

UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO “PROF. JOSÉ DE SOUZA HERDY”
UNIGRANRIO

ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Programa de Pós Graduação em Administração - PPGA

Mestrado em Administração

Vanessa Houtet Feitosa

**A CONTRIBUIÇÃO DAS ESCOLAS DE SAMBA COMO UM INDUTOR
ECONÔMICO PARA O TURISMO NO RIO DE JANEIRO.**

Rio de Janeiro

2020

UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO “PROF. JOSÉ DE SOUZA HERDY”
UNIGRANRIO

ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Programa de Pós Graduação em Administração - PPGA

Mestrado em Administração

Vanessa Houtet Feitosa

**A CONTRIBUIÇÃO DAS ESCOLAS DE SAMBA COMO UM INDUTOR
ECONÔMICO PARA O TURISMO NO RIO DE JANEIRO.**

Dissertação apresentada à Universidade do Grande do Rio “Prof. José de Souza Herdy” como parte dos requisitos parciais para obtenção do título de Mestre em Administração,

Orientadora: Profa. Dra. Deborah Moraes Zouain.

Área de Concentração: Estratégia

Rio de Janeiro

2020

*Nilopolitano em romaria
A fé me guia! A fé me guia!*

(BEIJA-FLOR, 2020).

AGRADECIMENTOS

Dedico este projeto e agradeço a Deus em primeiro lugar, autor da minha vida, provedor maior de todas as minhas necessidades, que me permitiu e me ajudou chegar até aqui, mesmo em meio às lutas e tropeços, se fez presente de diversas formas, não me abandonou, e quando não tive forças para levantar e prosseguir, ainda assim me fez observar as belezas no caminho. A Ele rendo toda honra e glória!

A minha mãe Saray Houtet, que desde o meu nascimento é a minha maior inspiração de força, resiliência e amor. A minha avó Maria do Socorro Bezerra, por sua doçura e carinho com que sempre me amou. A minha madrinha Rosana Paranhos, por todo apoio e carinho que me cercam desde a infância e até o momento em que embarquei nesta aventura acadêmica. A minha irmã Bruna Houtet, que me apoia e me cuida, que não mede esforços para me ajudar quando preciso.

Ao meu melhor amigo Rodrigo Lino, que acreditou em mim muito antes de eu mesma o fazê-lo, por sua causa ingressei neste mestrado, com seu apoio fraternal e também seus conhecimentos acadêmicos aprendi bem mais do que imaginei. Obrigada por ser meu amigo, meu irmão e professor nesta vida. A minha amiga Dayana Loureiro, que cruzou meu caminho durante a graduação, e se tornou uma grande amiga, um exemplo de força e superação.

A toda a família Beija-Flor por fazer parte significativamente desta minha etapa de vida, me ensinando e me apoiando no dia-a-dia, sem dúvidas esta é mais que uma escola de samba, é uma escola de vida!

A minha Professora e Orientadora Deborah Zouain, por todo ensinamento, esforço, compreensão e apoio dedicados a mim neste projeto e durante todo caminho percorrido neste mestrado. Ao Professor Sérgio Wanderley, pelo incentivo à minha primeira publicação científico-acadêmica, seus ensinamentos em sala de aula me acompanharão por toda a vida. Às minhas colegas de turma, Laura de Carvalho, Vanessa Lacerda, Gabriela Pinheiro, Juliana de Barros, Daniela Longobucco, Flora Bittencourt e Rita Ribeiro por todo o carinho, aconselhamentos, e momentos de confraternização durante este curso, lembrarei de vocês com amor. A instituição Unigranrio, por proporcionar excelentes conhecimentos acadêmicos. A Professora Rejane Prevot, por toda instrução, preocupação e apoio nesta academia do saber.

Vanessa Houtet Feitosa

*O meu valor me faz brilhar
Iluminar o meu estado de amor
Comunidade impõe respeito
Bate no peito eu sou Beija-Flor*

(BEIJA-FLOR, 2008).

RESUMO

Ao observar a crise econômica das últimas décadas que subtraiu os recursos dos cofres públicos do Estado do Rio de Janeiro (SOBRAL, 2017), diariamente é noticiado que não só as políticas públicas foram afetadas por tal recessão, mas também diversas iniciativas socioculturais relevantes. Essas iniciativas legitimam a história do Rio como “cidade maravilhosa” e seu desenvolvimento socioeconômico. O carnaval do Rio de Janeiro possui exponencialidade mundial e é alvo de curiosidade e desejo dos turistas que viajam de diversas partes do globo terrestre para assistir ao espetáculo carnavalesco (PANROTAS, 2019). Entretanto, essa manifestação turística segue na busca de maneiras de sobrevivência financeira para atravessar a avenida com seu enredo de carnaval. Neste estudo observaremos como se comporta o turismo e as suas possibilidades, sob a ótica do aquecimento da economia carioca, em relação ao desfile oficial realizado anualmente no sambódromo. Por meio desse estudo, será analisada a relação dos indicadores turísticos mais relevantes e rentáveis na geração de capital na economia local, assim como pesquisar as ações de planejamento estratégico (as forças e as fraquezas, oportunidades e ameaças) mais significativas, com base na cadeia produtiva que envolvem este tipo de organização.

Palavras-chaves: turismo, desenvolvimento econômico, carnaval, escolas de samba, indutor econômico.

ABSTRACT

Observing the economic crisis of the last decades, that subtracted resources from the public coffers of the State of Rio de Janeiro (SOBRAL, 2017), it is daily reported that not only public policies have been affected by such recession, but also several relevant sociocultural initiatives. These initiatives legitimize Rio's history as a “wonderful city” and its socioeconomic development. The Rio de Janeiro Carnival has worldwide exponentiality and is the target of curiosity and desire of tourists who travel from different parts of the globe to watch the carnival spectacle (PANROTAS, 2019). However, this tourist demonstration continues in search of ways of financial survival to cross the avenue with its carnival plot. In this study we will observe how tourism behaves and its possibilities, from the perspective of the warming of the carioca economy, in relation to the official parade held annually at the “Sambódromo”. Through this study, we will analyze the relationship of the most relevant and profitable tourism indicators in generating capital in the local economy, as well as research the most significant strategic planning actions (strengths and weaknesses, opportunities and threats) based on the chain. that involve this type of organization.

Keywords: tourism, economic development, carnival, samba schools, economic inductor.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Universo, Sujeito da Pesquisa e Amostra.....	31
Quadro 2 - Empresa G.R.E.S. Beija-Flor.....	32
Quadro 3 - Entrevistados/Sujeitos da Pesquisa.....	32
Quadro 4 - Análise SWOT.....	35
Quadro 5 - Categorias de Análise.....	35
Quadro 6 - Categorias de Análise do Ambiente Externo (Turismo e Carnaval).....	38
Quadro 7 - Síntese da Subcategoria de Análise do Impacto do Carnaval das Escolas de Samba.....	39
Quadro 8 - Principais Indicadores Econômicos Turísticos.....	42
Quadro 9 - Categorias de Análise do Ambiente Interno (Escola de Samba).....	43
Quadro 10 - Síntese de Análise de Estratégia da Gestão de Recursos Financeiros.....	44
Quadro 11 - Síntese de Subcategoria de Análise da Modernização e Flexibilização dos Processos de Investimentos e Parcerias de Negócios.....	45
Quadro 12 - Comportamento do Ambiente Interno em relação ao Ambiente Externo.....	46

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.1 Objetivo Geral.....	13
1.2 Objetivos Intermediários.....	13
1.3 Delimitações do Estudo.....	13
1.4 Relevância da Pesquisa.....	14
1.5 Organização Geral do Estudo.....	16
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	18
2.1 Turismo Como Atividade Econômica.....	18
2.2 Turismo e Desenvolvimento Econômico.....	20
2.3 O Turismo no Rio de Janeiro.....	24
2.4 A História do Carnaval no Rio de Janeiro.....	25
2.4.1 Importância do Turismo e do Carnaval na Economia do Estado.....	27
3. METODOLOGIA DA PESQUISA.....	29
3.1 Tipo de Pesquisa e Abordagem Utilizada.....	29
3.2 Universo, Sujeitos da Pesquisa e Amostra.....	30
3.3 Instrumentos de Coleta de Dados.....	33
3.4 Análise dos Dados.....	33
3.4.1 Categorias de Análise.....	35
4. ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS.....	37
4.1 Ambiente Externo (Turismo e Carnaval) suas Oportunidades e Ameaças.....	38
4.1.1 Impacto do carnaval das Escolas de Samba no Turismo (Oportunidades).....	38
4.1.2 Sinais de alerta para os riscos na economia do turismo em relação ao carnaval (Ameaças).....	41
4.2 Ambiente Interno (Escola de Samba) suas Forças e Fraqueza.....	43
4.2.1 Gestão dos Recursos Financeiros e Planejamento Estratégico da agremiação (Forças).....	43
4.2.2 Modernização e Flexibilização dos Processo de Investimentos e Parcerias de Negócios.....	44
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	49
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	52
APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTAS.....	58
APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO.....	61

1. INTRODUÇÃO

*Ganância veste terno e gravata
Onde a esperança sucumbiu
Vejo a liberdade aprisionada
Teu livro eu não sei ler, Brasil!*

(BEIJA-FLOR, 2018)

Ao observar a crise econômica das últimas décadas que subtraiu os recursos dos cofres públicos do Estado do Rio de Janeiro (SOBRAL, 2017), diariamente é noticiado que não só as políticas públicas foram afetadas por tal recessão de capital, mas também diversos projetos de iniciativa socioculturais relevantes e presentes na legitimação da história do Rio como “cidade maravilhosa” e de seu desenvolvimento socioeconômico.

Nos setores do espectro econômico do Estado, surge um leque de problemáticas que se agravam a cada dia, desencadeando uma série de consequências em seus subsequentes segmentos. A crise financeira assola também as diversas atividades que fomentam economicamente a cidade do Rio de Janeiro como um polo turístico, cercado de belezas naturais, vasta cultura e grandes festividades populares, esse desequilíbrio financeiro nas contas públicas vem demandando para todos os lados cortes nas verbas de apoio governamental e privado, e o assunto está cada vez mais em pauta na realidade dos megaeventos que aquecem a economia do Estado (O GLOBO, 2018); bem como o do carnaval carioca, que é um dos maiores atrativos de turistas nacionais e internacionais durante os primeiros meses do ano.

O carnaval do Rio de Janeiro que possui exponencialidade mundial, é alvo de curiosidade e desejo dos turistas que viajam de diversas partes do globo terrestre para assistir ao espetáculo carnavalesco (PANROTAS, 2019), e que segue na busca de maneiras de sobrevivência financeira para atravessar a avenida com seu enredo de carnaval. Projetado e produzido anualmente em seus barracões e quadras de samba, e apresentado nos dias pré-estabelecidos de carnaval no calendário nacional, o espetáculo no sambódromo conta

com a participação de agremiações das séries do grupo de Acesso e as agremiações do grupo Especial (FERREIRA, 2004), que por sua vez se firmaram como instituições empresariais sem fins lucrativos, e dependem diretamente do apoio dos recursos públicos e privados para se manterem ativas em suas produções artísticas.

Segundo o site Uol, 2019, o reflexo dessa escassez de patrocínio atingiu direta e agressivamente a Liga das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (LIESA), responsável não só por regulamentar o campeonato e as atividades gerais das agremiações de samba do estado, bem como intermediar os repasses de verbas contratuais de órgãos públicos e empresas privadas. As agremiações ao longo dos últimos anos lutam arduamente contra o saldo negativo na arrecadação dos recursos para fazer o espetáculo acontecer na avenida (EXTRA, 2019), e ser transportado para diversos lugares do mundo, seja através dos canais de mídia, ou diretamente para o espectador do sambódromo que prestigia o evento nas arquibancadas, frisas e camarotes da passarela do samba.

A subvenção da Prefeitura do Estado do Rio de Janeiro repassada anualmente às Escolas de Samba para que possam subsidiar integralmente ou parcialmente suas produções carnavalescas, vem sendo reduzidas drasticamente. Aumentando a preocupação dos dirigentes das agremiações quanto às possibilidades de se produzir o carnaval com a maior qualidade possível e em tempo hábil para apresentação no Desfile Oficial na Marquês de Sapucaí (EXTRA, 2019).

Na gestão do anterior Prefeito do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, as Escolas de Samba do Grupo Especial recebiam o equivalente a 1 milhão de reais como verba de apoio. Com a eleição do atual Prefeito, Marcelo Crivella, a verba foi reduzida com a argumentação de que em seus dois primeiros anos de mandato houve um déficit de 11 bilhões nos recursos disponíveis da Prefeitura. Outros fatos que também ocorreram e contribuíram para a diminuição do capital que auxilia a produção das agremiações foram as saídas de algumas das empresas patrocinadoras do carnaval carioca, por razões diversas (EXTRA, 2019).

Mesmo em meio às dificuldades apontadas pela Prefeitura do Rio, ainda assim o turismo apresenta números favoráveis quanto ao aquecimento econômico produzido pela festa carnavalesca na última década.

Dados da Riotur mostram que o fluxo de turistas na cidade neste carnaval chegou a 1,62 milhão de visitantes, crescimento de 8% em relação a 2018, quando o Rio recebeu 1,5 milhão de turistas. (JORNAL DO BRASIL, 2019).

Para ressaltar a importância da relação entre os números apresentados pelo turismo e seu desenvolvimento econômico, em relação a receita gerada pelo carnaval, um dos maiores veículos de informação impressa do país (e atualmente em formato digital), afirma que esse capital circula em diversos setores do comércio e da produção de bens e serviços, proporciona expressiva geração de renda e de empregos formais e informais e reforça a importância do turismo na economia local (JORNAL DO BRASIL, 2019).

A questão central deste projeto de dissertação é pesquisar a contribuição das Escolas de Samba como um indutor econômico para o setor turístico no Estado do Rio de Janeiro. Neste estudo observaremos como se comporta o turismo e as suas possibilidades, sob a ótica do aquecimento da economia carioca em relação ao evento de carnaval apresentado pelas Escolas de Samba no desfile oficial realizado anualmente no sambódromo. Por meio desse estudo, será analisada a relação dos indicadores turísticos mais relevantes e rentáveis na geração de capital na economia local em decorrência da exploração do evento de carnaval das Escolas de Samba, classificar as forças e as fraquezas, oportunidades e ameaças mais relevantes em virtude da cadeia produtiva do crescimento econômico para este tipo de organização.

1.1 Objetivo Geral

A questão central deste projeto de dissertação é pesquisar a contribuição das Escolas de Samba como um indutor econômico para o setor turístico no Estado do Rio de Janeiro. Neste estudo observaremos como se comporta o turismo e as suas possibilidades, sob a ótica do aquecimento da economia carioca em relação ao evento de carnaval apresentado pelas Escolas de Samba no desfile oficial realizado anualmente no sambódromo.

1.2 Objetivos Específicos

Dos objetivos específicos, o estudo se propõe a (1) pesquisar qual a relação dos indicadores turísticos mais relevantes e rentáveis na geração de capital na economia local em decorrência da exploração do evento de carnaval das Escolas de Samba na Marquês de Sapucaí; (2) pesquisar as ações do planejamento estratégico da agremiação (as forças e as fraquezas, oportunidades e ameaças) mais relevantes em virtude da cadeia produtiva do crescimento econômico que envolvem este tipo de organização, por causa do evento de carnaval das Escolas de Samba no Rio de Janeiro.

1.3 Delimitação da Pesquisa

Embora a festa de carnaval seja parte de uma cultura importada durante o período de colonização do Brasil (FERREIRA, 2004), as festas carnavalescas foram se desenvolvendo ao longo da história em todo o território nacional, e difundiu-se de diversas maneiras de acordo com as culturas das regiões do país. A pesquisa se dará por meio de um recorte regional, e a análise se restringirá em torno do carnaval carioca apresentado pelas Escolas de Samba do grupo Especial na Marquês de Sapucaí, em especial utilizando-se do caso de uma agremiação de destaque na história do carnaval do Rio de Janeiro.

A pesquisa se limitará aos acontecimentos relacionados ao evento de carnaval das Escolas de Samba do Rio de Janeiro na última década, com enfoque na contribuição do setor econômico com que a cultura se relaciona, neste caso o turismo, a fim de que se possam explorar com maior profundidade as informações coletadas sejam por meio de conteúdos e

mídias digitais, literaturas e/ou entrevistas mais atuais de que trata o assunto em relação a questão de pesquisa levantada neste estudo.

1.4 Relevância da pesquisa

Para se pensar em carnaval sob uma visada mercadológica, como fonte que proporciona aquecimento econômico e geração de empregos, e não apenas uma festa popular, Luiz Carlos Prestes Filho descreve a importância da Escola de Samba para o aquecimento da economia do Estado e do País.

Nos Barracões das agremiações, ao longo do ano acontece a produção e a desmontagem dos carros alegóricos; também, a confecção de fantasias e adereços. São milhares de costureiras, bordadeiras, marceneiros, serralheiros, eletricitas, aramistas, sapateiros, chapeleiros e escultores, entre muitos outros profissionais altamente qualificados. Nas quadras, acontecem com regularidade os ensaios fundamentais para o êxito dos desfiles no Sambódromo, (LUIZ CARLOS PRESTES FILHO, 2018).

Os desfiles das Escolas de Samba passaram por uma evolução natural com o decorrer dos anos, as agremiações se apresentaram cada vez mais engendradas, em direção à construção de uma estrutura organizacional mais técnica, devido à grande demanda de profissionais especificamente capacitados para desenvolver projetos de grande porte, com estruturas cada vez mais atuais e visionárias. Não só as apresentações estéticas, também os demais elementos que compõem a apresentação no desfile ganharam reestruturações, bem como os sambas-enredos que passaram a acompanhar a narrativa do enredo para que o público pudesse mergulhar no universo do espetáculo apresentado (FERREIRA, 2004).

As Escolas de Samba, mais do que qualquer outra manifestação da cultura brasileira, são laboratórios vivos, amostras pulsantes - e, claro sacolejantes - dos encantos e contradições de nossa sociedade. Vale assim conhecer a fundo como as protagonistas da maior festa brasileira se estruturam, de que maneira funcionam e que papel exercerão no futuro de uma cidade cada dia mais global. Sorte do lugar que tem, em sua alma, instituições como as realizadoras do nosso Carnaval, (MOTTA, 2012).

Segundo Ferreira, 2004 com a evolução do espetáculo, as Escolas de Samba perceberam a necessidade de gerirem-se como empresa, frente às demais entidades que participam direta ou indiretamente do evento. Então, organizaram-se em Grêmios Recreativos, para formalizar e praticar a administração de suas agremiações, a fim de manterem-se crescentes, autônomas e competitivas no segmento de cultura que a indústria de carnaval fomenta a cada ano.

Por sua vez, os desfiles das principais escolas cariocas iriam refletir essa nova organização em apresentações cada vez mais elaboradas, com sambas-enredos embalados, criados especialmente para permitir a compreensão do enredo e uma boa resposta da plateia, associados a uma dedicação cada vez maior aos aspectos visuais e narrativos dos desfiles, (FERREIRA 2004).

Todas essas modificações imporiam um novo modelo para as escolas que buscavam associar os elementos tradicionais às necessidades resultantes da nova postura “empresarial” do desfile, (FERREIRA 2004).

Nas palavras de um dos pioneiros de uma das agremiações mais bem sucedidas da história do carnaval carioca, podemos observar o longo caminho que as Escolas de Samba tiveram de percorrer para se estabelecerem com devida importância enquanto organizações culturais, “Quem vê o Carnaval como é hoje, organizado ao extremo, seguro, grandioso não imagina os obstáculos que tiveram que ser ultrapassados” (ANIZIO A. DAVID, 2018).

Os tempos de hoje contemplam uma sociedade composta por organizações articuladamente institucionais em sua maioria, com incumbências direcionadas a prestação de serviços e/ou produção de bens, com ações bem planejadas para se manterem ativas e competitivas frente ao mercado que estão inseridas. Esse cenário não se distancia da indústria de carnaval, que busca em tempos modernos e difíceis economicamente, aprimorar sua gestão a fim de alcançar os objetivos da organização, neste caso, o objetivo da administração da agremiação.

O estudo se faz relevante ao profissional de administração, para que se reconheçam na atuação diária das atividades de organizações de samba, as práticas que tratam das

problemáticas que envolvem o turismo e sua contribuição no desenvolvimento econômico, como apresenta a questão de pesquisa; a fim de expandir seu conhecimento sobre este mercado, haja vista a escassez de pesquisas que aprofundem os estudos sobre o aquecimento econômico local e o desenvolvimento organizacional em relação ao segmento de carnaval por meio do turismo.

Vale ressaltar a importância deste estudo para ampliar o conhecimento teórico do profissional da área de administração de uma agremiação, para este, é importante desenvolver suas habilidades e capacidade crítica nos conflitos gerenciais dos negócios relacionados à questão de pesquisa, e se mostrar eficiente e dinâmico frente às dificuldades do mercado que abrange o segmento de cultura como fonte de oportunidades de negócios. O que também contribui diretamente para uma formação multifacetada do profissional de administração e/ou de turismo.

O estudo possui relevância para a análise, e/ou o desenvolvimento das ações de administração das agremiações de samba que envolve a questão de pesquisa, seja na teoria ou na prática, o estudo visa legitimar o profissional de administração de uma Escola de Samba, e torna o campo das ciências sociais mais enriquecedor no acervo de conhecimento da área de administração a partir deste viés, pouco explorado até o momento.

1.5 Organização Geral do Estudo

Além da introdução encontrada na primeira parte deste estudo, a dissertação trará na segunda parte o capítulo do referencial teórico que será dividido em duas seções. A primeira seção introduz conceitualmente o que os autores de destaque da área das ciências sociais entendem por turismo, como o turismo proporciona desenvolvimento econômico, e para fechar esta seção, serão incluídas algumas referências extraídas de mídias e conteúdos digitais, que tratam atualmente do turismo no Estado do Rio de Janeiro. A segunda seção do referencial teórico será aberta por uma breve narrativa da história do carnaval no Rio de Janeiro, seguida pela importância do carnaval na economia da cidade carioca, e para encerrar todo o capítulo, será abordada a relação entre carnaval e turismo. No terceiro capítulo será apresentada a metodologia da pesquisa, por meio de uma abordagem qualitativa, que será

pesquisada e analisada sob os conceitos da análise de conteúdo de Bardin (2011), e diretrizes da análise *swot* (WRIGHT, KROLL e PARNELL, 2009) para eleger as categorias de análise, no quarto capítulo a classificação, a análise e o tratamento dos dados por meio dos conceitos teóricos da análise *swot* juntamente com a apresentação dos resultados da pesquisa, e por último um capítulo para apresentar as considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

*Gamboa, a Pequena África de Obá
Da Pedra do Sal, viu despontar a Cidade do Samba*

(BEIJA-FLOR, 2007).

Para abrir este capítulo de referências teóricas selecionadas especialmente para embasar a temática pesquisada, começaremos o estudo por meio da definição do turismo à luz de estudiosos de destaque no assunto, a fim de introduzir a ideia do que é o turismo e o que este representa no espectro da economia nacional. Serão utilizadas obras que tratam da definição estrutural de turismo, desde o seu surgimento no século XIX (RABAHY, 2003) e reconhecimento formal registrado nas pesquisas e literaturas da área de administração, até seu desenvolvimento quanto indústria nacional e internacional significativa (LICKORISH; JENKINS, 2000).

2.1 Turismo Como Atividade Econômica

O Turismo¹ possui natureza e características nada convencionais em relação a outros segmentos industriais que podem ser mais facilmente medidos e descritos, como por exemplo, a agricultura, que se pode mensurar fisicamente pela quantidade de trigo produzido. A análise da atividade turística necessita de dados como “natureza econômica, social, cultural e ambiental” e não demanda uma estrutura comum que possa ser representada igualmente em diversos territórios, segundo Lickorish e Jenkins (2000), os principais elementos que envolvem o turismo podem variar de acordo com cada país, estados e/ou região. Para estes autores o turismo é uma atividade multifacetada, e existe certa dificuldade em defini-la conceitualmente devido sua natureza heterogênea. Para nortear a obra literária “Introdução ao Turismo” os autores adotaram a definição de Burkart e Medlik (1981):

¹ Rabahy, 2003 destaca a origem do termo *Turismo*, que surge na França no século XVIII, e logo após na Inglaterra, por meio da expressão *Faire de Grandtur*, que significava as viagens de uma elite de jovens ingleses pelo continente, para concluir sua formação.

O fenômeno que surge de visitas temporárias (ou estadas fora de casa) fora do local da residência habitual por qualquer motivo que não seja uma ocupação remunerada no local visitado, (BURKART E MEDLIK, 1981 apud LICKORISH; JENKINS, 2000).

No século XVII já havia registros bibliográficos de informação e de incentivo à prática turística, mas é em meados do século XIX, devido aos esforços de alguns dos precursores das atividades que fomentam conceitualmente o turismo, que o setor ganha mais visibilidade e legitimação quanta indústria, e recebeu notoriedade a partir das mudanças expressivas na economia e no comportamento social em todo o território global, (RABAHY, 2003).

O Turismo começa a se firmar como atividade econômica a partir da metade do século XIX, graças aos trabalhos pioneiros de Thomas Cook, e aos fomentos das atividades turísticas promovidas pelas ações empresariais de César Ritz (hotelaria), Karl Baedeker (guias de turismo), George Pullman (turismo ferroviário), entre outros, (RABAHY, 2003).

Para Lage e Milone (2001) no livro a “Economia do Turismo”, pela ótica de alguns analistas da área, pode-se entender por turismo viagens que possuem mais de 50 quilômetros de distância da localidade residencial do indivíduo; ou viagens onde a permanência no local visitado deve ser de mais de 24 horas de estada; e mais tradicionalmente definindo, viagens que incluem apenas férias, eventos diversos envolvendo esportes, saúde, religião, visita à parentes e/ou amigos, compras e/ou também negócios.

Em meados da década de 40 o turismo registrou maior crescimento econômico, passando a ser considerado como uma indústria a partir da integralização de diversas atividades econômicas, como hotelaria, transportes, agências de viagens e outros (LICKORISH; JENKINS, 2000). A partir desta consolidação e com os avanços tecnológicos e das práticas industriais, o turismo passou a operar em muitos outros mercados, foram eles verticais como horizontais diversificando as escalas de atuação, que para Lickorish e Jenkins (2000) vieram contribuindo crescentemente para a estrutura que possuímos hoje.

Transfigurando-se cada vez mais em uma mega atividade econômica, para Lage e Milone (2001) a crescente demanda de informações, “a redução dos custos de transporte, os investimentos em infraestrutura e o aumento na renda mundial”, reforça a alta e explosiva procura por serviços turísticos. Para os autores a forma de se pensar o turismo como indutor de aquecimento sejam de atividades micro e/ou macroeconômicas, se dá por meio de uma análise objetiva dos principais aspectos fundamentais desta economia, e que também pode ampliar o campo de ideias e reflexões sobre as problemáticas do turismo como ciência social.

Na próxima subseção veremos o turismo dentro de um processo mais globalizado em decorrência dos desdobramentos da internacionalização de capital e a expansão do capitalismo pelo mundo logo após a Segunda Guerra Mundial, que levaram a população em geral a novos costumes e filosofias, que conseqüentemente se refletem nas realidades e tendências em todo o mercado, (BENI, 2003).

2.2 Turismo e Desenvolvimento Econômico

Para entender como o Turismo se desenvolveu economicamente como um segmento de atuação significativa na internacionalização do capital é importante ter como base o pensamento que segundo Beni (2004), “a história é a interpretação de fatos registrados dentro de países e de culturas hegemônicas em períodos determinados”, e por tanto o turismo faz parte de uma rede de fatores, que se desenvolveu mais expressivamente a partir de um tempo histórico², que proporcionou mudanças não só em termos capitalistas mas também sociais. Após o término da Segunda Guerra Mundial “civilizações, ideologias, filosofias de vida, hábitos e costumes” se transformaram diante das mudanças ocorridas em movimentos sociais de grande influência que se misturaram a ideologias religiosas, na tentativa de disseminar cruelmente expectativas de igualdade consideradas utópicas (BENI, 2004).

O turista, esse incansável viajor, representa bem essa nova dinâmica global e participa da abertura e da conquista de novas e surpreendentes regiões e espaços ambientais e culturais. Enfim, a globalização abre a perspectiva de estudar, na

²A partir da visada de Delgado, 2001 que aponta em seu artigo “*Trabalhismo, nacionalismo e desenvolvimentismo: um projeto para o Brasil (1945-1964)*” podemos entender por tempo histórico, a busca de significar determinado período de tempo a partir de pressupostos como a busca de “valores e projetos que o conformam”.

história universal, as configurações e os movimentos da sociedade global que o pensamento humano sempre busca explicar estruturalmente (BENI, 2004, pg. 17).

Para Beni (2004), há uma necessidade de as ciências humanas e sociais de tempos em tempos se reinventarem diante de novos conceitos criados e/ou inovados, conceitos que elucidam questões como “a interdependência e a união global das necessidades e clamores da sociedade global”. Tais conceitos geram debates da atual conjuntura dos fatos, fazendo emergir hipóteses que trazem à luz do momento o desenvolvimento de dispositivos de análise para estabelecer um campo teórico que se observe e traduza o processo de globalização e seus resultados dicotômicos, positivo ou negativo.

Para alguns autores, a globalização é a aceleração das trocas de bens e serviços, das informações e comunicações, das viagens internacionais e do intercâmbio cultural. É ainda a intensificação da interdependência das nações em função do enorme fluxo de comércio e de capitais, determinando o surgimento de mercados comuns (BENI, 2004, p. 18).

Para alguns especialistas a globalização é responsável por desencadear diretamente alguns importantes pontos do processo da evolução da história dentro deste recorte de tempo, como “a aceleração das mudanças tecnológicas, a reorganização - com normas auto ajustáveis e flutuantes - dos padrões de gestão e de organização da produção, da distribuição de consumo e da competitividade” relata Beni (2004), que também destaca o “superaquecimento de concentração de mercados, a ausência de um padrão mundial estável e de uma ágil e constante integração financeira. Irreversível e impulsionadora, a globalização é uma prática de grupos de poder que ditam regras no progresso, distribui direitos e privilégios que certificam ângulos e pontos de vista de médio e longo prazo, como as forças que limitam a livre concorrência do mercado. Por outro lado, a globalização proporciona a abertura de novos espaços para uma aquisição mais ampla. uma vez que “mediante a eficiente articulação da produção de pequenos e médios empresários redes de negócios cooperativos” (BENI, 2004).

As últimas análises apontam o turismo como o setor mais globalizado perdendo apenas para setor de serviços financeiros. A globalização do turismo é resultante principalmente dos seguintes fatores: aumento da liberalização do comércio mundial, incorporação de novas tecnologias como a informática e as

telecomunicações, integração horizontal e vertical das empresas de turismo, difusão territorial do consumo e flexibilização do trabalho nos diversos setores produtivos, incluindo o próprio setor do turismo, (BENI, 2004, p. 19).

O turismo é um setor com uma política escassa de regulamentação internacional, poucos são os acordos que tratam diretamente da gestão das atividades de turismo. Mesmo sendo um setor de expressiva relevância no que diz respeito às relações internacionais, e dos serviços de diplomacia entre países, o fácil acesso a determinados locais serve de medida para identificar o nível das “relações positivas” entre estes territórios (BENI, 2004). Para controlar o fluxo de entrada e saída nas fronteiras de determinadas regiões, opera-se normas administrativas e burocráticas “como a regulamentação de vistos, controles cambiais e proibições quanto à movimentação e atividades dos turistas”, podendo ser aplicadas a qualquer momento desde a chegada do turista até sua partida.

Ainda assim, o turismo possui uma estrutura institucionalizada na conjuntura política de seu sistema, para nortear os planos turísticos em nível mundial, viabilizar e estabelecer acordos de interesses diretos e indiretos entre os países, por meio de órgãos internacionais que constituem leis que atuam na regulamentação de normas e práticas que envolvem áreas ambientais, patrimoniais, comerciais, trabalhistas e de transportes (BENI, 2004). Porém há uma crescente nos arranjos institucionais entre países sem que passe para âmbito global, são acordos em um contexto mais regional.

É o direito internacional responsável por atuar diretamente nos arranjos institucionais do turismo, da mesma maneira que não permite a interferência dos arranjos internacionais sob os regionais. Segundo Beni (2004), “o direito internacional pode ser descrito em termos de tratados e convenções”. As convenções são “recomendações ou declarações feitas em conferências ou organizações internacionais”, que em relação aos tratados não demanda com tanto afinco o compromisso legal. Das organizações internacionais que se relaciona com o turismo, Beni (2004) destaca “o Fundo Monetário Internacional (FMI), a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), e a Organização Mundial do Comércio (OMC), que possuem interesses econômicos diretos na regulamentação das atividades turísticas comerciais”.

Nas atividades turísticas dos países em desenvolvimento, os dados do Produto Interno Bruto (PIB) apresentam números expressivos, mas para entender a relevância desse ganho na cadeia produtiva do turismo, outros indicadores precisam ser analisados. Para Beni (2004), destacar a importância das pesquisas de análise do setor de turismo pode ser um termômetro para testar a potência da economia do turismo no âmbito nacional, em comparação aos números que a economia do turismo internacional representa. Sendo assim, é possível fazer um paralelo com os níveis internacionais, e desenvolver e programar nacionalmente “políticas e estratégias com maior informação”.

Lançando mão de uma análise da representação dos dados econômicos do turismo no Brasil, são apontadas as seguintes tendências:

O turismo doméstico, que depende do poder aquisitivo dos estratos da população, deverá crescer paulatina e gradualmente, como nossas pesquisas vêm demonstrando; o turismo receptivo, que depende positivamente do câmbio depreciado, poderá crescer e manter-se com altas taxas; o turismo emissivo, afetado negativamente pela elevação do câmbio, não deverá aumentar (BENI, 2004).

A vulnerabilidade da economia afeta diversos setores de atividades produtivas da esfera nacional, isso inclui o turismo. Segundo Messer (2002, apud Beni, 2004), a economia brasileira enfrenta o desafio de retomar o controle do pecúlio nacional, a demasiada desvalorização monetária desregulou os preços, mas incentivou a indústria produtiva de bens e serviços comerciais, conduzindo a realidade brasileira a investir e empreender mais energicamente seus esforços no mercado. Apesar disso, Beni (2004) aponta as barreiras impeditivas dos avanços econômicos que afetam também o setor turístico, são: falta de condições favoráveis para promover integração competitiva à economia mundial, um quadro oportuno de estabilidade fiscal, aceleração do crescimento econômico e equilíbrio das contas externas. Uma das atividades providenciais para cooperar com resolução dessas problemáticas é a busca por mais visibilidade das atividades turísticas no Brasil. O incentivo ao turismo receptivo, gera inserção de capital na balança econômica do país, o que contribui favoravelmente para valorização e aumento de riquezas nas contas nacionais.

É preciso repensar as políticas públicas que envolvem as atividades turísticas do país em acordo com o desenvolvimento da atividade, para atrair e recuperar a cadeia produtiva que gira em decorrência desse setor. Reestruturar os métodos de desenvolvimento sustentável inclinados para a regionalização, confrontando com as barreiras e dificuldades em destaque em relação às ações inter setoriais do sistema que institucionaliza oficialmente as políticas de turismo.

No item a seguir, o turismo do Rio de Janeiro será tratado a partir da realidade que envolve os fatos ocorridos nos últimos anos e seus principais indicadores na economia do Estado, a fim de nortear e atualizar o andamento da pesquisa na linha de pensamento traçada pelo cronograma do presente estudo.

2.3 O Turismo no Rio de Janeiro

Considerado o centro cultural e social do país, o Rio de Janeiro abriga uma das mais notáveis e antigas atividades econômicas, o porto na Baía de Guanabara. Por onde desembarcou e embarcou produtos e se prestou serviços marítimos desde o período colonial após a sua descoberta (RIOTUR, 2019), tornando o território alvo de curiosidade e exploração de pessoas em todo o globo terrestre. A partir desse ponto da história percebe-se que o Rio de Janeiro tornou-se mundialmente conhecido por suas belezas naturais. Seu desenvolvimento ao longo dos seus 454 anos, cruzando sua área verde e biodiversidade com a arquitetura urbana tanto contemporânea quanto vanguardista construída sob diversas influências, o Rio é um dos pontos turísticos mais conhecidos e visitados mundialmente (VISIT-RIO, 2019). O Turismo do Rio de Janeiro é responsável pela receita de bilhões de reais entrantes na economia local durante o período das festas de carnaval, um montante que surpreende economistas e entidades governamentais por seu crescimento a cada ano. O Rio atrai milhares de turistas, nacionais e internacionais, e movimenta um quantitativo expressivo de residentes pelo estado durante o evento de carnaval.

Na avaliação do secretário de estado de Turismo do Rio de Janeiro, Otávio Leite, a pesquisa aponta para o reaquecimento da atividade turística no Rio de Janeiro. A pesquisa revela a importância do carnaval como um período de diversão ou

descanso para uma população que circula e consome serviços nesse período. Esse é um fértil movimento que faz girar a roda da economia, gerando renda de forma espalhada, e empregos, mesmo que sazonalmente, disse o secretário (EBC, 2019).

No decorrer deste estudo percebe-se cada vez mais a força expressiva do turismo no Rio de Janeiro no desenvolvimento econômico local em virtude da contribuição do evento de Carnaval, e do Desfile das Escolas de Samba na Marquês de Sapucaí. Para melhor compreensão do fator cultural que elevou questão de pesquisa, destacando a contribuição carnavalesca como importante indutor econômico no segmento de turismo, veremos a seguir a história deste festejo popular, do seu surgimento no Brasil, ao seu atual desenvolvimento, para centralizar e solidificar as bases referenciais e teóricas que conduzem esta pesquisa a observar seus desdobramentos.

2.4 A História do Carnaval no Rio de Janeiro

O carnaval brasileiro é um evento anual conhecido mundialmente como uma festa popular que abriga diversos tipos de entretenimento de viés artístico, que vão desde a música, dança, adereços, gastronomia e muitos outros que revelam os traços de costumes e do cotidiano da população. A sua história inicia-se pela introdução dos “entrudos” trazidos por colonizadores portugueses desde a época do Descobrimento do Brasil, e perpassa por diversas mudanças e adaptações ao longo do tempo.

Aquilo que se conhece atualmente como “Carnaval Brasileiro” é na verdade o produto de diversos discursos que, ao longo dos últimos 150 anos, vem sendo lentamente elaborado através de variadas disputas de poder, Elite, povo, governo, folcloristas, jornais, rádios, gravadoras, televisão, capitais, periferias, Rio de Janeiro, Salvador, escolas de samba, trios elétricos, Recife, São Paulo e frevo são alguns dos maiores atores envolvidos na construção de um significado para a grande festa nacional, (FERREIRA, 2004, p. 11).

Após as festas carnavalescas terem sido influenciadas por variadas nuances, de acordo com a regionalidade de onde eram difundidas, hoje no Brasil temos uma vasta diversidade de

tipos de carnavais, porém, dentre os maiores polos abrigadores desta famosa festa, encontra-se o Estado do Rio de Janeiro. Onde grupos de samba se reuniram no início do séc. XX para constituir o que hoje chamamos de Desfile Oficial das Escolas de Samba, na Marquês de Sapucaí, considerado o palco do maior espetáculo a céu aberto para os brasileiros sambistas desta era sambódromo, segundo Anízio A. David (2018).

No final da década de 1930, o Carnaval do Rio de Janeiro ainda procurava seu formato ideal. Os novos grupos de samba, que, após, a oficialização dos desfiles, assumiam definitivamente o nome de “escolas de samba”, atraíam a atenção de boa parte da população brasileira - interessada na surpreendente combinação de ritmo, harmonia e enredo - e de um grande número de intelectuais - que viam naqueles grupos uma espécie de síntese das questões ligadas à nacionalidade, (FERREIRA, 2004).

Nascido em berço humilde, desfilando seus ritmos alegres e cores contagiantes, o carnaval carioca se apresentava em na Praça Onze, mas sempre em busca de conquistar espaços mais nobres, o que levou as escolas de samba a uma árdua peregrinação que os conduziu a vagar ora pela Avenida Rio Branco, ora em pequenos trechos da Avenida Presidente Vargas e também pela região da revitalizada Praça Onze, (FERREIRA, 2004). Mesmo em meio a alguns anos de luta e de diversos jogos de interesses entre grupos associados às agremiações, o carnaval carioca sempre arrastou multidões que prestigiavam o espetáculo, que seguia na busca de obter um espaço cada vez mais adequado para comportar a evolução das produções carnavalescas. E em 1985 chegamos ao seu palco atual, a passarela do samba, apelidado de sambódromo, desponta a Marquês de Sapucaí, que hoje é oficialmente a avenida que recebe o desfile das agremiações das séries do grupo de Acesso e do grupo Especial. A centralidade da passarela do samba é um ponto estratégico para atrair não só espectadores do Desfile das Escolas de Samba, mas também inúmeros foliões que procuram diversas formas de divertimento que são facilmente encontrados nas localidades do Centro da Cidade do Rio de Janeiro e Zona Sul.

Em seguida veremos a importância da festa de carnaval para a economia do Estado do Rio de Janeiro, suas dimensões financeiras, sociais e culturais que legitimam as atividades turísticas no desenvolvimento econômico local.

2.4.1 Importância do Turismo e do Carnaval na Economia do Estado

A Riotur é uma empresa de economia mista, responsável por formular e executar as políticas de turismo no Estado do Rio de Janeiro promove juntamente com a Prefeitura do Rio o projeto de carnaval de cada ano. Embora os números da receita gerada pelo carnaval sejam promissores nos cofres do Estado, as políticas que direcionam as verbas subsidiárias do espetáculo têm sido cada vez mais reduzidas, e a Riotur assume um papel de captar mais recursos de iniciativa privada para que esses eventos se tornem autofinanciáveis, e seja maximizado o potencial mercadológico da festa (PREFEITURA. RIO, 2019). O evento de carnaval aquece diversas indústrias e comércios que comercializam produzem bens e serviços que se consomem e se utilizam durante esse período, seja por residentes locais e/ou turistas nacionais e internacionais.

Este ano a Riotur constatou em diversos pontos do Estado que 98,4% dos estrangeiros recomendam a cidade do Rio de Janeiro como um destino turístico. Dos foliões estrangeiros que foram entrevistados eram da “Argentina (8,0%), Chile (5,6%); França (2,4%), Estados Unidos (1,6%), Portugal (1,6%), Nova Zelândia (1,6%), Alemanha (1,6%) e Uruguai (1,6%)”. Entre os brasileiros os números eram “São Paulo (19,2%), Minas Gerais (8,0%), Ceará (4,8%), Rio de Janeiro (4,0%), Espírito Santo (4,0%), Bahia (4,0%), RS (3,2%), PE (2,4%)” (DIÁRIO DO RIO, 2019).

Outras atrações como a gastronomia local, aplicativos de mobilidade urbana e shows em espaços reservados também apresentam números de crescimento na atratividade e satisfação, o que aponta para uma maior inserção de capital por parte do consumo desta população. Tal consumo é pensado e analisado para desenvolver projetos que promovam medidas que direta ou indiretamente, auxiliam a resolução em torno das preocupações sociais como empregabilidade, aumento de renda e poder de compra, suporte na área da saúde e segurança à população. Como se pode observar, o carnaval é de suma importância para manter a roda da economia do Rio girando em favor do aquecimento econômico que propicia o crescimento do Estado para além dessas atividades. Para o secretário de turismo do Rio, Otávio Leite, várias questões estão em pauta para serem discutidas e inseridas, como as de “transporte hidroviário e ferroviário no estado, apoio estadual ao turismo na capital e em

municípios do interior,” o que beneficia não só o turista, mas também o residente (DIÁRIO DO RIO, 2019).

No capítulo a seguir será apresentada a metodologia que norteia a pesquisa na busca pelos dados a serem coletados em campo. A fim de extraí-los com a melhor e maior precisão possível, para estudá-los e tratá-los em paralelo às teorias de base que foram apresentadas neste referencial.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

*Oh!!! meu Brasil
Overdose de amor nos traz
Se espelha, na família "Beija-Flor"
Lutando eternamente pela paz*

(BEIJA-FLOR, 2003).

Neste capítulo será apresentado o método e a abordagem de trabalho com que será conduzido o estudo no campo da investigação da problemática proposta pela questão e do sujeito de pesquisa, a fim de elucidar as questões que envolvem o fenômeno envolvido e seus desdobramentos. O roteiro metodológico será descrito inicialmente pelo tipo de pesquisa e a abordagem utilizada, seguido do universo, amostra e sujeitos da pesquisa, logo após os instrumentos de coletas de dados e por último a análise dos dados.

O estudo será conduzido de maneira qualitativa para que se possa ser observado em campo as atividades que envolvem o sujeito da questão, por meio de “práticas materiais e interpretativas que dão visibilidade ao mundo” (DENZIN; LINCOLN, 2006). O método qualitativo tem por objetivo nos direcionar “a uma série de leituras sobre o assunto da pesquisa”, isso colabora para que o pesquisador descreva e analise minuciosamente os dados à luz do pensamento de diversos autores especialistas no assunto, e a partir daí constituir correlações para que o condutor da pesquisa explique seu ponto de vista (OLIVEIRA, 1999).

3.1 Tipo de Pesquisa e Abordagem Utilizada

Segundo Oliveira (1999), “a pesquisa tem por objetivo estabelecer uma série de compreensões no sentido de descobrir respostas para indagações e questões em todos os ramos do conhecimento humano”, esse conhecimento pode envolver “o mundo social, vegetal, animal, mineral, além do espaço e do mundo marinho”. Isto posto, para o pesquisador que se aventura no universo acadêmico pela busca do saber,

Há uma necessidade de utilizar de uma série de conhecimentos teóricos e práticos além da capacidade de manipular as técnicas, conhecer os métodos e outros tipos de procedimentos com o objetivo de alcançar resultados para as questões e perguntas formuladas até a apresentação final do documento (OLIVEIRA, 1999).

A investigação deste estudo se dará por meio do método qualitativo, com o propósito de aproximar os conceitos teóricos às práticas que envolvem a questão e o sujeito de um ponto de vista mais aprofundado, reunindo diversas atividades a serem interpretadas a partir da realidade, estreitando a relação entre o estudo e o pesquisador, inserindo “as limitações situacionais que influenciam a investigação”, (DENZIN; LINCOLN, 2006).

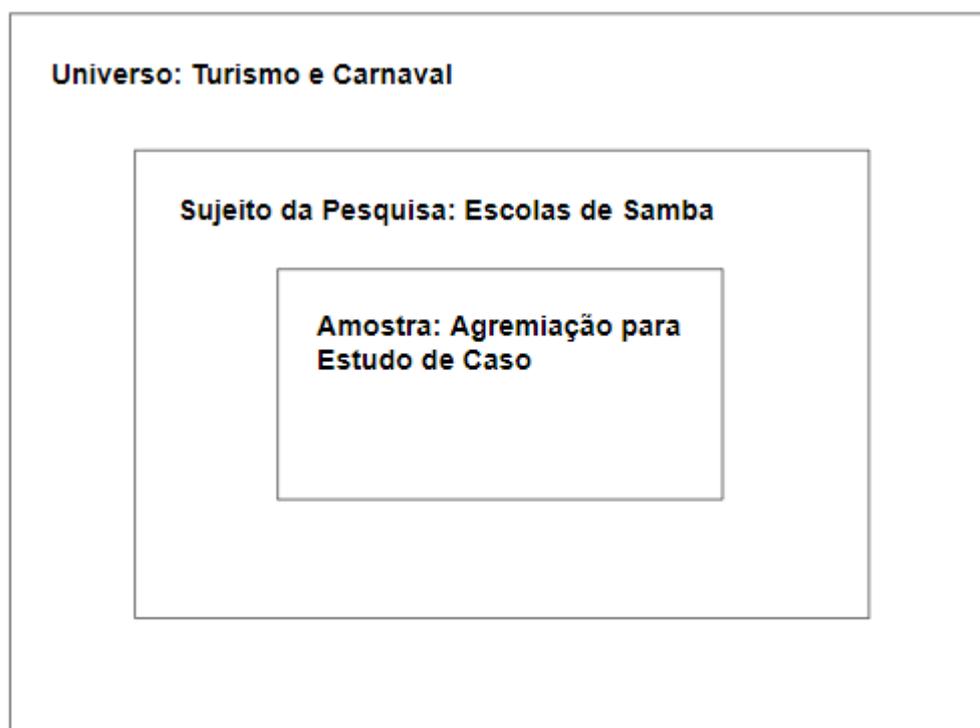
A abordagem selecionada para a pesquisa é a de estudos de casos, que será utilizada para mergulhar no universo da questão de estudo e desenvolver uma melhor compreensão do objeto de pesquisa emergente (Escolas de Samba) envolvido na temática, e das teorias de bases em relação a esse objeto e ao assunto proposto. O “método de estudo de caso como estratégia de pesquisa ocorreu em função da sua melhor adequação para coletar e analisar as provas empíricas desejadas” descreve Gomes (2014). A pesquisa será operacionalizada em caráter exploratório, apropriando-se de uma análise de conteúdo, a fim de aproximar-se o máximo possível da realidade e perspectiva do objeto de pesquisa (Escola de Samba), bem como, observar detalhadamente todos os atores envolvidos e o cenário da organização pesquisada no qual se encontra a temática (DENZIN; LINCOLN, 2006).

3.2 Universo, Sujeitos da Pesquisa e Amostra

Para realizar a coleta das informações necessárias para desenvolver o estudo em acordo com a questão de pesquisa, é de suma importância definir o universo e a amostra que vai conduzir a análise. Para tratar do assunto em tempo hábil, de acordo com o cronograma da pesquisa proposto, é importante delimitar a população do universo de pesquisa, e fazer um recorte de amostra para ser representativa de um todo (OLIVEIRA, 1999). Neste estudo, o universo da pesquisa é o Turismo e o Carnaval, e para analisar os dados que envolvem o turismo serão selecionados como amostragem conteúdos de entrevistas de representantes do

poder público ligados direta ou indiretamente ao turismo, e para fazer a correlação no que diz respeito ao carnaval das Escolas de Samba, como amostragem será pesquisada uma agremiação em especial, que foi escolhida por ser umas das Escolas de Samba mais tradicionais da história do carnaval carioca, e é considerada umas das maiores campeãs da era sambódromo, com 70 anos de existência, e expressiva atuação na legitimação da história do carnaval brasileiro, (FERREIRA, 2004).

Quadro 1 - Universo, Sujeito da Pesquisa e Amostra



Fonte: Elaboração Própria

A seguir, registra-se as informações principais sobre a organização em que se fará a coleta dos dados para este estudo.

Quadro 2 - Empresa G.R.E.S. Beija-Flor

GRÊMIO RECREATIVO ESCOLA DE SAMBA BEIJA-FLOR
Descrição: Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte
Site: https://www.beija-flor.com.br/
Redes Sociais: @beijafloroficial
E-mail: imprensa@beija-flor.com.br
Telefones: (21) 3179-0164

Fonte: Elaboração Própria

Considerando que o estudo apresenta diversos tipos de coletas de dados para investigar a questão da pesquisa, no que diz respeito às entrevistas com roteiro semiestruturado em que o sujeito entrevistado apresenta muito de sua subjetividade na fala (BARDIN, 2011), é de suma importância que os mesmos sejam escolhidos minuciosamente para constituir com maior naturalidade e representatividade possível como amostra da população (Escola de Samba) do objeto de estudo. Por tanto, foram escolhidos os profissionais da agremiação que atuam diretamente em cargos de gestão do nível estratégico da organização.

Quadro 3 - Entrevistados/Sujeitos da Pesquisa

	ENTREVISTADOS	FORMAÇÃO	IDADE	CARGO NA ORGANIZAÇÃO	TEMPO DE TRABALHO NA ORGANIZAÇÃO
E1	Almir José dos Reis	História	51 anos	Vice-Presidente	26 anos
E2	Bianca Behrends	Ciências Sociais e Esp. em Cultura Popular Brasileira	41 anos	Diretora Cultural	17 anos
E3	Rosangela Melo	Administração	50 anos	Assessora Comercial	7 anos

Fonte: Elaboração Própria

3.3 Instrumentos de Coleta de Dados

Para organizar os instrumentos de coleta dos dados da pesquisa, além da investigação de informações por meio de conteúdos bibliográficos impressos e online, a análise de conteúdo também se valerá de entrevistas narrativas em profundidade desenvolvidas a partir de um roteiro semiestruturado, com tópicos especialmente extraídos dos objetivos definidos à priori, a fim de analisar e responder às questões levantadas no estudo, e refletir sobre os dados das amostragens da pesquisa, para uma melhor compreensão tanto da fala do entrevistado quanto dos dados e do contexto históricos relacionados à problemática em questão e desenvolver as devidas inferências do assunto.

Em geral, as obras sobre pesquisa científica oferecem esboços práticos que servem de orientação na montagem dos formulários, questionários, roteiros de entrevistas, escalas de opiniões ou de atitudes e outros aspectos, além de fornecer indicação sobre o tempo e o material necessário à realização de uma pesquisa (OLIVEIRA, 1999).

3.4 Análise dos Dados

Para este e muitos outros casos, aplica-se a análise de conteúdo com a intenção de ultrapassar as incertezas e aprofundar-se na descoberta de conteúdos e estruturas que não se podia enxergar à priori, explica Bardin (1977). O tratamento dos dados que serão coletados nas entrevistas a realizar em campo, com relação à temática proposta pela questão de pesquisa, se dará por uma análise de conteúdo como ferramenta metodológica, para traduzir de maneira dedutiva a fala dos entrevistados (BARDIN, 1977).

Para desenvolver neste estudo uma análise de conteúdo clássica, das entrevistas sob roteiro semiestruturado, serão utilizados quadros categoriais, destacando os temas e indicadores que emergem da questão de pesquisa por maior repetição de frequência. No entanto, vale ressaltar que Bardin (2011) atenta para as insuficiências que este processo pode apresentar, ainda que apresente funcionalidade para desenvolver a análise, pode ser “incapaz

de transmitir o essencial das significações produzidas pelas pessoas, deixando escapar o latente, o original, o estrutural, o contextual”.

A fim de simplificar o entendimento com que se desenvolveu a questão, e para elucidar o objetivo geral e os objetivos específicos deste estudo, e assim obter uma visão ampla e consistente do caso, o desenvolvimento da pesquisa e o tratamento dos dados serão operacionalizados da seguinte forma, a organização em questão (a agremiação pesquisada) será o ambiente interno, a fim de que se possa investigar suas contribuições em relação ao ambiente externo, as condições que a favorecem e a desfavorecem, seus pontos fracos e fortes, e qual a sua relação com os principais indicadores econômicos que o ambiente externo possui. Veremos neste estudo o Turismo e o Carnaval relacionados como ambiente externo, para que se possa analisar as ameaças e oportunidades em relação ao ambiente interno dentro dos parâmetros estratégicos organizacionais de que trata a administração estratégica visualizada na forma da análise swot abordada por Wright, Kroll e Parnell (2009).

Baseado nos conceitos estratégicos dos principais teóricos da área de administração, a análise swot é utilizada como uma ferramenta de gestão na administração estratégica para analisar o cenário que envolve uma determinada organização e todos os agentes que interagem com a mesma, seja direta ou indiretamente. A fim de apurar um diagnóstico ambiental que preveja ameaças e reduza ao máximo suas fraquezas, a análise swot corrobora para a elaboração de planos de ações que potencialize suas forças, e legitime as melhores tomadas de decisões do nível estratégico na busca de oportunidades.

Quadro 4 - Análise SWOT³

	Favorecem	Desfavorecem
Ambiente Externo Turismo e Carnaval	Oportunidades	Ameaças
Ambiente Interno Escola de Samba	Forças	Fraquezas

Fonte: Elaboração Própria

3.4.1 Categorias de Análise

Das categorias de análise, extraídas de temas emergentes no decorrer da elaboração dos objetivos da pesquisa, estabelecidas à priori para nortear o roteiro de entrevistas semiestruturado e ir a campo, e também extraídos das entrevistas que encerra a coleta de dados para realizar as devidas inferências das informações obtidas. Foram destacadas as seguintes categorias de análise:

Quadro 5 - Categorias de Análise

Ambiente Externo Turismo e Carnaval	<input type="checkbox"/> Impacto do carnaval das Escolas de Samba no Turismo <input type="checkbox"/> Sinais de alerta para os riscos na economia do turismo em relação ao carnaval
Ambiente Interno Escola de Samba	<input type="checkbox"/> Gestão dos recursos financeiros e Planejamento Estratégico da agremiação <input type="checkbox"/> Modernização e Flexibilização dos Processo de Investimentos e Parcerias de negócios

Fonte: Elaboração Própria

³A *Análise SWOT* é um sistema simples para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa no ambiente em questão. A técnica é creditada a **Albert Humphrey**, que liderou um projeto de pesquisa na Universidade de Stanford nas décadas de 1960 e 1970, usando dados da revista Fortune das 500 maiores corporações (FERREIRA, 2020).

O capítulo a seguir apresentará as análises dos dados, bem como os resultados obtidos a partir da compilação de todo o material informativo desenvolvido e descrito nas seções anteriores juntamente com as etapas do capítulo 4.

4. ANÁLISES DOS DADOS E RESULTADOS DA PESQUISA

*Algoz da intolerância
Mesmo proibido, fui a voz de Deus*

(BEIJA-FLOR, 2019)

Este capítulo é dedicado a exposição das análises e tratamento dos dados que emergiram no decorrer da elaboração dos objetivos da pesquisa estabelecidos à priori, que serviram de base para nortear as entrevistas realizadas com roteiro semiestruturado para ir a campo, e assim que extraídos, foram categorizados (ver Quadro 4 no capítulo 3) mediante os conceitos da análise swot, dividindo-os em ambiente externo (Turismo e Carnaval) e ambiente interno (Escolas de Samba) durante a análise de todo material coletado e compilado na pesquisa, bem como os seus resultados. A primeira subseção 4.1 descreve os principais aspectos históricos e econômicos do espetáculo em que se encontram dois dos três principais atores da temática trazida pela questão de pesquisa que são o Turismo e o Carnaval, e relaciona os atuais acontecimentos aos propósitos de investigação estabelecidos à priori explorados metodologicamente como ambiente externo, e as inferências a respeito de suas oportunidades e ameaças. Na subseção 4.2 é apresentada a análises do ambiente interno em relação aos desdobramentos provocados pelo ambiente externo

É necessário salientar que nas próximas seções serão apresentadas subcategorias que resultaram do conteúdos das falas dos entrevistados, e/ou pesquisas bibliográficas complementares obtidas no decorrer da etapa de coleta de dados bem como na interpretação e exploração de possíveis temas emergentes, visto sua relevância, serviram de endosso para detalhar e/ou apontar determinados pontos de vista, e ou situações empíricas que estiveram ocultas ao entendimento do pesquisador.

4.1 Ambiente Externo (Turismo e Carnaval) suas Oportunidades e Ameaças.

Quadro 6 - Categorias de Análise do Ambiente Externo (Turismo e Carnaval)

Ambiente Externo	Oportunidades	Ameaças
Turismo e Carnaval	Impacto do carnaval das Escolas de Samba no Turismo	Sinais de alerta para os riscos na economia do turismo em relação ao carnaval

Fonte: Elaboração Própria

4.1.1 Impacto do carnaval das Escolas de Samba no Turismo (Oportunidades)

Os festejos populares são uma grande vitrine que promove o Brasil como rota de viagem para apreciação de belezas naturais, cultura regional e entretenimento em dimensão global. Em especial o carnaval brasileiro, que é considerado um dos maiores espetáculos a céu aberto, conta com uma grande vantagem em relação aos demais eventos de grande potência, o tempo de duração é maior a exemplo de um outro festejo de destaque, também considerado um dos maiores festivais comemorados, o réveillon, que geralmente conta com duas datas, que inclusive diga-se de passagem comemorado em todos os continentes da esfera terrestre e mesmo assim não põe o carnaval em desvantagem. Além da experiência vivida por quem participa desta festa do carnaval brasileiro, seja um nativo, um turista nacional ou internacional, que transmite verbalmente para outras pessoas o evento e as emoções que este o proporciona, o espetáculo conta com o interesse das mídias impressas, de rádio, televisivas, redes sociais e plataformas online para explorar de alguma forma a festa carnavalesca, dando vasta visibilidade ao território brasileiro e praticamente tudo que o envolve nessa ocasião anual. O carnaval que possui base européia, no Brasil é fruto de profundo interesse e negociações entre as populações colonizadas indígenas do Brasil e negros trazidos de África e/ou nascidos em solo brasileiro, a fim de exercer e perpetuar sua cultura, mesmo sob o duro jugo português que lhes era imposto no período colonial do Brasil (FERREIRA, 2013).

O “segredo” do sucesso dessas festas não somente reside em suas origens centenárias, folclóricas ou religiosas, em certos casos, nem em seu apelo a grandes nomes do show business nacional e internacional, em outros. É a mistura, a aceitação negociada das mais diversas influências e colaborações que faz com que um evento

festivo traduza os desejos de centenas, milhares ou às vezes milhões de pessoas, (FERREIRA, 2013, p. 57).

É uma festa que agrega, e não segrega. Pessoas de diferentes classes sociais, cores de pele, nível intelectual, econômico, enfim, e religião, tá todo mundo ali com o mesmo objetivo que é brincar o carnaval. (E2 - Diretora Cultural da agremiação)

Quadro 7 - Síntese da Subcategoria de Análise do Impacto do Carnaval das Escolas de Samba

Subcategoria	Síntese
Mídia	<ul style="list-style-type: none">- Recurso aberto explorado financeiramente- Promove visibilidade aos agentes satélites que circulam direta ou indiretamente na órbita do evento

Fonte: Elaboração Própria

Para Kotler (2003), não utilizar-se dos meios de comunicação que a mídia proporciona, é escolher manter-se invisível ao mercado. O carnaval não só proporciona ao próprio espetáculo forte recurso de promoção por meio da projeção de suas imagens, como dispõe aos mercados que giram em torno desse evento mídia praticamente gratuita para exploração potencial de atração de clientes e parceiros de negócios utilizando-se do aquecimento econômico proporcionado pelo festejo popular.

Marcado por diversos momentos de marcante importância para a história do Brasil, o carnaval passou por muitas mudanças e adaptações que mesmo através dos tempos e dificuldades carregam uma série de aspectos que ligam nossa herança cultural construída ao longo dos anos ao que hoje vivenciamos. O carnaval brasileiro hoje, ainda é carregado de uma diversidade de interesses que atualmente o caracterizam como cultura popular. Partindo deste aspecto é inegável não reconhecer neste festejo “os sentidos daí resultantes, sempre em estado de instabilidade latente, são necessária e constantemente negociados entre os atores envolvidos” segundo Ferreira (2013). Outro ponto de alta relevância a ressaltar sobre o carnaval, são os aspectos econômicos que emergiram e ganharam força para aumentar a receita regional dos estados que abrangeram a “folia carnavalesca” em suas datas popularmente comemorativas. Diversas frentes comerciais se beneficiaram da economia

proporcionada pelo carnaval, diante das novas possibilidades de negócios, mercados passam a estabelecer-se com mais solidez e lucratividade. A exportação da imagem do festejo abre as portas para importações e comércio exterior. O início do século XX é marcado pela ascensão do turismo no Brasil, adentrando as principais rotas de transatlânticos, no desembarcar de milhares de viajantes europeus e americanos devido a exibição do evento em jornais que circulavam na época. É quando em meados dos anos 1960, com a ascendência das agremiações de samba do carnaval carioca fomentado nas rádios, o espetáculo alcança visibilidade televisiva e assim estabelece o carnaval do Rio de Janeiro destaque entre as estratégias do turismo brasileiro, “Toda essa disposição festiva acabaria atraindo visitantes do país e do mundo para a maior festa popular do planeta, no Rio de Janeiro”, (FERREIRA, 2013).

Esses acontecimentos desencadearam o crescimento de diversas indústrias, bem como a fonográfica, que beneficiou outras regiões do Brasil, entre elas algumas com um formato de festejo diferenciado, utilizando-se de enormes carros sonorizados que impulsionaram o mercado musical, com o chamado “Carnaval Elétrico”, conduzido por trios elétricos, dando ênfase a “uma espécie de paradigma internacional para grandes celebrações musicais” explica Ferreira (2013). Além desta, outras indústrias foram difundidas no país, e o Rio de Janeiro tornou-se palco central e principal referência das manifestações dos festejos populares brasileiros.

Dentro do espectro da economia mundial o turismo apresenta uma crescente nos dados estatísticos de arrecadação. Em 2018 a contribuição do Turismo apresentou um crescimento de 3,9%, arrecadou um montante de US\$ 8,8 trilhões, e gerou cerca de 319 milhões de empregos por todo o mundo. “Dados são do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC, na sigla em inglês), ao lado da Oxford Economics” (VIEIRA, 2019). Se em 2018 na balança monetária o PIB mundial emplacou um crescimento de 3,2%, no Brasil a contribuição do turismo chegou a 8,1% atingindo uma das marcas mais elevadas na América do Sul, deixando o Brasil nas posições de liderança global, no que diz respeito a contribuição econômica por meio do turismo (VIEIRA, 2019). Sem dúvidas este é um segmento que movimentou significativamente a economia dos países que buscam se destacar atrativamente dentro da esfera global. E no caso do Brasil, o carnaval é uma das maiores portas de entrada

para aquecer a economia nacional por meio das oportunidades que induzem o crescimento turístico, partindo do fato que o carnaval deve ser consumido e comercializado como um produto por milhares de pessoas (PRESTES FILHO, 2009).

A gente tem um país enorme, com a extensão de um território continental e eu acho que isso pode ser a melhor parceria que a gente teria. Seria investir em, assim, tragam os turistas pra cá, e a gente começa a contar as belezas naturais do Brasil todo. Sabe? Esse é o primeiro aspecto que eu penso assim, é intercâmbio, em divulgação. Porque é uma propaganda, as pessoas não enxergam o desfile de uma escola de samba, mas é uma vitrine absurda. As pessoas precisam começar a entender que carnaval é um produto. (E2 - Diretora Cultural da agremiação)

Não é possível ao ambiente interno obter algum tipo de controle sob o ambiente externo, fazendo com que esse agente interno se desenvolva em detrimento dos aspectos e desdobramentos que o ambiente externo proporciona (FERREIRA, 2009). Cabe ao ambiente interno conhecer e monitorar toda órbita mercadológica que gira em torno do ambiente externo, para utilizar-se de estratégias bem planejadas para enfrentar as debilidades que podem ocorrer.

4.1.2 Sinais de alerta para os riscos na economia do turismo em relação ao carnaval (Ameaças)

A crise financeira do Rio de Janeiro nos últimos anos tem atingido diversos setores que compõem a economia do Estado. Assim como os segmentos básicos de ordem governamental como saúde, educação, segurança pública, saneamento básico e outros, outros segmentos, bem como a cultura também vem sofrendo a cada ano com o déficit de investimentos que garantem o seu desenvolvimento e manutenção. Os boicotes financeiros as iniciativas culturais a cada dia ganham mais forças no discurso de diversos representantes do atual governo do Estado, com a promessa de melhorias nos sistemas que administram as necessidades básicas da população carioca.

Porque são coisas que as pessoas não entendem, quando falo assim, ah! não tem que tirar dinheiro da saúde, dinheiro da educação, dinheiro da segurança pra investir no carnaval. Não existe isso! Cada secretaria tem uma verba específica, então o carnaval não tira dinheiro da saúde, da educação, da segurança pública. Ao contrário, o dinheiro que é arrecadado no período do carnaval sim, pode ser redistribuído para quaisquer segmentos. (E2 - Diretora Cultural da agremiação)

Tal recessão de capital não só ameaça a parcela de patrocínio do espetáculo de carnaval e as agremiações de samba, como também pode respingar em diversas atividades que se aquecem por meio do turismo, e que fazem a roda da economia girar (EBC, 2019), a exemplo os principais indicadores econômicos turísticos descritos no referencial teórico na seção 2 deste estudo, que se beneficiam diretamente com os números favoráveis do evento.

Quadro 8 - Principais Indicadores Econômicos Turísticos



Fonte: Elaboração Própria

A frente do ministério da Cultura em 2017, em entrevista à rádio BandNews FM, Sérgio Sá Leitão defendeu o investimento da verba pública nas Escolas de Samba do carnaval carioca salientando o expressivo retorno econômico gerado pelo espetáculo. Tesi (2017) ressalta a colocação de Leitão, “os R\$ 26 milhões de verba pública para as agremiações é o início de um processo que atrai um milhão de turistas e geram uma renda de R\$ 2,2 bilhões para a economia da cidade.”. A falta de investimento no espetáculo pode deixar as agremiações lançadas à própria sorte na busca pela sobrevivência financeira. Porém diversos problemas socioeconômicos podem ganhar força se o espetáculo declinar na qualidade de apresentação e organização, e que também poderia servir de combustível para a desaceleração da economia que envolve o turismo, e se vale do desfile na Marquês de Sapucaí para movimentar financeiramente o estado.

Nossa perspectiva é de que um dia vá melhorar, nós temos um lema de que não pode deixar o samba morrer, não pode deixar o samba acabar. Mas tá muito difícil [...]manter pelo meno o padrão [...] que a gente conquistou ao decorrer do tempo, [...] enquanto houver uma luz no fim do túnel nós não vamos desistir. (E1 - Vice-Presidente da agremiação)

Então a gente sabe, e, tem comprovado estatisticamente pelos órgãos responsáveis que o carnaval gera retorno pro turismo. Agora, como é que a gente vai conseguir estabelecer essas parcerias de maneira mais concreta, acho que só a hora que esses dados forem colocados no projeto que eles forem colocados na mesa, e que as pessoas entendam que o carnaval é um espetáculo cultural, é, de um potencial enorme histórico e artístico, mas que o carnaval também é um negócio. E é um negócio absolutamente lucrativo. Então a hora que isso acontecer, talvez o carnaval passe a ser visto no Brasil, como eu acho que seria se ele acontecesse em qualquer outra parte do mundo, com mais respeito, com mais investimento, com mais seriedade. (E2 - Diretora Cultural da agremiação)

4.2 Ambiente Interno (Escola de Samba) suas Forças e Fraquezas

Quadro 9 - Categorias de Análise do Ambiente Interno (Escola de Samba)

Ambiente Interno	Forças	Fraquezas
Escolas de Samba	Gestão dos recursos financeiros e Planejamento Estratégico da agremiação	Modernização e Flexibilização dos Processo de Investimentos e Parcerias de negócios

Fonte: Elaboração Própria

4.2.1 Gestão dos Recursos Financeiros e Planejamento Estratégico da agremiação (Forças)

As Escolas de Samba atravessaram o século XX para o século XXI evoluindo e se adaptando dentro dos moldes das organizações, todavia sem perder sua essência popular, cultural e artística. Porém dentro dos parâmetros organizacionais os gestores das agremiações conduzem suas produções de maneira estratégica, principalmente no que diz respeito aos recursos financeiros de que dispõem. Cercados por toda a problemática que envolve o déficit nas verbas financiadoras do espetáculo carnavalesco no Rio de Janeiro, os gestores fazem verdadeiros malabarismos para equilibrar as contas longe das margens das cifras negativas. No entanto a estratégia da redução de custos e do reaproveitamento de materiais utilizados em carnavais anteriores unidos a criatividade do carnavalesco tem sido uma saída para apresentar uma gestão estável e uma balança favorável dos seus recursos financeiros.

Em cima dessa arrecadação tão minúscula, a gente faz de tudo para criar um bom espetáculo. Onde entra o carnavalesco, ele que é o verdadeiro artista [...], ele em cima

dessa coisa, do que nós temos ele vai criando [...], através da criação dele diminuindo o máximo de custos para poder botar o carnaval na rua. (E1 - Vice-Presidente da agremiação)

O barracão de uma escola de samba é essencialmente o celeiro de artistas das mais diferentes áreas, então a gente tem [...] literários, desenhistas, figurinistas, carpinteiros, ferreiros, escultores, marceneiros, a gestão administrativa que vem se profissionalizando cada vez mais, porque carnaval deixou de ser tão e somente [...] uma festa do povo e para o povo, virou um espetáculo que é transmitido em rede nacional, internacional, mundialmente, é um espetáculo que requer uma verba expressiva e então a gente tem artistas de todos os segmentos, e precisa de um grupo pra administrar isso, e ser responsável pela logística desse espetáculo. (E2 - Diretora Cultural da agremiação)

Quadro 10 - Síntese de Análise de Estratégia da Gestão de Recursos Financeiros

Subcategoria	Síntese
Estratégia	- Gestão de recursos voltadas para redução de custos e reaproveitamento de materiais utilizados em carnavais anteriores

Fonte: Elaboração Própria

Segundo Kotler (2003), estratégia é uma ferramenta que fornece e beneficia a organização um posicionamento de valor e consistência frente ao mercado que se pretende avançar. No caso da agremiação que busca se manter financeiramente ativa em meio ao cenário desfavorável do carnaval, as estratégias de crescimento são imprescindíveis para que possam atrair e manter seus investidores, projetando-se de maneira consistente e mostrando-se crescentes o mercado-alvo. “O crescimento é energizante”, (KOTLER, 2003).

4.2.2 Modernização e Flexibilização dos Processo de Investimentos e Parcerias de Negócios (Fraquezas)

Embora as agremiações no decorrer da história tenham se organizado como empresa, e buscam cada vez mais qualificar sua mão-de-obra operacional e estratégica para enfrentar este mercado com ações bem planejadas e engendradas, percebe-se na fala dos profissionais da Escola de Samba um certo receio quanto ao futuro do espetáculo, que encontra forte resistência e recusa de investimentos governamentais, e dificuldades na conquista de

parceiros da iniciativa privada que creditem ao carnaval e o caracterize como um produto seguro, rentável, principalmente favorável a exploração de propaganda e marketing.

Então, na verdade é que nós gostaríamos muito é que o carnaval tivesse uma contrapartida de visibilidade de marca, assim como tem os clubes de futebol, né. Então você vê aí os grandes campeonatos e as empresas estão investindo pesado por conta dessa questão da possibilidade da contrapartida de divulgação da marca. (E3 - Assessora Comercial da agremiação)

O carnaval é muito amplo, ele precisa ter um parceiro, nós temos vários caminhos, para realizar contrapartidas que seja bom para os dois lados. Nós só precisamos é fazer com que a rede privada nos veja de uma forma que os governantes não nos vê. (E1 - Vice-Presidente da agremiação)

Quadro 11 - Síntese de Subcategoria de Análise da Modernização e Flexibilização dos Processos de Investimentos e Parcerias de Negócios

Subcategoria	Síntese
Propaganda	<ul style="list-style-type: none">- Possibilidades de contrapartidas- Divulgação comercial de marcas e produtos

Fonte: Elaboração Própria

O carnaval das Escolas de Samba do Rio de Janeiro, são grandes outdoors para o mundo seja durante as datas do desfile oficial na Marquês de Sapucaí, bem como no decorrer do ano. Porém uma das maiores dificuldades hoje das agremiações em conseguir firmar parcerias que venham patrocinar seu enredo carnavalesco ou subsidiar algum custo imbricado nas contas da organização, é o engessamento do regulamento da Liga que regulamenta o campeonato entre as Escolas, que dificulta a exploração da divulgação comercial das marcas parceiras e seus produtos.

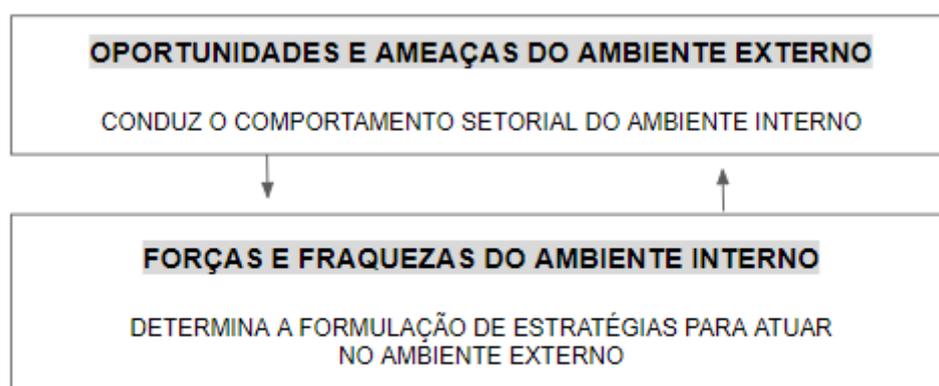
Essa solução administrativa, essa solução para o carnaval além de depender dos nossos governantes nós também precisamos que a nossa liga independente das escolas de samba se modernize. Ela ainda está muito arcaica, se a LIESA não se conscientizar de que tem que mudar, eu não vejo futuro muito longo pro carnaval, por

mais que a gente tente, por mais que a gente brigue por isso, por mais que a gente tenha esperança, mas se a LIESA não nos ajudar vai ficar muito difícil se manter. (E1 - Vice-Presidente da agremiação)

Mas é, ainda é, muito pequeno perto do que se é possível fazer, talvez porque a gente esteja muito engessado no regulamento de quando a liga independente das escolas de samba foi fundada. Então tudo mudou no carnaval. Carnaval assim, é, atingiu outro público, outras cifras, outras necessidades enquanto espetáculo, mas o regulamento ainda é muito engessado. Então é, as escolas ainda ficam muito reféns da, do que elas precisam cumprir pra não serem multadas ou desclassificadas. (E2 - Diretora Cultural da agremiação)

Em meio aos apelos e constantes esforços das Escolas de Samba na busca por patrocínio entre as esferas governamentais e privadas, uma das barreiras que tornam o processo de investimento das empresas privadas mais escasso é a rigidez do regulamento da LIESA, para que as agremiações possam criar contrapartidas de propaganda e marketing vinculadas às suas apresentações no desfile oficial que dificultam a exploração das oportunidades. Mesmo com a grande visibilidade que o evento possui, a falta de modernidade e flexibilidade junto ao órgão que regulamenta o espetáculo deixam os dirigentes com estreita abertura para desenvolverem e receberem propostas de investimento.

Quadro 12 - Comportamento do Ambiente Interno em relação ao Ambiente Externo



Fonte: Elaboração Própria

Na administração estratégica faz-se necessário minuciosidade na análise dos fatores tanto do ambiente em que a organização atua, como nos fatores que constroem e determinam

o ambiente interno da organização, sua atual posição no mercado, seus índices de crescimento e suas estratégias de negócio. Nesse contexto quando bem planejada, a alta administração da organização se assegura com melhor desenvolvimento de estratégias, a viabilidade da implementação dos planos de ações e passar a controlar as ações para assegurá-las ou modificá-las quando for necessário, (WRIGHT; KROLL; PARNELL, 2009).

Com todos estes e muitos outros registros que aqui não estão citados da expressiva contribuição do carnaval no crescimento econômico do Brasil, e em especial do Rio de Janeiro, ainda assim hoje, há rasa valorização deste festejo popular nas pautas governamentais de investimento. As Escolas de Samba do Rio de Janeiro hoje passam por um momento de extrema instabilidade econômica, embora atualmente as agremiações se apresentem como organizações propriamente ditas e regularizadas por meio de cadastro nacional de pessoa jurídica (CNPJ), na maioria das vezes não arrecadam o suficiente para subsidiar a produção de um desfile de enredo carnavalesco na Marquês de Sapucaí, que e ao longo da história contaram com o apoio governamental seja no financiamento do espetáculo de carnaval como um todo, bem como com verba subsidiária particularmente destinada a cada agremiação do grupo especial de maneira igualitária. O fato exposto ratifica-se no depoimento dos entrevistados, um deles no exercício da gestão de uma agremiação escolhida para este estudo de caso, e que faz parte de todo esse processo e conteúdo histórico abordado nesta pesquisa, e ressaltam a gravidade da atual situação econômica, nos trechos a seguir:

Esse é um grande problema que estamos passando. Nós somos considerados o maior espetáculo a céu aberto da terra. E aqui, infelizmente nossas autoridades, os nossos governantes ainda não conseguiram entender o tamanho do evento. (E1 - Vice-Presidente da agremiação)

Hoje possui uma arrecadação feita pela televisão, onde é transmitida através de contrato, temos uma arrecadação vinda através da venda de ingressos, e o que a gente vai conseguindo através de alguns colaboradores, mas fora isso, mais nada, Nem do governo federal, nem do governo estadual e nem do governo municipal, não temos ajuda nenhuma. (E1 - Vice-Presidente da agremiação)

Havia uma verba da Prefeitura que já média, foi boa, foi péssima, e agora nós não temos nenhuma. E nesse momento, hoje, a gente está num impasse com a Prefeitura do Rio de Janeiro. (E2 - Diretora Cultural da agremiação)

Mas, é, tem que investir. O país tá quebrado! O município tá quebrado! O estado tá quebrado! O governo federal tá quebrado! E aí as pessoas também se alimentam de cultura! As pessoas também se alimentam de arte! Mas quando outros itens tão tão, é, deficitários, acaba que a cultura é visto “como supérfluo”. E não é supérfluo! Então se a gente tem várias leis de incentivo que permitem que empresas privadas invistam no carnaval, eu como artista do carnaval, gostaria de ver uma mudança no regulamento, que seja mais flexível pra que grandes empresas possam investir através de leis de incentivo, ou de dedução fiscal pro aprimoramento do espetáculo. (E2 - Diretora Cultural da agremiação)

Sem dúvida o carnaval carioca, em especial o desfile das Escolas de Samba na Marquês de Sapucaí é um produto que alcança níveis de visibilidade mundial, mas que encontra diversas fraquezas para a exploração do evento e obtenção de investimentos que financiam as agremiações, devido a falta de modernização dos processos e regulamentos que impõe a liga que administra o campeonato na avenida, a falta de interesse governamental para tratar as questões do espetáculo com mais empenho, credibilidade, dando ao carnaval mais apoio prático para a promoção do evento comercialmente junto às iniciativas privadas e subsídios financeiros para as Escolas de Samba em contrapartida da arrecadação aquecida pelo evento.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

*Mas o samba faz
Essa dor dentro do peito ir embora
Feito um arrastão de alegria e emoção, o pranto rola
Meu canto é resistência
No ecoar de um tambor
Vem ver brilhar
Mais um menino que você abandonou*

(BEIJA-FLOR, 2018)

Ao analisar a conjuntura do estudo desenvolvido sob temáticas altamente discutidas nas mídias que veiculam informações econômicas do atual cenário do Estado do Rio de Janeiro, desde a elaboração da questão de pesquisa, desenvolvimento teórico e metodológico, análise de conteúdos já existente, a coleta de dados no campo organizacional, e os diálogos informais com acadêmicos do programa de mestrado, profissionais da área de carnaval e turismo, colegas de trabalho e amigos pessoais, foi possível perceber que a dimensão dos festejos populares brasileiros e seus fatores ambientais sejam eles internos ou externos provocam curiosidade, excitação emocional e margens para diversas pautas dialógicas sobre crise financeira, entretenimento, conhecimento cultural popular brasileiro e diversos outros assuntos triviais relacionados.

A fim de confrontar o objetivo geral desta pesquisa que é investigar a Contribuição das Escolas de Samba como um indutor econômico para o turismo no Rio de Janeiro com as análise dos dados obtidos, percebeu-se que o Turismo e o Carnaval são os ambientes que regem tanto o desenvolvimento organizacional das Escolas de Samba como suas as estratégias para sobreviver em meio a crise financeira que atravessa o país, em especial aqui o Rio de Janeiro. O estudo de caso de que trata esta pesquisa, ressaltou os índices estatísticos da indústria do Turismo em decorrência do evento do carnaval carioca. O Turismo apresenta altos índices socioeconômicos de grande relevância para a arrecadação dos cofres públicos, na geração de empregos e renda populacional, abertura de novos mercados, impulsiona diversas melhorias nas segmentos de necessidades básicas da população, incentiva melhorias

na mobilidade urbana e aquece economicamente indicadores relevantes como agências de turismo, rede hoteleira, gastronomia e difunde o conhecimento na cultura popular brasileira. Em suma, o carnaval é um produto consumido por milhares de pessoas, sejam nativos, turistas nacionais e internacionais que venham ao Brasil por conta do festejo, ou por pessoas em diversos outros países onde as mídias conseguem fazer chegar tudo que se relaciona com o evento.

O Turismo é um agente ambiental que se beneficia economicamente de toda a dimensão de mercadológica que o carnaval produz. Também conduz o comportamento setorial do nosso eleito aqui ambiente interno, as Escolas de Samba, que seguem na busca de se tornarem organizações mais modernas e sustentáveis, sem deixar de lado a essência artística e cultural que carrega toda uma bagagem histórica do desenvolvimento do país desde o período colonial até os dias de hoje. No decorrer das pesquisas não é difícil perceber que o carnaval é um legado cheio de diversidades que vão desde as manifestações folclóricas, regionais, religiosas, étnicas, sociais e históricas; que mesmo difundida para perpetuar os ritos tradicionais de manifestação religiosas e festejos de característicos dos indígenas do Brasil e da população trazida escrava de África e outras regiões subjugadas, o carnaval é visto por muitos de seus organizadores como um produto. Explorado com interesse por muitas esferas governamentais e privadas, porém sem beneficiar devidamente os agentes que produzem o espetáculo. As Escolas de samba possuem grande relevância para a consolidação do evento de carnaval do calendário carioca, quiçá a maior responsável por abrilhantar o festejo popular nacional como um todo. As mídias projetam o carnaval do Rio com devido destaque, e em contrapartida viabiliza o conhecimento nacional e internacional das agremiações que se destacam no campeonato concorrido na Marquês de Sapucaí.

As Escolas de Samba por sua vez tem muito a reivindicar, devido a crise financeira que atinge os segmentos de necessidade básicas como saúde, segurança pública, educação, saneamento básico e outros no Estado do Rio de Janeiro, as medidas de incentivo a cultura são penalizadas com cortes de verbas se não parcial, em muitas casos cortes totais, que podem levar algumas atividades a extinção. Os profissionais das Escolas de Samba se unem na busca de organizarem mais estrategicamente para sobreviver financeiramente sem prejudicar a qualidade do espetáculo apresentado por meio dos desfiles enredados na

Apoteose do Samba. Mas a falta de interesse e o boicote governamental dos atuais executivos à frente da administração pública do Rio de Janeiro, negando não só repasse de verba subsidiária, bem como apoio e medidas de incentivo ao espetáculo, faz com que a iniciativa privada recue no interesse em realizar contrapartidas que venham beneficiar econômica e produtivamente as agremiações. O ambiente das Escolas de Samba se tornaram grandes fábricas artísticas, contam com a colaboração de diversos profissionais altamente experientes e qualificados, desenvolvem conhecimentos técnicos, projetos de porte industrial de áreas especificamente engendradas, aplicando conceitos inovadores, aprimorando e desenvolvendo técnicas de profissões pouco valorizadas nos demais mercados, capacitando jovens e adultos para a ascensão nas oportunidades de trabalho tanto no meio artístico, bem como nos demais segmentos mercadológicos.

O aporte das Escolas de Samba para economia não só do Turismo, mas para com todos os segmentos econômicos é de profunda relevância. Os indicadores turísticos observados neste estudo se beneficiam diretamente da receita gerada pelo carnaval carioca, onde as agremiações têm papel fundamental para consolidar com sucesso o evento. Mediante os aspectos do cenário que envolve toda a problemática discutida nesta pesquisa, os dirigentes das Escolas de Samba seguem na busca por desenvolver ações de planejamento estratégico a fim de analisar e reduzir os impactos ameaças e fraquezas que permeiam a questão econômica deste cenário, bem como desenvolver e consolidar as forças ambientais desta cadeia produtiva para se apropriar das oportunidades emergentes do fatores econômicos do carnaval e alcançarem a tão desejada sustentabilidade econômica e organizacional.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **ABAV-RJ CRITICA REDUÇÃO DE 50% NA VERBA DAS ESCOLAS DE SAMBA.** Disponível em: <<http://www.abav.com.br/pa/noticias/abav-rj-critica-reducao-de-50-na-verba-das-escolas-de-samba>>. Acesso em: 15 de janeiro. 2020.
- **ANÁLISE SWOT.** Disponível em: <<https://www.dicionariofinanceiro.com/analise-swot/>>. Acesso em: 14 de janeiro. 2020.
- ANIZIO A. DAVID (Rio de Janeiro). G.r.e.s Beija-flor de Nilópolis (Ed.). carnaval. eu respeito. **A Revista Beija-flor de Nilópolis: uma escola de vida**, Rio de Janeiro, p.3, 2018. Anual.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro.
- BENI, Mário Carlos. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2003.
- **CARNAVAL CARIOCA RECEBE 1,6 MILHÃO DE TURISTAS EM 2019.** Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/destinos/eventos/2019/03/carnaval-carioca-recebe-16-milhoes-de-turistas_162838.html>. Acesso em: 24 de maio 2019.
- **CARNAVAL TRAZ 1,6 MILHÃO DE TURISTAS E RECEITA DE R\$ 3,5 BILHÕES PARA O RIO.** Disponível em: <https://www.jb.com.br/rio/carnaval_2019__rio/2019/03/987757-carnaval-traz-1-6-milhao-de-turistas-e-receita-de-r--3-5-bilhoes-para-o-rio.html>. Acesso em: 24 de maio. 2019.

- **CRIVELLA: ‘AS ESCOLAS DE SAMBA DEVERIAM ME RETRATAR COMO UM HERÓI ESTE ANO’.** Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/rio/crivella-as-escolas-de-samba-deveriam-me-retratar-como-um-heroi-este-ano-23371943.html>>. Acesso em: 09 de abril. 2019.

- DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. "**Trabalhismo, nacionalismo e desenvolvimentismo: um projeto para o Brasil (1945-1964)**". In: FERREIRA, Jorge (Org.). *O Populismo e sua história: debate e crítica*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S.. **O Planejamento da Pesquisa Qualitativa: Teorias e abordagens**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed/bookman, 2006.

- **EM MEIO A DIFICULDADES FINANCEIRAS, GRUPO ESPECIAL DO RJ TEM PRIMEIRA NOITE.** Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/carnaval/2019/colunas/anderson-baltar/2019/03/03/em-meio-a-dificuldades-financeiras-grupo-especial-do-rj-tem-primeira-noite.htm>>. Acesso em: 09 de abril. 2019.

- **EMPRESAS DE TURISMO PRESTIGIAM DESFILES DO RIO.** Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/destinos/eventos/2019/03/empresas-de-turismo-prestigi-am-desfiles-do-rio-fotos_162751.html> Acesso em: 09 de abril. 2019.

- **ESCOLAS DA SÉRIE A SOFREM COM A MAIOR CRISE DA HISTÓRIA PARA FAZER O CARNAVAL DE 2019 NO RIO.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/carnaval/2019/noticia/2018/12/09/escolas-da-serie-a-sofrem-com-a-maior-crise-da-historia-para-fazer-o-carnaval-de-2019-no-rio.gh.html>>. Acesso em: 09 de abril. 2019.

- FERREIRA, Douglas. **ANÁLISE SWOT.** Disponível em: <<https://coachingsp.wordpress.com/2009/06/29/ferramentas-de-coaching-analise-swot/>>. Acesso em: 12 de janeiro. 2020.

- FERREIRA, Felipe. FESTEJANDO. **Revista Observatório Itaú Cultural**: A festa em múltiplas dimensões, São Paulo, n. 14, p.51-60, maio 2013. Quadrimestral. Disponível em: <<http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/2013/09/Revista-Observat%C3%B3rio-14.pdf>>. Acesso em: 12 jan. 2020.
- FERREIRA, Felipe. **O Livro de Ouro do Carnaval Brasileiro**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.
- GOMES, Josir Simeone (Ed.). **Controle de Gestão Comportamental**: textos e casos. São Paulo: Editora Atlas S.a. 2014.
- **HISTÓRIA**. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/web/riotur/historia>>. Acesso em: 02 de junho. 2019.
- KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z**: 80 conceitos que profissional precisa saber. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003. Tradução Afonso Celso da Cunha Serra.
- LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. **Economia do Turismo**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- **LIESA PROMOVE REUNIÃO PARA DISCUTIR DESFILE DE 2019**. Disponível em: <<http://bandnewsfmrio.band.uol.com.br/editorias-detalhes/liesa-promove-reuniao-para-discutir-desfile-d>>. Acesso em: 09 de abril. 2019.
- LICKORISH, Leonard John; JENKINS, Carson L. **Introdução ao Turismo**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2000. Tradução de Fabíola de Carvalho S. Vasconcellos.

- LUIZ CARLOS PRESTES FILHO (Rio de Janeiro). G.r.e.s Beija-flor de Nilópolis (Ed.). Beija-Flor: ativo econômico do Brasil. **A Revista Beija-flor de Nilópolis: uma escola de vida**, Rio de Janeiro, p.56-57, 2018. Anual.

- MOTTA, Aydano André (Org.). **Maravilhosa e Soberana: Histórias da Beija-Flor**. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2012.

- **NÚMEROS DO CARNAVAL 2019 BATEM RECORDES**. Disponível em: <<https://diariodorio.com/numeros-do-carnaval-2019-batem-records/>>. Acesso em: 03 de junho. 2019.

- OLIVEIRA, L. Silvio. **Tratado de Metodologia Científica: Projeto de pesquisas, TGI, TCC, Monografia, Dissertações e Teses**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

- **O QUE FAZ DO RIO ESPECIAL**. Disponível em: <<http://visit.rio/destaque/o-que-faz-o-rio-especial/>>. Acesso em: 02 de junho. 2019.

- **PATROCÍNIO PARA DESFILES E ENSAIOS TÉCNICOS NO RIO PODEM SAIR EM BREVE**. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/carnaval/2019/colunas/anderson-baltar/2019/01/24/patrocinio-para-desfiles-e-ensaios-tecnicos-no-rio-podem-sair-em-breve.htm>>. Acesso em: 24 de maio. 2019.

- PRESTES FILHO, Luiz Carlos. **CADEIA PRODUTIVA DA ECONOMIA DO CARNAVAL**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009. 272 p.

- RABAHY, Wilson Abrahão. **Turismo e Desenvolvimento: Estudos Econômicos e Estatísticos no Planejamento**. Barueri, Sp: Manole, 2003.

- **RECORDE DE INVESTIMENTO PARA O PROJETO DE CARNAVAL DO RIO**. Disponível em:

<<http://www.rio.rj.gov.br/web/riotur/exibeconteudo?id=7510332>>. Acesso em: 03 de junho. 2019.

- **RIO É O ESTADO QUE MAIS FECHOU POSTOS DE TRABALHO LIGADOS AO TURISMO EM 12 MESES.** Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/rio-o-estado-que-mais-fechou-postos-de-trabalho-ligados-ao-turismo-em-12-meses-22939142>> Acesso em: 24 de maio. 2019.

- **SAÍDA DO GUANABARA DÁ INÍCIO A MAIOR CRISE DA HISTÓRIA DO CARNAVAL.** Disponível em: <<https://leodias.odia.ig.com.br/colunas/leo-dias/2018/11/5594356-saida-do-guanabara-da-inicio-a-maior-crise-da-historia-do-carnaval-carioca.html>>. Acesso em: 09 de abril. 2019.

- **SAMBÓDROMO LOTADO É RECOMPENSA POR TRABALHO DO ANO INTEIRO, DIZ LIESA.** Disponível em: <https://www.ovale.com.br/_conteudo/2019/03/brasil/agencia_brasil/72462-sambodromo-lotado-e-recompensa-por-trabalho-do-ano-inteiro-diz-liesa.html>. Acesso em: 09 de abril. 2019.

- SANDRI, Maikelin. **SWOT.** Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/swot>>. Acesso em: 14 de janeiro. 2020.

- SOBRAL, Bruno Leonardo Barth. **A CRISE NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO ENTENDIDA NÃO APENAS COMO UMA QUESTÃO FINANCEIRA.** Geo UERJ, Rio de Janeiro, p. 1-30, 1 nov. 2017. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/geouerj/article/viewFile/32056/22977>>. Acesso em: 19 maio. 2019.

- **‘TURISMO É TÃO IMPORTANTE QUE É SUPRAPARTIDÁRIO’ DIZ OTÁVIO LEITE.** Disponível em:

<<https://diariodorio.com/turismo-e-tao-importante-que-e-suprapartidario-diz-otavio-leite/>>. Acesso em: 03 de junho. 2019.

- **TURISMO INTERNO MOVIMENTARÁ R\$3,5 BILHÕES NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO.** Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-03/turismo-interno-movimentara-r-35-bilhoes-no-estado-do-rio-de-janeiro>>. Acesso em: 03 de junho. 2019.

- VIEIRA, Rodrigo. **TURISMO RESPONDE POR 8,1% DO PIB BRASIL; VEJA DADOS GLOBAIS.** Panrotas. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2019/03/turismo-responde-por-81-do-pib-brasil-veja-dados-globais_162774.html>. Acesso em: 14 de janeiro. 2020.

- TESI, Romulo. **R\$ 26 milhões no Carnaval geram R\$ 2,2 bilhões para economia do Rio, diz ministro.** Disponível em: <<https://setor1.band.uol.com.br/r-26-milhoes-no-carnaval-geram-r-22-bilhoes-para-economia-do-rio-diz-ministro/>>. Acesso em: 14 de Janeiro. 2020.

- WRIGHT, Peter; KROLL, Mark J.; PARNELL, John. **Administração Estratégica: Conceitos.** São Paulo: Atlas, 2009. Tradução Celso A. Rimoli, Lenita R. Esteves

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTAS

PARTE 1 – Introdução

1) Abertura da entrevista (ENTREVISTADOR):

- Apresentação profissional
- Objetivos e importância da pesquisa
- Orientações sobre a responsabilidade e sigilo das informações
- Assinatura do termo de consentimento
- Orientações sobre procedimentos da entrevista
- Solicitação para gravação da entrevista

2) Caracterização do entrevistado (ENTREVISTADO):

- Formação
- Idade
- Cargo
- Tempo de trabalho na organização

1) Descrição da organização (ENTREVISTADO):

- Qual é a área de atuação da empresa
- Objetivos
- Número de colaboradores
- Quais as atividades que os profissionais da agremiação desempenham para produzir o enredo a ser apresentado na Avenida?
- Quais as etapas para o processo de produção de um enredo até o desfile?
- Quanto tempo leva toda esta produção?
- Atualmente, qual é o objetivo da Escola de Samba no carnaval carioca?
- Como é financiado hoje o espetáculo de carnaval em geral?
- Como a Escola de Samba hoje se mantém financeiramente?
- Qual é a participação governamental nos recursos que financiam o enredo?
- Como é gerido os recursos financeiros dentro do planejamento e execução do enredo de carnaval na agremiação?
- Qual é a participação de empresas privadas nos recursos que financiam o enredo?
- Quais são as parcerias que a escola atrai, ou busca para subsidiar os recursos financeiros?

PARTE 3 – **Encerramento**

Ambiente Interno

Ambiente Externo

- Qual é o impacto do Desfile de Carnaval sob o turismo?
- O que o turismo proporciona para a agremiação?
- Quais as principais atividades relacionadas ao turismo são mais interessantes para a Escola?
- Como a escola se prepara para atrair ou buscar oportunidades em meio ao turismo?
- Qual a dimensão do alcance que o desfile apresentado no carnaval proporciona para o Estado do Rio de Janeiro?
- Qual a perspectiva da agremiação para o futuro do carnaval carioca das Escolas de Samba do Rio de Janeiro?
- Qual o planejamento estratégico que a escola hoje pratica para sobreviver financeiramente na produção dos enredos de carnaval?
- Quais oportunidades a agremiação consegue perceber em meio ao atual cenário do carnaval carioca para potencializar os recursos financiadores do enredo?

APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO

TERMO DE CONSENTIMENTO

Eu, Vanessa Houtet Feitosa, aluna do curso de Mestrado Acadêmico da **UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO “PROF. JOSÉ DE SOUZA HERDY” (UNIGRANRIO)**, estou desenvolvendo a pesquisa: **A CONTRIBUIÇÃO DAS ESCOLAS DE SAMBA COMO UM INDUTOR ECONÔMICO PARA O TURISMO NO RIO DE JANEIRO**, sob a orientação da professora Dra. Deborah Zouain.

Por meio desta, convido-o (a), a participar deste estudo que possui como objetivo principal é pesquisar a contribuição das Escolas de Samba como um indutor econômico para o setor turístico no Estado do Rio de Janeiro. Sua contribuição se fará por meio de entrevista. E tal método será procedido por nós dois, realizado de forma oral e individualmente, em horário previamente agendado. A entrevista será gravada em formato de áudio, e qualquer informação que possa lhe prejudicar não será utilizado e exposto na análise dos dados.

A sua participação é totalmente voluntária, estando eu, o (a) pesquisador (a) à sua disposição para qualquer eventual esclarecimento, de modo que sua recusa em qualquer momento de participar deste procedimento de pesquisa, não trará quaisquer penalidade e/ou prejuízo.

Após a leitura deste termo de Consentimento, livre esclarecido, e concordar em participar da pesquisa, solicito a sua assinatura neste documento. Qualquer dado informativo adicional nesta pesquisa poderá ser requerida junto ao (a) pesquisador (a) pelo e-mail: vanessa.houtet@gmail.com.

Pesquisador(a)
Matrícula Acadêmica 74355

CONSENTIMENTO PÓS-INFORMADO:

Eu, _____, fui claramente esclarecido(a) sobre a pesquisa: **A CONTRIBUIÇÃO DAS ESCOLAS DE SAMBA COMO UM INDUTOR ECONÔMICO PARA O TURISMO NO RIO DE JANEIRO** e estou de acordo que os dados que forneci sejam utilizados na realização deste estudo.

Entrevistado

Data: ____/____/____.

