



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Faculdade de Formação de Professores
Departamento de Geografia

Graduandos: Felipe José Silva Lemos Guimarães
Gilmara Costa Rodrigues
Marlon Polissene de Oliveira

Turismo: o ritmo do lugar e não-lugar no carnaval carioca (RJ)

Trabalho apresentado ao 12º Encontro de
Geógrafos da América Latina
Tema: Caminhando em uma América
Latina em transformação.

Montevideu
3 a 7 de abril de 2009

Introdução

A presente pesquisa teve como objeto de estudo o carnaval, realizado pelas escolas de samba do Rio de Janeiro na Marques de Sapucaí. O Rio de Janeiro é uma cidade que recebe todos os anos, milhares de turistas de todas as partes do mundo para o carnaval. A partir dessa linha é proposta a investigação sobre os espaços produzidos pela indústria do turismo, integradas com as complexidades da globalização, segundo a lógica do capitalismo. Segundo a autora Ana Fani Carlos caracterizado de não-lugar.

“(...) a indústria do turismo transforma tudo que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório onde o espaço se transforma em cenário, “espetáculo” para uma multidão amorfa através da criação de uma série de atividades que conduzem à passividade, produzindo apenas a ilusão da evasão e, desse modo, o real é metamorfoseado, transfigurado para seduzir e fascinar aqui o sujeito se entrega as manipulações desfrutando a própria alienação.” (Carlos, 1996).

Por isso, é através de uma interpretação lógica do arranjo espacial e do contexto social desta conjuntura que, certas circunstâncias se completam e são indispensáveis para tal entendimento, visto que ao ser criado novas atividades turísticas, seja em que parte for do planeta, este lugar será a partir de então palco de novos comportamentos, de novas relações de valores e identidade, porém devemos afirmar que as intensidades de cada situação poderão ser variáveis.

Deste modo, o que se constata, diante de tal prática, é que as histórias das sociedades são marcadas por importantes e significativas transformações, de modo que seu produto conseqüentemente modelará e condicionará a todos, independentemente do modo que cada indivíduo produz e quais funções lhes são atribuídas, pois a reprodução de um espaço irá determinar que tipo de relação, atividade e interação poderão se manifestar na materialização de um lugar turístico.

Constata-se, portanto, que a sistematização dos lugares turísticos como objeto de consumo é uma tendência das práticas do mercado do mundo atual, onde cada vez mais as atividades turísticas criam novos valores ao ocuparem alguns espaços, fenômeno este que conduzirá para a produção de bens e serviços a lugares onde antes não havia tais atratividades, acarretando com isso para este lugar um valor de mercado.

As condições de produção que o setor turístico implica a um lugar envolvem, além da regulação da relação social (dos turistas e dos habitantes de um determinado lugar), a criação de infra-estrutura (estrada, aeroportos, segurança, serviços de hotelaria, transportes, atratividades de lazer, além de nomearem certos lugares como paradisíacos), produz e reproduz um novo espaço sendo capaz de criar novas formas de uso deste. Com isso, o turismo ao transformar e “turistificar” o lugar, vai a partir de então produzir territórios flexíveis.

Em busca de tais atratividades está o turista que, embora esteja ocupando o mesmo espaço que os habitantes, seus objetivos e olhares dão-se de maneira diferenciada, e essa relação produz territorialidades distintas.

Nesse sentido, percebe-se que a relevância da presente pesquisa, uma vez que através do debate proposto sobre a prática do turismo as análises de definição do lugar e não-lugar é primordial para a compreensão do espaço, fato esse que conduz a uma determinada condição onde se materializavam as suas reais condições de regulação de cada necessidade e que vai ser integrada segundo uma lógica de mercado, fazendo de cada elemento a explicação da diferença de cada unidade e de cada um dos lugares.

O trabalho de lugares e não lugares turísticos tiveram como base um levantamento de autores que estudaram o conceito de lugar e não-lugar e que discutiram

a temática ou em outras pesquisas abordaram o assunto, visando um panorama das principais tendências da geografia e outras áreas e sua relevância para os estudos geográficos.

A representação do lugar

“É no lugar que fragmentos das redes globais ganham uma dimensão única e socialmente concreta, graças à ocorrência, na contigüidade, de fenômenos sociais agregados, baseados num acontecer solidário, que é fruto da diversidade e num acontecer repetitivo, que não exclui a surpresa” (Santos, 1996, p. 215).

A representação do lugar, para os seguidores da corrente humanística, é entendida como o principal produto da experiência humana: nesse sentido o lugar significa muito mais que o sentido geográfico de localização. Não se refere à objetos e atributos das localizações, mas à tipos de experiência e envolvimento com o mundo, a necessidade de raízes e segurança. Para essa Geografia, o Lugar é encarado como espaço vivido, experienciado, contribuindo para a determinação da identidade dos indivíduos e grupos, os quais acabam por criar laços afetivos com ele.

O Autor da geografia humanística Tuan (1980) “trabalha com o conceito de topofilia entendido como o elo afetivo entre a pessoa e o lugar ou ambiente físico” (Tuan, Yi Fu, 1980), inclui os laços afetivos dos seres humanos com o ambiente material, percebidos através de experiências e percepções que desencadeiam percepções diferenciadas no corpo. Referindo-se a percepção, Tuan destaca efemeridade, esse ato depende do quadro psicológico, experiências e cultural do indivíduo, e os elementos do tempo e instante em que ocorre.

O conceito de lugar para a corrente da geografia crítica já se torna diferenciado. Segundo Milton Santos o lugar pode ser definido a partir das densidades técnica, informacional, comunicativa e normativa. Para o autor é o lugar que os elementos se concretizam, ganham realidade histórica. O lugar como espaço irreduzível, que reúne formas sociais, jurídicas e geográficas, que unidas formam o cotidiano imediato.

Trata-se na realidade de referenciais afetivos os quais desenvolvemos ao longo de nossas vidas a partir da convivência com o lugar e com o outro. Eles são carregados de sensações emotivas principalmente porque nos sentimos seguros e protegidos. Ele tanto nos transmite boas lembranças como a sensação de lar.

Um pouco da história do carnaval

O carnaval no Rio de Janeiro teve suas origens na colonização com as influências do entrudo português, em 1641, que era uma festa violenta onde se cometiam atrocidades e das mascaradas italianas. A violência do entrudo fez com que houvesse uma repressão grande a esse tipo de festa. Em 1855, surgem os clubes carnavalescos para as grandes sociedades, com carros alegóricos que deram origem aos carros dos dias atuais. Para a aristocracia eram realizados grandes bailes de máscaras. Todas essas festas muito ligadas ainda a costumes europeus.

No início do século XX que se teve início das influências culturais africanas no carnaval, a repressão à violência do entrudo português, abre espaço para festas mais organizadas em estilos de procissão para comemorar o carnaval: aparecem os blocos e cordões, que darem origem as escolas de samba. Os blocos, os ranchos e cordões eram formados de pessoas majoritariamente negras e mulatas, que traziam as influências dos costumes africanos.

O principal elemento da valorização da cultura tradicional negra para o carnaval foi o samba. A casa da Tia Ciata, a “Pequena África”, como era conhecida foi centro de grandes manifestações culturais, festas religiosas, capoeira, roda de samba. Além de estratégias contra a exclusão.

Souza (2007) ressalta que a partir da década de 20 do século XX, o carnaval organizado pelas grandes sociedades começa a declinar com as obras de remodelação ocorridas na cidade pelo prefeito Pereira Passos. Os comerciantes que davam a sustentação financeira ao carnaval no centro, com as obras mudam-se para outros lugares. *“Os festejos neste momento passam á ser impulsionados pelos Blocos, Cordões e os Ranchos que concentravam – se na Praça Onze, considerada como “a pequena África” por reunir uma massa de negros operários da zona portuária liderada pelas “Tias” e reunindo as primeiras organizações carnavalescas com características daquelas que um dia seria chamadas de Escolas de Sambas”.* (Souza; Maximiliano, 2007, p.16).

“Contudo, por esta época já não havia apenas uma única paisagem ou cenário carnavalesco carioca, pois, como a própria cidade, a festa também se descentralizou com o crescimento dos bairros. Dentro da própria área central, com advento da reforma Passos, a Rua do Ouvidor deixa de ser o palco do desfile das grandes sociedades, para as quais desde logo estará reservada a larga, lustrosa e arejada Avenida Central, leito natural para o aparecimento do Corso em 1907, que logo receberá os ranchos em sua versão pós-1908, demarcando o carnaval chic do Rio de Janeiro. Por outro lado, o crescimento do bairro da Cidade Nova, devido à sua ocupação por uma massa de imigrantes, sua densificação e à formação de favelas nos morros de seu entorno, fez com que a capacidade festiva de seus moradores construísse entorno da Praça Onze um território sagrado para o carnaval popular das mascaradas, dos cordões, ranchos pobres e dos blocos. Não por acaso ali estava a casa da Tia Ciata, centro religioso de negros baiano, da qual Donga retirou e gravou, em 1917, “Pelo Telefone” – marco do samba carioca por ter sido o primeiro a ser gravado em disco, razão que levou seus historiadores a concordarem que este foi o ano de nascimento do samba. E mais ainda será por aí mesmo que em 1928 nascerá a escola de samba, a partir de um bloco do vizinho bairro do Estácio”. Segundo Souza (2007 apud Fernandes, 2001, p.35).

Em 1928, nasceu à primeira escola de samba carioca a “Deixa Falar”, na época de muitas transformações, pois ocorre uma evolução do samba e a importância da cultura negra. O samba em sua origem teve uma resistência de ex-escravos que eram reprimidos e intitulados como prática de “vagabundos”, forma de diversão das classes menos favorecidas que não participavam das festas das grandes sociedades. Nesse momento inverte-se o papel, pois agora quem comandava as principais festas no caso os blocos e as escolas de samba eram os pobres. As elites integram de forma ainda pequena, com o papel de espectadores.

O primeiro desfile oficial ocorre ,em 1933, na Praça Onze arrastando um grande público os desfiles, que passa a ser anual. Porém em 1942, com a construção da Avenida Presidente Vargas, os desfiles são transferidos para lá. Depois de um tempo passa a ser na Marques de Sapucaí, onde foi construído o sambódromo e inaugurado em 1984. Atualmente no local onde era a Praça Onze há um monumento de zumbi dos Palmares, como símbolo da resistência negra aos processos que ocorreram no passado.

Os grupos carnavalescos formados pelos Ranchos, Cordões e Blocos possuíam em sua estrutura elementos característicos das outras manifestações carnavalescas como as Grandes Sociedades, mas o movimento antropofágico foi verdadeiramente realizado pelas Escolas de sambas. Manifestação da cultura popular que mais se destacou no Rio de Janeiro através de seu processo de modernização, sendo admirado por todo o Brasil e mundo, transformou os festejos carnavalescos em “show bussines”. (Souza; Maximiliano, 2007).

O Espaço vivido no carnaval.

Onde se encontra o espaço vivido no carnaval? A história do carnaval é marcada pela resistência das classes desfavorecidas em participar das festas. Símbolo dessa resistência surge o samba criado a partir do lugar, local onde ocorrem as relações do cotidiano, local da resistência, da identificação das experiências dessas pessoas.

A natureza social da identidade, do sentimento de pertencer ao lugar ou das formas de apropriação do espaço que ela suscita, liga-se aos lugares habitados, marcados pela presença, criados pela história fragmentária feitas de resíduos e detritos, pela acumulação dos tempos, marcados, remarcados, nomeados, natureza transformada pela prática social, produto de uma capacidade criadora, acumulação cultural que se inscreve num espaço e tempo. (Carlos; Ana, 1996, p.22).

Todos esses fatores nos levam a analisar a organização do lugar, para as comunidades e das pessoas que se identificam com as escolas de samba, no cotidiano das pessoas e no modo de vida, que carregam as heranças concebidas através da cultura. As pessoas que ficam o ano todo esperando o carnaval, que produzem o carnaval na quadra das escolas de samba. A música de um prestigiado cantor e compositor retrata muito as relações ocorridas no lugar, cotidianamente no bairro pelas experiências presenciadas.

Meu Lugar

Arlindo Cruz

Composição: Arlindo Cruz

O meu lugar,
é caminho de Ogum e Iansã,
lá tem samba até de manhã,
uma ginga em cada andar.

O meu lugar,
é cercado de luta e suor,
esperança num mundo melhor,
e cerveja pra comemorar.

O meu lugar,
tem seus mitos e seres de luz,
é bem perto de Oswaldo Cruz,
Cascadura, Vaz Lobo, Irajá.

O meu lugar,
é sorriso é paz e prazer,

o seu nome é doce dizer,
Madureira, lá, laiá.
Madureira, lá, laiá.

O meu lugar,
é caminho de Ogum e Iansã,
lá tem samba até de manhã,
uma ginga em cada andar.

O meu lugar,
é cercado de luta e suor,
esperança num mundo melhor,
e cerveja pra comemorar.

O meu lugar,
tem seus mitos e seres de luz,
é bem perto de Oswaldo Cruz,
Cascadura, Vaz Lobo, Irajá.

O meu lugar,
é sorriso é paz e prazer,
o seu nome é doce dizer,
Madureira, lá, laiá.
Madureira, lá, laiá.

Ah que lugar,
a saudade me faz lembrar,
os amores que eu tive por lá,
é difícil esquecer.

Doce lugar,
que é eterno no meu coração,
e aos poetas traz inspiração,
pra cantar e escrever.

Ah meu lugar,
quem não viu a Tia Eulália dançar,
Vó Maria o terreiro benzer,
e ainda tem jogo ao luz do luar.

Ah que lugar,
tem mil coisas pra a gente dizer,
o difícil é saber terminar,
Madureira, lá, laiá.
Madureira, lá, laiá.

Em cada esquina um pagode um bar,
em madureira.
Império e Portela também são de lá,
Em madureira.

E no Mercado você pode comprar,
por uma pechincha você vai levar,
um denço, um sonho pra quem sonhar,
Em madureira.

e quem se habilita até pode chegar,
tem jogo de ronda, caipira e bilhar,
buraco sueca pro tempo passar,
Em madureira.

E uma fézinha até posso fazer,
no grupo dezena, centena e milhar,
pelos setes lados eu vou te cercar,
Em madureira.

Lalalaialalaialalaia, em madureira
Lalalaialalaialalaia, em madureira

O lugar das comunidades e das pessoas que vivem para o carnaval, esta representada nas quadras das escolas de samba, na empolgação e no orgulho de pertencer à escola, desfilando pela sua escola. Sabe o que representa esta desfilando o trabalho da comunidade, a história do seu bairro, de sua vida, dos familiares, vizinhos etc.

Mas o que ocorre nos dias atuais é uma exclusão de parte da população, mas desfavorecida que não tem o dinheiro suficiente para pagar os ingressos caríssimos. As pessoas que não participam do desfile, não pode ver mais aos desfiles. Algumas procuram lugares improvisados, ao redor do sambódromo para tentar assistir um pouquinho da festa. O que lembra o s primeiros carnavais.

Hoje a expressão mais popular, que se tem do carnaval no Rio de Janeiro são os blocos de rua, que ainda são abertos a toda população. Reúnem pessoas de diversas classes sociais, com músicas do passado, alegria etc.

As concepções de não - lugar

Tendo como ponto chave, as áreas que recebem essa grande demanda turística, onde o fenômeno turístico ira acontecer de fato, no que afirma Milton Santos(1996), "realidade histórica". Há poucos trabalhos que esclarecem a lógica da organização territorial e organização das áreas que recebem essa grande demanda turística. No entanto, a grande maioria dos trabalhos fazem uma abordagem crítica dos impactos que a atividade turística causa, sendo o principal agente destruidor das identidades dos lugares.

Segundo Carlos o não-lugar não significa uma antítese do lugar.

"Na realidade vamos construir esse conceito no plano das contradições do espaço, como consequência direta da relação contraditória entre valor e uso. Convém aqui esclarecer que partimos da tese de que o espaço geográfico é social, produto do processo de trabalho geral da sociedade em cada momento histórico. Assim as parcelas do espaço-produto (social e histórico) apresentam-se enquanto

trabalho materializado acumulado a partir de uma série de gerações, e nesse caso específico o espaço como um todo tem valor e se reproduz a partir de uma multiplicidade de usos (não podemos esquecer que todos os lugares produzidos têm um uso sempre diferenciado), como decorrência do fato de que o processo de produzir/reproduzir é também um ato de apropriação. Nesse contexto o sentido do espaço produzido é aquele marcado por modos de produção e, conseqüentemente, de apropriação”. (Carlos, Ana, 1996, p.62)

Manuel Castells, um dos mais importantes sociólogos de nosso tempo, define o espaço como “[...] um produto material em relação a outros produtos materiais – inclusive pessoas – os quais se envolvem em relações sociais [historicamente] determinadas que dão ao espaço uma forma, uma função e um sentido social” (CASTELLS, 1999, p. 500). Considera, ainda, ser o espaço o suporte material de práticas sociais de tempo compartilhado introduzindo o conceito de espaço de luxos como a organização material das práticas sociais de tempo compartilhado que funcionam por meio de luxos. Por luxos, o autor entende que sejam “[...] seqüências intencionais, repetitivas e programáveis de”. “Intercâmbio e interação entre posições fisicamente desarticuladas, mantidas por atores sociais nas estruturas econômicas, política e simbólicas da sociedade” (CASTELLS, 1999, p.51).

Castells não define, mas entende o espaço de luxos como um não-lugar. O Autor define lugar como “[...] um local cuja forma, função e significado são independentes dentro das fronteiras da contigüidade física” (Castells, 1999, p.512). E afirma, ainda, que lugares não são necessariamente comunidades, sendo definidos por qualidades físicas e simbólicas. Para Castells, o lugar está excluído do poder, pois seu significado está ligado à experiência, e não ao conhecimento. O poder vai acontecer nos não-lugares nas redes do espaço de luxos.

Outro autor muito importante que faz uma análise antropológica do lugar em oposição ao não-lugar é o antropólogo francês Marc Augé. Lançando as bases de uma antropologia da supermodernidade, utiliza o termo “lugares-antropológicos”, uma construção concreta e simbólica do espaço que é, simultaneamente, “[...] princípio de sentido para os que o habitam o princípio de inteligibilidade para quem o observa”

(AUGÉ, 2004, p. 51). *Com relação aos não-lugares, afirma Augé: Se um lugar pode-se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não-lugar. A hipótese aqui defendida é de que a supermodernidade é produtora de não-lugares, isto é, espaços que não são em si lugares antropológicos e que, contrariamente à modernidade, não integram os lugares antigos: estes, repertoriados, classificados e promovidos a “lugares de memória”, ocupam aí um lugar circunscrito e específico. (AUGÉ, 2004, p. 73).*

O Não-lugar no carnaval do Rio de Janeiro.

Para o carnaval carioca, os anos 40 e 50 ainda era uma época de busca de aceitação, somente na década de 60 conseguem se firmar, pois é visto para a classe média como um produto rentável. Quando a secretaria de turismo tem a idéia de vender ingressos para o desfile.

Até chegar a idéia de construir um sambódromo para melhor acomodação da população, o grande objeto do projeto era de cunho popular, que não foi o que

aconteceu é claro. Foram construídos camarotes, que são caríssimos e ingressos que a população não tem condições de pagar.

O investimento na área de turismo faz com que o comércio aumentar seus lucros rapidamente, com vendas de fantasia, e as propagandas que faziam em rádios e exposição de fantasias. A preocupação com o turismo tornou-se prioridade, em 1993 uma rede de hotelaria conseguiu retirar uma alegoria da escola de samba Caprichosos de Pilares que mostrava um pivete assaltando um turista, porque poderia “denegrir” a imagem do Rio de Janeiro.

“Nesse sentido cidades inteiras se transformam com objetivo precípua de atrair turistas, e esse processo provoca de um lado o sentimento de estranhamento - para os que vivem nas áreas que num determinado momento se volta para a atividade turística - e de outro transforma tudo em espetáculo e o turista em espectador passivo. A indústria do turismo transforma tudo o que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório, onde o espaço se transforma em cenário para o "espetáculo" para uma multidão amorfa mediante a criação de uma série de atividades que conduzem a passividade, produzindo apenas a ilusão da evasão, e, desse modo, o real é metamorfoseado, transfigurado, para seduzir e fascinar. Aqui o sujeito se entrega às manipulações desfrutando a própria alienação e a dos outros”. (Carlos, 1996)

Carlos (1996), o mundo moderno deixa diante de uma série de desafios decorrentes das transformações aceleradas provocadas pelo processo de globalização como produto de desenvolvimento do capitalismo que destrói barreiras e ultrapassa obstáculos, como conseqüência de sua realização. Nesse processo o espaço tem papel fundamental na medida em que cada vez mais entra na troca, como mercadoria. Isso significa que áreas inteiras do planeta, antes desocupadas, são divididas entrando no processo de comercialização. Cada vez mais o espaço é produzido por novos setores de atividades econômicas, como a do turismo, e desse modo praias, montanhas e campos entram no circuito da troca, apropriadas, privativamente, como áreas de lazer para quem pode fazer uso delas.

Os desfiles hoje são vistos como produtos rentáveis, com valores milionários que inflam diretamente na economia do Rio de Janeiro. O turismo cresce muito nesta época, as agências de turismo conseguem os melhores lugares do sambódromo. Para não perder o turista fora da temporada do carnaval, a prefeitura inaugura a Cidade do Samba com acomodação para todas as escolas e um museu.

(...) produz-se a não-identidade e, com isso, o não-lugar, pois longe de se criar uma identidade produz-se mercadorias para serem consumidas em todos os momentos da vida, dentro e fora da fábrica, dentro e fora do ambiente de trabalho, nos momentos de trabalho e de não-trabalho. (Carlos, 1996).

HÁ pouco tempo foi construído o Terreirão do samba para as pessoas que não tinham acesso aos desfiles, pelo fator financeiro. Onde ocorriam rodas de samba, shows com sambistas etc. Porém agora para entrar já é cobrada uma taxa, decorrência dessa transformação do carnaval em mercadoria.

O que resultou para o carnaval carioca? Os blocos de rua que divertem milhares de pessoas pelas ruas do Rio de Janeiro. Pois o desfile que era popular todas as pessoas assistiam e se divertiam na época da Praça Onze reduto do samba e da Avenida Presidente Vargas não ocorre mais. Os pobres têm que se contentar agora com a visão do lado de fora do sambódromo em lugares improvisados ou assistir pela televisão em casa.

Considerações finais

Após a análise, atentando para as características da produção do não-lugar pela indústria do turismo, torna-se relevante citar a importância das análises teóricas realizadas pelos autores presentes nesse trabalho. Assim como, as ações da “indústria do turismo”, empreendedora de grandes projetos alienados e artificiais.

Segundo Fratucci, Milton Santos aponta o lugar como lócus de uma possível resistência à atual globalização e ao processo de verticalização dos lugares. Ele afirma que essa resistência só será possível através do fortalecimento das horizontalidades entre os lugares e da reconstrução de “uma base de vida que amplie a coesão da sociedade civil, a serviço do interesse coletivo” (p.228). Ele propõe ainda, o desenvolvimento de uma solidariedade ativa, geradora de ações políticas locais que se ateponham às tendências meramente verticalizantes (p. 228-9).

Dessa forma, Milton Santos chama a atenção para a ação dos grupos sociais, materializados no lugar, para agir contra a ação da “indústria do turismo” produtora de não-lugar.

Embora a “indústria do turismo” busque criar e recriar centros turísticos em diversas partes do mundo, com as mesmas características, formando “não-lugares”, a multiplicação de lugares turísticos deve respeitar a população local e os seus costumes. Respeitar essa ideologia é comprometer o turismo como uma atividade lucrativa em consonância com a manutenção das características próprias de cada lugar.

Aliada a essa luta contra o processo de verticalização dos lugares. Foi visto que atualmente observa o surgimento de um turismo alternativo, com um turista mais consciente. Dessa forma, observamos uma renovação do turismo. Este passa a ser visto como um momento de encontro de alteridades, acontecendo enquanto fenômeno sociocultural e não apenas como atividade econômica. Nesse novo turismo valorizam-se as trocas culturais verídicas, não se limitando as artificialidades tradicionais. Entretanto, cabe ressaltar que esse tipo de turismo ainda é minoritário. O turismo tradicional ainda é hegemônico no mercado turístico mundial.

Portanto, cabe a sociedade civil a luta conscientizada contra essas práticas hegemônicas formadoras de um turismo despreocupado com as identidades locais, visando apenas à reprodução do seu capital.

Bibliografia

AUGÉ, Marc. Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade. 4ª edição, São Paulo, 2004.

CARLOS, A. F. A. (1996a): O Lugar no/do Mundo: O Turismo e a Produção do Não-Lugar. São Paulo: Hucitec, 1998.

CASTELLS, Manuel. O poder da identidade. V. 2. 3. ed. In: A era da informação: economia, sociedade e cultura. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

- CAVALCANTI, Márcia Maria. O fetiche do consumo como agente de reprodução do não-lugar. Revista turismo.
- FRATUCCI, A. C. Os Lugares Turísticos: Territórios do Fenômeno Turístico. *GEOGRAPHIA* – Ano II – Nº. 4 – 2000.
- LEITE, A. F. O Lugar: Duas Acepções Geográficas. Rio de Janeiro, vol. 21. 1998.
- TUAN, Y. F. Espaço e Lugar. São Paulo: Difel, 1983.
- RODRIGUES, Adyr B. Turismo e Espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: Hucitec, 1997.
- SANTOS, Milton. A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1996.
- SOUZA, Maximiliano de. Monografia: centro de memória e animação do carnaval - museu do carnaval: O reflexo de uma memória em evolução. UNI-RIO, Departamento de Estudos e Processos Museológico, 2007.
- URRY, John. O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Nobel, SESC, 1996.
- YÁZIGI, Carlos e Cruz (orgs). Turismo: Espaço, paisagem e cultura. São Paulo. Hucitec, 1996.

Sites

Samba, amor e tradição(história do carnaval carioca). <http://www.samba-choro.com.br/s-c/.0407/0333.Html>. 14/02/2009