

Área: Turismo | **Tema:** Temas emergentes em turismo

**TURISMO DE EVENTOS: CARNAVAL DE RUA E SUA ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO
TURÍSTICO NO MUNICÍPIO DE JAGUARI/RS**

**EVENT TOURISM: STREET CARNIVAL AND ITS TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY IN THE
MUNICIPALITY OF JAGUARI/RS**

Carine Brollo Pes

RESUMO

A atividade turística vem tomando importância e crescendo no mundo inteiro, em consequência a este aumento a competitividade entre os destinos turísticos vem em constante crescimento. Em razão deste fato, as cidades que almejam progresso no ramo, precisam estar em constante busca de tendências e melhorias para seus eventos.

Palavras-Chave: Turismo de eventos, potencialidades turísticas, Ma

ABSTRACT

Município de Jaguari/RS, que está situado na região central do Estado do Rio Grande do Sul, possui alguns importantes eventos que fazem com que ele deva buscar a atividade turística como uma fonte econômica, pois a partir do momento que ocorre esse desenvolvimento, ocorre também uma preservação da identidade cultural, de patrimônios históricos e naturais. Tendo em vista, a importância do Turismo de Eventos e a sua ascensão, o presente estudo tem como objetivo pesquisar como que o Turismo de Eventos pode estar ligado com a estratégia de desenvolvimento no Município de Jaguari/RS,

Keywords: Event tourism, tourism potential, SWOT matrix.

TURISMO DE EVENTOS: CARNAVAL DE RUA E SUA ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO NO MUNICÍPIO DE JAGUARI/RS.

1 INTRODUÇÃO

A atividade turística vem tomando importância e crescendo no mundo inteiro, em consequência a este aumento a competitividade entre os destinos turísticos vem em constante crescimento. Em razão deste fato, as cidades que almejam progresso no ramo, precisam estar em constante busca de tendências e melhorias para seus eventos.

O turismo não surge por acaso em um determinado lugar, geralmente existem alguns fatores que fazem com que a cidade seja turística. Um lugar, em geral é escolhido para ser visitado, pois possui atrativos naturais ou atrativos que provoquem nos visitantes a vontade de estar lá destacando suas principais características para assim desenvolver as atividades ligadas a esta. Para obter um segmento nas atividades turísticas há a necessidade do local dispor de atrativos ligados a lazer, compras, gastronomia variada, hotéis e meios de transporte que possibilitem atender as necessidades de seus visitantes.

Sucedido o crescimento das atividades turísticas, o planejamento passa a ser fundamental, sendo que de acordo com Petrocchi (2001), a administração do turismo está interligada com o fato de lidar com comportamentos, sejam de pessoas, instituições humanas, passando por um processo constante de mudanças.

Matias (2004) destaca que o turismo de eventos, para se fortalecer não necessita somente espaços que proporcionem a realização dos eventos, precisa-se também de meios de hospedagem e de transporte. O Turismo de Eventos vem tendo espaço no mercado e envolve diversas áreas como, por exemplo, turismo, hotelaria e eventos. Sua função está correlacionada com a ideia de que ocorra a captação de um evento e o processo de atrair pessoas para participarem deste evento, desta forma muitas áreas estão envolvidas.

De acordo com informações do site da Prefeitura Municipal de Jaguari, no ano de 2018, o Carnaval de Rua do Município consolidou-se como o maior da região e um dos maiores e melhores do interior do Estado. Nos últimos três anos o evento antes então promovido pela Prefeitura passa a ser terceirizado. O evento do Município foi destaque em várias pesquisas, onde Jaguari foi cita como umas das 19 maiores e melhores cidades para o Carnaval de Rua do Brasil, ocupando a 15ª posição, sendo destaque por sua estrutura de camarotes, praça de alimentação, iluminação, decoração e muita animação. Na última edição o número de foliões foi de aproximadamente 50 mil foliões nos 4 dias de festas, reunindo a região e o Estado no município.

O Município de Jaguari/RS, que está situado na região central do Estado do Rio Grande do Sul, possui alguns importantes eventos que fazem com que ele deva buscar a atividade turística como uma fonte econômica, pois a partir do momento que ocorre esse desenvolvimento, ocorre também uma preservação da identidade cultural, de patrimônios históricos e naturais. Tendo em vista, a importância do Turismo de Eventos e a sua ascensão, o presente estudo tem como objetivo pesquisar como que o Turismo de Eventos pode estar ligado com a estratégia de desenvolvimento no Município de Jaguari/RS, quando se fala no evento do Carnaval de Rua.

2 TURISMO DE EVENTOS

Conforme Matias (2004), o primeiro evento que aconteceu, foram os Jogos Olímpicos em honra a Zeus, na Grécia em 776 A.C, atualmente esses jogos ocorrem em competições esportivas que acontecem de 4 em 4 anos, conhecido como Jogos Olímpicos. Os Romanos, elaboravam os calendários com as festas a serem realizadas, os eventos foram aumentando e evoluindo até os dias atuais.

De acordo com o Ministério do Turismo (2006), podemos conceituar turismo de Negócios e Eventos como um conjunto que engloba atividades turística decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social.

Desta forma, pode-se observar que a valorização e a promoção de eventos podem auxiliar as localidades a se desenvolverem e assim expandirem seus atrativos, passando a serem reconhecidas e aumentando a cada dia o fluxo de visitantes. É evidente que não é somente o setor turístico que recebe benefícios com os eventos, mas sim todo o conjunto da localidade onde o evento está inserido, pois existem outros serviços por trás dos eventos e todos eles necessitam de mão de obra, gerando assim cada vez mais empregos sejam eles fixos ou temporários.

O Turismo de Eventos vem se tornando uma excelente oportunidade para que municípios onde o turismo é pouco explorado ou inexistente, possam se desenvolver, isso ocorre pelo fato de que a partir da promoção de um evento a cidade se torna divulgada e passa a atrair visitantes para o evento.

Albuquerque (2004) destaca que na criação de eventos, faz-se necessária pelo fato de poder aproveitar as características presentes nas localidades onde se insere. O objetivo maior, não está ligado somente a agradar ao público alvo, mas sim trazer benefícios para o local, prezando pela busca de seus atrativos turísticos e potencialidades turísticas, para que assim possa ser gerando uma cadeia produtiva.

3 O PLANEJAMENTO NO TURISMO DE EVENTOS

Para Santos Filho (2004), é necessário obter novas e diferentes dinâmicas de planejamento e coordenação entre a equipe de gestores envolvidos, seja ela de forma direta ou indireta com a questão turística, tanto em nível público como no nível privado. Sendo assim as decisões tomadas entre estes agentes devem ser claras e concisas desde o início para que seu objetivo final seja alcançado de acordo com cada ação a ser tomada.

Na mesma linha Petrocchi (2001), defende que o planejamento turístico deve passar por um programa de conscientização e sensibilização de toda a sociedade para o movimento turístico, empresários, estudantes, sindicatos e gestores para que esclareça o mercado e sua importância.

No setor turístico, foco do presente estudo, surge como uma aplicação de avaliação, que permite realizar um cruzamento dos dados entre si. De acordo com Dantas e Melo (2008), a Análise SWOT se apresenta como uma das ideais ferramentas na gestão e no monitoramento do turismo dos Municípios.

De acordo com Chiavenato e Sapiro (2003), a principal função da Análise SWOT é cruzar as oportunidades e as ameaças externas a organização com seus pontos fortes e fracos. A ferramenta é uma das mais utilizadas na gestão estratégica competitiva. Pode-se dizer que ocorre uma correlação entre oportunidades e ameaças que estão presentes no ambiente externo com as forças e fraquezas presentes no ambiente interno.

4 METODOLOGIA

Segundo Gil (2008), podemos caracterizar esta pesquisa como sendo descritiva, pois a mesma tem como função descrever características de determinadas populações ou até mesmo de fenômenos. As técnicas para a coleta de dados a serem utilizadas podem ser: questionários ou observação sistemática.

Para esta pesquisa utilizou-se de análise documental de arquivos e questionamentos a informantes chaves (empresários de lancherias e hotéis, dirigente de cultura, secretários municipais e comunidade) Desta forma, a investigação documental, segundo Gil (2008), possui como base de referência materiais que ainda não passaram por um tratamento analítico, ou até mesmo materiais que ainda possam ser reorganizados de acordo com as metodologias e propósitos de estudos.

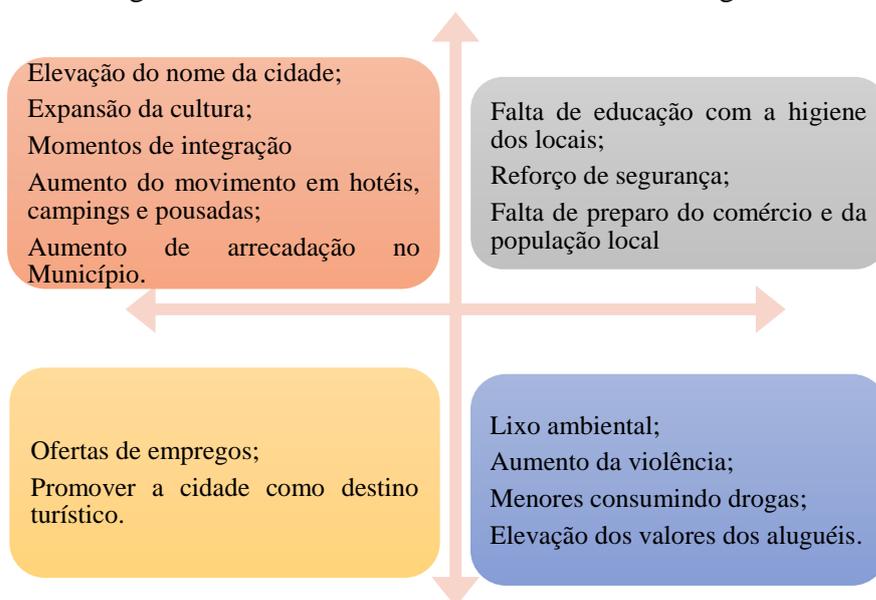
Para Minayo (2001), a pesquisa qualitativa busca trabalhar com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes. A pesquisa qualitativa preocupa-se, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais.

Conforme a investigação e análise documental, os resultados foram traçados de acordo com a Análise SWOT, que de acordo com Oliveira (2004), os principais passos a serem adotados para a realização da Análise SWOT são: formular uma lista com gestores e pessoas chaves, aqui denominadas informantes chaves; desenvolver entrevistas individuais e com base nela organizar as informações, priorizando sempre pelas informações mais relevantes e por fim definir os pontos chave.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Após a análise das informações fornecidas pelas informantes chaves sobre o Carnaval de Rua de Jaguari, tem-se os seguintes pontos apresentados na Matriz SWOT, de acordo com a Figura 01.

Figura 1 - Matriz SWOT. Carnaval de Rua de Jaguari



Fonte: Autores.

Como pode-se observar as principais forças apontadas para o Carnaval de Rua de Jaguari destacam que através dele a cidade passa a ser reconhecida no estado, contribuindo para chamar atenção dos visitantes não somente para o período de Carnaval mas, para os demais períodos do ano, com isso ocorre sempre uma expansão da cultura e das tradições do município. Hotéis, pousadas, campings e casas ficam lotadas nesse período. Como o Carnaval é terceirizado acaba que a arrecadação do Município também aumenta, sendo que no ano de 2018 o valor pago pela empresa vencedora da licitação foi de 25 mil reais além dos impostos de serviços e as empresas de alimentação deveria pagar o alvará de instalação e o alvará sanitário, segundo informações da Prefeitura Municipal.

Como oportunidades para o Município, destacamos a grande cobertura de vários veículos de imprensa do Estado, com isso o nome e a marca da cidade passam a ser conhecidos, desenvolvendo assim seu marketing. Com a chegada dos visitantes podemos observar que ocorre uma maior movimentação do comércio, como: restaurantes e lancherias; supermercados; padarias; hotéis; farmácias; postos de combustíveis; lojas e distribuidoras de bebidas e gelos. Nessa época os comerciantes se preparam para melhor atender os foliões. Decorrente do maior fluxo de visitantes é necessário que os empresários ofereçam vagas de emprego para atender a demanda.

Salienta-se que a partir do momento em que a cidade e a população local estejam mais preparadas para receber os visitantes nesta época do ano, aumenta a autoestima do comércio. O aumento aquisitivo da cidade pode ser aumentado nesse período, com o Carnaval e o aumento das pessoas circulando na cidade, ocorre o aumento do poder aquisitivo das pessoas visitantes e a população local acaba por ter uma autoestima mais elevada.

O evento ainda possui dificuldades com relação à higiene e limpeza do local, faltando uma maior conscientização, trabalho este que deve ser mantido ao longo do ano, para que quando os visitantes cheguem à cidade possam se deparar com uma cidade limpa e que sirva de exemplo. Ainda se faz necessário um aumento da segurança, mas salientamos que o número de brigas nos últimos anos diminuiu consideravelmente.

Um das principais ameaças ao evento seria a questão da produção de lixo que é muito grande nesse período, além da poluição sonora. Através desta ameaça podemos ver uma oportunidade para a reutilização do lixo, através da Associação dos Recicladores, organizando a coleta, conscientizando até mesmo os recicladores, os quais se organizaram de uma melhor forma e também seriam beneficiados com uma renda extra neste período.

Também salientamos que nesse período os empresários visando obter um lucro maior elevam muito o preço, principalmente dos aluguéis que às vezes chegam dobrar o preço, fazendo com que os turistas preferem vir de excursões oriundas de vários municípios do que ficarem hospedados. Ainda segundo os donos do hotel, pousadas e camping o movimento continua intenso, porém segundo os donos de casas de aluguel a procura tem sido bem menor em relação aos anos anteriores.

6 CONCLUSÃO

Os eventos são sem dúvidas um dos melhores meios para a geração de empregos e desenvolvimento, principalmente para os Municípios menores, tornando-se uma forma de renda extra.

Com relação ao Turismo de Eventos do Município de Jaguari, pode-se observar que existe grande potencialidades nesta área e que deve ser melhor explorada, além do comprometimento por parte da Administração Pública, há a necessidade de investir em

infraestrutura para que as condições mínimas sejam proporcionadas aos visitantes um serviço de alto padrão e de qualidade, em contrapartida também se faz necessário que empresários estejam maior engajados com a atividade turística, proporcionando momentos de discussão e de treinamento para o recebimento dos visitantes.

O trabalho se mostra engrandecedor e colaborou com um significativo conhecimento para a área estudada. Como sugestão para os próximos trabalhos, podem ser observados outros eventos e o que eles têm em comum, apontando algumas questões chave, que possam ser melhoradas para que a continuidade dos eventos, buscando contribuir para a melhoria e o desenvolvimento turístico do Município.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Soraya Sousa. **Turismo de Eventos: A importância dos Eventos para o Desenvolvimento do turismo**. 2004. 75p. Monografia (Especialista em Gestão e Marketing do Turismo)-Universidade de Brasília.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações**. 1. ed. 13º tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DANTAS, D. S.; MELO, R. D. S. **O método de análise de SWOT como ferramenta para promover o diagnóstico turístico de um local: o caso do município de Itabaiana/ PB**. Caderno Virtual de Turismo, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, p. 118 - 130, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas**. 3.ed. Barueri, SP: Manole, 2004.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.

Ministério do Turismo (2006). **Segmentação do turismo: marcos conceituais**. Brasília: MTur.

OLIVEIRA, Djalma de P. R. **Planejamento Estratégico – Conceitos, Metodologias e Práticas**. São Paulo: Atlas, 2004.

Prefeitura Municipal de Jaguari. Disponível em: <http://jaguari.rs.gov.br/>. Acesso em 01/07/2018.

PETROCCHI, M. **Gestão de pólos turísticos**. São Paulo. Futura, 2001.

SANTOS FILHO, J. Uma **análise do fenômeno turístico tratado com seriedade científica**. Revista Espaço Acadêmico, No. 41.2004.