

**As construções simbólicas do desfile das escolas de samba:  
Espaço de inter-relação entre a hospitalidade e o Turismo<sup>1</sup>**

Fernando Estima de Almeida<sup>2</sup> - Centro Universitário SENAC-SP  
Maristela de Souza Goto Sugiyama<sup>3</sup> - Centro Universitário SENAC-SP

**Resumo**

O presente trabalho estuda as inter-relações envolvendo as construções simbólicas e manifestações culturais nos desfiles das escolas de samba, com foco no Sambódromo do Rio de Janeiro – RJ, Brasil. Apresenta o desfile das escolas de samba como manifestação da cultura popular e suas transformações. Identifica os diversos fenômenos de comunicação relacionados com o turismo, hotelaria, que acontecem no sambódromo e no entorno, durante os ensaios e desfiles de carnaval, analisa o sambódromo como espaço de hospitalidade e/ou hostilidade, descrevendo-o como um dos palcos relacionados com o imaginário dos estrangeiros sobre o Brasil e o Carnaval.

**Palavras-Chave:** Turismo; Construções simbólicas; Escolas de Samba

**1 Introdução**

O principal objetivo deste trabalho é refletir sobre quais são as construções simbólicas que podem ser identificados no desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro, no Brasil, e como são as relações entre os diversos elementos que compõem este complexo sistema de entretenimento. Este trabalho estuda as inter-relações envolvendo a comunicação, as manifestações culturais, o entretenimento e a mídia no Sambódromo do Rio de Janeiro. Os objetivos específicos são: averiguar as contradições (neste espaço de entretenimento), estudar o desfile das escolas de samba

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT 09 “Turismo e Construções Simbólicas” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006.

<sup>2</sup> Mestre pelo Programa de Estudos em Hospitalidade na Universidade Anhembi Morumbi sob orientação do Prof<sup>o</sup> Dr. Waldir Ferreira. Docente e pesquisador do Centro Universitário SENAC-SP [fernando.ealmeida@sp.senac.br](mailto:fernando.ealmeida@sp.senac.br)

<sup>3</sup> Mestre pelo Programa de Estudos em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi sob orientação da Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Ada de F. M. Dencker. Docente e pesquisadora do Centro Universitário SENAC – SP [maristela.sgsugiyama@sp.senac.br](mailto:maristela.sgsugiyama@sp.senac.br)

do Rio de Janeiro como manifestação da cultura popular e suas transformações (a partir da inauguração do Sambódromo), identificar os diversos fenômenos relacionados com o turismo, hotelaria e entretenimento o que acontecem no sambódromo e no seu entorno, (durante os ensaios e desfiles de carnaval), analisar o sambódromo como espaço de hospitalidade/hostilidade, descrever o sambódromo carioca como um dos espaços relacionados com o imaginário dos estrangeiros sobre o Brasil e o Carnaval.

O Carnaval das Escolas de Samba do Rio de Janeiro é um dos espetáculos mais grandiosos do planeta. O evento acontece na Passarela do Samba Professor Darcy Ribeiro no Rio de Janeiro, que é conhecida como Sambódromo, situada na Rua Marques de Sapucaí. Esse espaço foi inaugurado em 1984 e tem 650 metros de comprimento e capacidade para 88.500 pessoas.

O evento atrai centenas de turistas brasileiros e estrangeiros para a cidade e é um dos maiores responsáveis pela imagem do Brasil no Exterior. É um fenômeno de comunicação de massa, que conta com a transmissão da TV Globo para todo o Brasil, além de comercialização das imagens para mais de 40 países. Concomitantemente, o evento é uma manifestação da cultura popular brasileira, com uma produção de fantasias, alegorias de maneira artesanal, com música/dança, intrinsecamente relacionadas com a cultura brasileira. O espetáculo também é uma grande forma de entretenimento para os que desfilam nas Escolas de Samba, aproximadamente 50 mil pessoas, aqueles que assistem ao espetáculo no sambódromo, (cerca de 90 mil pessoas por noite) e para cerca de 500 mil pessoas que acompanham o evento nas cercanias. Esta contradição entre apropriação e resistência é latente no evento. Assim como o diálogo do espetáculo com a diversidade cultural do povo brasileiro

O Brasil é um dos países do mundo que apresenta uma das maiores diversidades culturais, gerada pela intensa imigração (e no caso da raça negra imigração forçada pelas injustiças da escravidão) No Carnaval, especificamente no desfile das Escolas de Samba do Rio Janeiro, acontece uma alegoria sobre a exclusão ou inclusão cultural. O evento traz as relações entre os diversos elementos que compõem este complexo sistema: um espaço de inclusão à medida que o pobre se mistura com o rico para manifestarem juntos a sua emoção na passarela enquanto desfilam, sem que

ninguém se preocupe com a sua classe ou posição social. Em um espaço de exclusão já que a grande maioria dos espectadores, dentro do Sambódromo, são pessoas que têm condições financeiras para estarem ali. Um evento cuja inclusão e a exclusão, estão presentes a todo tempo, desde as diferenças entre as pessoas que estão no espaço seja para desfilar, para assistir do lado de dentro ou de fora ou até mesmo para trabalhar. E o fenômeno tem uma relação intrínseca com a comunicação e principalmente com a comunicação de massa. O desfile, no formato que acontece hoje nasceu da idéia do jornalista, Mario Filho, do Jornal O Mundo Sportivo de 1932. E desde então vem recebendo cobertura da mídia e acompanhado a transformação dos veículos de comunicação, jornais, revistas especializadas em entretenimento, emissoras de rádio, sites e principalmente da televisão, que paga o maior valor pelos direitos autorais da cobertura do evento.

## **2 O carnaval**

Dez mil anos antes de Cristo, homens, mulheres e crianças se reuniam no verão com os rostos mascarados e os corpos pintados para espantar os demônios da má colheita. As origens do carnaval têm sido buscadas nas mais antigas celebrações da humanidade, tais como as Festas Egípcias que homenageavam a deusa Isis e ao Touro Apis. Os gregos festejavam com grandiosidade nas Festas Lupercais e Saturnais a celebração da volta da primavera, que simbolizava o Renascer da Natureza. Mas num ponto existe concordância, as grandes festas como o carnaval estão associadas a fenômenos astronômicos e a ciclos naturais. O carnaval se caracteriza por festas, divertimentos públicos, bailes de máscaras e manifestações folclóricas. Na Europa, os mais famosos carnavais foram ou são: os de Paris, Veneza, Munique e Roma, seguidos de Nápoles, Florença e Nice (Retirado de <<http://www.fundaj.gov.br>> acessado em 24/10/2006).

Os Desfiles das Escolas de Samba das cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro, no período de carnaval são uma das maiores manifestações da cultura popular do Brasil. E os cenários onde eles acontecem são espaços de entretenimento e celebração. O evento, conhecido como o maior espetáculo da Terra, atrai turistas, colabora para a ocupação dos meios de hospedagem, arrecada impostos para o destino e contribui para a

construção de imagens e imaginários sobre o brasileiro. Também é um complexo fenômeno de comunicação, que abriga elementos relacionados com a comunicação oral, como a música, canto e ritmo, a comunicação não verbal, a dança, os gestos e principalmente com a comunicação visual (fantasias, adereços, alegorias e carros alegóricos). A transmissão do desfile pela televisão, para todo o país e mais de 40 emissoras de televisão de todo o mundo suscita estudos relacionados com a comunicação de massa. O evento possibilita também pesquisa sobre o mercado publicitário segmentando nos produtos de verão. A relação dos Desfiles das Escolas de Samba com o turismo e hotelaria passa necessariamente por uma visão da interferência do Estado nesse processo. Para entender como acontece esta interface e preciso voltar na história e resgatar a origem do Carnaval no Brasil.

O carnaval foi chamado de Entrudo por influência dos portugueses da Ilha da Madeira, Açores e Cabo Verde, que trouxeram a brincadeira de loucas correrias, melamele de farinha, água com limão, no ano de 1723, surgindo depois as batalhas de confetes e serpentinas. No Brasil o carnaval é festejado tradicionalmente no sábado, domingo, segunda e terça-feira anteriores aos quarenta dias que vão da quarta-feira de cinzas ao domingo de Páscoa. Na Bahia é comemorado também na quinta-feira da terceira semana da Quaresma, mudando de nome para Micareta. Esta festa deu origem a várias outras em estados do Nordeste, todas com característica baiana, com a presença indispensável dos Trios Elétricos e são realizadas no decorrer do ano; em Fortaleza realiza-se o Fortal; em Natal, o Carnatal; em João Pessoa, a Micarora; em Campina Grande, a Micarande; em Maceió, o Carnaval Fest; em Caruaru, o Micarú; em Recife, o Recifolia, etc. (Retirado de <<http://www.fundaj.gov.br>> acessado em 24/10/2006).

Hiram Araújo é historiador e suas pesquisas apontam o ano de 4.000 a.C. com a descoberta da agricultura pelos egípcios e do início das festas agrárias dos povos primitivos como uma origem histórica do Carnaval. Também é possível perceber, em várias culturas milenares, movimentos que são semelhantes a festa do Carnaval, como conhecemos no mundo contemporâneo. Um bom exemplo disso são as Dionísias Gregas e as Saturnálias Romanas, nestas festas, segundo a mitologia greco-romana os Deuses Dionísio e Baco desciam a terra para promover orgias e celebrações, onde o culto ao sexo e ao vinho eram os pontos altos. O fenômeno foi censurado pelo cristianismo e posteriormente absolvido pela igreja católica, que relacionou a festa a

seus rituais, introduzindo inclusive a questão da quaresma, precedida de grandes banquetes gastronômicos.

As origens do carnaval são obscuras e longínquas. Sua memória vem do inconsciente coletivo dos povos. Não temos como comprovar cientificamente o nascimento do Carnaval, entretanto, baseados em pesquisas da história da evolução do homem, deduzimos que os primeiros indícios, do que mais tarde se chamaria Carnaval, surgiram dos cultos agrários, ao tempo da descoberta da agricultura. (ARAÚJO, 2003, p. 3)

Outra vertente importante para a compressão das questões envolvendo o carnaval brasileiro é o samba. Os negros, trazidos como escravos, no Brasil Colônia trouxeram nos navios negreiros, uma dança conhecida na África, denominada “Semba”, que era constituída de uma roda com instrumentos de percussão, onde homens e mulheres dançavam, com requebros e umbigadas. Estas manifestações culturais sobreviveram aos maus tratos das senzalas e aportou no Rio de Janeiro.

De Origem africana, mais precisamente da região de Angola e do Congo, o lundu foi trazido para o Brasil pelos escravos bantos no fim do século XVIII. Caracteriza-se pelo canto e pela dança em que o alteamento dos braços, com o estalar dos dedos, e a umbigada – encontro de umbigos dos homens e das mulheres – são acompanhados por palmas. (DINIZ, 2006, p. 18)

Com a chegada da Família Real, em 1808, o Rio de Janeiro sofre um fenômeno vertiginoso de crescimento da sua população, no início do século XIX somava mais de meio milhão de habitantes. A cidade estava consolidada com um centro político-econômico, social e cultural do país. Neste cenário já podem ser observados o entrudo (uma brincadeira importada da Europa, onde os participantes jogavam água entre outras coisas um nos outros para comemorar o carnaval) e os desfiles dos corsos (desfile de carros) e as grandes sociedades (desfiles de carros alegóricos). Paralelamente os negros praticam cultos que eram proibidos pelo Estado e para disfarçar sua crença transformam as rodas de candomblé em rodas de samba. Estas reuniões aconteciam no centro da cidade, mais precisamente na Praça Onze, nas casas das velhas mães de santos, como a Tia Ciata.

Foi no carnaval de 1907 que, pela primeira vez, se pôde ver no Rio de Janeiro o desfile de foliões em carro aberto. E o automóvel que inaugurou essa prática, que se estenderia por mais de 20 anos, foi exatamente o do Palácio Presidencial, transportando as filhas do presidente Afonso Pena. (VALENÇA, 2003, p. 35)

O desfile das Grandes Sociedades, Ranchos e Blocos mais a resistência da cultura negra, com seus batuques e crenças é o embrião do desfiles das escolas de Samba. A primeira escola de Samba foi a Deixa Falar (Hoje GRES Estácio de Sá) do bairro do Estácio, criada por Sambistas reunidos nas ruas do bairro, perto de um grupo escolar. Quase que concomitantemente surgiram outras agremiações como a Vai Como Pode (hoje a Portela) e o Arengueiros (hoje a Mangueira). Todas elas formadas por grupos de amigos, que desejavam brincar o carnaval.

O primeiro desfile oficial das Escolas de Samba, como concurso, foi criado por Mário Filho, no Carnaval de 1932, promovido pelo jornal Mundo Sportivo. O jornalista criou as regras para o concurso e pensou nos jurados. Esta atitude já é um embrionário de um fenômeno que atinge o espetáculo até os dias de hoje, o aprisionamento desta manifestação cultural pelo Estado.

Os primeiros passos para O carnaval Oficial aconteceram em 06 de setembro de 1934, com a intervenção no nome das escolas, que foram obrigadas a acrescentar aos seus títulos a sigla GRES (Grêmio Recreativo Escola de Samba), abandonarem a cercanias da Praça Onze e desfilarem em um lugar mais amplo e espaçoso.

O carnaval de rua manteve suas tradições originais na região Nordeste do Brasil. Em cidades como Recife e Olinda, as pessoas saem as ruas durante o carnaval no ritmo do frevo e do maracatu.

Na cidade de Salvador, existem os trios elétricos, embalados por músicas dançantes de cantores e grupos típicos da região. Na cidade destacam-se também os blocos negros como o Olodum e o Ileyaê, além dos blocos de rua e do Afoxé Filhos de Gandhi.

Independente de onde o carnaval aconteça se nas ruas das cidades, nos sambódromos ou nos clubes, o que se pretende apontar com essa pesquisa é o local de convivência entre as pessoas num evento mundialmente conhecido, que atrai pessoas de todos os lugares, de diferentes raças, credos e situações financeiras.

“Hospitality Center” é uma terminologia usada, recentemente, por profissionais de marketing, relações públicas e organizadores de eventos para designar um espaço (físico ou não) que convidados são recebidos e podem desfrutar, com conforto de uma atração. Neste espaço também são distribuídos informações e brindes, com objetivo de fixar a marca do patrocinador do espaço. É uma junção de camarote, com sala de imprensa e lounge<sup>4</sup> e tem sido muito usado em eventos.

Uma definição de hospitalidade escrita por Camargo, é apropriada como referencial teórico para a discussão proposta nesta pesquisa:

A hospitalidade é um processo de comunicação interpessoal, carregado de conteúdos não-verbais ou de conteúdos verbais que constituem fórmulas rituais que variam de grupo social para grupo social, mas que no final são lidas apenas como desejo/recusa de vínculo humano. De que maneira entender as expressões olá, como vai?, alô, tudo bem? ou o mais econômico e simples gesto de menear e abaixar a cabeça em reverência ao estranho. (CAMARGO, 2004. p.31)

Camargo, explica que, além das expressões a hospitalidade pede um cenário para ser exercido um ritual de hospitalidade.

Os rituais da hospitalidade ganham, assim, força explicativa, ancestral até mesmo em relação às sociedades humanas, a de minimizar ou, quem sabe até, de eliminar não a agressividade, mas a possibilidade de a agressividade dos indivíduos desandar em hostilidade. Este é o primeiro significado ético do ritual. (CAMARGO, 2004. p.33)

Para receber pessoas tão diferentes num mesmo lugar, os organizadores separam o público por valor de convite, incluindo os famosos camarotes freqüentados por pessoas de alto poder aquisitivo, os camarotes patrocinados por empresas que é freqüentado pelos seus convidados incluindo artistas, até as arquibancadas. Cada ambiente é cuidadosamente preparado para receber o público nacional e internacional.

Hospitalidade definido por Camargo é:

(...) o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu hábitat natural. (CAMARGO, 2004)

---

<sup>4</sup> *Loungue* – sala de estar para receber convidados

O quadro abaixo demonstra as categorias de hospitalidade relacionadas com os atos de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter.

Quadro 1 - Os tempos/espços da hospitalidade humana

| Categories | Recepcionar   | Hospedar  | Alimentar                                   | Entreter   |
|------------|---|---|---|--|
| Doméstica  | Receber pessoas em casa, de forma intencional ou casual.            | Fornecer pouso e abrigo em casa para pessoas.       | Receber em casa para refeições e banquetes. | Receber para recepções e festas.                   |
| Pública    | A recepção em espaços e órgãos públicos de livre acesso.            | A hospedagem proporcionada pela cidade e pelo país. | A gastronomia local.                        | Espaços públicos de lazer e eventos.               |
| Comercial  | Os serviços profissionais de recepção.                              | Hotéis, Hospitais e casas de saúde, Presídios.      | A restauração.                              | Eventos e espetáculos<br>Espaços privados de lazer |
| Virtual    | A net-etiqueta do enviar e receber mensagens por meios eletrônicos. | Sites e hospedeiros de sites.                       | A gastronomia eletrônica.                   | Jogos e entretenimento.                            |

Fonte: CAMARGO in Dencker e Bueno (2003, p. 19)

É possível relacionar os aspectos da hospitalidade comercial e o Carnaval, com as definições sugeridas por Camargo. Recepcionar – “O anfitrião profissional típico, das sociedades modernas e pós-modernas, que não necessariamente recebe por prazer, mas segue as leis de satisfação do hóspede”. Aqui o domínio dos recintos em que esse abrigo e segurança ao hóspede são proporcionados com base na remuneração do serviço. Exemplo que pode ser visto nos camarotes das celebridades, onde são servidos o tempo todo pratos diferentes e bebida a vontade.

Para esclarecer esta relação da hospitalidade com os axiomas da comunicação segue a a Figura 1:



Figura 1 – Processo comunicacional

Dumazedier (in Rabaça e Barbosa), em conceito sociológico, destaca que:

(...) o papel decisivo da comunicação é a transmissão de significados entre pessoas no processo de inserção e integração do indivíduo na organização social. Nessa perspectiva, a comunicação funciona como instrumento das relações sociais, desencadeando o fluxo interativo e num outro prisma é preciso entendê-la como determinante da própria interação, constituindo uma necessidade social, básica nos dias de hoje. (RABAÇA e BARBOSA, 2001. p. 158)

A comunicação, a hospitalidade e a diversidade têm semelhanças na sua natureza, objeto, meio e fim. Dumazedier, sociólogo francês que mais teve influência no Brasil nos estudos do lazer, define o termo como:

Conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou ainda para desenvolver sua formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora, após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.

Marcellino, sociólogo brasileiro, professor e pesquisador da UNIMEP diz que lazer é:

Cultura vivenciada (praticada ou fruída) no tempo disponível. O traço definidor é o caráter desinteressado desta vivência. Não se busca, fundamentalmente outra recompensa além da satisfação provocada pela situação. A disponibilidade de tempo significa possibilidade de opção pela atividade prática ou contemplativa. (MARCELLINO, 1987. p. 31)

Na sociedade contemporânea os eventos estão em toda parte e esta não é só uma expressão. A revista Exame fez uma edição especial, intitulada Exame São Paulo, parte integrante da revista Exame, 738 sobre a área de eventos, onde o presidente do São Paulo Convention & Visitors Bureau afirma que a cidade realiza nove eventos por hora, ou seja, a cada sete minutos ocorre um evento em algum lugar da grande São Paulo. Os dados também são motivadores quando se trata de geração de emprego os números apontam o setor como responsável por mais de 430.000 empregos na região metropolitana na cidade.

Revista Exame (02.03.2005) traz o assunto sobre entretenimento como uma revolução nos negócios:

Poucos segmentos empresariais na história tiveram importância parecida. Segundo especialistas, há vários sinais de se está testemunhando o nascimento de uma indústria capaz de rivalizar com a automobilística em importância e poderio econômico. Segundo um levantamento da consultoria PricewaterhouseCoopers, a indústria em questão, a do entretenimento, faturou no ano passado 1,3 trilhão de dólares. Nesse patamar, já é maior que a indústria bélica e equivale à indústria automobilística e à de telecomunicações. Entre os grandes ramos industriais, perde apenas para a saúde e o petróleo. Nos Estados Unidos, os gastos com entretenimento consomem 5,4% do orçamento doméstico à frente de itens vestuário (5,2%) e saúde (5,25%). Segundo o mesmo estudo, em 2008 o negócio do entretenimento deve chegar ao 1,8 trilhão de dólares. Projeta-se uma taxa de crescimento anual de 6,3% superior ao esperado para a economia como um todo. Segundo um dos maiores especialistas no assunto, o consultor Michael Wolf, estamos entrando na 'economia do entretenimento', em função da sua dimensão. (EXAME, 2005)

Meirelles, traz a seguinte definição de evento:

Evento é um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, idéias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia (MEIRELLES, 1999).

Além de uma gama muito grande de definições, os eventos também são reivindicados por várias áreas: relações públicas, egressos das faculdades de turismo e hotelaria, administradores e organizadores de eventos, profissionais de promoção e marketing. Canton define que:

Evento vem ampliar as possibilidades do entretenimento, das atividades lúdicas que, por diversos e mais variados métodos, tendem para a integração social. Os eventos servem de elo entre indivíduo e a realidade interior e entre a relação do indivíduo com a realidade externa ou compartilhada. Nesse aspecto, hoje os eventos organizados são verdadeiros panos de fundo para o mundo da magia, da fantasia, do novo, do surpreendente. (CANTON, 2002)

Dependendo da formação, área de atuação e interesse a definição de evento pode encontrar maior ressonância. Sobre o carnaval, os pesquisadores Sérgio Cabral, em seu livro *As Escolas de Samba do Rio de Janeiro* e Hiram Araújo, em *Carnaval: Seis Mil Anos de História*, definem o carnaval das escolas de samba do Rio de Janeiro, como um dos maiores espetáculos da terra. Mas este não é um fenômeno simples. Maria Laura Viveiros de Castro, na tese *Onde a Cidade Se Encontra – O desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro*, faz as seguintes considerações a respeito do desfile:

Como todas as formas rituais e dramáticas, o desfile expressa a consciência profunda do aqui e agora é a celebração alegre dos limites: viva o corpo, a matéria, o pecado, a finitude. O desfile, festa espetacular, combina diferentes registros de experiência sensorial, articula de forma tensa e dinâmica, formas distintas de participação coletiva: aquelas trazidas pelo canto, pelo ritmo e pela dança, sintetizados na categoria samba, e aquelas trazidas pela característica plástica das alegorias e fantasias, sintetizadas na idéia de visual. O desfile é o ritual de uma grande cidade.

Os desfiles das escolas de samba se tornaram jogos – no sentido da competição que os envolve – com movimentos coreográficos e cronometrados (com tempo marcado, sem direito a prorrogação). E hoje considerados um fenômeno da comunicação de massa. As escolas de samba estão diferentes, pois como fenômeno social acompanha as mudanças da sociedade, mas continuam com um núcleo comum: serem canalizadoras de momentos de inter-relação entre a hospitalidade, diversidade, turismo e comunicação..

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Hiram. Carnaval: seis milênios de história. Rio de Janeiro: Gryphus, 2003.

CAMARGO, Luiz Octavio de Lima. Hospitalidade. São Paulo: Aleph, 2004.

CANTON, Antonia Marisa. Eventos ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro setor. São Paulo: Roca, 2002.

DENCKER, Ada de F. M.; BUENO, Marielys S. (orgs.). Hospitalidade: cenários e oportunidades. São Paulo: Thomson, 2003.

\_\_\_\_\_; DA VIÁ, Sarah Chucid. Pesquisa empírica em ciências humanas: com ênfase em comunicação. São Paulo: Futura, 2001.

FERREIRA, Felipe. Inventando carnavais: o surgimento do carnaval carioca no século XIX e outras questões carnavalescas. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

\_\_\_\_\_. O livro de ouro do carnaval brasileiro. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

LIMA, Claudia M. de Assis Rocha. História do carnaval. Retirado do site <<http://www.fundaj.gov.br>> acessado em 24/10/2006.

MAGALHÃES, Rosa. Fazendo carnaval: the marking of carnival. São Paulo: Lacerda, 1997.

MEIRELLES, Gilda Fleury. Tudo sobre eventos: o que você precisa saber para criar, organizar e gerenciar eventos que promovem sua empresa e seus produtos. São Paulo: Editora STS, 1999.

MORAES, Eneida de. História do carnaval carioca. Rio de Janeiro: Record, 1987.

RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo Guimarães. Dicionário de comunicação. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

VALENÇA, Rachel. Carnaval: para tudo se acabar na quarta-feira. Rio de Janeiro: Coleção Arenas do Rio. RioArte e Relume-Dumará Editores, 2003.