

## A Era da Tecnologia e os Usos das Mídias Sociais no Megaevento Carnaval<sup>1</sup>

Nathalia Siciliano da Silva<sup>2</sup>

Amanda Porto Teixeira<sup>3</sup>

Ricardo Ferreira Freitas<sup>4</sup>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### Resumo

Este artigo tem o objetivo de demonstrar como as tecnologias, mais especificamente as mídias sociais, estão presentes no mundo contemporâneo. Dessa forma, o Carnaval, como Megaevento tradicional da cultura brasileira, adaptou-se a essa realidade. Por meio de um estudo de caso com a agremiação Em Cima da Hora, procuramos mostrar que as escolas de samba começaram a utilizar tais perfis virtuais. Esse novo uso pode ser entendido como uma estratégia de comunicação, estreitando e facilitando sua relação perante o público.

**Palavras-chave:** comunicação; tecnologia; mídias sociais; escolas de samba; Carnaval.

### Breve contexto histórico do Carnaval no século XX

O Rio de Janeiro do início do século XX contava com uma população de maioria negra, responsável por desenvolver a cultura do samba. Mesmo com a recente abolição da escravidão, em 1888, ainda existiam preconceitos e injustiças contra os ex-escravos. O que dificultava as manifestações culturais e religiosas desse povo. Por conta disso, era perseguido, e a música que fazia demorou a ter a aceitação dos intelectuais e camadas superiores da sociedade. Ainda assim, conseguiu desenvolver o que se tornaria uma das maiores representações da cultura brasileira, o samba.

O centro da cidade foi cenário do nascimento do samba, nas imediações da casa de tia Ciata, próximo à Praça Onze, sendo a Deixa Falar, de 1928 - localizada no bairro do Estácio de Sá - o primeiro bloco carnavalesco, intitulado de escola de samba, posteriormente. Segundo Cabral (1996), a Escola era composta por jovens perseguidos<sup>5</sup> e buscava melhorar a relação com a polícia para conseguir autorização de desfilar no carnaval. A perseguição deixou de acontecer quando as escolas de samba surgiram, de fato,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 3º período do curso de Relações Públicas da Uerj e bolsista de Iniciação Científica PIBIC/UERJ, email: nathaliasiciliano@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 3º período do curso de Relações Públicas da Uerj, email: porto.amanda@hotmail.com

<sup>4</sup> Professor Dr. do curso de Relações Públicas da Uerj, orientador e coordenador do projeto de pesquisa, email: [rfreitas@uerj.br](mailto:rfreitas@uerj.br)

<sup>5</sup> Os jovens negros sofriam preconceitos religioso e racial e eram perseguidos porque compunham, cantavam, dançavam e tocavam sambas.

em 1928<sup>6</sup>, e suas músicas passaram a ser divulgadas. Com isso, os compositores ganharam destaque na área.

O primeiro desfile oficial das escolas de samba ocorreu em 1932, na Praça Onze. Os jornais foram os primeiros meios de comunicação a fazer a divulgação desse evento, patrocinado pelo jornal “O Mundo Sportivo”, o que caracterizou o primeiro elo entre o Carnaval e a mídia (CABRAL, 1996). Depois dessa primeira conexão, esse relacionamento progrediu do jornal para o rádio, televisão e, por último, internet.

As primeiras escolas de samba eram assim chamadas porque ensinavam samba. Pode-se dizer que, nos dias atuais, elas também estão dispostas a aprender e interagir em setores que não estão restritos a esse mundo, sendo a tecnologia e suas influências no Carnaval contemporâneo provas disso. Dessa maneira, percebe-se que o Carnaval, ao acompanhar as transformações pelas quais passou a comunicação, adaptou-se a elas.

### **A inserção das escolas de samba nas mídias sociais**

No atual momento, a tecnologia está presente em todos os âmbitos da sociedade, valendo inclusive para o campo da comunicação e das mídias sociais, entre elas *Facebook*<sup>7</sup> e *Instagram*<sup>8</sup>. Dessa maneira, pode-se observar como o tripé sociedade, tecnologia e comunicação é interdependente. Um exemplo dessa constante interação é a utilização frequente de *smartphones* – celulares de tecnologia avançada que permitem acesso à Internet - pelos seus usuários, uma vez que neles encontra-se uma grande variedade de aplicativos com diferentes funções, como entretenimento e informação.

Não por acaso, as empresas de análise de mercado *comScore* e *Shareablee*<sup>9</sup> divulgaram, em setembro de 2014, o resultado de uma pesquisa sobre o uso de redes sociais. Nela, o Brasil aparece como o segundo maior usuário, perdendo apenas para os Estados Unidos. Levando em consideração a necessidade de adaptação já mencionada, é possível perceber a importância do uso dessas ferramentas pelas escolas de samba na comunicação com seus públicos.

---

<sup>6</sup> Em 1928, a Deixa Falar vira escola de samba, sendo a primeira a receber tal nome.

<sup>7</sup> Lançado em 2004 por Mark Zuckerberg, o *Facebook* é uma rede social que permite conversar com amigos, compartilhar mensagens, links, vídeos, fotografias (<http://revistaescola.abril.com.br/formacao/formacao-continuada/como-funciona-facebook-624752.shtml>).

<sup>8</sup> Criado por Mike Krieger e Kevin Systrom, o aplicativo foi lançado em outubro de 2010. As fotos podem ser editadas com filtros e compartilhadas não só no *Instagram*, mas também em outras redes sociais (<http://bizstart.com.br/historia-do-empreendedorismo-mike-krieger-e-a-criacao-do-instagram/>).

<sup>9</sup> A *comScore*, fundada em 1999 e sediada em Reston, Virginia, e a *Shareablee* fundada em 2011 e sediada em Broadway, Nova York, são empresas que analisam as mídias sociais e suas audiências (<http://www.comscore.com/por/Sobre-comScore/Fact-sheet-da-comScore> e [https://www.facebook.com/shareablee/info?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/shareablee/info?tab=page_info)).

Vale notar que assim como apresenta a pesquisa, as redes mais utilizadas são o *Facebook* e o *Instagram*, sendo também por meio desses perfis que escolas de samba divulgam eventos, programações, sambas, datas dos ensaios e o que for relacionado com a agremiação de maneira geral. Entre os pontos positivos, destacam-se as informações mais distribuídas e menos centralizadas, existindo, conseqüentemente, um maior diálogo entre instituição (no caso, agremiação) e público, conforme aponta Carolina Terra (2011).

Tais ferramentas são bastante utilizadas pelas escolas de samba como pudemos observar ao pesquisar os perfis no *Facebook* antes e depois do Carnaval de 2015, de três escolas ditas “grandes” e mais curtidas no dispositivo:

Escola	Número de curtidas na página do <i>Facebook</i>	
	Antes (18/01/2015)	Depois (26/03/2015)
Salgueiro	120.698	135.009
Portela	93.595	115.372
Mangueira	62.694	69.000

Ao notar o aumento do número de curtidas, confirmamos o sucesso do investimento das agremiações em manter contato com seus públicos virtualmente. Convém ressaltar que as escolas tradicionais citadas acima na tabela também possuem perfis no *Instagram*.

Em entrevista por e-mail com Jardel Augusto Lemos, coreógrafo da escola de samba Em Cima da Hora nos anos 2014 e 2015, descobrimos que as escolas têm uma assessoria de comunicação. A partir da sua convivência com o meio carnavalesco, ele nos disse que “as escolas fazem promoções com camisas, fantasias, CDs, ingressos para feijoadas, para que o público acesse suas redes sociais”.

A partir da fala de Jardel, percebe-se que é vantajoso para uma escola de samba estar inserida nos mesmos meios que o seu público, o que se aplica também às empresas contemporâneas. Com isso, a marca samba, ou melhor, a marca escola de samba, ganha mais visibilidade, o relacionamento com seu público se torna mais interessante e a aproximação é mais fácil, ágil e eficiente.

A tecnologia, então, somada ao uso das redes sociais, permite maior entrosamento entre uma marca – no caso em estudo, a escola de samba - e seus públicos de interesse. Assim, é possível constatar o processo de mercantilização pelo qual o Carnaval vem

passando, já que antes do surgimento desses perfis virtuais, as escolas não apresentavam uma preocupação tão forte em consolidar sua imagem perante o público.

Dessa maneira, percebe-se que a tecnologia contribui para estabelecer um caráter mercadológico ao Carnaval, já que acaba por associá-lo a práticas de consumo. Com toda a divulgação feita de produtos e eventos, os públicos passam a consumir o que é vendido pela marca da agremiação. No Jornal O Globo de 20/02/2007<sup>10</sup>, por exemplo, Arnaldo Jabor declarou que “O carnaval deixou de ser dos foliões, para ser um espetáculo para os outros; o carnaval deixou de ser vivido para ser olhado”. Anos se passaram e, hoje, é ainda mais perceptível o processo de transformação de uma escola de samba em “empresa”.

Não por acaso, a Império Serrano, em 1982, desfilou com o samba “*Bum-Bum Paticumbum Brugurundum*”, que apresentava a trajetória do carnaval desde sua origem até aquele ano, quando as escolas já realizavam desfiles mais elaborados. Nota-se que já nesse ano, conforme encontramos no trecho “super Escolas de Samba S/A”, grande parte do que se realizava estava voltado ao interesse mercadológico, seguindo uma lógica de mercado preocupada em obter lucro.

Vale ressaltar que a tecnologia não foi aprimorada pelas escolas de samba apenas no âmbito virtual. Essa nova conjuntura do Carnaval traz novidades na Avenida Marquês de Sapucaí como as estruturas dos carros alegóricos e tudo o que os acompanhar, fantasias mais elaboradas, comissões de frente mais trabalhadas, truques e efeitos especiais. Todos esses componentes, ou a maior parte deles, desenvolvidos no barracão da escola: espaço destinado à criação, onde tudo que foi pensado sai do papel e se torna realidade.

O primeiro uso da tecnologia no desfile das escolas de samba foi nos carros alegóricos, a partir da junção entre automóvel e carnaval (Eline Deccache-Maia e Jorge Cardoso Messeder, 2014), o que possibilitou inovações e transformou o evento em algo ainda mais atraente. O desenvolvimento tecnológico faz com que boas ideias possam ser colocadas em prática. Dessa maneira, a criatividade passa a fazer parte da elaboração do desfile, podendo, por vezes, funcionar como um diferencial para que uma determinada escola seja destaque na noite do espetáculo na Sapucaí.

### **Carnaval, o Megaevento brasileiro**

Ao frequentar determinada escola de samba por muito tempo ou pertencer a uma comunidade local que conte com uma agremiação, um indivíduo se sente parte desse meio,

---

<sup>10</sup> Jornal O Globo, 20/02/2007, Segundo Caderno, página 8, Coluna Arnaldo Jabor.

nasce um vínculo e aquele ambiente torna-se parte da sua identidade. Esse laço pode ser criado e fortalecido por intermédio do tipo de interação que a escola sustenta com o seu público em sua página na Internet.

Durante o Carnaval, verifica-se um certo nacionalismo. O brasileiro sente orgulho desta riqueza cultural de seu país e tem o prazer de apresentá-la aos turistas e a quem mais tiver interesse, sendo o espetáculo reconhecido mundialmente por sua magnitude e beleza.

Há um sentimento de pertencimento no que se refere à cultura do Carnaval e, por conseguinte, entre o povo brasileiro e aquele Megaevento<sup>11</sup>. Megaevento entendido por nós segundo a definição de Ricardo Freitas, que segue abaixo, e com a qual estamos trabalhando.

“[Megaeventos] encontros que repercutem na mídia, despertando o interesse de milhares ou milhões de pessoas em âmbito nacional e internacional. Mais do que a presença física no certame, levamos em conta se o evento teve alcance de público pelos meios de comunicação de massa e pelas mídias sociais e se uma parcela importante da sociedade se expressou sobre o assunto. Percebemos que um Megaevento não se restringe ao tempo de sua duração, ele vai além. Começa muito antes de seu início e termina muito após seu encerramento”. (Freitas, 2012)

Outro fator relevante a ser destacado no contexto da análise do Carnaval como Megaevento é a reorganização do espaço que ocorre durante a sua realização. O Centro da cidade deixa de ser um lugar de correria, estresse e trabalho formal e torna-se um ambiente de descontração e entretenimento, o que atrai pessoas de diversos lugares.

Durante o ano, o carioca anda pelo Centro para trabalhar e resolver seus problemas, já no Carnaval ele o frequenta por distração. O lugar é o mesmo, mas o contexto é diferente, o que redefine tanto o uso do espaço quanto o papel do indivíduo que está inserido nele. Nesse sentido, vale notar a ideia de Maria Laura Viveiros de Castro (1994) de que, no Carnaval, o trabalho é substituído pelo lazer.

O Carnaval, além de ser um Megaevento atraente para turistas do mundo todo, é também muito aproveitado pelos cariocas. Nessa festa, a rotina maçante é esquecida e a união das pessoas é espontânea, o que faz com que todos se tornem amigos, aproveitando o momento com o mesmo interesse, o da diversão. Os foliões que aproveitam o Megaevento são caracterizados pela alegria e animação. Como afirma Roberto DaMatta (1997), o

---

<sup>11</sup> Definição presente no artigo “Os megaeventos, a imprensa e a reformulação da imagem da cidade do Rio de Janeiro”. Ricardo Ferreira Freitas, Douglas dos Santos Azevedo e Camila de Paula Chaves Vieira – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.abrapcorp.org.br/anais2012/r.htm>

Carnaval possui caráter aglutinador de pessoas, sendo um evento construído pela e para a sociedade. Daí toda a empolgação e entusiasmo demonstrados pelos participantes.

### **A mídia da Em Cima da Hora – um estudo de caso**

O Grêmio Recreativo Escola de Samba Em Cima da Hora foi fundado no dia 15 de novembro de 1959, batizado pela Portela, sendo também suas cores azul e branco, e sediado no bairro de Cavalcanti, Zona Norte do Rio de Janeiro. Em sua trajetória no Carnaval carioca, passou sete vezes pelo grupo principal e, em uma delas, em 1976, trouxe o seu samba enredo mais conhecido e um dos mais belos da história: Os Sertões, de Edeor de Paula.

Lamentavelmente, nesse mesmo ano, a escola caiu, pois o seu desfile ocorreu debaixo de um temporal, destruindo tudo o que tinha preparado para a Avenida. Ainda assim, o enredo, desenvolvido pelo carnavalesco Sebastião Souza de Oliveira, é lembrado de maneira muito positiva e na época ganhou o Estandarte de Ouro na categoria Melhor Samba Enredo.

Após uma sequência de 11 anos desfilando longe da Marquês de Sapucaí, a Em Cima da Hora retornou em 2014 ao Grupo de Acesso e apresentou uma reedição do seu grande sucesso “Os Sertões”. A azul e branco permaneceu na Série A e, em 2015, apostou no enredo “No Coração da Cidade: Uma História das Mil e Uma Noites - O Rio das Arábias”, nesses dois anos contando com o carnavalesco Marco Antônio Falleiros.

A partir de uma pesquisa empreendida nos laboratórios<sup>12</sup> nos quais estagiamos na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), que está relacionada a Megaeventos e mídias sociais, surgiu a oportunidade de desfilarmos, este ano, na escola de samba Em Cima da Hora, então no grupo de acesso do Carnaval carioca.

Dessa forma, pudemos observar como o grande espetáculo Carnaval, que passou pelo jornal, rádio, TV e agora internet, acompanha as evoluções da comunicação. Como notamos de perto a praticidade e eficiência da mídia social *WhatsApp*<sup>13</sup>, em específico por meio da nossa experiência, resolvemos estudá-lo e abordá-lo em nossa pesquisa, de modo a

---

<sup>12</sup> Nathalia Siciliano é estagiária do Lacon (Laboratório de Comunicação, Cidade e Consumo), sob orientação do professor doutor Ricardo Ferreira Freitas.

Amanda Porto foi estagiária do LPO (Laboratório de Pesquisa Mercadológica e de Opinião Pública) até o mês de abril de 2015, sob orientação da professora doutora Patrícia Rebello. Atualmente estagiária na CVM, Comissão de Valores Mobiliários.

Ambos os laboratórios pertencentes ao Departamento de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação Social da Uerj.

<sup>13</sup> *WhatsApp Messenger* é um aplicativo que permite a troca instantânea de mensagens e compartilhamento de áudios, fotos e vídeos com uma única pessoa ou com um grupo, bastando estar conectado à Internet. (<https://www.whatsapp.com/?l=pt-br>)

relacionar, então, essa tecnologia ao Megaevento e a sua importância, bem como a de outras redes sociais para as escolas de samba atualmente, como apresentado em outro tópico.

Saímos na ala 8, que representava os Instrumentistas. O enredo “No Coração da Cidade: Uma História das Mil e Uma Noites – O Rio das Arábias” trazia a influência e presença da cultura árabe na cidade do Rio de Janeiro. Por simularmos instrumentistas, o planejado era entrarmos na Avenida carregando instrumentos que complementavam a coreografia e a fantasia.

Surpreendeu-nos o fato de a ala a qual pertencíamos ter um grupo<sup>14</sup> no aplicativo *WhatsApp*, utilizado como principal meio de comunicação entre seus integrantes. Entre os componentes da ala, tudo que estava relacionado ao desfile e ao seu preparo, era discutido no *WhatsApp*. As pessoas que tinham conhecidos com interesse em desfilar, perguntavam naquela plataforma se ainda tinha vaga disponível, havendo, informava-se o nome completo e número do telefone celular pra ser adicionado também ao grupo. Até o tamanho de roupa para a fantasia e número de sapato foram passados pela ferramenta.

Conforme novos membros eram adicionados, as informações sobre ensaios eram atualizadas – local, horário e ponto de encontro – e eram sempre lembradas. Por ali (como pode ser visto na Figura 1) também foi enviado o vídeo da coreografia da ala, que era muito bem explicado e acompanhado com o samba ao fundo, além da letra. Essas medidas facilitavam o aprendizado do que era praticado no ensaio e que seria realizado no dia do desfile.

A ideia apresentada de que o *WhatsApp* é uma ferramenta que facilita a comunicação e interação entre seus usuários é compartilhada pelo coreógrafo Jardel Augusto Lemos. Em nossa entrevista, ele nos disse que:



Figura 1

<sup>14</sup> Cabe ressaltar que um grupo é criado no *WhatsApp* para indivíduos com interesses comuns dentro dele. O que facilita e agiliza a comunicação, seja entre grupos de trabalho, amigos ou aqueles criados em específico para algum acontecimento, como era o caso da ala 8.

“Todos os quesitos estavam em um grupo coordenado pelo presidente no *WhatsApp*. Mas isso praticamente ocorre em todas as escolas. Como bailarino da comissão de frente da Portela em 2014 e 2015, também fizemos um grupo para facilitar a comunicação. Agora já estou como coreógrafo de comissão de frente em outra escola para o carnaval de 2016 e também já temos um grupo para facilitar nossa comunicação e evitar gastos.”

Nosso grupo se utilizou do aplicativo até o dia do desfile como principal meio de comunicação, para tirar dúvidas, dividir anseios e obter informações. Mas o *WhatsApp* foi crucial mesmo na noite em que a escola desfilaria na Sapucaí, numa sexta-feira, 13 de fevereiro. Nossas fantasias não chegavam. Era preciso, a todo momento, atualizar as pessoas sobre o que estava acontecendo (como pode ser visto na Figura 2).

Dessa maneira, mensagens instantâneas de caráter “urgente” enviadas pelo grupo não paravam de chegar. Só assim era possível saber o que devíamos fazer na concentração e onde tínhamos que ficar. Até então, ignorávamos o que ocorreria. Não sabíamos o que havia de errado no percurso das fantasias. A hora do desfile se aproximava e poucas alas estavam devidamente vestidas e a

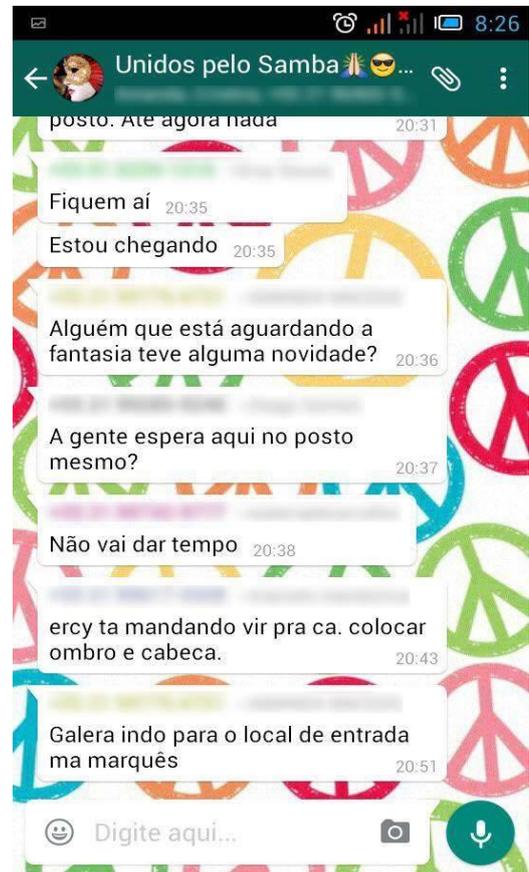


Figura 2

maioria contou apenas com adereços. Ainda assim, a escola de Cavalcanti entrou na Avenida com garra, e cantando com animação e empolgação o samba enredo.

Convém notar como o tradicional e o moderno estão lado a lado atualmente no Carnaval. Sendo o tradicional representado pelas fantasias, samba, baianas, bateria, entre outros, e o moderno pelas tecnologias que envolvem todo o processo. Na experiência que tivemos, pudemos claramente enxergar esses elementos e a importância de cada um, pois sem as fantasias, por exemplo, uma das principais características do Megaevento esteve ausente: o poder assumir uma outra identidade naquele momento de festa.

Cabe então ressaltar como é necessária a integração entre tradicional e moderno no antes e durante o desfile de uma escola de samba. Um detalhe pode ser o suficiente para que uma agremiação fique em uma colocação ruim. Todo um preparo e ensaios podem

acontecer, mas apenas o instante do desfile será levado em consideração, determinante e julgado, podendo ocorrer imprevistos, como os nossos.

Em 13 de fevereiro de 2015, dia do desfile, foi prometida a entrega das fantasias. Entretanto, as costureiras não foram pagas a tempo e, por conta disso, as roupas não ficaram prontas. Essa foi a informação passada na concentração, momentos antes de entrarmos na Avenida. Ainda assim, os membros da ala não perderam a vontade de desfilar e, apesar dos problemas, reconheceram o esforço dos responsáveis que dedicaram atenção às dúvidas virtuais e aos ensaios.

Apesar do problema ocorrido na noite do desfile, pudemos ver como outro elemento típico do Carnaval e de um Megaevento esteve presente na ala 8: a diversão. Passar pela Marquês de Sapucaí mesmo sem a fantasia completa era ainda assim maravilhoso e jamais será esquecido.

Nos dias posteriores ao desfile, os integrantes ainda continuaram conversando no *WhatsApp* e o grupo dos instrumentistas existe até hoje. O nome passou de “Ala 08” para “Unidos pelo Samba” e poucas pessoas saíram. Dessa forma, é possível estabelecer um antes, durante e depois na plataforma *online*, que com o passar do tempo teve diferentes objetivos, sendo eles esclarecer dúvidas e fornecer informações; atualizar a todos do que estava acontecendo de maneira rápida nos instantes anteriores ao desfile; e socializar, respectivamente.

É válido mencionar que os três propósitos apresentados têm em comum a facilidade de comunicação coletiva. É possível ainda fazer um paralelo entre o Megaevento como lugar de socialização, em que os indivíduos se encontram unidos para determinado fim, e o fato de a rede *WhatsApp* também proporcionar uma socialização, pois auxilia na aproximação e relacionamento entre pessoas que por vezes não têm a oportunidade de estarem juntas pessoalmente.

### **Considerações Finais**

Com a oportunidade de desfilar pela Em Cima da Hora no Carnaval de 2015, observamos como a tecnologia está presente igualmente nesse meio, já que a principal ferramenta utilizada, voltada para a comunicação, foi o *WhatsApp*. Com isso, verifica-se que esse Megaevento está conectado, literalmente, nas mídias sociais, representando a junção do espetáculo tradicional da cultura brasileira com o mundo contemporâneo virtual.

Dessa maneira, confirma-se a ideia de que o tripé sociedade, tecnologia e comunicação é interdependente e o uso das mídias sociais auxilia para que essa relação seja fortalecida. Conforme foi relatado no artigo, os *smartphones* estão fortemente presentes no cotidiano das pessoas e, por sua vez, aplicativos como o *WhatsApp*, que tornam a interação com quem está conectado mais ágil, passam a fazer parte dos processos comunicativos. Percebeu-se, assim, que devido a essa relação, as escolas de samba acabaram por fazer parte do mundo da internet, seja com grupos no *WhatsApp*, ou com perfis nas redes sociais.

Além da experiência vivida, a pesquisa sobre o uso de redes sociais realizada pelas empresas *comScore* e *Shareablee*, que apontou o Brasil como o segundo maior usuário dessas mídias; e a entrevista com o coreógrafo Jardel Augusto, que confirmou a existência de uma assessoria de comunicação responsável por administrar os perfis online das agremiações, permitiram que comprovássemos a ideia central do artigo. Sendo ela a de que as escolas de samba se adaptaram às transformações pelas quais a comunicação passou, se inserindo no ambiente virtual.

### Referências bibliográficas

AZEVEDO, Douglas; FREITAS, Ricardo; VIEIRA, Camila. **Os megaeventos, a imprensa e a reformulação da imagem da cidade do Rio de Janeiro**. Anais VI Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, São Luiz – MA, 2012. Disponível em: <<http://www.abrapcorp.org.br/anais2012/r.htm>>

CABRAL, Sérgio. *As Escolas de Samba do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Editora Lumiar, 1996.

CAVALCANTI, Maria Laura. *Carnaval carioca: dos bastidores ao desfile*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 4ª Edição, 2008.

DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis. Para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Rocco, 6ª Edição, 1997.

DANTAS, Carolina. A Nação entre sambas, cordões e capoeiras nas primeiras décadas do século XX. **ArtCultura** – Revista do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, v. 13, n. 22, 2011. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/artcultura/article/view/14017>>

DECCACHE-MAIA, Eline; MESSEDER, Jorge. **Carnaval Carioca e o ensino de ciências a partir da perspectiva CTS: uma relação possível**. Congresso Iberoamericano de Ciencia,

Tecnología, Innovación y Educación, Buenos Aires – Argentina, 2014. Disponível em: <<http://www.oei.es/congreso2014/memoriactei/586.pdf>>

FREITAS, Ricardo. Folia, mediações e megaeventos: breve estudo sobre as representações do Carnaval 2010 nos jornais cariocas. **Rumores** – Revista Online de Comunicação, Linguagem e Mídias, Universidade de São Paulo, São Paulo, edição 9, 2011. Disponível em: <[http://www3.usp.br/rumores/artigos2.asp?cod\\_atual=242](http://www3.usp.br/rumores/artigos2.asp?cod_atual=242)>

JABOR, Arnaldo. O carnaval é nossa razão maluca: há um desejo de ordem nas multidões dançantes. **Jornal O Globo**, Rio de Janeiro, 20 fev. 2007. Segundo Caderno, p. 8.

PADRÃO, Beatriz. *Carnaval e internet: da rua para o ciberespaço*. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2008. 64p.: - (Cadernos da Comunicação. Série Estudos; 21).

TERRA, Carolina. A atuação das organizações nas mídias sociais e sua relação com a comunicação organizacional. In: Ivone de Lourdes Oliveira; Marlene Marchiori. (Org.). *Redes sociais, comunicação e organizações*. 1ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2012, v. 1, p. 201-215.

TERRA, Carolina. *Mídias sociais... e agora? Tudo o que você precisa saber para implementar um projeto de mídias sociais*. 1 ed. São Caetano do Sul e RJ: Difusão Editora e Editora Senac Rio, 2011. v. 1. 133p.

#### SITES

CASTRO, Janaina. *Como funciona o Facebook?* 2011. Disponível em: <<http://revistaescola.abril.com.br/formacao/formacao-continuada/como-funciona-facebook-624752.shtml>> Acesso em 09 de junho de 2015.

G.R.E.S. Em Cima da Hora. Carnaval de 2014 – Os Sertões. Disponível em: <<http://www.galeriadosamba.com.br/carnavais/em-cima-da-hora/2014/16/>> Acesso em 27 de maio de 2015.

G.R.E.S. Em Cima da Hora. Carnaval de 2015 – No coração da cidade, uma história das mil e uma noites: o Rio das Arábias. Disponível em: <<http://www.galeriadosamba.com.br/carnavais/em-cima-da-hora/2015/16/>> Acesso em 27 de maio de 2015.

G.R.E.S. Em Cima da Hora. Disponível em: <<http://www.galeriadosamba.com.br/escolas/em-cima-da-hora/16/>> Acesso em 27 de maio de 2015.

G.R.E.S. Império Serrano. Carnaval de 1982 – Bum-bum Paticumbum Prugurundum. Disponível em: <<http://www.galeriadosamba.com.br/carnavais/imperio-serrano/1982/4/>> Acesso em 28 de junho de 2015.

História do Empreendedorismo: Mike Krieger e a criação do Instagram. 2014. Disponível em: <<http://bizstart.com.br/historia-do-empendedorismo-mike-krieger-e-a-criacao-do-instagram/>> Acesso em 09 de junho de 2015.

MARQUES, Guilherme. *Escolas de samba: dona de 'Os Sertões', Em Cima da Hora faz 50 anos*. 2010. Disponível em: <<http://www.sidneyrezende.com/noticia/109105>> Acesso em 27 de maio de 2015.

Significado de Smartphone. O que é Smartphone. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/smartphone/>> Acesso em 10 de junho de 2015.

Site oficial *WhatsApp* – Como funciona. Disponível em: <[https://www.whatsapp.com/?l=pt\\_br](https://www.whatsapp.com/?l=pt_br)> Acesso em 28 de maio de 2015.

Sobre comScore. Informação da comScore. Disponível em: <<http://www.comscore.com/por/Sobre-comScore/Fact-sheet-da-comScore>> Acesso em 28 de junho de 2015.

Sobre Shareablee. Informações da página. Disponível em: <[https://www.facebook.com/shareablee/info?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/shareablee/info?tab=page_info)> Acesso em 28 de junho de 2015.