



ISSN: 2651-2742

2021- Cilt: 5 Sayı: 1

Sayfa: 1-20

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi:14.12.2022

Düzeltilme Tarihi: 05.05. 2022

Kabul Tarihi:21.06.2022

Derleme Makale (Review Article)

FESTİVAL TURİZMİ ÇERÇEVESİNDE BİR DEĞERLENDİRME: RIO KARNAVALI

An Evaluation Within The Framework Of Festival Tourism:
The Rio Carnival

Oğuz ÇAM*

Kastamonu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Cengiz ÇELİK

Kastamonu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Öz

Rio Karnavalı, Brezilya ülkesinin Rio de Janeiro şehrinde düzenlenen ve dünya çapında üne sahip olan bir karnavaldır. Rio Karnavalı'na yerli ve yabancı turistler tarafından yoğun bir katılım gösterilmektedir. Bu karnavalın, gerçekleştiği şehre ve ülkeye ekonomik, sosyal, turistik ve benzeri anlamda önemli katkıları dokunmaktadır. Rio de Janeiro şehri, Rio Karnavalı sayesinde popülerliğini, markasını ve imajını daha fazla geliştirmektedir. Bu çalışmayla beraber, Rio Karnavalı'nın, festival turizmi çerçevesinde genel bir şekilde değerlendirilmesi hedeflenmektedir. Çalışma, Rio Karnavalı'nın yerel, ulusal ve uluslararası çapta büyük bir etkiye sahip olduğunun belirtilmesi bakımından önem taşımaktadır. Çalışma, geleneksel derleme tipinde olup, turizm literatürüne kayda değer bir katkı sağlayacaktır. Rio Karnavalı, genellikle müzik ve dans eşliğinde gerçekleştirilmektedir. Hareketli geçen ve çok renkli anlara sahne olan Rio Karnavalı'nın, bulunduğu kent ve ülkenin ekonomisine katkısı büyüktür. Rio de Janeiro destinasyonunun turizm konusunda kayda değer bir ivme kazanmasını sağlayan en önemli unsurlardan birinin Rio Karnavalı olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Rio Karnavalı, Rio de Janeiro, Festival, Festival Turizmi.

* Sorumlu Yazar: oguzcam911@gmail.com

Önerilen Atıf: Çam O. ve Çelik C. (2022). Festival Turizmi Çerçevesinde Bir Değerlendirme: Rio Karnavalı, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 5(1), 1-20

ABSTRACT

The Rio Carnival is a world-renowned carnival held in Rio de Janeiro, Brazil. The Rio Carnival is heavily attended by local and foreign tourists. This carnival has important economic, social, touristic and similar contributions to the city and country where it takes place. The city of Rio de Janeiro is further developing its popularity, brand and image due to the Rio Carnival. With this study, it is aimed to evaluate the Rio Carnival in a general way within the framework of festival tourism. The study is important in terms of stating that the Rio Carnival has a great impact on a local, national and international scale. The study is of the traditional compilation type and will make a significant contribution to the tourism literature. Rio Carnival is usually held with music and dance. Rio Carnival, which is the scene of lively and colorful moments, has a great contribution to the economy of the city and country where it is located. It is thought that Rio Carnival is one of the most important factors that enable the Rio de Janeiro destination to gain a significant momentum in tourism.

Key words: Brazil, Rio Carnival, Rio de Janeiro, Festival, Festival Tourism.

1. GİRİŞ

Bütün toplulukların kendilerine özgü gelenek haline gelmiş, belli devirlerde, belli alanlarda gerçekleştirdikleri festival, karnaval, şenlik gibi spesifik kutlama faaliyetleri vardır. Bu faaliyetler, ziyaret eden kişilere olağan dışı tecrübeler yaşama fırsatı sunmaktadır. Bu faaliyetler yılda bir ya da birden fazla defa sınırlı süre ile yapılmakta ve katılımcılarına ekonomik, toplumsal, kültürel, teknolojik tecrübeler kazandırmaktadır (Akoğlan Kozak & Bahçe, 2012:159; Paslı & Turpcu, 2019:2740).

Festival, dünya ölçeğinde bir turizm hadisesidir (Chacko & Schaffer, 1993; Grant & Paliwoda, 1998). Kuvvetli kültürel bileşenlere sahip olması sebebi dolayısıyla, ulusal ve enternasyonal ölçekte tertip edilen festivallerin sayısı gün geçtikçe yüksek bir hız ile artış göstermektedir (Long & Perdue, 1990; Avcı ve ark., 2016:226). Festivallerin, maddi ve manevi anlamda önemli getirileri söz konusudur. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda, festivallerin turizm sektöründe yüksek bir öneme ve potansiyele sahip olduğu öne sürülebilir. Günümüzde pek çok festival gerçekleştirilmekte, bu festivaller de ülkelere ekonomik gelir sağlanması bakımından önemli bir kaynak teşkil etmektedir. Festivaller, turistler ile yöresel halkın birbirleriyle iletişim ve etkileşimde bulunması noktasında önemli ve etkilidir. Bu durum da, festivallerin toplumsal etkilerinin ne denli yüksek olduğunu gözler önüne sermektedir. Turistik hareketler açısından çok önemli bir çekicilik etkeni olan festivallerin, yerli ve yabancı turistler ile yerel halkın birbirleriyle etkileşiminden oluşan farklı ve otantik bir atmosfer yarattığı ifade edilebilir. Festival, karnaval gibi etkinliklerin, destinasyonların turizm talebinin artması üzerinde önemli bir rolü bulunmaktadır. Destinasyonlar, festival, karnaval vb. etkinlikler yoluyla daha popüler hale gelmekte, ekonomik, kültürel, turistik ve sosyal açılardan da önemli ilerleme kaydetmektedir. Festivallerin, gerçekleştirildiği yöre, ülke veya bölgeye önemli turist akışının sağlanmasında oldukça etkili olduğu düşünülmektedir. Bu düşüncenin temelinde ise, merak, eğlence ve inanç unsurlarının yer aldığı düşünülmektedir.

Çeşitli toplumlara ait, yılın belirli günlerinde düzenlenen ve artık ünü ülke sınırlarını aşmış ve dünya çapında bir ün kazanmış pek çok festival bulunmaktadır. Brezilya ülkesinin Rio de Janeiro kentinde tertip edilen Rio Karnavalı da ünü dünyaca bilinen bu festivallerden bir tanesi olarak insanların karşısına çıkmaktadır. Yerli ve yabancı pek fazla turist de bu Rio

Karnavalı'na katılmak amacıyla Brezilya'nın Rio de Janeiro kentine ziyaret gerçekleştirmektedir. Turistler tarafından büyük ilgi gören Rio Karnavalı'na katılımcı sayısının oldukça yüksek olduğu ve Rio Karnavalı'nın, düzenlendiği ülke, şehir, bölgeye gerek ekonomik, gerek sosyal ve gerekse de turistik yönden pek çok katkısının dokunduğu da bilinmektedir. Bu perspektiften bakıldığında da, Rio Karnavalı'nın popülaritesinin çok yüksek olduğu ve etki alanının çok geniş olduğu ileri sürülebilir. Ancak Rio Karnavalı'na ilişkin birtakım temel bilgilerin dünya genelinde bilinmediği de düşünülmektedir. Bu çalışmada, festival turizmi çerçevesinde Rio Karnavalı'na odaklanarak bu hususla ilgili temel bilgilerin insanlara aktarılması hedeflenmektedir. Çalışma, Rio Karnavalı'nın yöresel, ulusal ve uluslararası ölçekte büyük bir etkiye sahip olduğunu ifade etmek açısından önem arz etmektedir.

2. FESTİVAL VE FESTİVAL TURİZMİ KAVRAMLARI ÜZERİNE DEĞERLENDİRMELER

Festival için, yöresel bir toplum tarafından saptanmış ve geleneksel duruma gelmiş, belli günlerde ve tarihlerde kutlanan, gerçekleştirildiği yörenin sembolü halini almış faaliyetlerin bir arada gerçekleştirilmesi ve topluluğun kolektif hafızasının yenilendiği faaliyetler biçiminde bir tanımlama yapılabilir. Söz konusu faaliyetler, iller arasında meydana gelebilen rekabet ile bilhassa geçmiş zamana dayanan birtakım alışkanlıklar ile de tertip edilebilir. Bunlara ilave olarak, bu faaliyetler; turizmin gelişimine, kişiler arası birlik ve birlikteliği kuvvetlendirmeye, sosyal barışı ve sevgiyi artırmaya destek olmaktadır (Çakır, 2009; Ören & Şahin 2014:4).

Penpece'ye (2014:194) göre festivaller, yapıldığı zamana ve katılanların sayı ve özelliğine bağlı olarak farklılık gösteren, bilim, kültür ve sanat gibi konulara ilişkin gerçekleşen spesifik gösterilerdir. Festivaller, kişiler ve topluluklar arasında iktisadi, toplumsal, sanatsal ve kültürel yönlerden bir yaklaşma ve tanıtım elde etmek için tertip edilen faaliyetlerdir (Bilgili, Yağmur & Yazarkan, 2012:118; Çoban & Süer, 2018:59). Festivaller, bir alanın geleneksel simgesine dönüşen ve çoğunlukla her sene aynı gün ve ayda tertip edilen, yöresel halk tarafından gerçekleştirilen bir faaliyettir. Festivallerin, turizm varış yerinin global tanınırlığının üzerinde olumlu bir etkiye bulunmaktadır ve festivaller sezon dışı zamanlarda dahi varış yeri tanıtımının etkin bir yolu olarak görev üstlenir. Festivaller aynı sürede kent markalaşması için de etkin araçlardır. Münih, Rio de Janeiro ve Venedik gibi birden fazla global kent markası her sene tertip edilen festivaller ile tanımlanır hale gelmiştir (Pınar, Kurtural & Tutuncuoğlu, 2019; Erciyas & Yılmaz, 2021:95). Festivaller, kültürel, kutsal ve gelenekler ile belirgin duruma gelen kutlamaları, belli bir insan ya da hadisenin veya bir ürünün hasadına ilişkin gerçekleştirilen senelik kutlamaları, çoğunlukla bir sanatçı ya da sanat dalıyla ilgili çalışmalara yönelik gerçekleştirilen faaliyetleri, fuarları, panayırıları, açık şenlikleri ve eğlenceleri içermektedir (Şengül & Genç, 2016; Erciyas & Yılmaz, 2021). Festivaller, turizm yönünden kayda değer bir çekicilik faktörüdür ve turistlerin birden fazla varış yerinde festivallerle karşılaşmaları mümkündür. Festivaller, belli hallerde büyük ve ihtişamlı faaliyetler olabildiği gibi, belli hallerde de paket programlardaki temel çekici ilkedir. Festivallerin tertip edildiği varış yeri de, festivalle hatırlanır duruma gelerek festival ile özdeşleşebilmektedir (Sağlamtaş, 2019; Erciyas & Yılmaz, 2021:95-96). Festivallerin, turist çekebilene ve bu şekilde yöresel konaklama işletmelerine talep oluşturan faaliyetler olduğu ifade edilebilir. Bu faaliyetler; yöreye fon temin etmeleri, medyanın dikkatini cezbetmeleri ve

festivale ilişkin öbür hizmetlerin taleplerini artırmaları gibi olabildiğince kayda değer rollere sahiptir (Sağlamtaş, 2019; Erciyas & Yılmaz, 2021:96).

Karnavallar / festivaller; spesifik, yöreye has, eğlenceli bir biçimde kutlanılan faaliyetlerdir. Karnavallar / festivaller; bazı zamanlarda gösteri, bazı zamanlarda ise eğlence ve tanıtım yapma amaçlarıyla gerçekleştirilmekte ve kişileri bir arada buluşturmaktadır (Gibson, Conell, Waitt & Walmsley, 2011:3). Karnavallar / festivaller, tertip edildikleri varış yerine birden fazla katkı sağlamaktadır. Bu katkılardan birtakımları; karnavalın tertip edildiği varış yerinin tanınırlığına katkı sunması (Saçlı, Ersöz & Kahraman, 2019:180), varış yerindeki turizm sezonunun uzatılması ve turizm çeşitlerinin artırılmasıdır (Karagöz, 2006:1; Sahilli Birdir & Birdir, 2021:275).

Festivallere gösterilebilecek en güzel örnekler, İngiltere’de 1215 senesinden bu yana kutlanan, Londralıların kendi belediye başkanlarını seçmeleri ve bu seçilen başkanın, kralın huzuruna çıkması temeline dayalı olan “Lord Major’s Show”, günümüzde hala süren en kayda değer festivallerdendir (Chalip & Green, 2001; Tolan, 2014:10). Benzer biçimde İspanya Pamplona’daki “San Fermin Festivali”, Brezilya Rio de Janeiro’daki “Rio Festivali” de asırlardır süren köklü festivallerdendir. Türkiye’de ise asırlardır yapılan “Kırkpınar Yağlı Güreşleri”, yeryüzü tarihinde bilinen en eski festival olan “Nevruz”, “Manisa Mesir Macunu Festivali” gibi festivaller, köklü bir geçmişe dayalı olan festivallerdir (Tolan, 2014:10).

Amerika Birleşik Devletleri’ndeki Nevada Çölü’nde yapılan “Yanan Adam Festivali (Burning Man)”, Çin’in Harbin ilinde tertip edilen “Harbin Buz ve Kar Heykel Festivali (Harbin International Ice & Snow Sculpture Festival)”, Benin’deki “Quidah Uluslararası Voodoo Festivali (Quidah International Voodoo Festival)”, İngiltere’nin Gloucestershire Kasabası’nın Brockworth Köyü’nde tertip edilen “Cooper’s Hill Peynir Yuvarlama Festivali (Cooper’s Hill Cheese Rolling)”, İspanya’daki “Domates Festivali (La Tomatina)”, Amerika Birleşik Devletleri’nin New Orleans Eyaleti ve Fransa’nın Paris ve başka birtakım illerinde kutlanan “Mardi Gras (Mardi Gras)” ve son olarak belki de dünya üzerindeki en büyük festival olan “Rio Karnavalı (Rio Carnival)” ön plana çıkan ve akla ilk gelen festivaller olarak belirtilebilir (Turan, 2019:561-562).

Festivaller, bilhassa yöresel kültürle ilgili faaliyetlerde otantiklik ve özgünlük, misafirperverlik ve erişilebilirlik, göstericiler ve katılımcılar için temalandırma ve simgesel ilkelerin değerlendirilmesi gibi bazı niteliklere sahiptir. Festivaller yapıldıkları ülke, bölge ve şehrin markalaşması açısından önemli bir fonksiyon üstlenir. Yalnızca birtakım festivallere ev sahipliği ettiği için tanınan varış yerleri bulunmaktadır. Bu duruma; “Rio Karnavalı” ve “Edinburg Festivali” örnekleri verilebilir (Babacan & Göztaş, 2011; Göksu, 2015:16). Festivaller, öncelikle faaliyetlerde kar sağlamayı amaç edinmez; iştirak edenler ve katılımcılar için derin manalar temin ederek kültürel kutlamalar ile düzenlemeler için sınırsız fırsatlar sunar (Göksu, 2015:16).

Festivaller, yöresel halkın kültürünü enternasyonal ziyaretçilerle paylaştığı ve bu paylaşımın yöresel ekonomiye destek olduğu toplumsal hadiselerdir (Long & Perdue, 1990; Avcı, Özoğul & Yıldız, 2016:226). “Kültürel planlama”, “turistik kalkınma” ve “toplumsal yeniden konumlandırma” olarak isimlendirilen arz etkenleri, eğlence, hayat stili örnekleme, toplumsallaşma gereksinimi gibi talep etkenleri ve yaratıcılık ve otantik tecrübe gibi piyasa alanlarının oluşması sebebiyle hâlihazırda tertip edilen festivallerin sayısında büyük bir artış görülmektedir (Hughes, 1995; Avcı ve ark., 2016:226-227).

Günümüz karnavallarında kişiler, günlük hayatın baskılarından ve tekdüzeliğinden kurtulup geçici de olsa bir başboşluk, müsriflik ve coşku hali yaşamaktadırlar. Bu durumların en güzel örnekleri; Almanya'daki Fasching ve Soytarlar Bayramı manasına gelen "Narrenfest", Brezilya'daki "Rio Karnavalı" ve İtalya'daki "Venedik Karnavalı"dır. Düzen karşıtı gibi görünen bu karnavalların tümü esasen, var olan düzeni muhafaza etmek için baskın ideolojinin kişilere sınırlı ve geçici bir zaman süresince bütün otoritelere karşı gelebilecekleri bir özgürlük alanı tanımaktadır. Dahası, festivaller insanların kendilerini topluluğun birer bireyi olarak görerek aidiyet hissini tatmalarını, toplumsal bağların kuvvetlenmesini ve paylaşma duygusunun artmasını sağlayarak, düşmanlıkları ve problemleri ortadan kaldırarak yerine sosyal huzuru getirdiğinden ötürü devlet otoriteleri tarafından bilinçli bir biçimde desteklenmiştir (Arargüç, 2009).

Festivallerin ve / veya karnavalların gerçekleştirildikleri varış yerlerine olan etkilerinin incelendiği birden fazla çalışma mevcuttur (Um & Crompton, 1990:433; Rivera, Hara & Kock, 2008:128; Kim, Prideaux & Chon, 2010:297; Axelsen & Swan, 2010; Gül, Erdem & Gül, 2013; Bekar, Kocatürk & Sürücü, 2017:29-32; Sahilli Birdir & Birdir, 2021). Festivaller ve / veya karnavallar, yapıldığı varış yerleri için geleneksel hale gelen, toplulukta önemli bir konuma sahip olan ve bir varış yerinin sembolü halini alan faaliyetlerdir (Sahilli Birdir, Toksöz & Bak, 2016:23; Saçlı ve ark., 2019:180; Sahilli Birdir & Birdir, 2021:276). Festivallerin dünya üzerindeki örnekleri incelendiğinde, festivallerin yapıldığı varış yeri için tek başına bir çekicilik faktörü olduğu (Rio Karnavalı gibi) görülür (Sahilli Birdir & Birdir, 2021:276).

Turistlerin festivallere katılmalarını sağlayan çeşitli güdüler vardır. Bilhassa büyük festivallerde, turistler festival için varış yerine ziyaret gerçekleştirmekte ve varış yeri çekiciliği ikinci ilke olmaktadır. Birtakım hallerde ise, festivaller varış yerlerinin çekiciliğini artırıcı ilave bir ilke olmaktadır. Başka bir hal ise, turistlerin varış yerini gezerken tesadüfen festivale rastlaması ve festivale katılmasıdır (Sert, 2017; Erciyas & Yılmaz, 2021:96).

Varış yerlerine yönelik gerçekleştirilen festivaller; hem bölge halkının kalkınması, hem de bölgenin tanıtılması yönünden kayda değer bir konuma sahiptir. Festivallerin yeterince tanıtımının gerçekleştirilmesi durumunda, bölgeyi ziyaret eden turist sayısı artış göstermekte ve bölgeyi ziyaret eden turistlerin bölge üzerindeki işletmelerden satın alma gerçekleştirmeleriyle bölge üzerindeki işletmelerin gelir kaynağı artış göstermekte ve bu hal, bütün bölgenin ekonomisine katkıda bulunmaktadır (Tümbek Tekeoğlu & Gökseven, 2019:353; Sahilli Birdir & Birdir, 2021:275).

Festival ziyaretçileri, varış yerine gelerek faydalandıkları ulaşım hizmetlerine, konaklama işletmelerine, festival boyunca yiyecek ve içecek işletmelerine ve başka istek ve gereksinimlerini yerine getirmek için birden fazla çeşitli işletmeden satın aldıkları mal ve hizmetlerin karşılığı olarak maddi bir bedel ödemektedirler. Hem misafirlerin hem de izleyicilerin festivale katılım göstermelerine bağlı olarak yapılan harcamalar, bölge için kısa süreli fakat katılan kişi sayısına bağlı olarak nispeten yüksek seviyeli gelir imkânı oluşturmaktadır (Özgürel, Ruhan & Bingöl, 2015:115; Süslü ve ark., 2019:1077).

Festivaller ve faaliyetler, yöresel demokrasinin gelişim göstermesinde, kendi gücüne inanmanın sağlayacağı ferdi ve toplumsal öz güvenin oluşturulmasında, toplulukta toplumsal altyapının meydana getirilmesi ve geliştirilmesini de temin ettiği için enternasyonal, ulusal ve yöresel festivaller ve faaliyetler, yalnızca iktisadi uyancılar olmaktan ziyade bunlara ev sahipliği eden topluluktaki kültürel hadiselerin ve toplumsal düzenlemelerin parçası olarak gerçekleşmektedir. Festival ve faaliyetlerin birden fazla olumlu ve olumsuz etkileri vardır

(McDonnel, Allen & O'Toole, 1998; Ardahan & Çalışkan, 2017:1407) ve bunlar şu şekilde belirtilebilir (Blair, LaMonte & Nichman, 2004; Downs & Ashton, 2011; Sima ve ark., 2015; akt. Ardahan & Çalışkan, 2017:1407-1408):

Olumlu Etkileri

- Sosyo-Kültürel Yararları; paylaşımı yapılan ortak tecrübenin artması, geleneklerin kuvvetlendirilmesi, sosyal gururun artması, sosyal katılımın artması, yeni ve kreatif düşüncelerin tanıtılması, kültürel bakış açıların gelişmesidir.
- Fiziki ve Çevresel Yararları; çevrenin vitrinlenmesi, uygulanabilir en iyi modellerin sunumunun yapılması, çevre bilincinin artırılması, altyapı sisteminin miras olarak kalması, iletişim - ulaşım sisteminin geliştirilmesi, şehirselleşme - yenilenmedir.
- Politik Yararları; yöresel, ulusal, enternasyonal prestij, gelişmiş profil, yatırımların tanıtımı, karşılıklı toplumsal katkı, yönetsel becerilerin gelişmesidir.
- Turizm Yararları ve İktisadi Yararlar; turizm bölgesinin tanıtılması - turist sayısının artması, kalış zamanının uzatılması, gelir artması, vergi gelirlerinin artması, istihdam oluşturmalarıdır.

Olumsuz Etkileri

- Sosyo-Kültürel Olumsuzluklar; topluluğun yabancılaşması, topluluğun manipüle edilmesi, olumsuz sosyal imajın meydana gelmesi, olumsuz davranışlar, malzemelerin suistimale uğratılması, toplumsal yapının değişim göstermesi, rahatlığın kaybolmasıdır.
- Fiziki ve Çevresel Olumsuzluklar; çevresel hasar, kirlilik, kültürel mirasın hasara uğraması, gürültünün neden olduğu rahatsızlık, trafik sıkışıklığıdır.
- Politik Olumsuzluklar; etkinliğin başarısızlıkla sonuçlanma riski, fonların yanlış dağıtılması, sahiplik ve kontrolde sorumluluğun olmaması, ideolojilerin yasallaştırılmasıdır.
- Turizm Olumsuzlukları ve İktisadi Olumsuzluklar; topluluğun turizme karşı direnmesi, otantikliğin yok olması, imajın zedelenmesi, çıkar gruplarının suistimali, enflasyonist fiyatlar, fırsat maliyetidir.

Çukur ve Kızılaslan'dan (2018) aktaran Süslü, Eryılmaz & Demir'e (2019:1076) göre festivaller, turizm sezonunu uzatıp gelir sağlamak için yöresel ekonomiye pozitif fayda sağlamak ile beraber, yöre üzerinde bulunan işletmeleri yeni yatırımlara yönlendirmekte, aynı zamanda ise yöre üzerinde üretimi yapılan ürünlerin üretilmesi ve pazarlanmasında önemli destekleri de bulunmaktadır. Diane ve Jackson'dan (2002) aktaran Şengül & Genç (2016:81), festivallerin sıklık ile yöresel işleri destekleyip el sanatları üretimi yapanlara, otelcilere, restoranlara, eğlence hizmeti gösterenlere ve festival alanındaki her çeşit hizmet sektörüne destek sağladığını ifade etmektedirler. Yöresel festivallerin; varış yerinde sezonu yaymak, düşük sezona canlılık kazandırmak, imaj ortaya çıkarmak, çekici ürün türünlüğünü temin etmek ve doğal mirasların, geleneklerin ve göreneklerin muhafaza edilmesi ve tanıtımı gibi önemli destekleri vardır (Şengül & Genç, 2016:81).

Doğal turizm çekicilikleri açısından noksan olan alanlarda tertip edilen festivaller, turistlerin alana çekilmesinde kayda değer bir araç olarak görülmektedir. Festivallerle; turizm çeşitleri artırılabilir, turizmin mevsimsellik niteliğinden kaynaklanan sezon kısalığı problemi çözülebilir, turistik talebin ülke içinde dengeli dağılımı sağlanabilir. Festivaller varış yerlerinin çekicilik - farkındalığını artırabilmektedir. Festivaller, turistlerin ilgilerini varış yerine

çekmekte, alanın altyapı ve üstyapısının gelişimine katkılar yapmakta, medya desteğiyle varış yerinin konumlandırılması, markalaştırılması sağlanabilmekte ve pazarlama etkinlikleriyle istenen hedeflere erişilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir (Karagöz, 2006:1; Özgürel, Alkan & Ok, 2018:12; Pashı & Turpcu, 2019:2740).

Festivalleri ele alırken göz önünde bulundurulması icap eden en kayda değer kavram, festival konusu ürünün hayat devresine ilişkin bilgileridir. Düzenlemeler, gelişimin birbirini takip eden evrelerini kat ederken; düzenleme programları da festival izleyicilerinin farklılaşan arzularına yanıt verecek tedbirleri barındırmalıdır. Festival programları, festival konusu ürün, başlangıç, büyüme - gelişme, olgunluk, doyum ve düşüş evrelerinden geçtiği esnada çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır. Bu hal, bilhassa elde tutulamayan mal ve hizmetlerin yönetimi ile ilgilenenler için bir hakikat olarak meydana gelmektedir. Bu hal, spesifik faaliyet ürünlerinin, turizm, düzenleme, toplum gelişimi ve ziyaretçilere sağlanan faydaları gibi birbirinden farklı türlü yönlerden tanımlanabileceğini göstermektedir. Festival yöneticilerinin karşı karşıya kaldıkları ilk zorluk, bu birbirinden farklı hususlardan hangisini dikkate alıp kendi festivallerine en iyi şekilde uyum gösterecek dengeyi kurma kararı vermeleri evresinde oluşmaktadır (Getz & Frisby, 1988; Avcı, 2011).

Festival turizmiyle genelde kastedilen, bir festival devri süresince dışarıdan kişilerin festival bölgelerine gelmeleri olayıdır (Visser, 2005:156; akt. Kömürçü, 2013:29; Çoban & Süer, 2018:59). Festival turizmi; sınırlı - devamlı faaliyetlerle bir turizm varış yerinin farkındalık, çekicilik ve kârlılığını artırarak geliştirilmesini içermektedir (Visser, 2005:156; akt. Kömürçü, 2013:29; Çoban & Süer, 2018:59). Festival turizmi, ekonomik ve sosyal gelişime katkı sağlayan önemli turizm çeşitlerinden birisidir. İnsanlar tarafından festival turizmi etkinlik ve aktivitelerine katılım gösterilmekte, festival turizmine ilişkin yaşanan gelişmeler büyük bir ilgiyle takip edilmektedir.

Festival turizmi, turizm piyasasında seri bir biçimde büyüme gösteren bir sektördür. Festival turizmi, turizm sezonunu uzatarak, turizm çeşitlerini artırarak, turizm talebinin artış göstermesini sağlayarak, bölgede yeni bir gelir kaynağı meydana getirerek, varış yerlerinin çekicilik ve farkındalığını artırarak, varış yerine medyanın ilgisini çekerek, güçlü - aktif imajlar meydana getirerek, kültürel konular ortaya koyarak, varış yerinin markalaşmasına yardımcı olmaktadır. Festivallere gelen turistler, varış yerine yönelik izlenimlerini geliştirmekte ve bu şekilde turistlerin varış yerine yönelik farkındalıkları da artış göstermektedir. Turistler, festivallerde kendi yaşadıkları duygu - deneyimlerle herhangi bir pazarlama programının erişmeyi amaçladığı etkiden daha çok bir etki bırakabilme kuvvetine sahiptirler (Çoban & Süer, 2018).

Festival turizmi, turizm hareketleri içerisinde en seri büyüme gösteren ve turistlerin zevk aldığı bir turizm türü olarak gelişmesini sürdürmektedir. Spesifik etkinliklerle beraber festival turizmi enternasyonal, ulusal ve yöresel çapta kültür paylaşımı üzerine yoğunluk göstermektedir. Birden fazla kültürel paylaşımların olduğu bu turizm çeşidinde, söz konusu yörenin içecekleri, mutfağı, müzik kültürü, geleneği ve o yöreye ilişkin spesifik başka ilkelerden bahsedilebilir. Bu kültürel zenginlik ile, hem yöresel halk hem de katılımcılar birden fazla paylaşımda bulunmaktadır. Bununla beraber, yöreye ilişkin festival süresince benzersiz ve unutulmaz birden fazla tecrübe sağlanmaktadır (Stankova & Vassenska, 2015; Kurnaz & İşlek, 2018:5). Şüphesiz ki, dünya ölçeğinde festivaller ve yöresel spesifik faaliyetler, bölgesel kalkınma stratejilerinin temel ilkeleri olarak değerlendirilmektedir. Dahası, turizmi geliştirerek ticaret için fırsatlar sağlamak ve ev sahibi alandaki iç yatırımları

artırmaktadır (Van de Wagen, 2005; Getz, 2007; Kurnaz & İşlek, 2018), Turizm sezonunun uzatılmasına destek olduğu için de yörenin iktisadi kalkınmasına kayda değer destekler sağladığı kabul edilmektedir (Kotler, Haider & Rein, 1993; Uysal & Gitelson, 1994; Walo, Bull & Green, 1996; Thrane, 2002; Boo & Busser, 2006; Huang, Li & Cai, 2010; Kurnaz & İşlek, 2018).

Festival turizminin turizm piyasasında git gide daha aktif bir rol üstlenmeye başlamasıyla beraber birtakım ülkeler kendi kültürel değerlerinin getirisi olan festivalleri, şenlikleri ve bayramları tekrardan keşfedip veya tekrardan canlandırıp alternatif bir pazar olarak turizm piyasasına sunmuşlardır. Tarihsel ve kültürel potansiyeli olmayan ülkeler ise, çeşitli sanatsal etkinliklerin öne çıktığı faaliyetler ortaya çıkararak bu alanda kendilerine bir yer edinmişlerdir. Bundan dolayı festivaller, hâlihazırda yeryüzü ölçeğinde turizm hadiseleri haline dönüşmüştür (Prentice, 2003; Avcı ve ark., 2016:227). Festival düzenleyenlerin, festival turizminin niteliğini dikkate alıp festival zamanı süresince en yüksek kalitede ürün ve hizmetler ile turistlerin tatmin olmalarını sağlamaları gerekmektedir. Festivale katılım gösteren turistlerin tatmin olması kadar, sunumu yapılan ürün ve hizmetlerin kalitesinin yüksek olması, daha çok gelir sağlayarak alana maddi kazanç temin etmesi açısından da önem arz etmektedir (Kim, Choi, Agrusa, Wang & Kim, 2010; Avcı ve ark., 2016:227). Önceleri yalnızca yöresel ölçekte düzenlenen festivaller, hâlihazırda çeşitli beklentileri, gereksinimleri ve tecrübeleri olan geniş kitlelere hitap etmektedir (Lee, Lee & Wicks, 2004; Avcı ve ark., 2016:227).

3. RİO KARNAVALI

Brezilya ülkesinin en büyük ikinci şehri olan Rio de Janeiro, çoğunlukla Brezilya'nın başkenti olarak bilinmektedir fakat Rio de Janeiro yalnızca yer aldığı eyaletin başkentidir. Brezilya'nın resmi dili Portekizce olduğundan dolayı da Rio de Janeiro'da en fazla konuşulan lisan da Portekizcedir. Güncel verilere göre; Brezilya ülkesinin nüfusu 172.600.000'dir. Rio de Janeiro kentinin nüfusu da 6.136.652'dir. Brezilya denilince zihinlerde ilk canlanan şeyler; futbol, şeker kamışı üretimi ve ihracatı, kahve ve muz üretimi, Iguazu Şelalesi, Amazon Nehri, Tropikal Yağmur Ormanları ve Rio Karnavalı'dır. Rio de Janeiro harika doğası, kültürü ve tarihiyle beraber kayda değer düzenlemelere ev sahipliği etmektedir. Rio Karnavalı'nın da etkisi vardır ki karnaval zamanı içerisinde ziyaretçi ve turistler tarafından dolarak taşan Rio de Janeiro sokaklarında renk renk görüntüler sergilenmektedir. Karnaval, bütün yeryüzü tarafından ilgi ile izlenmektedir. *"The Rock in Rio For A Better World Festivali"* ve *"Uluslararası Film Festivali Rio-Cine"* kentte tertip edilen başka kayda değer düzenlemelerdir. Brezilya'nın sahip olduğu birden fazla doğal, tarihi ve kültürel değer vardır. Bundan dolayı bu düzenlemelerin dışında da senenin her devrinde birden fazla turist tarafından ziyaret edilmektedir. Ziyaret edilebilecek alanların ilk sırasında *"Roraima Dağı"*, *"Iguazú Şelalesi"*, *"Tanguá Park"*, *"Curitiba Botanik Bahçesi"*, *"Jalapao State Park"*, *"Amazon Yağmur Ormanları"*, *"Oscar Niemeyer Müzesi"*, *"Gruta do Lago Azul"*, *"Fernando de Noronha"*, *"Chapada Diamantina National Park"* ve Corcovado Dağı'nda yer alan *"Kurtarıcı İsa Heykeli"* gelmektedir (Altınay Teknoloji Grubu, t.y.).

Rio Karnavalı sezonu başlangıcı, Brezilyalılar için rüşvet alan ve kötü politikacıları protesto etmek, fakirliği ortadan kaldırıp daha rahat yaşanılabilir bir ülke oluşturmak amaçlı dilekte bulunmak gibi birtakım manalar belirtir (Lojistik Kulübü, 2003). Rio Karnavalı sezonunda; eğlence, dostluk ve barışın kutlanması hedeflenmektedir (riocarnaval.org, t.y.; akt. Köse, 2018).

Rio de Janeiro'nun en kayda değer kültürel olayı hiç şüphe yok ki her Şubat sonu ya da Mart başı tertip edilen karnavaldır. Bu karnaval, dünyanın her alanından birden fazla kişiyi cezbetmekte ve yüz binlerce kişi Rio de Janeiro'nun bu ihtişamlı eğlencesine katılım göstermektedir (Atak, 2009:44). 2017 senesinde karnavala katılım gösteren 1.1 milyon yabancı turist, Rio de Janeiro şehrinin ekonomisine 3 milyar dolar döviz girdisi sağlamıştır (The Rio Times, 2017; Kendir, Arslan & Türkmen, 2019:2669). 2019 senesinde ise karnavala katılım gösteren yabancı turist sayısı 1.5 milyon kişiye erişmiştir (Statista 2019; Kendir ve ark., 2019:2669). Rio de Janeiro şehri karnaval ile o denli bütünleşmiştir ki, dünyanın hangi noktasında olunursa olunsun Rio denilince birden fazla kişinin aklına Rio Karnavalı gelmektedir (Rio Carnival, 2019; Kendir ve ark., 2019:2669). Dolayısı ile festival özelliğindeki bu karnavalın, hem kent ekonomisine hem de kentin tanıtılmasına kayda değer düzeyde bir katkısı bulunmaktadır (Kendir ve ark., 2019:2669). Brezilya'nın Rio de Janeiro kentinde her senenin Şubat ayında 5 gün boyunca 12 samba okulunun dans gösterileri ve geçitleriyle tertip edilen Rio Karnavalı, Brezilya kültürünü en iyi biçimde sergilerken, ülkenin ekonomisi üzerinde de önemli bir paya sahiptir (Riocarnaval 2014; Toksöz, Bak & Benli, 2014). Rio Karnavalı, ülke turizmi içerisinde fazla kayda değer bir yere sahiptir. Bol içki kullanıldığı için bazen taşkınlıklar da ortaya çıkabilmektedir, bu sebeple polisler geniş güvenlik tedbirleri almakta ve sıkı politikalar uygulamaktadırlar. Aynı sürede ise kıymetli eşyalar için de devamlı olarak ikazlar yapılmaktadır (Onedio, 2019).

Rio Karnavalı, Brezilya'nın çeşitli kent ve kasabalarında çeşitli biçimlerde kutlanmaktadır (Süper Gezi, t.y.). Rio Karnavalı'nın en büyük gösterileri Recife ve Olinda, Florianopolis, Sao Paulo ve Salvador de Bahia şehirlerinde organize edilmektedir. Rio Karnavalı'nda tertip edilen en pahalı balolardan biri olan Copacabana Palace'taki prestijli "*Büyülü Balo*"ya seçkin ve zengin kişiler katılabilmektedirler Rio Karnavalı'na katılım göstermek isteyenler aynı sürede vücutlarına göre kostüm siparişi verebilmektedirler (riocarnaval.org, t.y.; akt. Köse, 2018).

Rio Karnavalı, Avrupa ve bilhassa İtalya'daki karnavallarda değerlendirilen elbiselerin yerine daha çok Güney Amerika'daki Portekiz ve Afrika varlığından etkilenip kendine has bir hale dönüşmüştür. Rio Karnavalı'nda değerlendirilen kostümler, çimen, tüy ve kemikler gibi türlü öğelerden yapılmıştır. Rio Karnavalı, muhteşem müzikal kabiliyetleriyle meşhur Afrika göçmen kölelerinin etkisine atfedilen benzersiz bir stile sahiptir (Turizm Tatil Seyahat, t.y.).

Karnavallar; etkinlik turizminin bir parçası olmaktadır ve çok fazla sayıda turist çekme özelliğine sahiptir. Bilinirliği en yüksek ve kentle özdeşleşmiş olanı, Rio Karnavalı'dır (Allen, O'Toole, Harris & McDonnell, 2002:13; Yetginer, 2019:12). Sokak karnavalları ve yemekler, Rio Karnavalı'nda ön plana çıkan hususlar arasındadır (Onedio, 2019). Rio Karnavalı dendiğinde zihinlerde ilk canlananlar; "*birbirinden ilgi çekici kostümler*", "*gösteriler*", "*geçit töreni*", "*dansçılar*", "*müzik*", "*eğlence*" ve "*sokak partileri*"dir (Turan, 2019:562). Bu bilgiye ilave olarak, ünlü baloların da zihinlerde ilk canlandığı belirtilmektedir. Festival süresince kentte 500'den çok sokak festivali ve herkes için farklı konseptlerde balolar organize edilmektedir. Kentte her çeşit zevke göre bir balo bulmak mümkündür (Onedio, 2019).

Dünyanın birden fazla ülkesinden kişiler, hem karnaval coşkusuna ortak ve tanık olmak hem de o çok renkliliği yakından görmek için her sene Brezilya'ya akın etmektedirler. Bu hal, elbette ülke turizmi yönünden de olabildiğince avantajlı bir durum oluşturmaktadır. Ortalama bir hafta süren Rio Karnavalı kutlamaları, gerek katılımcılar gerekse ziyaretçi ve turistler yönünden tam manasıyla görsel bir şöendir. Rio Karnavalı, dünyanın en meşhur festivali ve en büyük karnavalı olma özelliğine sahiptir. Rio Karnavalı'nda; karnaval baloları, temalı

geceler ve maskeli partiler organize edilmektedir. Karnaval, bir haftalığına tüm kenti büyük ve ilgi çekici bir parti evine çevirmektedir (fellik.net, t.y.).

Rio Karnavalı, Hristiyan takviminde, Paskalya öncesi perhizin ilk günü olan, perhizden önce ilk çarşambaya değin devam eden bir festivaldir. Karnaval teriminin sözcük manası ise, “*ete veda*” manasına gelen “*carne vale*” kelimesinin köklerinden gelmektedir. Bu; alkol, et gibi dünyevi hazların tüketiminden 40 günlük uzak durma dönemi olan Paskalya öncesi perhizi içerisinde geçerlidir. Katoliklerin uyguladıkları, Paskalya Bayramı’na kadar devam eden bu perhiz, perhiz öncesi ilk çarşambaya dek devam eden 2-3 günlük kutlamalar, Rio Karnavalı kutlamalarıdır (Tercan, 2016:73).

Bu karnaval, topluluğun sanat, kültür, din ve toleransını bütün olarak yansıtmaktadır. İhtişamlı kutlamaların altında yatan sebep ise tümüyle dinsel niteliklidir. İnanan Hristiyanlar Hz. İsa’nın çölde geçirdiği günlere karşılık gelen 40 günlük zaman süresince kendilerini dine ve tanrıya adamaktadırlar. Bunun evveli ise karnaval olarak kutlanmaktadır. Bu hal, topluluğun kültürel ve dini bağlılığını göstermektedir. Her yıl gerçekleştirilen, dünya çapında meşhur olan Rio Karnavalı, turistleri ülkeye çekmesi ile toplum ekonomisine de olabildiğince önemli destek sağlamaktadır. Ayrıyeten toplumsal katılımın en yoğun olduğu zamandır. Brezilyalı yerliler toplum içine dâhil olmak amacıyla çeşitli toplumsal alan oluşturmuş olan Rio Karnavalı’na katılırken, kendi ülke yurttaşları ve yabancı ülkelerden gelen kişilerle de kaynaşma fırsatı yakalamaktadırlar. Karnavalın, halkın geleneğini yansıtma maksatlı kutlanması esnasında gelen yabancı turistler, kültürel etkileşimin meydana gelmesini sağlamaktadırlar. Brezilya’nın serbest, rahat, açık ve bütün toplulukları kabullenici yapısı, bu karnavalın evrenselliği dolayısı ile ülkeyi ziyaret etmek amaçlı gelen turistlerin, yerliler ile etkileşimi sonucunda meydana gelen doğal bir getiridir (Tercan, 2016:74).

Her sene milyonlarca turisti ağırlayan Rio Karnavalı dünyaca ünlü, eğlencenin hat safhada olduğu bir karnavaldır. Öyle ki, Türkiye’deki sosyal yapıya çok uymamasına ve bir Hristiyan bayramı olmasına karşın fazla sayıda Türkün katıldığı bu festival, Türk erkeklerinin vefat etmeden evvel yapılacaklar listesinde bulunmaktadır. Bu açıdan Rio Karnavalı, kişileri ve ülkeleri olabildiğince tesiri altına alan global bir festival olmayı başarmıştır (Tercan, 2016:74).

Dünya üzerinde birden fazla şehir ya da ülke, isteyerek veya istemeyerek insanların belleklerinde olumlu veya olumsuz belli bir yerde bulunur. Paris’in, aşk ve romantizm; Milano’nun, moda; Rio de Janeiro’nun, eğlence; Barselona’nın, kültür veya Las Vegas’ın ise eğlence kenti olarak akıllara gelmesi, kentlerin kendilerini konumlandırmasıdır (Özkaynak, Ulusoy & Dönek, 2018:16). Etkinlikler, şehrin imajı üstünde etkin olan ve kişileri şehre çekme gücü olan bir etmendir. Örneğin; Almanya’nın “*Ekim Festivali*”, Brezilya’nın “*Rio Karnavalı*”, İngiltere’nin “*Wimbledon Tenis Turnuvası*” şehre fazla sayıda turist gelmesine katkı sunmaktadır (Kotler & Gertner, 2002:254-255; Özkaynak ve ark., 2018:17).

Faaliyetler, yalnızca bir varış yerine turist çekmek amacıyla hizmet etmemekte, aynı sürede ise sosyal kimliğin muhafaza edilmesi ve gelişimine de katkı yapmaktadır (Derrett, 2004; Karaca, Yıldırım & Çakıcı, 2017). Özel faaliyetler, turizm piyasasında talebi artırmak, turistlerin ilgilerini cezbetmek, imaj geliştirmek - markalaşmak için bir halkla ilişkiler aracı olarak değerlendirilmektedir. Özel faaliyetler hâlihazırda, bir varış yerinin fiziki - doğal niteliklerinin önüne geçmeye başlamıştır (Atak, 2009; Tayfun & Arslan, 2013). Hâlihazırda “*Berlin Film Festivali*”, “*Cannes Film Festivali*” ve “*Rio Karnavalı*” buldukları kenti dünya üzerinde bir marka haline getirmiş faaliyetlerdir (Derrett, 2004:39; Karaca, Yıldırım & Çakıcı, 2017:223). İspanya’daki “*Boğa Güreşleri ve Domates Festivali*”, Brezilya’daki “*Rio Karnavalı*”,

Fransa'daki “Cannes Film Festivali”, Paris, Londra, Milano “Moda Haftaları” gibi geniş ölçekte ve dünya çapında meşhur faaliyetler, enternasyonal basın tarafından ilgi ile takip edilmektedir (Atak, 2009:42; Tayfun & Arslan, 2013:194).

Aşırı turizm, artış gösteren ziyaretçi sayısına ilişkin olarak bölge üzerindeki hayat kalitesinin ve turizm deneyimi kalitesinin kötüleşmesini belirtmekte (Goodwin 2017; Baran & Sat 2019, 21) ve yeryüzünde en çok turist çeken Rio de Janeiro, Kaliforniya, Venedik, Hong Kong, Berlin ve Paris gibi şehirlerin bu sorunla karşılaştıkları ifade edilmektedir (Colomb & Novy, 2016; Baran & Sat, 2019:21). Rio de Janeiro şehrinin aşırı turizmle karşı karşıya kalmasıyla beraber burada bulunan yerel halkın yaşam kalitesi azalmaktadır. Aşırı turizmden dolayı kaynaklanan problemlerin yerel halkı olumsuz etkilediği, bu durum sonucunda da yerel halkın turistlere karşı ön yargılı ve olumsuz bir tutum içerisinde bulunabileceği düşünülmektedir. Aşırı turizmin olumsuz etkilerini ortadan kaldıran veya aza indiren plan ve uygulamalar, Rio de Janeiro şehrinin aşırı turizmden olumsuz etkilenmesini engelleyecek ya da azaltacaktır. Turistlerin ve yerel halkın birbirleriyle ilgili kişisel ve toplumsal ilişkileri, bir destinasyona yönelik talebin artması ya da azalması noktasında büyük önem arz etmektedir. Dolayısıyla destinasyon üzerindeki yerel halkın turistlere karşı bakış açıları, davranışları ve tutumları, turistlerin destinasyon tercihlerini ve memnuniyet – sadakatlerini olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilir. Bu durumun asla göz ardı edilmemesi ve konuya ilişkin olarak da yerel halkı bilgilendirici çalışmaların yaygınlaştırılması gerektiği söz edilebilir.

Rio Karnavalı'nda dikkat edilmesi gereken hususlar bulunmaktadır. Rio de Janeiro güzel bir kenttir fakat maalesef burada hırsızlık almış başını gitmiştir. Buraya gelip de soyulmayan kişi yok gibidir. Dolayısıyla soyulmamak için bu hususlara dikkat edilmesi gerekmektedir (Durmuş, 2020):

- Asla ve asla sokakta telefon ile oynanmamalıdır.
- Boyuna kamera asılarak gezilmemelidir.
- Telefon cepte değil çantada taşınmalıdır (çanta yoksa göbek kısmına sıkıştırılmalıdır).
- Çanta asla tek kola asılmamalıdır.
- Mümkünse fermuarlı şort / pantolon giyilmelidir.
- Tenha sokaklarda fazla oyalanılmamalıdır.
- Polisin olduğu her alanda güvende olunduğu unutulmamalıdır.
- Plajlarda denize girerken sahilde eşya bırakılmamalı, daima dikkatli olunmalıdır.

Rio Karnavalı esnasında turistlerin olumsuz durumlarla karşı karşıya gelmeleri, turistik memnuniyeti azaltmaktadır. Olumsuz durumlar, Rio Karnavalı'nın seyrine gölge düşürmektedir. Turistlerin olumsuz durumlarla karşılaşmamaları ya da daha az karşılaşmaları için dikkatli olmaları gerektiği öne sürülebilir.

4. RİO KARNAVALI'NIN TARİHÇESİNE İLİŞKİN BİLGİLER

Karnavalın kökeni Avrupa'daki pagan geleneklerine ve Katolikliğe değin gitmektedir. Karnaval, başlangıçta bir yemek festivali olarak düzenlenmekteydi (Sabah, 2020). Rio Karnavalı, 15. asırda Portekizliler tarafından tertip edilmeye başlanmıştır. İlk zamanları yoksul ve düşük gelire sahip insanların devam ettirdiği bir gelenek olsa da, bilhassa 20. asrın

ikinci yarısı itibarıyla dünya çapında ünlü hale gelmiş ve Rio de Janeiro şehrinin simgesel değerine dönüşmüştür (Rio Services, 2012; Tayfun & Arslan, 2013:194).

Karnavalın kaynağı, 15. asırda doğuda Portekiz'deki eğlence geleneğidir. 19. asrın ortalarında Rio sosyetesinde maskeli balolar popüler hale gelmiş; ancak fakir halk da kendini dışlamamış ve kendi grupları ile geçiş törenleri gerçekleştirmişlerdir. Hala tertip edilmekte olan festivalde Samba okulları karnavalda birinci olmak amacıyla yarışmaktadır. Bu amaç ile inşa edilen arena, 90.000 kişilik kapasiteye sahiptir. Yarışmalarda jüri; müzik, şarkı, ritim, dans, kıyafet ve öykü olarak hepsinden puan vermek durumundadır (Atak, 2009:44).

Karnavalın başladığı cuma günü, belediye başkanı “*King Momo*”yu taçlandırmakta ve kentin anahtarını ona vermektedir. King Momo, belediye başkanı tarafından saptanan bir kişidir. Kral Momo, Kral Momos ya da Kral Momus (İspanyolcada Rey Momo ya da Portekizcede Rei Momo), ilk sırada Brezilya ve Kolombiya olmak üzere birden fazla Latin Amerika festivalinde karnavalların kralı olarak kabul edilmektedir. Cuma günü anahtarları teslim alan Kral Momo, ataları gibi neşeli, tumbul bir kişidir ve bir taç taşımaktadır. Festival geçmişinin ise 1723 senesine dayandığı söylenmektedir. Esasen Brezilya’da her sene türlü karnavallar tertip edilmektedir; Rio Karnavalı ise bu karnavallar arasında en fazla bilineni ve en kalabalık olanıdır. Brezilya kültürünün aksettirildiği bu karnavallar, turizm için de önemli fırsat halini almıştır (Onedio, 2019).

Rio Karnavalı’nın tarihçesiyle ilgili olan bazı diğer bilgiler de şöyle açıklanabilir (Brazilian Tour, t.y.):

- Karnaval, hâlihazırda din adamları dışında uygulayanın çok olmadığı Hristiyanlık geleneklerinden, Paskalya Yortusu’ndan evvel 40 gün boyunca kırmızı et yenilmeyen bir çeşit oruç devri olan ve Latince ismiyle “*carne levare (etten mahrum kalmak)*” devrinin arifesinde gerçekleştirilen, esasen kilisenin karşı olduğu, putperestlik devrinden kalan bir gelenektir. Dindar Hristiyanların hâlihazırda karnaval kutlamalarına karşı çıkmalarına karşın sadece Brezilya’da değil Almanya (Münih - Fasching), Amerika (New Orleans - Mardi Gras) ve İtalya’da (Venedik Karnavalı) çeşitli niteliklerde de olsa olabildiğince yaygınlaşmıştır.
- Bu şenlik, bütün insanların ruhunda bulunan, sene süresince bastırılmış duygu - içgüdülerini dışa vurma gereksiniminden doğmaktadır. Neşe, arzular ve tutkular, bunların hepsi bir çeşit hayat sevinci ve eğlence kutlaması karışımından birleşmekte, bütünleşmektedir. Karnavalın, Romalılar devrinde ve muhtemelen daha evvelinde ilkbahar zamanında doğanın tekrardan canlanması şerefine gerçekleştirilen ilkel şenliklerden kaynaklandığı, yaygın bir inanıştır.
- Brezilya’da karnaval, her alanın niteliklerine uygun ve çeşitli biçimlerde bütün ülkeyi etkileyen bir şenliktir. Brezilya karnavalı, Portekizli denizcilerin keşifleri esnasında gördükleri ve yol üzerinden geçiş yapanların üstüne evlerden dışkı, pudra ve yumurtalar atılan eski bir Hindistan geleneğini 16. asırda kendi et yememe bayramı evveli maskeli şenlikleriyle birleştirmeleri ile başlamıştır. Karnaval devrinde gerçekleştirilen bir diğer eğlence de, yol üzerinden geçiş yapan herhangi bir talihsiz insanı yakaladıktan sonra elbiselerini çıkartmak, soğuk suya sokmak ve yeniden yola salıvermekti.
- 1904 senesine değin topluluğun düzenini bozduğu mucibiyle resmi olarak yasaklanmasına karşın 250 senedir çeşitli biçimlerde olsa da süregelen karnaval,

zenginlerin yoksullara mecburen yaptırdıkları pislik banyosuna artan itirazlar ile beraber 1870 - 1890 seneleri arasında, kulüplerde Venedik Karnavalı'ndan esinlenen maskeli balolar ve sokaklarda renkli elbiselerle gerçekleştirilen geçit törenleri yavaş yavaş bugünkü manada karnavala dönüşmüştür. 1890'lı senelerde "zenci kulüpleri"ne göz yumulması ile beraber yine aynı devirlerde Avrupalı göçmenlerin getirdikleri Polka ile Afrika ritimlerinin karışımından meydana gelen Samba'ya dönüşecek olan müzikler de bu şenliklerin bir parçası haline gelmeye başlamıştır.

- 1907 senesinde "Corso" ismi verilen ve otomobillerin resmigeçit gerçekleştirdiği gösteri, Rio Karnavalı'nın çehresini tümüyle değiştirmiştir. Her ne denli balo salonlarında gerçekleştirilen şenlikler zengin beyazlara çok sükse oluşturdu ise de çoğunluğu zenci ve melez olan yoksul halkın kendi müziklerini çalıp bu otomobillerin arkasından sokaklarda gezmesi bu şenliği dünya ölçeğinde ünlü bir halk şenliği haline getiren temel etken olmuştur. Samba, 1917 senesinde ilk kez bir müzik çeşidi olarak kabul edilmiştir ve ilk taş plak kaydı yapılmıştır. "Samba da Cidade Nova – Yeni Şehrin Sambası" isimli parça, her ne denli balo salonlarına uygun olsa da, sokaklarda dans etmek için çok yavaş bir ritme sahipti. Karnaval için bedeni fazla hareketli şekilde oynatan bir müzik gerekmektedir.
- 1927 senesinde bu müziği geliştirmeyi amaçlayan ve "Samba Hocası" olarak tanınan bir grup müzisyen, Estácio de Sá Mahallesi'nde hâlihazırda süren Samba ritmini bulmuşlardır ve böylelikle ilk samba okulunu kurmuşlardır. Onların ardı sıra birden fazla Samba okulu daha kurulmuştur. Zamanında büyük bir yenilik olan arabaların resmigeçidi, yerini renk renk süslenmiş ve yalnızca karnaval için hazırlanmış büyük arabalara bırakmıştır.
- 2. Dünya Savaşı senelerinde birkaç defa sansüre uğrayan karnaval şenlikleri hızını kesmemiştir ve 1960 senesinde Turizm Bakanlığı'nın karnaval şenliği için bilet satmaya karar vermesi ile sadece sevinç dolu Rio halkını değil, bütün yeryüzünü eğlendiren harika bir gösteri halini almıştır. 1965 senesinde resmigeçidin gerçekleştirilmesi için hususi olarak yapılan ve hâlihazırda da değerlendirilen Sambodrom'un açılışında bütün Samba okulları Rio de Janeiro'nun kuruluşunun 400'üncü senesini kutlamak için bu kenti konu edinen unutulmayan gösteriler yapmışlardır.
- O günden bu zamana kadar görülen en büyük değişiklik git gide gelişim gösteren teknolojinin de gösterilerin bir parçası haline almasıdır.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Brezilya denildiği zaman insanların zihinlerinde çoğunlukla; futbol, samba ve karnaval kavramlarının çağrıştığı düşünülmektedir. Bu düşünceden hareketle de; söz konusu kavramların ülke sınırlarını aşıp uluslararası alanda tanınır bir hale geldiği öne sürülebilir. Brezilya, dünya çapında bir üne sahip olmakta ve bu ünün elde edilmesinde Rio Karnavalı'nın da önemli bir payı bulunmaktadır. Rio Karnavalı, dünya çapında tanınan, renkli anlara sahne olan, turistik açıdan önemli getirileri olan bir etkinliktir ve zaman zaman bu etkinlik ile ilgili haberler medyada geniş yer bulmaktadır. Pek fazla turist katılım gösterdiği Rio Karnavalı, dünyanın önde gelen etkinlikleri arasında yer almaktadır ve katılımcılarına da unutulmaz bir eğlence yaşatmaktadır. Rio Karnavalı, Brezilya'nın Rio de Janeiro isimli kentinin markalaşması ve tanıtımı üzerinde önemli bir pay sahibidir. Rio Karnavalı denildiği zaman insanların zihinlerinde hemen Brezilya ülkesi ve Rio de Janeiro kenti canlanmaktadır. Bu

durumdan da anlaşılacağı üzere Rio Karnavalı'nın turistik çekim gücünün ve etkisinin oldukça yüksek olduğunu ifade etmek mümkündür. Görsel bir şölen havasında geçen Rio Karnavalı, gerek yöresel gerekse de ulusal açıdan büyük bir öneme sahiptir. Bu karnaval için yüksek yatırımlar yapılmaktadır. Bu karnavala ilişkin olarak; Rio de Janeiro kentinde yer alan yerel halkın turistlerle (yerli ve yabancı olmak üzere) kültürel ve turistik açılardan çeşitli etkileşimler yaşayabileceğini söylemek mümkündür. Rio Karnavalı, genellikle müzik ve dans eşliğinde kutlanmaktadır. Hareketli geçen ve çok renkli anlara sahne olan Rio Karnavalı'nın, bulunduğu kent ve ülkenin ekonomisine katkısı büyüktür. Rio de Janeiro destinasyonunun turizm konusunda kayda değer bir ivme kazanmasını sağlayan en önemli unsurlardan birinin Rio Karnavalı olduğu düşünülmektedir.

Çalışmanın sonucunda verilmesi önemli ve gerekli görülen öneriler şu şekildedir:

- Dünya üzerinde kutlanan festivaller arasında Rio Karnavalı gibi bazı festivallerin, ülke marka ve tanıtımlarına pozitif etkileri mevcuttur. Marka ve tanıtımların etkili bir şekilde yansıtılması açısından ülkeler kendisinin popüler festivallerinin mevcut ve muhtemel etkilerini aktif olarak değerlendirmesi gerekmektedir.
- Rio de Janeiro halkının Rio Karnavalı'na katılan turistlere yönelik olumlu veya olumsuz tutumlarının ne olduğu, bu durumun turistler ile ilgili iletişimlerini karşılıklı olarak nasıl etkilediği konusu üzerine teorik bir çalışma gerçekleştirilebilir.
- Rio de Janeiro'da turizmin daha fazla gelişebilmesi için alternatif turizm çeşitlerinin artırılması ve turistik ürün ve hizmetlerin fiyatlarında da indirim yapılması gerektiği düşünülmektedir.
- Rio Karnavalı esnasında turistlere karşı işlenen suçlar, oranları ve dağılımları üzerine sayısal verilere dayanan bir çalışma yürütülebilir.
- Rio Karnavalı'nda en fazla kullanılan renkler ve bu renklerin anlam ve öneminin tespit edilmesine yönelik bir araştırma yapılabilir.
- Rio Karnavalı'na ilişkin tanıtım faaliyetlerinin uluslararası düzeyde yeterli olup olmadığı yönetimler yoluyla araştırılabilir ve bu doğrultuda eksik görülen hususlarda gerekli tüm adımlar atılarak eksiklikler giderilebilir.
- Rio Karnavalı zamanı dışında kalan zaman dilimi içerisinde Brezilya'nın Rio de Janeiro kentine gerçekleştirilen ziyaretlerin Rio karnavalı ile olan bağlantısı incelenebilir. Bu sayede ise, Rio Karnavalı'nın Rio de Janeiro kentinin tanınırlığına olan etkisi ve kentin ziyaret edilme potansiyeli ortaya çıkartılabilir.
- Rio Karnavalı'nın kutlanmaya başlandığı ilk günden bu yana dek Rio de Janeiro kentine olan etkisini (ekonomik, sosyal, kültürel, turistik, altyapı ve üstyapı vb. gibi pek farklı yönlerden olmak üzere) ölçme adına bir çalışma yapılabilir.
- Rio Karnavalı ve Rio de Janeiro şehriyle özdeşleşen mottolar oluşturulabilir.
- Büyük çaplı etkinliklere ev sahipliği yapan ülkelerin siyasi ilişkileri de iyi olmalıdır. Siyasi ilişkilerin olumsuz olması turist akışının azalmasına veya tamamen ortadan kalkmasına sebebiyet verebilir.
- Rio Karnavalı'nın yapıldığı ülke, şehir ve bölgelerde, festivalin kutlandığı zaman dilimi içerisinde yerel halk üzerinde herhangi bir olumsuz durumun meydana gelip gelmediği ölçülebilir. Şayet herhangi bir olumsuz durum var ise, bu olumsuz durumun

ne kadar süre etkisi altında kaldığı ve günlük hayata olan etkilerini belirleme adına yerel halk üzerinde bir çalışma yapılabilir.

- Rio Karnavalı'na katılım amaçları üzerine kapsamlı bir araştırma yapılabilir. Bu sayede Rio Karnavalı'na katılım amaçları genel hatlarıyla belirlenerek, yapılan karnavalın hangi amaçlara hitap ettiği ortaya çıkartılabilir.

KAYNAKÇA

- AKOĞLAN KOZAK, M. & BAHÇE, O. (2012), *Özel İlgi Turizmi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- ALLEN, J., O'TOOLE, W., HARRIS, R. & MCDONNELL, I. (2002), *Festival and Special Event Management*. (Third Edition). Sydney: Australia.
- ALTINAY TEKNOLOJİ GRUBU. (t.y.), Rio De Janeiro. Erişim Adresi: <http://www.altinay.com/rio-de-janeiro/>, Erişim Tarihi: 03.09.2021.
- ARARGÜÇ, M. F. (2009), Festival, Cevizci, A. (Ed.), *Felsefe Ansiklopedisi Cilt 6* (s. 464 – 468). Ankara: Etabil.
- ARDAHAN, F. & ÇALIŞKAN, A. (2017), Bireyleri Spor Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması: RUNATOLIA'ya Örneği. *Journal of Human Sciences*, 14(2), 1405-1419.
- ATAK, O. (2009), *Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri Ve Önemi: Antalya Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- AVCI, E. (2011), *İzmir'in İnanç Turizmi Potansiyelinin Seyahat Acentaları Açısından Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi.
- AVCI, E., ÖZOĞUL, G. & YILDIZ, İ. (2016), Selçuk Efes Deve Güreşlerinin Festival Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi, *I. Uluslararası Devencilik Kültürü ve Deve Güreşleri Sempozyumu*, İzmir/Türkiye, 220-243.
- AXELSEN, M. & SWAN, T. (2010), Designing Festival Experiences to Influence Visitor Perceptions: The Case of A Wine and Food Festival, *Journal of Travel Research*, 49(4), 436–450.
- BABACAN, E. & GÖZTAŞ, A. (2011), *Etkinlik Yönetimi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- BARAN, N. & SAT, N. A. (2019), Sürdürülebilir Turizm Planlaması ve Yönetimi: GAP Turizm Master Planı'na Eleştirel Bir Bakış, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22 (1), 18-49.
- BEKAR, A., KOCATÜRK, E. & SÜRÜCÜ, Ç. (2017), Gastronomi Festivallerinin Algılanan Destinasyon İmajına ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Fethiye Yeşilüzümlü ve Yöresi Kuzugöbeği Mantar Festivali Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 28-36.
- BİLGİLİ, B., YAĞMUR, Ö. & YAZARKAN, H. (2012), Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma (Erzurum - Oltu Kırdag Festivali Örneği), *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 117-124.
- BLAIR, S. N., LAMONTE, M. J. & NICHMAN, M. Z. (2004), The Evolution of Physical Activity Recommendations: How Much is Enough?, *Am J Clin Nutr*, 79, 913-933.
- BOO, S. & BUSSER, J. (2006), Impact Analysis of A Tourism Festival on Tourist's Destination Images. *Event Management*, 9(4), 223-237.

- BRASILIAN TOUR. (t.y.), Rio Karnavalı – Tarihçe. Erişim Adresi: <https://www.brasiliantour.com/tr/turlar-oteller/rio-de-janeiro/rio-karnavali-tarihce>, Erişim Tarihi: 03.09.2021.
- CHACKO, H. E. & SCHAFFER, J. D. (1993), The Evolution of A Festival: Creole Christmas in New Orleans, *Tourism Management*, 14(6), 475 - 482.
- CHALİP, L. & GREEN, C. B. (2001), Event Marketing and Destination Image, *American Marketing Association Conference Proceedings*, ABI/INFORM Global, 12.
- COLOMB, C. & NOVY, J. (Eds.). (2016), *Protest and Resistance in the Tourist City*, London, UK: Routledge.
- CONGCONG, T. (2014), The Study of Festival Tourism Development of Shanghai, *International Journal of Business and Social Science*, 5(4), 52-58.
- ÇAKIR, M. (2009), Festival Turizmi, *TÜROFED Dergisi*, (29), 80-81.
- ÇOBAN, M. & SÜER, S. (2018), Destinasyon Markalaşmasında Festival Turizminin Rolü: Alaçatı Ot Festivali Üzerine Bir Araştırma, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(1), 58-67.
- DERRETT, R. (2004), Festivals, Events and The Destination, *Festival and Events Management: An International Arts and Culture Perspective.*: Ian Yeoman, Martin Robertson ve Jane Ali Knight (Amsterdam: Elsevier Butterworth Heinemanx), pp. 32-50.
- DOWNS, A. & ASHTON, J. (2011), Vigorous Physical Activity, Sports Participation, and Athletic Identity: Implications for Mental and Physical Health in College Students, *J Sport Behav*, 34, 228-249.
- DURMUŞ, E. (2020), Efsane Rio Karnavalı Hakkında Her Şey. *Yol Günlükleri*. Erişim Adresi: <https://yolgunlukleri.net/rio-karnavali-hakkinda-her-sey/>, Erişim Tarihi: 03.09.2021.
- ERCİYAS, N. & YILMAZ, İ. (2021), Gastronomi Turizminin Gelişiminde Gastronomi Festivalleri ve Türkiye'deki Mevcut Durum, *ART/icle: Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1), 91-108.
- fellik.net. (t.y.), Brezilya Rio Karnavalı, Dünyanın En Büyük Şovu! Erişim Adresi: <https://www.fellik.net/brezilya-rio-karnavali-dunyanin-en-buyuk-sovu/>, Erişim Tarihi: 03.09.2021.
- GETZ, D. & FRİSBY, W. (1988), Evaluating Management Effectiveness in Community - Run Festivals, *Journal of Travel Research*, 27(1), 22-27. doi:10.1177/004728758802700105.
- GETZ, D. (2007), *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*, Oxford, UK: Elsevier.
- GIBSON, J., CONELL, J., WAITT, G. & WALMSLEY, J. (2011), Gibson, C. ve Connell, J. (Eds.), *Festival Places: Revitalising Rural Australia (Vol. 27)*, Channel View Publications.
- GOODWIN, H. (2017), The Challenge of Overtourism, *Responsible Tourism Partnership Working Paper 4*.
- GÖKSU, N. F. (2015), *Etkinlik Yönetimi* (Ders Notu). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Lisans Tamamlama Programı.
- GRANT, D. & PALİWODA, S. (1998), Segmenting Alberta Arts and Festival Consumers, *Festival Management and Event Tourism*, 5(4), 207 - 220.

- GÜL, K., ERDEM, B. & GÜL, M. (2013), Yerel Festivallerin Etkinliğine Bağlı Ziyaretçi Kazanımları: Sındırgı Yağcıbedir Festivali Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 213-239.
- HUANG, J. Z., Lİ, M. & CAI, L.A. (2010), A Model of Community-Based Festival Image, *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 254-260.
- HUGHES, G. (1995), Authenticity in Tourism, *Annals of Tourism Research*, 22, 781 - 803.
- KARACA, O. B., YILDIRIM, O. & ÇAKICI, A. C. (2017), Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına Katılan Ziyaretçilerin Algı ve Memnuniyetleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(37), 222-239.
- KARAGÖZ, D. (2006), *Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- KENDİR, H., ARSLAN, E. & TÜRKMEN, F. (2019), Türk Dünyası'nda Nevruz (Yengi-Kün) Kutlamalarının Festival Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: Çimkent-Van Karşılaştırması, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2668-2684. DOI: 10.21325/jotags.2019.493.
- KİM, S. S., PRIDEAUX, B. & CHON, K. (2010), A Comparison of Results of Three Statistical Methods to Understand the Determinants of Festival Participants' Expenditures. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 297-307.
- KİM, S., CHOİ, S., AGRUSA, J., WANG, K. C. & KİM, Y. (2010), The Role of Family Decision Makers in Festival Tourism, *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 308-318.
- KOTLER, P. & GERTNER, D. (2002), County as Brand, Product, and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective, *Journal of Brand Management*, 9(4-5), 249-261.
- KOTLER, P., HAIDER, D. H. & REIN, I. (1993), *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*. New York, USA: The Free Press.
- KÖMÜRCÜ, G. B. (2013), *Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- KÖSE, M. (2018), Rio Karnavalı'nın Tarihçesi. Erişim Adresi: <https://www.makaleler.com/rio-karnavalinin-tarihcesi>, Erişim Tarihi: 04.05.2022.
- KURNAZ, A. & İŞLEK, E. (2018), Aşçılık Kültürünün Festival Turizmi Kapsamında Kullanılması: Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivali, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(Special Issue 3), 3-13.
- LEE, C. K., LEE, Y. K. & WICKS, B. E. (2004), Segmentation of Festival Motivation By Nationality and Satisfaction, *Tourism Management*, 25, 61-70.
- LOJİSTİK KULÜBÜ. (2003), Rio Karnavalı. Erişim Adresi: <https://www.lojistikkulubu.ist/rio-karnavali/>, Erişim Tarihi: 04.05.2022.
- LONG, P. T. & PERDUE, R. R. (1990), The Economic Impact of Rural Festivals and Special Events: Assessing The Special Distribution of Expenditures, *Journal of Travel Research*, 28(4), 10-14.
- MCDONNELL, I., ALLEN, J. & O'TOOLE, W. (1998), *Festival and Special Event Management*, Brisbane, Australia: John Wiley & Sons Australia Ltd.

ONEDİO. (2019), Dünyanın En Büyük ve Renkli Festivali Rio Karnavalı Hakkında Daha Önce Duymadığınız İlginç Bilgiler. Erişim Adresi: <https://onedio.com/haber/dunyanin-en-buyuk-ve-renkli-festivali-rio-karnavali-hakkinda-daha-once-duymadiginiz-ilginc-bilgiler-863919>, Erişim Tarihi: 03.09.2021.

ÖREN, V. E. & ŞAHİN, T. (2014), Alternatif Turizm Kapsamında Uşak - Ulubey Kanyonu'nun SWOT Analizi, *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 3(7), 1-14.

ÖZGÜREL, G., ALKAN, Ö. & OK, S. (2018), Datça Badem Çiçeği Festivali'nin Yöre Turizmine Olası Etkileri: Yerel Esnaf Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 8(2), 10-19.

ÖZGÜREL, G., RUHAN, A. & BİNGÖL, Z. (2015), Yerel Kalkınmada Bir Araç Olarak Festivaller: Munzur Kültür ve Doğa Festivali. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2, 113-121.

ÖZKAYNAK, M., ULUSOY, M. & DÖNEK, E. (2018), Şehir Markalaşmasında Tarihi Yapıların Rolü: Konya - Selçuklu Yapıları, *The Journal of International Scientific Researches*, 3(4), 14-30.

PASLI, M. M. & TURPCU, E. (2019), Festivallerin Ziyaretçi Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Giresun İli Aksu Festivali Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4), 2739-2757. DOI: 10.21325/jotags.2019.497

PENPECE, D. (2014), Festivallerin Pazarlanması: Türkiye'deki Uluslararası Festivaller Üzerinde Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 193-210.

PİRİNAR, I., KURTURAL, S. & TUTUNCUOĞLU, M. (2019), Festivals and Destination Marketing: An Application from İzmir City, *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 5(1), 9-14.

PRENTICE, R. (2003), Festival as Creative Destination. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 7-30.

RIO CARNIVAL. (2019), Rio De Janeiro Carnival Guide. <https://www.riocarnival.net/EN/EN/>, Erişim Tarihi: 25.03.2019.

RIO SERVICES. (2012), Rio Carnival, <http://www.riocarnival.net/>, Erişim Tarihi: 05.12.2012.

RIOCARNAVAL (2014), Rio Karnavalı Nedir?, <http://www.riocarnaval.org/tr/riocarnavali/nedir.html>, Erişim Tarihi: 24.03.2013.

RIVERA, M. A., HARA, T. & KOCK, G. (2008), Economic Impact of Cultural Events: The Case of the Zora Festival, *Journal of Heritage Tourism*, 3(2), 121-137.

SABAH. (2020), Rio Karnavalı Böyle Başladı! Erişim Adresi: <https://www.sabah.com.tr/galeri/dunya/rio-karnavali-boyle-basladi-1582610674/4>. Erişim Tarihi: 03.09.2021.

SAÇLI, Ç., ERSÖZ, B. & KAHRAMAN, C. Ö. (2019), Etkinlik Katılımcılarının Destinasyon İmajı Algılarının Tekrar Ziyaret Etme Eğilimleri Üzerine Etkisi: Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(1), 178-190.

SAĞLAMTAŞ, E. (2019), Kırsal Alanlarda Düzenlenen Yemek Festivallerinin Sosyal Boyutunun Algılanan Toplumsal Katkıya Etkisi: Yeşilüzümlü Kuzugöbeği Mantar Festivali Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi.

- SAHİLLİ BİRDİR, S. & BİRDİR, K. (2021), *Karnavala Katılım Öncesi ve Sonrası Destinasyon İmajı Algılarının Karşılaştırması*, *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 7(3), 274-284.
- SAHİLLİ BİRDİR, S., TOKSÖZ, D. & BAK, E. (2016), Karnavala katılım güdüleri: IV. Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı örneği, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 21-39.
- SERT, A. N. (2017), Yerel Halkın Festivallerin Başarı Faktörlerini Algılamalarına Yönelik Bir Çalışma: Beypazarı Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 29-44.
- STANKOVA, M. & VASSENSKA, I. (2015), Raising Cultural Awareness of Local Traditions Through Festival Tourism, *Tourism & Management Studies*, 11(1), 120-127.
- STATISTA. (2019), Number of Tourist Arrivals During Carnival Season in Rio De Janeiro, Brazil from 2017 to 2019 (in Millions). <https://www.statista.com/statistics/977203/number-tourists-carnival-brazil-rio-de-janeiro/>, Erişim Tarihi: 25.03.2019.
- SÜPER GEZİ. (t.y.), Brezilya'da Samba Zamanı: Rio Karnavalı. Erişim Adresi: <https://www.supergezi.com/festivaller/brezilya-da-samba-zamani-rio-karnavali-h61.html>, Erişim Tarihi: 04.05.2022.
- SÜSLÜ, C., ERYILMAZ, G. & DEMİR, E. (2019), Festival Turizminin Ekonomik Kalkınmaya Etkisi: Silifke Uluslararası Müzik ve Folklor Festivali, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1074-1090.
- ŞENGÜL, S. & GENÇ, K. (2016), Festival Turizmi Kapsamında Yöresel Mutfak Kültürünün Destekleyici Ürün Olarak Kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali Örneği, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 79- 89.
- TAYFUN, A. & ARSLAN, E. (2013), Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 191-206.
- TERCAN, C. (2016), *Topluma Katılım Aracı Olarak Dans*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi.
- THE RIO TIMES. (2017), Brazil Reports Surge in 2017 Carnival Tourism Attendance, <https://riotimesonline.com/brazilnews/rio-business/brazil-registers-surge-in-2017-carnival-attendance/>, Erişim Tarihi: 25.03.2019.
- THRANE, C. (2002), Jazz Festival Visitors and Their Expenditures: Linking Spending Patterns to Musical Interest. *Journal of Travel Research*, 40(3), 281-286.
- TOKSÖZ, D., BAK, E. & BENLİ, S. (2014), Mega ve Özellikli Spor Etkinliklerinin Dünyadan ve Türkiye'den Örneklerle Benzerlik ve Farklılıkları, 4. *Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, Hatay.
- TOLAN, S. (2014), *Spor Endüstrisinde Etkinlik Pazarlaması: Galatasaray Spor Kulübü Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Maltepe Üniversitesi.
- TURAN, S. (2019), Kutsal Aptallık ve Aptallar Festivali - Orta Çağ'da Bir Dini Festivalin Betimsel Analizi, *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18(36), 557-582.
- TURİZM TATİL SEYAHAT. (t.y.), Brezilya'nın Dünyaca Ünlü Rio Karnavalı Yaklaşıyor. Erişim Adresi: <https://www.turizmtatilseyahat.com/brezilyanin-dunyaca-unlu-rio-karnavali-yaklasiyor/>, Erişim Tarihi: 04.05.2022.

TÜMBEK TEKEOĞLU, A. N. & GÖKSEVEN, K. (2019), Bir Şehrin Festivaller İle Markalaşması ve Pazarlanması Olarak Adana'nın İncelenmesi, *Turan: Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 11(42), 345-357.

UM, S. & CROMPTON, J. L. (1990), Attitude Determinants Intourism Destination Choice. *Annals of Tourism Research*, 17, 432-448.

UYSAL, M. & GİTELSON, R. (1994), Assessment of Economic Impacts: Festivals and Special Events. *Festival Management & Event Tourism*, 2(1), 3-9.

VAN DE WAGEN, L. (2005), *Event Management: For Tourism, Cultural, Business and Sporting Events* (2nd Ed.), Frenchs Forest, Australia: Pearson Education Australia.

WALO, M., BULL, A. & GREEN, H. (1996), Achieving Economic Benefits at Local Events: A Case Study of A Local Sport Event, *Festival Management & Event Tourism*, 4(3/4), 95-106.

YETGİNER, S. (2019), *Alternatif Turizm Kapsamında Festival Turizminin Yerel Halk Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Edremit Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi.