano Maravilha”*) koju je 1997. godine poduzeo općinski sekretar za turizam, uz potporu Nacionalne agencije za turizam (EMBRATUR), površno se spominju manifestacije kao prilika za urbanu promjenu i fizičko poboljšanje grada.

Primjerice, Trinidad i Tobago na Karibima domaćin je karnevala, raskošne dvodnevne proslave koja predstavlja najveća kulturna manifestacija u zemlji. Karneval ključna komponenta

---

<sup>41</sup> Pena Lazaro, D. (2022.): CARNIVALS: A CELEBRATION FOR DEVELOPMENT [Internet], Inter-American Development Bank, raspoloživo na: [//www.iadb.org/en/improvinglives/carnivals-celebration-development](http://www.iadb.org/en/improvinglives/carnivals-celebration-development) (22.8.2022.)

gospodarstva države, podržana politikama koje su od ranih 1990-ih razvile ciljanu potporu kreativnim i kulturnim industrijama. Ključne inicijative uključivale su stvaranje Nacionalnog karnevalskog povjerenstva Trinidada i Tobaga (NCC), zaduženog za upravljanje karnevalom kao gospodarskim i kulturnim pothvatom. To je ustanova koja ima za cilj očuvanje, prikupljanje i širenje informacija i znanja o svetkovinama<sup>42</sup>.

Suvremeni svijet suočava se s ozbiljnim prijetnjama kao što su terorizam, pljačke, ubojstva i druga pitanja. Teroristi su uvijek u potrazi za takvim festivalima i društvenim okupljanjima gdje je broj sudionika bez obzira na činjenicu da su izvođači ili publika. To jednostavno iz razloga što je skup veći, to će biti veća razina uništenja koju mogu uzrokovati. Stoga se ispostavlja da je odgovornost tima za upravljanje manifestacijama i dotičnih tijela da osiguraju usvajanje svih dostupnih najnovijih alata i drugih objekata kao što su informacijska tehnologija i upravljanje te sigurnosne tehnike. Cilj je kroz upravljanje manifestacijama zajamčiti sigurnost od bilo koje vrste terorističkih aktivnosti koje mogu uzrokovati gubitak dragocjenih života.

Tehnologija uvelike doprinosi poboljšanju procesa upravljanja manifestacijama informatiziranjem brojnih radnji. Neke od najpoznatijih su prepoznavanje i najava događaja, automatsko bilježenje incidenta i sl., na taj način osiguravajući učinkovito rješavanje problema te zadržavanje visoke razine pristupačnosti i sigurnosti usluge. Istovremeno se sprječava potreba za skupim i kompliciranim praćenjem situacije u stvarnom vremenu.

Sve više se primjenjuje učinkovita praksa upravljanja manifestacijama, a zahtjev za tehnološki omogućenim postupcima od vitalnog je značaja za najbolju moguću operativnu učinkovitost. Svrha je uočiti važne čimbenike usluga i odmah reagirati na usmjeravanje prilikom upravljanja manifestacijama. Poželjno je da se podaci prikupljaju, istodobno, obrađuju, a zatim analiziraju što je brže i ispravno moguće. Učinkovitost započinje prethodnom pripremom kako bi se došlo do rješenja, prepoznati koje su usluge ključne i podrazumijevaju nadzor zajedno s uobičajenim procesima kako bi sustav procjene bio što jasniji, precizniji i primjenjiviji.

---

<sup>42</sup> Pena Lazaro, D.(2022.): CARNIVALS: A CELEBRATION FOR DEVELOPMENT [Internet], Inter-American Development Bank, raspoloživo na: [//www.iadb.org/en/improvinglives/carnivals-celebration-development](http://www.iadb.org/en/improvinglives/carnivals-celebration-development)

## 5. ZAKLJUČAK

S modernim vremenima dolazi i moderni stil života koji podrazumijeva više slobodnog vremena, potrošački nastrojeno društvo i naviku življenja u vlastitoj udobnosti gdje nam ništa ne nedostaje. Pritom se prvenstveno nastoje zadovoljiti vlastite potrebe bez da se sagledaju posljedice takvog ponašanja na druge sudionike u potrošačkom lancu. Čovjek se okreće hedonističkom načinu života, minimizirajući vrijeme provedeno na poslu i maksimizirajući vrijeme koje ima za sebe i svoje bližnje. Najvažnije je da u većinu svakodnevnih radnji ulaže što manje napora, pa tako i na donošenje odluka, ali i na kritičko razmišljanje. Prilikom donošenja potrošačkih odluka ili onih vezanih za provođenje dokolice, povodi se za trendovima ili uvriježenim mišljenjem. Često se temelje na nametnutim sustavima vrijednosti i stilu života kojem težimo, a najčešće ga se plasira putem medija i društvenih mreža. Potonje imaju najveću ulogu kod mlađih generacija koje su praktički odrasle uz napredne tehnologije i čine sastavni dio svakog putovanja. Od samog početka prilikom donošenja odluke i biranja destinacije, nadahnuće crpimo iz objava naših prijatelja i/ili poznatih osoba koje su plaćene da objave prikladan sadržaj. Potom prilikom planiranja putovanja i boravka u destinaciji, tehnologija je sveprisutna i neizostavna kako bi se sve odvijalo bez problema. Omogućuje nam da uštedimo na vremenu i novcu, da dobijemo savijete i trikove kako što bolje iskoristiti resurse te da naposljetku sve dokumentiramo na društvenim mrežama.

Veliku ulogu u modernom turizmu ima motiv doživljaja u skladu s filozofijom koja preferira da za života prikupljamo uspomene u vidu sretnih trenutaka, a ne materijalna dobra. Upravo su manifestacije jedan od načina kako se što bolje približiti potrebama tržišta. Karneval u Rio de Janeiru jedna je od najpoznatijih manifestacija u svijetu koja svake godine privlači veliki broj ljudi, što rezultira i velikim posljedicama za grad. Sukladno navedenim podacima, može se utvrditi da se u prvi plan stavljaju ekonomske prednosti kako bi se skrenula pažnja s negativnih posljedica koje su najizraženije kod društvene komponente. Svakako, mora se uzeti u obzir i činjenica da se grad inače suočava s cijelim nizom problema poput velikim udjelom stanovništva koji živi na rubu siromaštva. Baš kao i u antičko vrijeme kada su se odvijale gladijatorske igre, opet siromašni slojevi zabavljaju one na društvenoj ljestvici iznad njih. Izreka „kruha i igara“ dobiva na težini i u ovom slučaju. Vlast se koristi situacijom da spomenutima osigura privid da se bolje živi i da su dio kolektiva, tj. da upravo tu pripadaju. U isto vrijeme poduzetnici ubiru veliki novac, a posljedice uvijek snose oni na rubu društva. Ovaj princip se ponavlja u mnogim sredinama gdje se organiziraju velike manifestacije i gdje je niska razina održive organizacije. Potreba za cjelovitim i održivim upravljanjem je izraženija iz



godine u godinu, jer negativni učinci počinju narušavati kvalitetu doživljaja destinacije od strane posjetitelja, a lokalno stanovništvo se osjeća kao višak na ulicama vlastitog grada.

## LITERATURA

### Knjige

1. Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnell, I. (2011.): Festival and Event Management, Jon Wiley & Sons, Queensland
2. Bladen, C., Kennel, J., Abson, E., Wilde, N.(2012.): Events Management An Introduction, Routledge, London
3. Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnell, I. (2011.): Events Management, Butterworth-Heinemann, Oxford
4. Ferdinand, N., Wesner, S. (2012.): The International Events Environment, Sage, London, str. 23.-47.
5. Getz, D. (2005.): Event Management and Event Tourism, Cognizant, New York
6. Getz, D. (2007.): Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events, Butterworth-Heinemann,
7. Getz, D. (2008.): Event Tourism: Definition, Evolution and Research, str. 403.-428.Oxford
8. Quinn, B. (2013.): Key Concepts in Event Management, Sage, London
9. Raj, R., Walters, P., Rashid, T. (2013): Events Managements Principle & Practice, Sage, London
10. Shone, A., Parry, B. (2004.): Successful Event Management: A Practical Handbook, Thomson Learning, London

### Znanstveni radovi

1. Coban, O. (2016.): Global Issues and Trends in Tourism Event Tourism, Event tourism, str. 463., raspoloživo na: [\(PDF\) Event Tourism \(researchgate.net\)](#) (22.8.2022.)
2. Ritchie, J. R. B. (1984.): Assessing the impacts of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues, Journal of Travel Research 23 (1), str. 2.–11.
3. Serdoura, F. (2002.): Positive and negative impacts of major events in two cities - the case of Rio Carnival and Lisbon Football Championship raspoloživo na: [\(PDF\) Positive and negative impacts of major events in two cities - the case of Rio Carnival and Lisbon Football Championship \(researchgate.net\)](#) (22.8.2022.)
4. UNWTO (2016.):Global Report on the Meetings Industry, raspoloživo na: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284416097>, str. 61. (22.8.2022.)

## Časopisi

1. Reuters (16.2.2013.): BRAZIL: Carnival and its effects on Rio de Janeiro's economy, raspoloživo na: <https://reuters.screenocean.com/record/538924> (22.8.2022.)
2. Sandy, M. (2.5.2016.): These 12 Facts Explain Why Rio's Carnival Is the World's Biggest Party, Time, raspoloživo na: [Carnival: 12 Surprising Facts on the World's Biggest Party | Time](#)
3. Phillips, D. (11.2.2018.): Brazil carnival revellers warned that all that glitters is not good for the planet, The Guardian, raspoloživo na: [Brazil carnival revellers warned that all that glitters is not good for the planet | Brazil | The Guardian](#) (22.8.2022.)

## Web stranice

1. Hsu, C. (20.10.2020.): Top 4 Environmental Issues in Rio De Janeiro: How to Solve Them With Circular Economy?, SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS, raspoloživo na: <https://earth5r.org/top-4-environmental-issues-in-rio-de-janeiro-how-to-solve-them-with-circular-economy/> (22.8.2022.)
2. López, A. M. (30.6.2021.): Carnival in Brazil - Statistics & Facts, statista, raspoloživo na: [Carnival in Brazil - Statistics & Facts | Statista](#)
3. Lopez, Anna M. (15.9.2021.): Distribution of tourists attending the Carnival in Rio de Janeiro, Brasil in 2020, by origin, statista, raspoloživo na: [Carnival in Rio de Janeiro: origin of tourists 2020 | Statista](#) (22.8.2022.)
4. Lopez, Anna M. (30.7.2021.): Carnival in Brasil- Statisitcs & Facts, statista, raspoloživo na: <https://www.statista.com/topics/5238/carnival-in-://reuters.screenocean.com/record/538925> (22.8.2022.)
5. Lopez, Anna M. (7.5.2021.): Planned expenditure per person during the Carnival celebrations in Brazil in 2019, statista, raspoloživo na: [Brazilians' average spending on Carnival 2019 | Statista](#)
6. Massarani, L.(17.3.2017.): Rio carnival stars environmental disaster, SciDevNet, raspoloživo na: <https://www.scidev.net/global/news/rio-carnival-stars-environmental-disaster/> (22.8.2022.)
7. Pena Lazaro, D.(2022.): CARNIVALS: A CELEBRATION FOR DEVELOPMENT [Internet], Inter-American Development Bank, raspoloživo na: <http://www.iadb.org/en/improvinglives/carnivals-celebration-development>

8. UKessays (12.5.2017.): Event Management Of Rio Carnival Festival, raspoloživo na: [Event Management Of Rio Carnival Festival \(ukessays.com\)](http://ukessays.com) (22.8.2022.)

### **Ostali izvori**

1. National Geographic (31.5.2012.): Inside Rio Carnival (2007), raspoloživo na: <https://www.youtube.com/watch?v=xgaVj0wSw2A> (22.8.2022.)
2. The Economist (31.1.2018.): What is carnival: origins of the world's biggest party, raspoloživo na: [\(345\) What is carnival: origins of the world's biggest party - YouTube](#) (22.8.2022.)

## **POPIS TABLICA**

Tablica 1: Prihodi za razdoblje 2012.- 2016.....	16
--	----

Tablica 2: Planirana potrošnja po osobi za vrijeme karnevala 2019. godine .....	17
Tablica 3: Prihod turističkih dionika tijekom karnevala u Brazilu 2020. godini .....	18
Tablica 4: Prosječna cijena noćenja u hotelima u Rio de Janeiru za razdoblje srpanj 2021.- lipanj 2022. ....	19
Tablica 5: Troškovi organizacije javnih svečanosti karnevala u Rio de Janeiru 2020. godine u brazilski realima .....	20
Tablica 6: Troškovi vodećih karnevalskih destinacija u Brazilu 2020. godine .....	20
Tablica 7: Stavovi Brazilaca 2019. godine vezano za karneval.....	30
Tablica 8: Broj prometnih nesreća i umrlih tijekom karnevalskih praznika u Brazilu za razdoblje 2018.-2020. godine.....	31

## POPIS SLIKA

Slika 1: Obuhvat pristupa izrade strategije i evaluacije turizma manifestacija .....	10
Slika 2: Turizam manifestacija na spoju upravljanja turizmom i upravljanja manifestacijama .....	12
Slika 3: Kwartovska zabava za vrijeme karnevala u Rio de Janeiru.....	23
Slika 4: Plesačica sambe .....	25
Slika 5: Predstavljanje točke škole sambe tijekom parade na sambodromu u Rio de Janeiru .	26
Slika 6: Sambodrom Marquês de Sapucaí u Rio de Janeiru .....	27
Slika 7: Favela u Rio de Janeiru.....	32
Slika 8: Povorka škole sambe Portela 2016. ....	35

## SAŽETAK

Karneval u Rio de Janeiru glasi za jednu od najpoznatijih kulturnih manifestacija na svijetu kojoj je cilj predstaviti raznolikost i bogatstvo kulture Brazila kroz ples i glazbu. Kao Hallmark manifestacija, svojom atraktivnošću privlači veliki broj posjetitelja, a samim time rezultira ekonomskim, društvenim i ekološkim utjecajem na destinaciju. Svaki od njih ima drugačiji obuhvat koje ovisno o težini mogu biti sagledive i nesagledive. Najizraženije su ekonomske posljedice, čijim se isticanjem pozitivnih strana nastoji naći opravdanje za dodatno pogoršavanje ekološkog i društvenog stanja. Iako su najsiromašniji slojevi društva daju najveći doprinos, upravo oni snose glavnu teret negativnih strana održavanja manifestacije. Rio de Janeiro se duže vrijeme suočava s cijelim nizom problema koji pod pritiskom velikog broja posjetitelja bivaju još više izraženi. Upravo iz tog razloga javlja se potreba održivog upravljanja koja je maksimizirati pozitivne, a minimizirati one negativne. Samo upravljanje je kompleksan proces koji zahtijeva detaljan i ozbiljan pristup problemu, pomirujući različite interesne skupine kako posljedice ne bi bile na teret nekog od sudionika. Stoga u cijeli proces je potrebno uključiti sve dionike i struku kako bi se došlo do optimalnih rješenja koji će doprinijeti dugoročnom boljitku ekonomije, okoliša i zajednice.

**Ključne riječi:** manifestacija, destinacija, upravljanje, učinci

## **SUMMARY**

Carnival in Rio de Janeiro is one of the most famous cultural events in the world, which aims to present the diversity and richness of Brazilian culture through dance and music. As a Hallmark manifestation, its attractiveness attracts a large number of visitors, and at the same time results in an economic, social and environmental impact on the destination. Each of them has a different scope which, depending on the weight, can be tangible or intangible. The most pronounced are the economic consequences, highlighting the positive sides of which provides justification for the additional deterioration of the ecological and social situation. Although the poorest sections of society make the biggest contribution, they are the ones who bear the brunt of the negative aspects of holding the event. Rio de Janeiro has been facing a whole series of problems for a long time, which become even more pronounced under the pressure of a large number of visitors. It is precisely for this reason that there is a need for sustainable management, which is to maximize the positive and minimize the negative. Management itself is a complex process that requires a detailed and serious approach to the problem, reconciling different interest groups so that the consequences are not borne by any of the participants. Therefore, it is necessary to include all stakeholders and professions in the entire process in order to arrive at optimal solutions that will contribute to a better economy, environment and community in the long term.

**Keywords:** manifestation, destination, management, effects