

UESCA - UNIÃO DAS ESCOLAS DE SAMBA DA CIDADE AZUL

CARNA DADOS

2026





COMISSÃO DE FRENTE

AGRADECIMENTOS

Gustavo Perissinotto (Prefeito Municipal)
Guilherme Pizzirani (Secretário de Turismo)
Fernando Moreira - Em nome dos funcionários municipais
José Pereira (Presidente da Câmara Municipal)
Imprensa

Patrocinadores e Apoiadores:

Stavias
Quintal Malharia
PlanetNet
Chopp e Cia
Ronsegur
Vila Urbe
Talklink
Fridas Burger
Grupo Atacama
Tertulios Restaurante
CAPREM

DIRETORIA EXECUTIVA UESCA - UNIÃO DAS ESCOLAS DE SAMBA DA CIDADE AZUL

Presidente: **William Nagib Filho**
Vice-Presidente: **Kauan Talarico**
Secretária-Geral: **Ana Murbach**
Secretária-Geral Adjunta: **Maria Tereza Arruda de Campos**
Diretor Financeiro: **Paulo Barbanera**
Diretor Financeiro Adjunto: **Agnaldo Bísvaro**
Diretor Jurídico: **André Realli**
Diretor Jurídico Adjunto: **Levi Martins**
Diretor Comercial e Administrativo: **Paulo Martimiano**
Diretor Comercial e Administrativo Adjunto: **Nilson Nicoletti**
Diretor de Relações Institucionais: **João Zaine**
Diretora de Relações Institucionais Adjunta: **Sabryna de Sá**
Diretor Cultural: **Fernando Brunini**
Diretor Cultural Adjunto: **Ivani Bianchini**
Diretor de Patrimônio: **Leandro Abravanel**
Diretor de Patrimônio Adjunto: **José Laurindo**
Diretor de Marketing: **José Afonso Baldissiera**
Diretor de Marketing Adjunto: **Taynan Rodrigues**
Diretor de Produção e Eventos: **André Guarnieri**
Diretor de Produção e Eventos Adjunto: **Marcelo Camargo**
Diretor de Agenda ESG: **João Guilherme Benetti Ramos**
Diretora de Agenda ESG Adjunta: **Marie Caroline Kock de Moraes**
Diretor de Estratégia e Novos Negócios: **Jeferson Zanotti**
Diretor de Estratégia e Novos Negócios Adjunto: **Felipe Olivati**



CARTA DO PRESIDENTE DA UESCA

O Carnaval de Rio Claro é uma das mais importantes expressões da identidade cultural da nossa cidade. Mais do que uma festa, ele representa a força do trabalho coletivo das escolas de samba, blocos, artistas, músicos, costureiras, aderecistas, voluntários e de todos aqueles que dedicam seu talento e paixão para manter viva essa tradição. Celebrar o Carnaval é valorizar nossa história, fortalecer a cultura popular e promover encontros que unem gerações em torno da alegria, da criatividade e do sentimento de pertencimento.

Nesse compromisso com a valorização da nossa festa, a UESCA também investe em conhecimento e transparência por meio do CarnaDados, iniciativa que reúne e apresenta informações sobre o público presente no evento, oferecendo dados concretos que evidenciam o alcance, o impacto e a relevância do Carnaval de Rio Claro para a cultura, o turismo e a economia local.

Em nome da União das Escolas de Samba da Cidade Azul (UESCA), reafirmamos nosso compromisso com o fortalecimento do Carnaval de Rio Claro, trabalhando com responsabilidade, transparência e diálogo para que nossa festa cresça a cada ano. O CarnaDados representa um importante avanço nesse processo, permitindo que patrocinadores, parceiros, poder público e a sociedade conheçam, com base em evidências, a dimensão do nosso Carnaval e sua capacidade de mobilização.

Que o espírito do samba continue inspirando união, respeito e esperança, fazendo do nosso Carnaval um patrimônio cada vez mais valorizado por todos.

William Nagib Filho
Presidente da UESCA

INTRODUÇÃO



O CarnaDados 2026 nasce como uma iniciativa estratégica para compreender, com profundidade, o perfil do público do Carnaval de Rio Claro (SP). Mais do que uma festa tradicional, o Carnaval se consolida como um ativo cultural, social e econômico relevante para a cidade azul. Este relatório reúne dados demográficos, padrões de consumo e percepções dos foliões, oferecendo uma visão estruturada sobre quem são as pessoas que vivem o evento e como elas se relacionam com ele.

A partir da coleta e análise dessas informações, o documento busca identificar tendências, comportamentos e oportunidades de melhoria, contribuindo para decisões mais assertivas por parte de organizadores, patrocinadores e poder público.

Mais do que um diagnóstico, o CarnaDados se posiciona como uma ferramenta de inteligência para o futuro e perenidade do Carnaval de Rio Claro. Ao transformar dados em insights, o relatório reforça o posicionamento da UESCA em direção ao desenvolvimento sustentável da festa, fortalece sua atratividade turística e amplia seu valor para marcas e parceiros, consolidando o evento como um dos principais patrimônios culturais de Rio Claro.

Kauan Talarico

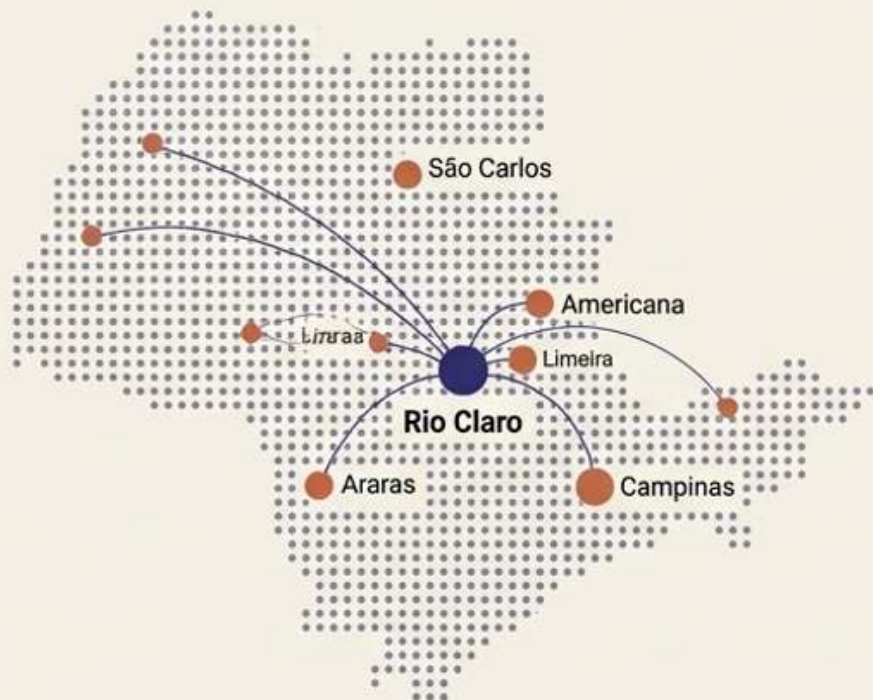
Vice-presidente da UESCA

PATROCINADORES E APOIADORES



93,8%

do público é formado por residentes de Rio Claro.



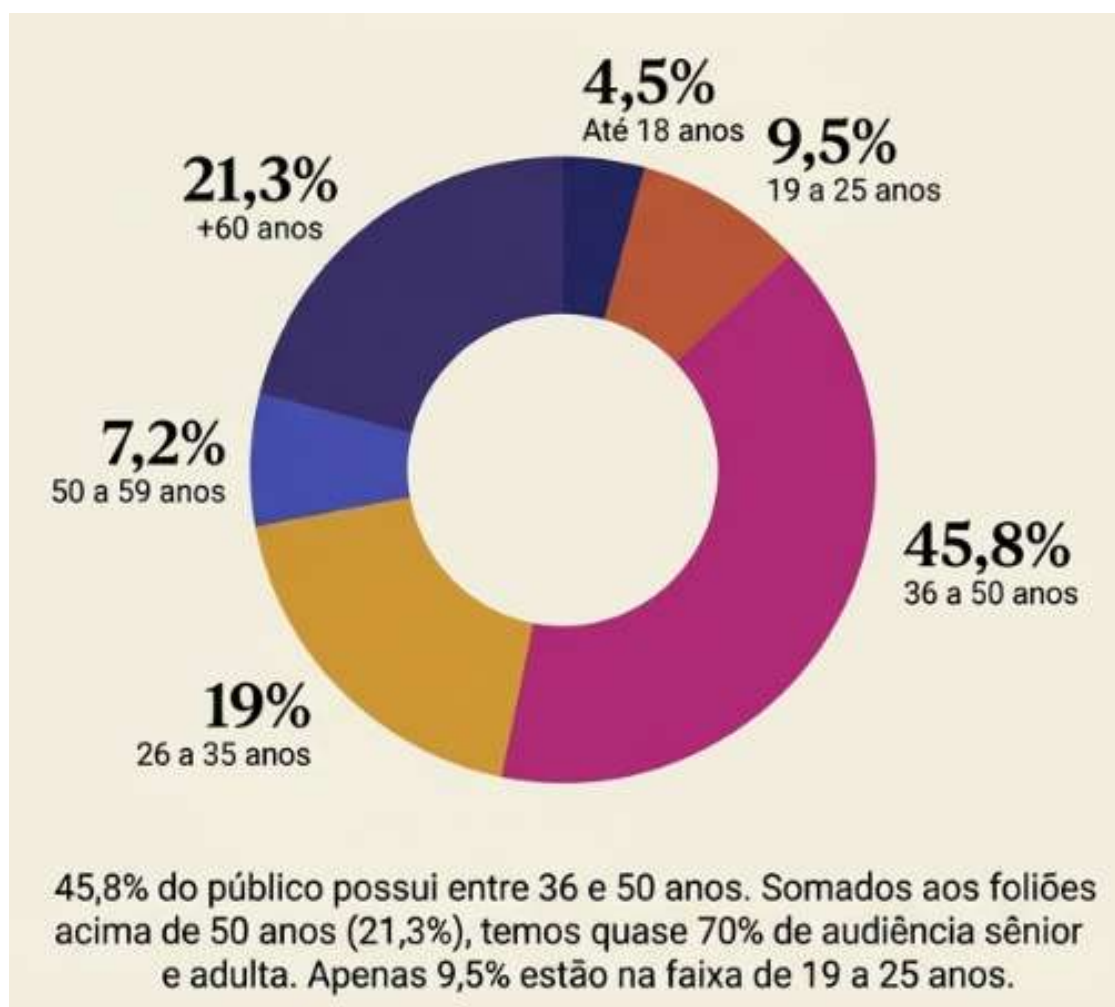
O MAPA DA FOLIA

Atualmente, a força do evento é hiper-local, com 93,8% dos foliões residentes em Rio Claro. No entanto, a diversidade regional é o que sustenta a "semente turística" mencionada no relatório: cidades como **Limeira** (11,8% do fluxo externo), **Campinas**, **Americana** e **São Carlos** já marcam presença constante, consolidando uma rede de visitantes que percorre a macrorregião para prestigiar os desfiles na Cidade Azul.

Para além das fronteiras vizinhas, o mapeamento identifica um potencial de expansão para grandes centros e até para o exterior. **Nota-se a presença de foliões vindos da capital paulista, atraídos pela logística e tradição local, e um dado curioso que aponta para a internacionalização orgânica do evento: a presença de estrangeiros da América Latina, especificamente venezuelanos.**

Esse movimento indica que o Carnaval de Rio Claro já transbordou o limite municipal, tornando-se um produto de interesse para quem busca a experiência do samba paulista no interior, inclusive para comunidades imigrantes que se integram à cultura brasileira.

O grande "Oceano Azul" para o crescimento de Rio Claro reside na modernização do acesso. Atualmente, a necessidade de deslocamento físico para adquirir ingressos é uma barreira que o Rio de Janeiro rompeu definitivamente em outubro de 2021 (para o Carnaval 2022), quando a LIESA migrou 100% das vendas para plataformas online, eliminando o antigo e burocrático sistema de reservas por telefone. Ao adotar a venda de ingressos online, Rio Claro pode capturar esse fluxo de capital da capital e de outras regiões de forma antecipada, permitindo que o turista garanta seu lugar no Sambódromo sem precisar "vir a Rio Claro para adquirir", transformando o potencial de alcance em receita direta e planejada.



OPORTUNIDADE DE TRANSIÇÃO GERACIONAL

O perfil demográfico do Carnaval de Rio Claro em 2026 revela uma audiência predominantemente madura, desmistificando a ideia de um evento majoritariamente jovem. Os dados indicam que 45,8% do público situa-se na faixa etária entre 36 e 50 anos, e quando somados aos foliões com mais de 50 anos (incluindo os 21,3% de público sênior), o segmento adulto atinge quase 70% da audiência total.

Em contrapartida, observa-se uma baixa adesão do público jovem (19 a 25 anos), que representa apenas 9,5% dos participantes, o que caracteriza a festividade como um evento consolidado para famílias e adultos com forte estabilidade geracional.

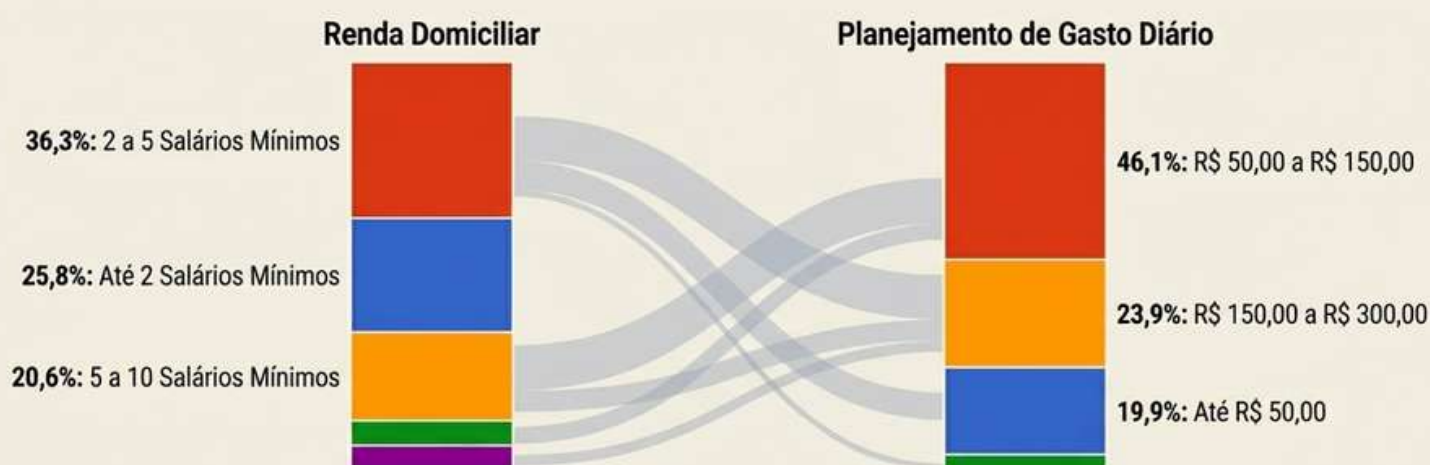
O PODER DE CONSUMO

O perfil econômico do folião de Rio Claro revela um público que valoriza o planejamento e o equilíbrio financeiro. Com a maior parte das famílias (36,3%) situada na faixa de 2 a 5 salários mínimos, o evento se consolida como uma celebração democrática e acessível.

Para garantir que a avenida se mantenha movimentada e com bom nível de consumo, é fundamental que a precificação dos produtos e serviços respeite esse orçamento médio, focando em ofertas que ofereçam um bom custo-benefício para o público trabalhador e para a classe média.

Em relação ao gasto diário, quase metade dos participantes (46,1%) planeja investir entre R\$ 50,00 e R\$ 150,00 durante o evento. Esse dado indica que o sucesso financeiro da praça de alimentação e dos setores pagos não depende de produtos de luxo isolados, mas sim do volume de vendas e da rotatividade.

Estratégias como a criação de "combos familiares" e preços atrativos para itens de consumo rápido são o caminho ideal para incentivar o gasto constante, garantindo que o público aproveite a experiência completa do Carnaval de forma sustentável e planejada.





VENDA ONLINE
DE INGRESSOS



MAIS
OPÇÕES
DE BEBIDAS



TRIO ELÉTRICO
APÓS O DESFILE

ASFALTO NAS CONCENTRAÇÃO, LATERAIS E DISPERSÃO MAIS ARQUIBANCADAS

CAMPEÃ
DESFILE EM UM DIA,
VICE EM OUTRO DIA

CIDADE
TER PROGRAMAÇÃO
À TARDE

TER PROGRAMAÇÃO
NA SEGUNDA DE
CARNAVAL

A VOZ DA AVENIDA

Os mais de 300 entrevistados da pesquisa também tiveram a oportunidade de trazer o seu olhar, avaliando a satisfação com os desfiles. Destacaram duas demandas, sendo a primeira delas a necessidade de **asfaltamento da concentração, das laterais da passarela e da dispersão**, tanto pela logística do desfile como para o conforto do público que frequenta o local, tendo em vista a chuva, que impacta diretamente a experiência de quem faz o transporte de alegorias e de quem transita nas áreas não asfaltadas.

Outro ponto muito destacado foi a demanda por **mais arquibancadas**, ampliando a capacidade de público da passarela. Junto a isso, surgiram demandas como a **venda on-line dos ingressos**, facilitando o acesso ao evento.

Em um aspecto macro do Carnaval de Rio Claro, há uma clara demanda por uma **programação maior, com eventos à tarde durante os dias de Carnaval, com foco no público jovem, os blocos de rua**. Além disso, propõe-se uma programação após os desfiles focada nesta faixa etária, como o **trio elétrico**, observando cidades da região, como Cordeirópolis, e grandes exemplos, como Salvador



O PULSAR DAS RUAS E O REJUVENESCER DA FOLIA COM OS BLOCOS

Quem diria que a cidade apelidada por Vinícius de Moraes como o "túmulo do samba" se tornaria o epicentro da folia nacional? Em pouco anos, a partir de 2013, o Carnaval de Rua de São Paulo deixou de ser um evento de nicho para se tornar, em números absolutos, o maior do Brasil, superando destinos tradicionais como Rio de Janeiro e Salvador.

Essa transformação não foi obra do acaso, surgiu como o resultado de uma "tempestade perfeita" entre três pilares:

1- O desejo das pessoas de usarem os espaços públicos, blocos como Acadêmicos do Baixo Augusta ajudaram a reascender a chama da avalanche de pessoas nas ruas;

2- A Prefeitura sentiu a demanda e atuou como apoiadora, abriu editais claros e mapeou os melhores trajetos nas diferentes regiões para que, independente do bairro, haja onde pular carnaval, de graça.

3- As empresas enxergaram a oportunidade num evento sem ingressos e com milhões de pessoas e se tornaram as patrocinadoras da festa. A Ambev tem sido a principal apoiadora, em 2026 aportou R\$ 30,2 milhões no Carnaval de SP, já a Heineken, tendo como âncora de seu portfólio a Amstel, domina o Anhembi.

Os blocos são a sensação do Carnaval, tanto que Belo Horizonte iniciou movimento similar e se tornou, junto do Rio de Janeiro, uma das três capitais mais desejadas para quem quer curtir o Carnaval de Blocos no Sudeste.

Em Rio Claro, o destaque tem sido há dez anos do Bloco da Saudade, que tradicionalmente às quintas-feiras de Carnaval ocupa a Avenida de mesmo nome, atraindo o público das mais diversas tribos. Junto do Carna in Boxe, Fera Ferida, Bloco do Vermelho e Tossiu Xapô tem demonstrado que é possível fazer Carnaval para todos, estando nos diversos espaços da cidade e seguindo a essência de simplicidade e alegria.

*VEM QUEM
QUER
DO JEITO
QUE
VIER.*

REALIZAÇÃO
UESCA - UNIÃO DAS ESCOLAS DE SAMBA DA CIDADE AZUL

CARNA DADOS

2026

**AMOSTRA COM 306 ENTREVISTADOS EM
FORMATO ONLINE EM FEVEREIRO DE 2026,
MARGEM DE ERRO DE 5,6%
E NÍVEL DE CONFIANÇA DE 95%.**

COORDENAÇÃO: KAUAN TALARICO

FOTOS: TAYNAN RODRIGUES

EMAIL:
CONTATO@UESCA.COM.BR