

# NOVO OLHAR

The background of the cover is a dark grey gradient. It is decorated with numerous colorful confetti pieces in shades of red, blue, yellow, and orange. Interspersed among the confetti are thin, curved lines in the same color palette, creating a dynamic and festive visual effect.

EDIÇÃO 01 - ANO I

## ESPECIAL DE CARNAVAL

A DISPARIDADE  
ECONÔMICA NO  
CARNAVAL ENTRE SUL  
E SUDESTE pág. 4

QUEM DEIXOU PARA  
DEFINIR O SEU DESTINO  
MAIS TARDE  
pág. 8

A TRADIÇÃO DO  
CARNAVAL NO CINEMA  
pág. 11

# INTERNET X EMPREENDEDORISMO

## Ache o seu espaço neste universo sem fronteiras

Um empreendedor, segundo Amar Bhide, da Harvard Business School, é “aquele que localiza e aproveita uma oportunidade de mercado, criando a partir daí um novo negócio”.

Atualmente percebe-se um grande interesse por parte do brasileiro, independente de sua faixa etária ou classe econômica, na busca do sonho de possuir seu próprio negócio.

No entanto, diante de um mercado tão volátil e em constante evolução, resta sempre a dúvida do que fazer, em que investir, em qual segmento atuar.

Num cenário de incertezas, a melhor opção é sempre a busca de informação. Antes de investir em qualquer negócio, é preciso fazer muita pesquisa e avaliar fatores como potencial de mercado, perfil de cliente e localização. A elaboração de um plano de negócios também se torna indispensável ao sucesso da nova empreitada.

Pensando nisso, a REVISTA NOVO OLHAR é um

bom ponto de partida, já que disponibiliza uma série de matérias, reportagens e artigos e a análise de tendências, imprescindível antes de se investir em qualquer negócio.

Hoje, o País se aproxima dos 66,3 milhões de indivíduos, segundo o IBOPE, com acesso direto à rede. Os computadores estão presentes em 95% das empresas brasileiras. O Brasil é o quinto país com o maior número de conexões à internet, no entanto é a Nação que mais acessa redes sociais no mundo.

A maioria das empresas brasileiras já detectou esse novo paradigma virtual e estão buscando adequação às novas formas de interagir com seus clientes, através das redes sociais mais conhecidas por todos, como Orkut, Facebook e Twitter.

As redes sociais vieram para ficar e com elas um novo segmento ganha espaço. Logo, antene-se à rede, pesquise dados e rompa barreiras, porque a inovação certamente é sempre o mais curto caminho rumo ao sucesso!

## SAIA GANHANDO

A Internet é um elemento imprescindível quando o assunto são negócios e lucros. E nesse enfoque estão incluídos projetos inovadores com aderência à atuação das empresas, vendendo seus produtos, oferecendo seus serviços. Conversando com seus clientes de uma forma autêntica e humana. E nesse quesito a REVISTA NOVO OLHAR vem se destacando, tornando-se uma das pioneiras na Internet ao utilizar conceitos que reativam a

voz como elemento que valoriza a história das empresas e empreendedores. Estamos no início de um tempo inovador, em que as relações empresariais ganham um impulso que une milhões de pessoas no Brasil e no mundo. Pessoas dispostas a conhecer você, comprar os seus produtos e contratar os seus serviços. Basta você arregaçar as mangas e acreditar no seu potencial. ANUNCIE NA REVISTA NOVO OLHAR.

# A LUCRATIVIDADE INDISCUTÍVEL DO CARNAVAL PARA O BRASIL

## A folia virou negócio de gente grande

O carnaval é uma festa de expressão da cultura popular, sofreu ao longo do tempo modificações que ele passou a ser observado sob uma perspectiva profissional, passou por um processo de gestão, transformou-se em um grande negócio que hoje movimenta um número sem fim de pessoas e recursos para sua realização. Tem influencia direta em uma das atividades que mais cresce na atualidade, o Turismo, já que atrai pessoas de todas as partes do mundo para festejar e se divertir durante os dias de folia. A economia da região onde são realizados os desfiles carnavalescos é impulsionada durante o transcorrer de todo o ano, pois toda a sociedade trabalha e produz direta e indiretamente para realização da festa.

Nas Escolas de Samba, por exemplo, a preparação de um desfile de Carnaval exige um grande número de tarefas exercidas por profissionais das mais diversas áreas de atuação. Hoje as escolas são compostas por profissionais com qualidades artísticas, e técnicas. Como exemplos dos profissionais que trabalham para preparar toda a estrutura do Desfile final: costureiras, bordadeiras, chapeleiros, aderecistas, carpinteiros, escultores, pintores, decoradores, eletricitas, ferreiros, mecânicos, desenhistas, soldadores, borracheiros, marceneiros, armeiros, historiadores, sapateiros, cantores, ritmistas, instrumentistas, compositores, entre outros.

Todas essas atividades são remuneradas, o que faz criar um efeito multiplicador em toda a economia local, uma vez que essa mão-de-obra por muitas vezes dispensada do emprego formal, encontra suporte e sustentação na necessidade de preparar o desfile das escolas de samba é inúmeras costureiras, além dos ambulantes que vendem água, cerveja, refrigerante e comidas preparadas tudo isso atraídos pelos desfiles de escolas de samba ou os grandes shows populares preparados pelas prefeituras dos interiores desse Brasil.

### Curtas de Salvador:

@ Em Salvador para este ano a expectativa para esse ano é que aumente em pelo menos 10% a movimentação comparada a do ano passado, que foi de R\$ 127,7 milhões na capital.

@ Segundo uma pesquisa deste valor total registrado em 2010, R\$ 40,6 milhões foi o gasto dos foliões que brincaram nos blocos, e R\$ 29,9 milhões foi o gasto oriundo dos foliões da “pipoca”;

@ Essa mesma pesquisa apontou que as pessoas que mais gastaram foram aquelas que brincaram em bloco e camarote em um só dia, com um gasto diário médio de R\$ 221,03. Aquelas que brincaram apenas em bloco tiveram um gasto médio diário de R\$ 162,00, e as pessoas que pularam na “pipoca” gastaram R\$ 31,11 por dia.

@ Pelo menos 160.770 mil camisas de acesso aos blocos e camarotes os conhecidos abadá foram comercializadas pelas lojas Reino da Folia, Axé Mix e Central do Carnaval, as três maiores credenciadas para a venda.

@ Haja lucro levando em consideração que os abadá variam entre R\$ 70 e R\$ 890, o preço médio ao folião é de R\$ 480, o que significa dizer que o lucro bruto com as vendas tem uma média de R\$ 77,1 milhões, divididos entre empresários do setor para o pagamento de impostos, prestação de serviços e aluguéis.

@ E o carnaval continua durante todo o ano há vendedores ambulantes que participam de todas as festas do Brasil e estão ganhando dinheiro com isso, carnaval não é só festa é trabalho também.

Direitos de imagem: <http://www.videoturista.com/>



# A DISPARIDADE ECONÔMICA NO CARNAVAL ENTRE SUL E SUDESTE

## No que se refere aos desfiles Porto Alegre corre atrás do tempo perdido

O carnaval do Rio é nosso modelo e inspiração, mas não serve de parâmetro para discutir valores e principalmente salário de destaques. O orçamento das escolas de grupo especial do Rio gira por volta de R\$ 8 milhões. Só para a comissão de frente da Mangueira, Carlinhos de Jesus tem a assombrosa quantia de R\$ 1 milhão. Mas lá comissão de frente é quesito.

Os puxadores obviamente recebem salários bem maiores do que são praticados em Porto Alegre. Aqui pela província ainda engatinhamos neste terreno, as coisas são mais modestas. Pelo convênio Prefeitura e Aecpars, os valores ficam em torno de R\$ 5 milhões, e nesta quantia esta o cachê das escolas, montagem da pista iluminação e som, segurança e serviços. Mas tem sim alguns destaques que se colocam um pouco fora dos padrões. E isto já foi discutido em um seminário. Onde o coordenador, José Luiz Azevedo, se posicionou sobre o assunto.

Sandro Ferraz é considerado um dos maiores salários do Estado. Wander Pires, da Estado Maior da Restinga, e também da Vai Vai, de São Paulo,

não está longe. Só para a gente ter ideia, se contarmos às vezes em que o Wander esteve aqui em Porto Alegre, tendo como referência os preços das passagens aéreas, já foram gastos mais de R\$ 10 mil.

Logo, a leitura razoável a ser feita, é de que o valor de contrato do puxador não pode ser menor do que o que foi gasto com o seu deslocamento. Mas a soma de tudo, despesa de viagem, hotel e contrato, é igual ao custo total com o puxador. A fonte pagadora é uma só: Estado Maior da Restinga.

Um caso emblemático é Renan Ludwig, que declarou ter feito contrato por quatro vezes mais do que ganhava na Restinga. Não podemos esquecer que tem puxadores ganhando muito pouco em relação aos mais cotados. E ainda há aqueles que fazem seu ofício rigorosamente por seu amor à escola. O que está posto nesta questão é que alguns ganham mais do que outros. Que fique claro o salário de destaque, não é público ninguém mostra contrato. Mas com certeza não jogam dinheiro no lixo, não trabalham para perder ou pagam para trabalhar.



Direitos de imagem: <http://proweb.procompa.com.br/pmpa/pretpoa/carnaval/>

## O CARNAVAL MILIONÁRIO DE SÃO PAULO

O jornal O Dia, divulgou que a fantasia de Sabrina Sato será uma das mais caras da história das escolas de samba. A rainha de bateria da Vila Isabel usará uma roupa no valor de R\$ 80 mil, que será paga pela agremiação. Ainda segundo o jornal, para o Carnaval de 2011, apenas Sabrina Sato e Cris Vianna, rainha da Grande Rio, terão suas fantasias bancadas pela escola. As demais rainhas tiveram que tirar o dinheiro do próprio bolso, ou contar com patrocínio. A Prefeitura de São Paulo apresentou o primeiro Censo Samba Paulistano, que compreende uma série de dados das escolas de samba e blocos de São Paulo. De acordo com o levantamento, a festa paulistana conta com 107 mil integrantes. No Grupo Especial, ao todo, são 49.600 pessoas. A cidade tem 95 agremiações em funcionamento, divididas em nove categorias.

Ainda segundo o levantamento, cada escola do

Grupo Especial gera 173 empregos diretos. Ao todo, são 2.430 postos de trabalho na categoria. Para este ano, a São Paulo Turismo (SPTuris) espera que 120 mil pessoas se divirtam no carnaval de São Paulo, tanto no Anhembi, como nos blocos. Desse total, 30 mil são turistas, sendo que 25% deles são estrangeiros. O turismo durante o carnaval deve deixar mais de R\$ 50 milhões para os cofres da cidade.

Fábrica do Samba: Atendendo ao pedido do prefeito Gilberto Kassab, Caio Luiz de Carvalho, presidente da São Paulo Turismo, mudou o nome do espaço que a partir de setembro de 2012 deve receber os barracões das 14 escolas do Grupo Especial. A Fábrica de Sonhos agora será chamada de Fábrica do Samba. A construção do local em uma área que fica junto à Ponte da Casa Verde, na Zona Norte da cidade, começou. Os novos barracões devem começar a funcionar a partir de setembro de 2012.

Direitos de imagem: [http://fototecario.fi.gov.br/\\_carnaval\\_2008/](http://fototecario.fi.gov.br/_carnaval_2008/)



# PARA BRASILEIRO DIVERSÃO É COISA SÉRIA

De olho no crescimento da atividade, setores investem em organização para garantir sucesso

O Carnaval se transformou numa indústria que gera milhões em negócios. De Norte a Sul, os preparativos para a festa envolvem trabalho, esforço e investimentos. Hoje existem algumas iniciativas que visam capacitar os empresários da folia. Aspectos como planejamento, captação financeira, divulgação e organização fazem parte do portfólio que todo organizador de bloco, agremiação ou escola de samba tem que ter para proporcionar vida longa à “brincadeira”.

Desenvolvido pela Secretaria de Cultura da Bahia, em parceria com o Sebrae na Bahia, Instituto de Gestão das Águas e Climas (Ingá) e as Secretarias de Promoção à Igualdade e de Turismo do Estado, o projeto Carnaval Ouro Negro leva a gestão cultural aos blocos carnavalescos de

matriz africana de Salvador. Uma das ações do projeto é um catálogo sobre os blocos da capital baiana. Cada um dos blocos teve 100 horas de capacitação, com noções de empreendedorismo, marketing e elaboração de projetos para captação de recursos.

A Universidade Veiga de Almeida, no rio de Janeiro, desenvolve o curso Design de Carnaval com objetivo de promover atitudes empreendedoras e promover ações de incentivo ao empreendedorismo e ao surgimento de empreendimentos de sucesso, uma vez que existe um mercado que movimenta milhões, e é altamente exigente, com carência de mão-de-obra capacitada. Pois para o brasileiro diversão é coisa muita séria.

Direitos de imagem: <http://www.papeldeparede.etc.br/wallpapers/>



# CE: CARNAVAL JÁ ANIMA REDE HOTELEIRA

Depois do sucesso no Réveillon, rede hoteleira já se prepara para maior ocupação no Carnaval, em relação a 2010

Depois de registrar um público recorde no fim do ano, a rede hoteleira cearense já festeja as reservas feitas para o Carnaval. De acordo com Régis Medeiros, presidente da Associação Brasileira da Indústria Hoteleira no Ceará (ABIH/CE), em 2010, o índice de ocupação nos hotéis foi de 87,8%. Este ano, as reservas indicam uma taxa entre 89% e 90% para os quatro dias, puxada pelos grupos regionais.

“A gente considera o Carnaval como um grande feriadão que as pessoas aproveitam e viajam. Quem não pode tirar férias agora, acaba gozando no Carnaval”, avalia Medeiros. Como o período momino em meados de março, o setor acaba sendo ainda mais beneficiado - argumenta.

## Expansão desde dezembro

Medeiros acrescenta que a ocupação na rede hoteleira cearense - concentrada em Fortaleza - vem crescendo desde dezembro último. “Período de Natal e Réveillon foi bom, as férias de janeiro estão sendo boas e fevereiro é uma continuação”, diz ele, acrescentando que os turistas-foliões vêm dos estados vizinhos, principalmente por meio de ônibus ou de carro.

Para o presidente da ABIH/CE, o fato de a economia do Brasil estar bem impulsiona o turismo. Aliam-se a isso os investimentos do setor hoteleiro em workshops e as ações de marketing e mídia do Governo do Estado. “Os trabalhos da cadeia ABIH começam dia 25 de janeiro, para sensibilizar os agentes para o turismo no Nordeste”.

O pico da ocupação da rede hoteleira aconteceu entre os dias 28 de dezembro do ano passado e o dia 3 de janeiro, quando foi considerados 100% de ocupação nos hotéis e pousadas da capital

cearense.

## Lotação nos pequenos

O que já estava para lá de bom, pode ficar excelente. De acordo com Walden Lins, diretor técnico da Associação dos Meios de Hospedagem e Turismo no Ceará (AMHT), a ocupação em hotéis e pousadas durante o período carnavalesco deve ser recorde este ano.

Segundo Lins, a expectativa do setor - que já registra 95% de taxa para o período momino - é de que 100% dos leitos sejam ocupados na Capital. “Fortaleza vem se consolidando como destino das pessoas que preferem descansar no Carnaval”, justifica o diretor, acrescentando que os visitantes vêm exatamente dos locais onde há fartura de folia: capitais como Rio de Janeiro, Salvador e Recife.

## Problemas evidenciados

Porém, nem tudo são confete e serpentina no ramo. Para Lins, o crescimento do fluxo turístico na cidade evidencia alguns problemas que precisam ser resolvidos logo. “Uma das coisas que tem preocupado a gente é a vinda da Copa do Mundo.

Temos que melhorar o transporte; melhorar muito a questão da segurança. “São falhas que repercutem muito mal para gente lá fora”, diz. Para o diretor técnico da AMHT, é preciso que o setor privado se una ao poder público para amadurecer o diálogo e buscar soluções definitivas para os problemas estruturais da cidade. “Fortaleza está cada vez mais no foco, mais turistas chegando com expectativas diferentes. Isso vai chamar muita atenção e temos que nos preparar para a Copa já”, completa Lins.

# QUEM DEIXOU PARA DEFINIR O SEU DESTINO MAIS TARDE, PAGARÁ MAIS CARO

Quem pretende viajar no Carnaval e ainda não decidiu o destino vai ter que preparar o bolso para gastar mais. Com a procura antecipada por pacotes, as poucas alternativas que sobraram estão com preços até 150% acima daqueles ofertados no final do ano passado. Segundo a diretora executiva da Associação Brasileira de Agências de Viagens de Minas Gerais (Abav/MG), Regina Casale, a estimativa é que estejam disponíveis para a venda agora apenas 10% dos pacotes formulados para o período. “Além de serem poucas as opções, elas estão bem mais caras”, afirma.

Regina explica que, desta vez, o consumidor antecipou a programação do feriado e começou a agendar a viagem já no ano passado. “Estamos quase começando a vender os pacotes para o Carnaval de 2012”, brinca. A gerente comercial da agência Pacta Turismo, Manoela Buono, acrescenta que o Carnaval é quase “página virada” no setor de turismo, pois a demanda já se concentra na Semana Santa.

Ela observa que o pico de vendas de pacotes para a festa de Momo foi no final de 2010. Na época, os valores de roteiros disponíveis na agência variavam de R\$ 1.545 a R\$ 4.030. Os que sobraram para fevereiro custam entre R\$ 2.950 e R\$ 9.550. Significa que quem for levar o pacote

mais econômico vai pagar 90% a mais que os que adquiriram no fim do ano. Já quem escolheu aqueles com preço mais “salgado” agora vai pagar 136% acima do que pagaria em novembro, por exemplo.

Além de mais ágil na hora de fechar a viagem, o brasileiro também está viajando mais nesse Carnaval. Para a Abav/MG, esse aumento fica na margem dos 20% com relação ao ano anterior. Já o diretor comercial da Master Turismo, Lenini Lamounier, conta que, na agência, o acréscimo nas vendas foi de 30% nesse período. “O que influenciou isso foi basicamente a situação econômica do país. A estabilidade da moeda e o maior acesso ao crédito afetaram positivamente o nosso setor”, argumenta.

Conforme Lamounier, a depreciação do dólar frente ao real é outro fator econômico que influenciou nos resultados. Ele conta que a procura pelos destinos internacionais cresceu, nesse Carnaval, aproximadamente 20% se comparado com o ano anterior.

Na Voetur, a operadora de viagens Fernanda Moreira informa que a demanda por pacotes para outros países foi tão alta neste ano que todas as opções que ela tinha se esgotaram na primeira semana de janeiro. De acordo com a Abav

nacional, os roteiros domésticos mais procurados são Rio de Janeiro, Porto Seguro, Maceió, Porto de Galinhas, Natal e Fortaleza. Para o exterior, Buenos Aires, Cancún, Punta Cana, Orlando, Nova York e Paris são os mais vendidos.

### Inadimplência sobe após folia

No pós-Carnaval, tradicionalmente ocorre aumento das taxas de inadimplência no país. Em março de 2010, por exemplo, o índice calculado pela Serasa Experian, especializada em consultoria de crédito, subiu 13% com relação ao mês anterior. Naquele ano, o Carnaval aconteceu em fevereiro. Em 2011, quando será no início de março, a situação não deve ser diferente.

O assessor econômico da Serasa, Carlos Henrique de Almeida, explica que as despesas acumuladas na festa de Momo são uma pressão adicional para o aumento da inadimplência. “As pessoas acabam gastando muito em viagens. E o início do ano sofre também o impacto das compras do fim de ano”, afirma. Em Belo Horizonte, os dados do Sistema de Proteção ao Crédito (SPC) mostram que, no mês de março de 2010, houve avanço de 18,8% da inadimplência frente ao mês anterior. Em abril, os números começam a recuar, com queda de 25,21%.

O economista da Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte (CDL-BH), Fernando Sasso, também acredita que o Carnaval seja um dos vilões desse período. “O consumidor tem todos os compromissos de início de ano conciliados com Carnaval, Natal e Réveillon. Sem falar que o brasileiro tem cultura de viajar sem planejamento. O resultado disso é a inadimplência”, afirma. Ele ainda explica que, no mês seguinte, o varejo é impactado. Como as pessoas começam a pagar as dívidas pendentes, tendem a comprar menos.

A Federação do Comércio de Minas Gerais (Fecomércio Minas) faz, a cada bimestre, a Pesquisa de Endividamento do Consumidor (PED). Um dos indicadores avaliados são as contas em atraso. Esse índice mede quantas pessoas estão devendo em um período inferior a 90 dias. Nesse caso, o Carnaval do ano passado impactou no primeiro bimestre.

No período, 48% do universo de 300 belo-horizontinos entrevistados estavam com contas atrasadas. O número supera em 1,5% o do bimestre anterior, que ficou em 46,5%. “Em 2010, o Carnaval caiu em fevereiro e, na época, mais pessoas deixaram de pagar suas dívidas”, afirma a coordenadora do Departamento de Economia da Fecomércio, Silvânia Araújo.

SOLUÇÕES VIRTUAIS PARA RESULTADOS REAIS.

[www.bbdweb.com](http://www.bbdweb.com)



# RELÓGIOS PROMETEM SER A SENSAÇÃO DO CARNAVAL

Com cores fortes e vistosas, grifes internacionais embelezam a festa mais adorada pelos brasileiros com relógios que exaltam a alegria e bom gosto do mundo fashion

Modernos e bastante atuais, os relógios Marc by Marc Jacobs, Fossil e Michael Kors vêm encantando o público brasileiro há algum tempo. As marcas alcançaram este patamar graças à diversidade da cartela de cores fortes e chamativas com modelos que fogem do convencional e que combinadas a figurinos do mesmo estilo exaltam ainda mais a beleza feminina.

A Marc by Marc Jacobs destaca três modelos distintos onde cada relógio leva sua própria característica, sem perder a descontração fiel da marca. Com material que se diferencia pela leveza e durabilidade - o acetato - o BM4526 combina cores fortes e alegres, como o roxo e azul, dando a este item a cara do carnaval.

Fugindo do ponto comum, o relógio BM2522 é um bracelete moderno e que incorpora personalidade ao visual feminino. Sua pulseira de borracha, marcada com as letras da marca, deixa contrastar detalhes do aro e do fecho, ambos em aço inoxidável.

A contemporaneidade e irreverência são algumas das principais características da Marc by Marc

Jacobs e estão presentes no exemplar BM2513. Sua cor amarela flúor é super moderna e garante o charme exato se combinada a outras peças. A pulseira em aço inoxidável revestida de borracha é outra peculiaridade deste relógio, perfeito para momentos mais descontraídos.

Os cobiçados relógios coloridos da Michael Kors dispensam comentários. Perto do Carnaval a novidade fica por conta do MK8159, desenvolvido em dark blue, uma cor marcante de acordo com o perfil da Michael Kors. O item carrega um charme característico aliando a funcionalidade dos subdials ao look arrojado do colorido.

Os amantes das cores vibrantes também vão encontrar um modelo adorável no portfólio da Fossil. O vermelho alegre do FS4598 tem tudo a ver com a celebração do Carnaval. A pulseira de silicone do cronógrafo garante maior durabilidade, enquanto que o perfil jovem e casual conquista quem não quer perder a hora de cair na folia. Os detalhes vermelhos no mostrador e o aro estilizado levam mais alegria ao visual, deixando o figurino ainda mais divertido para a festa.

# VIVA SOLTO

Acesse o blog [vivasolto.blogspot.com](http://vivasolto.blogspot.com) e conheça mais

# A TRADIÇÃO DO CARNAVAL NO CINEMA

As conexões entre o Carnaval e o cinema vêm de longa data. Para aproveitar o clima de “esquenta” que já mobiliza a vida dos brasileiros, relacionamos com a tradição carnavalesca e a história do samba no cinema brasileiro que se estende, claro, aos longas-metragens. Veja a seguir uma seleção de cinco filmes sobre o tema:

## “Alô! Alô! Carnaval!” (1936)

Criador da Cinédia, um dos mais importantes estúdios na história do cinema brasileiro, o diretor e produtor Adhemar Gonzaga reuniu alguns dos cantores mais populares da época, como as irmãs Carmen e Aurora Miranda, em musical ambientado em cassino do Rio. Como se pode imaginar, foi um estrondoso sucesso de bilheteria.

## “Carnaval Atlântida” (1952)

Um dos grandes sucessos da dupla Oscarito e Grande Otelo. Produzida pela Atlântida, o principal estúdio brasileiro dos anos 1940 e 1950, essa chanchada (comédia musical) se ambienta em um estúdio que planeja fazer uma adaptação cinematográfica de “Helena de Tróia”. Para isso, é contratado um especialista em mitologia grega (Oscarito). Em clima de paródia aos épicos históricos norte-americanos e europeus, a adaptação vai se tornando uma comédia carnavalesca.

## “Orfeu do Carnaval” (Orphée Noir, 1959)

Baseado na peça “Orfeu da Conceição”, de Vinicius de Moraes, e rodado no Rio de Janeiro, com elenco majoritariamente brasileiro. Mas, como era uma co-produção internacional dirigida pelo francês Marcel Camus, valeu à França o Oscar de

filme estrangeiro, a Palma de Ouro no Festival de Cannes e outros prêmios internacionais. A tragédia grega de Orfeu e Eurídice é ambientada em um morro do Rio, com trilha de Vinicius, Luis Bonfá e Tom Jobim.

## “Quando o Carnaval Chegar” (1972)

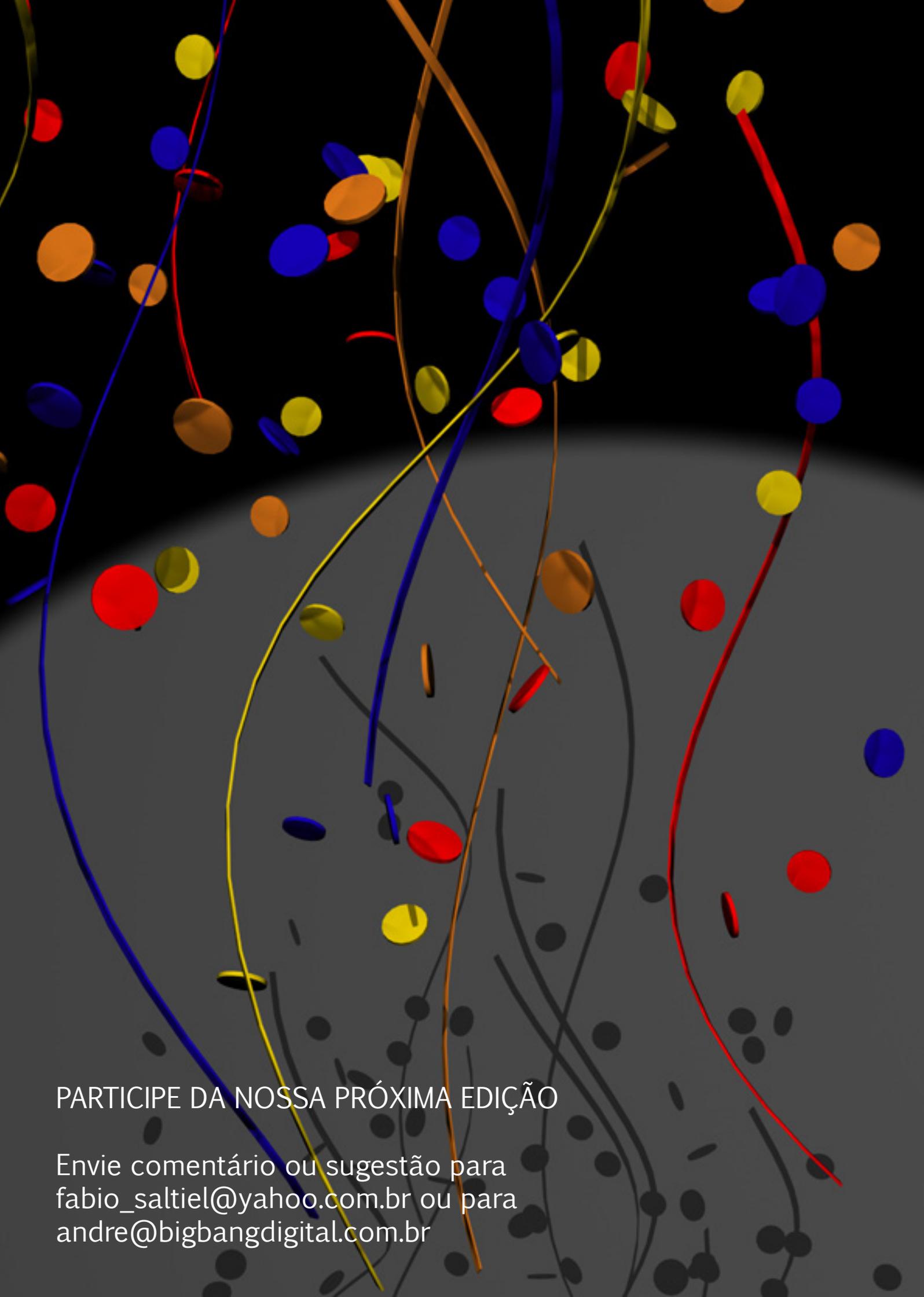
É provável que as novas gerações desconheçam este musical de Carlos Diegues (“Bye Bye Brasil”), com Chico Buarque trabalhando como compositor e ator, ao lado de Nara Leão, Maria Bethânia e integrantes da escola Acadêmicos do Salgueiro. O fiapo de trama acompanha um grupo de músicos que viaja pelo Brasil, enfrentando dificuldades, mas sempre unidos e animados pela perspectiva de mais um Carnaval que se aproxima.

## “A Lira do Delírio” (1978)

As filmagens, improvisadas, começaram em 1973, mas só terminaram cinco anos depois. O diretor e roteirista Walter Lima Jr. (“Inocência”, “A Ostra e o Vento”) dá início à história durante o Carnaval, acompanhando um bloco de “sujos” de Niterói — a lira do título. Cobiçada por diversos homens, uma de suas integrantes (Anecy Rocha, irmã de Glauber, morta em acidente antes do lançamento) é envolvida em uma história policial.

Boa diversão!!



The background is a dark, almost black, space filled with a complex network of thin, glowing lines in various colors: red, blue, yellow, and orange. These lines are intertwined and loop around, creating a sense of movement and connectivity. Scattered throughout this network are numerous small, semi-transparent circles in the same color palette. The overall effect is reminiscent of a molecular structure or a digital network map. In the lower-left corner, there is a faint, light gray pattern of small dots and thin lines, suggesting a larger, less active network or a background texture.

PARTICIPE DA NOSSA PRÓXIMA EDIÇÃO

Envie comentário ou sugestão para  
[fabio\\_saltiel@yahoo.com.br](mailto:fabio_saltiel@yahoo.com.br) ou para  
[andre@bigbangdigital.com.br](mailto:andre@bigbangdigital.com.br)