



Chamada FUNDECT/CNPq/UEMS N° 06/2013 – PIBIC- UEMS

Análise e Avaliação do Turismo de Eventos e de Lazer em Campo Grande - MS: Desenvolvimento Socioeconômico e Cultural Local

Aluna Bolsista: Michelle Bento Costermani
Orientador: Prof. Dr. Djanires Lageano de Jesus

GEFRONTTER - Grupo de Estudos em Fronteira, Território, Turismo e Região
(CNPq/UEMS).

Abril 2013
Campo Grande – MS

1. INTRODUÇÃO E REVISÃO DA LITERATURA

O fenômeno turístico de eventos e de lazer exigem planejamento e organização, pois são atividades que promovem um efeito multiplicador de ordem socioeconômica e cultural.

O turismo de eventos se apresenta como um dos negócios que mais cresce no mercado mundial, movimentando a economia de muitos países e cidades de grande e pequeno porte. O segmento é uma modalidade que fomenta a cultura local, pois promove a reunião de pessoas de diferentes lugares por meio de congressos, convenções, simpósios, feiras, festivais, encontros internacionais, entre outros. Porém, para promovê-los é necessário profissionalismo e dedicação já que os pequenos detalhes fazem a grande diferença para seu sucesso.

Do mesmo modo, as atividades de lazer representam importância na condição social do ser humano, pois refletem o entendimento do tempo relacionado ao ócio do trabalho. O ócio e a liberação do tempo de trabalho que reencontram amplo espaço para debate e estudos. Tornam-se questões urgentes, na redefinição das fronteiras entre trabalho e lazer. A transformação na sociedade, principalmente advinda do avanço tecnológico e na necessidade de produtividade exagerada, gera oportunamente a fuga da rotina maçante do trabalho e uma das formas de restaurar as energias despendidas é por meio da prática do lazer e do entretenimento.

Considerando o cenário posto, essa pesquisa tem por finalidade analisar o segmento turístico de eventos e lazer em Campo Grande, capital do estado de Mato Grosso do Sul (MS), observando toda a organização e planejamento dos espaços, coletando informações possíveis dos equipamentos estudados bem como as políticas públicas fomentada nesses setores. O município de Campo Grande possui localização estratégica do ponto de vista geoeconômico e turístico se despontando no segmento de Turismo de Eventos e de Lazer, inclusive, contando com o apoio do *Convention&Visitors Bureau*, entidade internacional de apoio as destinações turísticas, organizado pelo empenho do “trade turístico”, após ser observado o potencial real nos segmentos locais descritos.

Turisticamente, Campo Grande é considerado “portão de entrada” de visitantes que procuram os destinos turísticos Serra da Bodoquena e Pantanal sul, incluindo a cidade de Bonito, fato que oportuniza uma parada obrigatória aos turistas que se dirigem para esses destinos. Com 786.797mil habitantes (IBGE-Censo 2010). Campo Grande possui atrativos turísticos históricos, culturais e de entretenimento que se destacam pela convivência harmônica entre a natureza e o progresso. Sabe-se da existência de equipamentos turísticos locais, porém, pela desatualização dos dados quantitativos da oferta disponível para atendimento do turismo local, tanto pelos próprios órgãos representativos e de gestão pública, surge à necessidade de levantamento dessa capacidade local.

Nesse sentido, o presente trabalho tem por objetivo pesquisar a estrutura do equipamento de eventos e lazer em Campo Grande, bem como analisar historicamente entre o período de 2007 a 2012 as políticas públicas e privadas do segmento de lazer e eventos de Campo Grande - MS.

1.2 REVISÃO DE LITERATURA

O turismo é uma atividade que mais cresce no mundo, devido ao rápido retorno do investimento, além de gerar empregos diretos e indiretos, e por sua ligação com os mecanismos de arrecadação, o turismo é a atividade que mais contribui para o desenvolvimento de diversos países.

Para obter resultado é imprescindível que este turismo seja feito de forma organizada e racional. Segundo dados do (EMBRATUR, 2011) a participação do turismo no PIB brasileiro é de aproximadamente 3,3%, porém, o fluxo turístico em direção ao Brasil está muito aquém das potencialidades locais. O momento exige a transformação do potencial latente em novos negócios e vantagens competitivas.

O turismo envolve uma multiplicidade de serviços: transporte, hospedagem, alimentação, agenciamento, trabalho de intérprete e tradutor, guias de turismo, organização de eventos, entretenimento, entre outros. São muitos os profissionais envolvidos e empresas, diversas interações e etapas a serem percorridas, tornando a atividade complexa e de difícil mensuração.

Embora as oportunidades que surgem nos segmentos descritos é preciso que sejam implantados investimentos na formação da cultura do turismo, incluindo a capacitação de profissionais e gerencial. Atuar nesse cenário é propiciar a um maior número de investidores, empresários, técnicos e trabalhadores, favorecendo o mercado de trabalho e renda, contribuindo até mesmo para um melhor equilíbrio social.

Na atividade turística, o turismo de eventos e de lazer detém destaques por possuir características peculiares e especiais, mostrando que um evento pode assumir importante papel turístico no seu todo. Além de movimentar o turismo da região pode atrair turistas, movimentar redes hoteleiras e redes gastronômicas, gera emprego e renda para toda a população residente fazendo com que circule divisas fortalecendo a economia local.

1.2.1 Turismo de Eventos

Conceituando cada segmento para compreender de forma mais clara seus objetivos, tem-se primeiro que o turismo de eventos:

[...]parte do turismo que leva em consideração o critério relacionado ao objetivo da atividade turística. É praticado com interesse profissional e cultural por meio de congressos, convenções, simpósios, feiras, encontros culturais, reuniões internacionais, entre outros, e é uma das atividades econômicas que mais crescem no mundo atual (BENI, 2001, p.149).

Os eventos são acontecimentos criados e planejados para ocorrer em um lugar determinado e com espaço de tempo pré-definido. Têm finalidades específicas, visando e apresentando, a conquista ou a recuperação do público alvo. Ainda, segundo o autor os eventos podem ser criados artificialmente, ocorrer espontaneamente, podendo ainda ser provocados (GOIDANICH, 2000).

Ao considerar Britto (2002), o autor deixa esclarece que um evento pode ser considerado muito mais que um acontecimento de sucesso ou uma festa, pois, possui uma linguagem de comunicação. Dentro de um evento, segundo o

autor, fica implícita uma atividade de relações públicas ou mesmo uma estratégia de marketing. Com estas palavras, o autor sintetiza suas considerações a respeito do conceito de evento, ao dizer: “o evento é a soma de esforços e ações planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos junto ao seu público-alvo” (BRITTO, 2002, p. 14).

Comparando as ideias já fomentadas, Tenan (2004) relaciona turismo e eventos como:

Por outro lado, o evento em si gera turismo, pois, sendo também atrativo turístico, cria fluxo turístico. Além disso, não havendo oportunidade de conhecer bem a cidade, o participante, que descobriu o destino turístico, volta acompanhado da família ou dos amigos em outra oportunidade. Há ainda a propagação da imagem positiva do lugar, que pode gerar a vinda de outros turistas, gerando o sentido de satisfação e a vontade de repetir a experiência (TENAN, 2004, p.48-49).

De acordo com as colocações do autor, um evento de acordo com as suas características e peculiaridades, pode converte-se em atrativo turístico capaz de atrair fluxos para o destino de realização do evento se a destinação exercer atratividade do ponto de vista turístico. Portanto, a possibilidade em e associar as duas atividades, turismo e eventos, favorecem o planejamento e organização com a finalidade de atraírem visitantes.

Para dar ênfase ao que se afirmou, nota-se as considerações de Ansarah (1999) que diz que organizar ou sediar evento tem se tornado uma forma de países promoverem a sua imagem, de se apresentarem ao mundo e de gerarem lucros para a cidade ou região anfitriã. Sendo assim, é natural que cidades de grande ou médio porte (como a realidade de Campo Grande) se esforcem no sentido de captar eventos que possam atrair demandas significativas capazes de promovê-las no cenário regional, nacional e até mesmo internacional. Além de sua projeção, intentam a entrada de divisas que possam aquecer diferentes setores da sua economia.

Colocações procedentes da mesma autora confirmam que a captação e promoção de eventos no mundo vêm sendo considerada o setor que mais retorno econômico e social oferece ao país e à cidade que sedia um evento. Feiras e congressos vêm aumentando em uma disputa cada vez mais acirrada, o que exige um planejamento e uma preparação das cidades brasileiras. (ANSARAH, 1999, p. 75).

A cidade de Campo Grande desde que assumiu sua posição de capital do estado de Mato Grosso do Sul, e do ‘boom turístico’ vem experimentando nas últimas décadas, a importância de ser sede de eventos significativos que em muito contribuíram para divulgar a Cidade Morena, como é também chamada pela população local da capital.

No entanto, para que os eventos possam ser captados e sediados em uma localidade qualquer, é necessário que haja infraestrutura adequada para comportar a realização do evento. Acompanhando essa afirmação, Barretto (1991, p. 52), ao se reportar a essa questão refere-se como o “conjunto de bens e serviços que estão à disposição do turista, como parte integrante, fundamental ou acessória, do fenômeno turístico”.

Por esse prisma, pode-se considerar Campo Grande uma como cidade portadora de acesso favorável, interligando-se com facilidade a qualquer ponto do país através de rodovias bem aparelhadas, contando ainda com terminal

aeroviário de bom porte operando com vôos nacionais e internacionais. Dispõe de boa infraestrutura básica urbana; traçado urbano, saneamento básico, abastecimento de água e energia elétrica, sistema de limpeza, parques urbanos, arborização intensa, entre outros recursos do setor.

Porém, para a capital se firmar enquanto Pólo de Eventos aproveitando as oportunidades existentes no cenário regional é preciso dimensionar toda a oferta disponível focando nas políticas pública dos últimos cinco anos para avaliar se as projeções estão adequadas e se vem de encontro às necessidades que demandam o fomento do turismo de eventos.

1.2.2 Turismo de Lazer

O turismo por ser multidisciplinar, está ligado às diversas áreas profissionais e de amplo conhecimento, tornando-se uma atividade de grande porte do poder econômico mundial e de lazer. Nesse sentido, *“A atividade do turismo surge em razão da existência prévia do fenômeno turístico, que é um processo cuja ocorrência exige a interação simultânea de vários sistemas com atuações que se somam para levar ao efeito final”* (BENI, 2001). Observando essa afirmação do lazer para o turismo, nota-se sua relação como recurso fundamental para os turistas que estão à procura de sua fuga da realidade por meio do tempo-livre, ou seja, o ócio.

A palavra lazer provém do verbo francês “loisir”, que tem origem por sua vez, na forma infinitiva de “licere”, que significa o permitido. O francês “loisir” dá origem à expressão inglesa “leisure”, que se utiliza tecnicamente para significar tempo livre (DUMAZEDIER, 1974).

Dumazedier (1980), ao analisar o sentido do lazer, detecta três tendências: para a primeira, o que caracteriza o lazer é a idéia de permissão para atuar, ou seja, o lazer seria um conjunto de atividades nas quais predomina a ausência de restrições, de censuras, de proibições, de repressão; para a segunda, derivada-se do sentido etimológico do lazer apresentando-se como a ausência de impedimentos de ordem temporal considerando o tempo livre, sem restrições, sem ataduras, sem compromissos; já para a terceira tendência, seu sentido radicaria em uma qualidade de ordem subjetiva, ou seja, o lazer seria constituído por uma serie de atividades livremente escolhidas, atividades autônomas e agradáveis, benéficas física e psicologicamente.

O lazer faz parte da vida dos seres humanos, pois ele é um dos requisitos da vida, que proporciona prazer, liberdade, sensação de bem estar entre outros benefícios. Mas dependendo de como o individuo encara a realidade atual ou mesmo o tipo de lazer que exerce, implicará de momento ou não dos benefícios que o lazer pode oferecer.

Segundo Stigger (2003), o lazer se diferencia de outros momentos da vida, na medida em que é possível afirmar que nele as pessoas escolhem. É isso que está no pensamento de autores já referidos, os quais estudam o lazer do ponto de vista sociológico.

O conhecimento mais aprofundado sobre o lazer está inserido na própria sociedade por meio dos valores culturais como afirma Gutierrez (2001, p. 61), afirmando que:

O lazer é, obviamente, uma manifestação cultural. Somos condicionados culturalmente a escolher nossas atividades de lazer, são preferências

construídas como o decorrer de nossas vivências, nossas experiências diárias. É importante que o profissional do lazer esteja atento a isto instruído de modo, a saber, lidar com diferenças étnicas, sociais e culturais que podem existir dentro de um grupo.

O tempo livre pressupõe o tempo de trabalho, pois está vinculado a ele. Os valores do trabalho foram moldados pela ética protestante, os quais exaltaram a produtividade e transformaram a noção de tempo que se torna mercadoria e dinheiro. Desta forma, a noção do tempo como mercadoria, implica na sua negociação sob diversas formas e, como tal, o tempo de trabalho é vendido aos empregadores, como o tempo denominado livre, comprado pelos empregados. O tempo como mercadoria, como dinheiro - talvez seja o que impossibilite outras perspectivas sobre o seu uso, como disponibilizá-lo às funções ou valores que contém o lazer.

É preciso analisar a questão do tempo livre, propondo mudanças nos ambientes profissionais e na utilização do tempo, com base em estudos desenvolvidos sobre a atual sociedade, nas questões mundiais sobre desemprego, educação, criatividade, entre outras.

Nesse sentido, surge a necessidade de analisar o segmento de lazer nos espaços urbanos a fim de diagnosticar o cenário posto, sobretudo nas políticas públicas voltadas e práticas vinculadas às iniciativas privadas, neste caso, no município de Campo Grande - MS, sede de grandes eventos nacionais, regionais, internacionais além de cenário composto de diversos equipamentos de lazer como praças, parques urbanos, espaços de convivências, estádios, entre outros.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo Geral

Analisar historicamente entre o período de 2009 a 2014 as políticas públicas e privadas do segmento de lazer e eventos de Campo Grande - MS para servir de base referencial documental atendendo aos interesses acadêmicos do curso de Turismo e dos agentes envolvidos no turismo local.

2.2. Objetivos Específicos

- Avaliar as ações desenvolvidas a partir dos planos, programas e projetos fomentados pela iniciativa privada e pública sobre os setores de eventos e lazer nos últimos cinco anos;
- Inventariar a oferta turística destinada aos segmentos de eventos e lazer no município de Campo Grande para perceber a capacidade e potencialidade local;
- Indicar projeções para o fomento do turismo de lazer e eventos na cidade de Campo Grande a partir das experiências advindas da iniciativa privada e pública municipal.

3. METODOLOGIA

A pesquisa se caracterizará por ser um estudo de caso da cidade de Campo Grande - MS, com aplicação de questionários mistos tanto de natureza quantitativa e qualitativa além da observação dos fatos e no registro das variáveis com análises dos materiais coletados nas empresas da atividade turística, nos espaços de lazer e nos eventos que se realizaram no período de execução do presente projeto de pesquisa. O recorte temporal da análise será compreendido entre os anos de 2009 a 2014. A presente pesquisa iniciará a partir de agosto de 2013 e terá 12 meses de execução, ou seja, até agosto de 2014 de vigência.

Como pontos de partida serão observados os diferentes equipamentos que atendem a demanda de eventos e de lazer na capital como: centros de convenções, auditórios, centros de exposições, teatros, universidades, restaurantes, agências de viagem, hotéis, casas noturnas, empresas de entretenimento, empresas organizadoras de eventos, espaços de lazer urbano como praças e parques. Acredita-se que com o inventário possibilitará um olhar crítico no melhoramento da qualidade e conforto sobre os eventos captados pela cidade bem como aos espaços de lazer voltados para atividade turística compartilhado ao uso da população local.

Será ainda utilizado o levantamento bibliográfico e documental do acervo encontrado na área de eventos e de lazer, a fim de aprofundar nas discussões teóricas para a qualificação de um profissional em eventos e de lazer, sobretudo na formação completa alinhadas ao perfil desejado pelo mercado de trabalho do Bacharel em Turismo.

Para uma sistematização do cenário de eventos local serão observados de pequenos a grandes eventos realizados na cidade durante a vigência da pesquisa como a Expogrande; Encontro da Tecnologia para a Pecuária de Leite; Congresso Nacional da ABRASEL; Congresso Brasileiro do Algodão; Congresso de Ciências da Comunicação - INTERCOM; entre outros eventos de natureza política, social, religiosa, empresarial, cultural, científica e tecnológica. Sobre a oferta de equipamentos de lazer serão visitados e inventariados os espaços de lazer, entretenimento e recreação que possuem vocação para o turismo local como o Parque das Nações Indígenas; Memorial da Cultura Indígena; Orla Morena; Parque dos Poderes; Praça Ary Coelho; Praça do Rádio; Vila dos Ferroviários; entre outros.

Serão realizadas ainda observações nas empresas de atividade turística que atuam nos segmentos de eventos e lazer em Campo Grande - MS mediante diário de campo. Os dados serão coletados por meio da observação direta aos setores, diários de campo, aplicação de questionários mistos de natureza qualitativa e quantitativa, entrevistas semiestruturadas com roteiros, análises documentais, revisões bibliográficas e registro fotográfico para a fundamentação da pesquisa.

Os questionários e entrevistas definidas serão aplicados nos empreendimentos turísticos, na gestão pública responsável pela manutenção dos equipamentos de lazer e fomento de eventos, nos visitantes dos espaços de lazer e dos eventos realizados durante a pesquisa além da seleção de uma amostragem da comunidade local, responsável pela hospitalidade.

As análises estatísticas e de conteúdos serão realizadas por meio dos questionários e entrevistas aplicados, revisão bibliográfica nos documentos, jornais, livros, materiais impressos coletados. Os aspectos quantitativos serão interpretados por meio de tabelas, gráficos, porcentagens e média aritmética. Nos aspectos qualitativos, serão formuladas tendências sobre os eventos realizados em Campo Grande e a real situação dos equipamentos destinados ao lazer tanto para o turismo local quanto para a comunidade campo-grandense a fim de alcançar a fundamentação da pesquisa.

4. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

4.1 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DO PRIMEIRO ANO

MES/ETAPAS	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Reunião Inicial	X					
Visita técnica		X	X			
Levantamento bibliográfico		X	X	X	X	X
Análise Documental		X	X	X	X	X
Relatórios Parciais			X			X

4.2 CRONOGRAMA DO SEGUNDO ANO

MÊS/ETAPAS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO
Aplicação de questionários	X	X	X					
Tabulação dos Dados			X	X				
Análise de dados					X			
Propostas e Sugestões						X		
Apresentação da Pesquisa em Evento							X	
Relatório Final								X

5. RESULTADOS ESPERADOS

A “cidade morena” assim chamada pelo povo que nela vive é uma miscelânea de culturas. Nela se encontram diversos atrativos turísticos de lazer e entretenimento. Das tribos indígenas do estado representado pela cerâmica e artesanato, além das coloridas tapeçarias. Além disso, é possível associar os recursos de lazer vinculados ao circuito dos eventos locais tais como a Casa do Artesão; a Feira Central; a Morada dos Baís – Pensão Pimentel; Estação Ferroviária; Mercado Municipal; Memorial da Cultura Indígena; Museu José Antônio Pereira; Praça das Araras, Praça Ary Coelho, entre outros atrativos contemplados nos bairros da capital (40 pontos turísticos) por meio de um ônibus que realiza o City Tour no município.

Contudo, nas visitas realizadas nas empresas do trade turístico, pôde-se fazer uma análise comparativa entre a teoria aprendida na universidade pelo curso de Turismo com a observação da realidade local. Percebeu-se que não existem informações atualizadas sobre a oferta turística de lazer e de eventos bem como as políticas públicas que embasam as atividades ligadas aos setores na capital.

Campo Grande carece de pesquisas acadêmicas vinculadas ao segmento turístico. A única universidade pública que oferece o curso de Turismo na capital é a UEMS. Tendo o Curso com enfoque nas Políticas Públicas e no Empreendedorismo faz-se necessário o envolvimento da universidade em pesquisas acadêmicas sólidas capazes de contribuir com o mapeamento da realidade provocando alternativas viáveis de planejamento qualitativo e sustentável do turismo local. Os segmentos de Eventos e de Lazer são basilares para a construção de uma atividade que gera renda, divisa, bem estar, intercambio cultural, sobretudo, a realização de sonhos.

Nesse sentido, espera-se com a pesquisa proporcionar um estudo de mapeamento da realidade a fim de avaliar as ações desenvolvidas a partir dos planos, programas e projetos fomentados pela iniciativa privada e pública sobre os setores de eventos e lazer nos últimos cinco anos projetando perspectivas para o fomento qualitativo e de promoção da inclusão social para o futuro sustentável do turismo local.

6. PROJETO DE PESQUISA APROVADO PELA PROPP/UEMS

PROJETO DE PESQUISA - SEM Solicitações de Recursos Financeiros à UEMS - coordenado pelo Professor Djanires Lageano de Jesus, com carga horária de 10 horas semanais - intitulado “ANÁLISE E AVALIAÇÃO DO TURISMO DE EVENTOS E DE LAZER EM CAMPO GRANDE-MS: DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO E CULTURAL LOCAL”, após ser submetido para análise de um consultor, foi APROVADO para execução segundo as normas do Programa de Pesquisa da UEMS e encontra-se cadastrado na Divisão de Pesquisa/ PROPP sob o Cadastro de nº 06.1359 12/DP, cujo PERÍODO DE EXECUÇÃO previsto tem o início em abril de 2012 e solicitado pedido de prorrogação para setembro de 2014.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANSARAH, M. G. R. (Org.). Turismo: segmentação de mercado. São Paulo: Futura, 1999.

BARRETO, M. Planejamento e organização em turismo. Campinas, SP: Papyrus, 1991.

BENI, M. C. Análise Estrutural do Turismo. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2001.

BRITTO, J.; FONTES, N. Estratégias para eventos: Uma ótica do Marketing e do Turismo. São Paulo: Aleph, 2002. Série Turismo.

CAMARGO, L. O. de Lima. O que é Lazer. São Paulo: Brasiliense, 1986.

DUMAZEDIER, J. Lazer e Cultura Popular. São Paulo: Perspectiva, 1974.

_____. Valores e conteúdos culturais do lazer. São Paulo: SESC, 1980.

EMBRATUR. Turismo deve representar 3,3% do PIB do País e gerar 2,8 milhões de empregos em 2011. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2011/03/15/turismo-deve-representar-3-3-do-pib-do-pais-e-gerar-2-8-milhoes-de-empregos-em-2011>. Acesso em: 25 de abril de 2012, às 13h54min.

GOIDANICH, K. L.; MOLETTA, V. F. Turismo de Eventos. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2000. 2ª.ed. 64p. Série Desenvolvendo o Turismo 1.

GUTIERREZ, G. L. Lazer e prazer. São Paulo: Autores Associados, 2001.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo demográfico. Campo Grande, 2010. Disponível em: <http://www.morenacult.com.br/2011/08/censo-2010-ibge-populacao-de-campo.html>. Acesso em: 25 de abril de 2012, às 11h52.

IGNARRA, L. R. Fundamentos do Turismo. Ed. Cengage Learning Editors, Edição 2, 2003.

REVISTA DIGITAL. O profissional de turismo e lazer. Buenos Aires: Edição 9, N° 65, outubro de 2003.

STIGGER, M. P. Políticas públicas em esporte e lazer: considerações sobre o papel do profissional educador. In: MARCELLINO, N. C. (org.). Formação e desenvolvimento de pessoal em lazer e esporte: para atuação em políticas públicas. Campinas, SP: Papyrus, 2003.

TENAN, I. P. S. Eventos. São Paulo: Ed. Aleph, 2004. – (Coleção ABC do Turismo).