



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA – CAMPUS JAGUARÃO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO**

ADRIANA CHAGAS DA SILVA

**I JAGUAR *SKATE*:
RADICALIZANDO O TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS NÃO
COMPETITIVOS EM JAGUARÃO-RS**

**JAGUARÃO
2017**

ADRIANA CHAGAS DA SILVA

**I JAGUAR *SKATE*:
RADICALIZANDO O TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS NÃO
COMPETITIVOS EM JAGUARÃO-RS**

Trabalho de Projeto Aplicado apresentado ao
Curso Superior de Tecnologia em Gestão de
Turismo da Universidade Federal do Pampa -
Campus Jaguarão
Orientadora: Prof.^a Ma. Francielle de Lima

**JAGUARÃO
2017**

AGRADECIMENTOS

A Deus pela vida, pelos sinais de superação, por me fazer forte perante as dificuldades e a concretizar este sonho;

In memoriam ao meu Pai Jurandir Antônio Ferreira da Silva que partiu em meio ao processo de construção deste projeto, que sempre me incentivou ao esporte, e que me dá motivos para seguir em frente;

A minha Mãe Neiva Guritiva Chagas da Silva pelo amor e apoio incondicional que me motivou acreditando em meu potencial sem me deixar desistir;

A meu noivo Emir Luiz Voltz que incansavelmente me ajudou diante dos obstáculos em que me deparava, sempre acreditando em meu esforço;

A minha orientadora Francielle de Lima que no decorrer destes meses foi incansável e esteve sempre disponível auxiliando-me, e transmitindo seu conhecimento me orientando com toda dedicação e despertando-me a criatividade, seu apoio e as suas recomendações esclarecedoras foram essenciais para a construção deste projeto contribuindo para minha formação e a realização desta etapa tão relevante, a graduação;

A meu professor Alexandre Caldeirão Carvalho, que teve uma grande influência na minha trajetória acadêmica, um papel significativo me orientando na escolha do tema, a convivência neste percurso acadêmico reforça meu respeito por sua competência e admiração por sua pessoa e todo conhecimento transmitido no curso de Gestão em Turismo;

A todos os professores e colegas no decorrer do curso que contribuíram para minha formação pessoal e acadêmica;

A minha amiga Leticia Quintana Rodrigues por me dar forças em todos os momentos da minha vida;

A meu amigo Fernando Antônio Lopes de Freitas pelo apoio moral, seu estímulo ao pensamento científico, autoconfiança e pelas ajudas na construção deste projeto;

A minha família e amigos e a todos aqueles que contribuíram diretamente ou indiretamente para o aperfeiçoamento e realização desse projeto;

Um agradecimento mais que especial a esta família, a galera *Skateboard* Jaguarão que foram minha inspiração e força, contribuindo imensamente para a realização deste projeto; O meu muito obrigada a todos!

*“Mas do jeito que eu vim é do jeito que eu vou
É como vivo, como ando, como penso,
como sou !
Di-sk8 eu Vim
Di-sk8 eu Vou.
(Charlie Brown Jr.)*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa localização da pista no complexo esportivo	42
Figura 2: Pista de <i>Skate</i>	42
Figura 3: Ginásio Dario Almeida Neves	43
Figura 4: Visão panorâmica do evento	48
Figura 5: Logomarca I Jaguar <i>Skate</i>	49
Figura 6: Flyer da proposta	50
Figura 7: Camiseta I Jaguar <i>Skate</i>	51
Figura 8: Adesivos I Jaguar <i>Skate</i>	51

LISTA DE SIGLAS

CBSK – Confederação Brasileira de *Skate*

EUA – Estados Unidos da América

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPHAE – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Estadual

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

MERCOSUL – Mercado Comum do Sul

MTUR – Ministério do Turismo

UNIPAMPA – Universidade Federal do Pampa

RESUMO

Este trabalho aborda o tema de turismo de evento, através da proposta do I Jaguar *Skate* – radicalizando o turismo de eventos esportivos não competitivos em Jaguarão/RS, possibilitando uma alternativa de desenvolvimento do turismo por meio de uma programação diversificada que contemplará vários setores relacionados diretamente e indiretamente ao turismo. Tem como objetivo geral planejar, organizar e promover um evento esportivo não competitivo, no segmento de *skate*, direcionado para o público skatista e a sociedade em geral, uma vez que a proposta apresentada enquadra-se no turismo de evento esportivo não competitivo. No referente ao *skate*, apresentar-se-ão suas nuances, assim como os espaços destinados as práticas esportivas no município, idealizando suas benfeitorias e qualificações por parte da gestão pública e privada, além da valorização e respeito por meio da população da prática e de seus praticantes. A proposta é de caráter qualitativo e natureza aplicada, objetivando o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização e da geração de conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos. Ainda, pela necessidade de desenvolver um projeto na pista de *skate*, para que desperte um olhar mais apurado da população geral através do turismo de evento. O desafio que se coloca é de criar uma nova oportunidade de diversificação turística em Jaguarão-RS, em que todos os envolvidos tenham a oportunidade de desenvolver trabalhos, e desta forma, contribuam e criem novas possibilidades de turismo no local. Portanto, mesmo percebendo as condições precárias da estrutura atual, a proposta surge como uma demanda para um olhar mais apurado para o espaço, desencadeando iniciativas públicas e privadas em prol do esporte, na modalidade “*skate*” em Jaguarão e região, qualificando e diversificando suas ofertas.

Palavras-chave: Turismo. Turismo de evento não competitivo. *Skate*. Jaguarão/RS.

RESUMEN

Este trabajo aborda el tema del turismo de evento, a través de la propuesta del I Jaguar *Skate* – radicalizando o turismo de eventos deportivos no competitivos en Jaguarão/RS, posibilitando una alternativa de desarrollo del turismo por medio de una programación diversificada que incluye varios sectores relacionados directamente e indirectamente al turismo. Hay como objetivo general planear, organizar e promover un evento deportivo no competitivo, en la línea del *skate*, direccionado para el público skatista y la sociedad en general, una vez que la propuesta presentada se encaja en el turismo de evento deportivo no competitivo. En lo que se refiere al *skate*, se presenta sus huancas, así como el espacios destinados a las prácticas deportivas en el municipio, idealizando sus beneficios cualificaciones por parte da la gestión pública y privada, además de la valorización y respecto por medio de la población de la práctica y de sus practicantes. La propuesta es de carácter cualitativo y naturaleza aplicada, objetivando profundizar la comprensión de un grupo social, de una organización y de la generación de conocimientos para aplicación práctica, dirigido a la solución de problemas específicos. Aun, por la necesidad de desarrollar un proyecto en la pista de *skate*, para que despierte una mirada más apurada de la población general a través del turismo de evento. El desafío que se pone es de crear una nueva oportunidad de diversificación turística en Jaguarão-RS, en que todos los envueltos tengan la oportunidad de desarrollar trabajos, y de esta forma contribuyan y críen nuevas posibilidades de turismo en el local. Por lo tanto, mismo percibiendo las condiciones precarias de la estructura actual, la propuesta surge como una demanda para una mirada más apurada para el espacio, resultando en iniciativas públicas y privadas para el deporte, en la modalidad *skate* en Jaguarão y región, calificando y diversificando sus ofertas.

Palabras clave: Turismo. Turismo de evento no competitivo. *Skate*. Jaguarão/RS.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA E/OU DELIMITAÇÃO DO ESTUDO.....	12
1.2 OBJETIVO GERAL.....	13
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICO.....	13
1.4 JUSTIFICATIVA.....	13
1.5 METODOLOGIA	15
2 REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1 TURISMO E EVENTOS.....	17
2.2 SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA	21
2.2.1 Turismo de Evento.....	21
2.2.2 Turismo de evento esportivo não competitivo	25
3 SKATE: UM BREVE HISTÓRICO	28
3.1 SKATE SOB A ÓTICA DA SAÚDE.....	30
3.2 SKATE SOB A ÓTICA CULTURAL.....	32
4 JAGUARÃO	34
5 I JAGUAR SKATE- A PROPOSTA	39
5.1 FORMATO DO EVENTO	39
5.2 PÚBLICO-ALVO	39
5.3 ESCOLHA DA DATA	40
5.4 DEFINIÇÃO DO LOCAL	40
5.5 PROGRAMAÇÃO DO EVENTO	43
5.6 NECESSIDADES ESTRUTURAIS (MATERIAIS E EQUIPAMENTOS	46
5.7 MARKETING DO EVENTO.....	47
5.7.1 Criação da Logomarca	48
5.7.2 Criação do <i>Flyer</i> do evento	48
5.7.3 Breve plano de divulgação	49
5.8 POSSÍVEIS PARCEIROS	51
CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS	55

INTRODUÇÃO

Os eventos são propulsores da cadeia produtiva do turismo, uma vez que este setor se encontra em constantes expansões, colaborando expressivamente para desenvolver os destinos, as regiões, gerando empregos, renda e a criação de infraestrutura que beneficia não só o turista e o turismo, mas a população como um todo.

Assim, o turismo de eventos é um segmento econômico que pode trazer qualificações aos destinos. Ansarah (1999) se refere que, organizar ou sediar eventos tem se tornado uma forma dos países promoverem a sua imagem, se apresentando ao mundo e de gerar lucros para as cidades ou regiões anfitriãs. Consequentemente, este setor está cada vez mais organizado e competitivo, procurando identificar seus pontos fortes, de acordo com a demanda específica para cada evento.

Desta forma, os eventos podem ser entendidos como uma atividade que objetiva reunir pessoas com interesses afins. Seguindo essa ótica, o município de Jaguarão, por ser acolhedor, ter um patrimônio histórico e cultural reconhecido e contar com toda diferenciação, por ser município de fronteira Brasil-Uruguaí, pode forçar-se neste setor tão importante e representativo para os destinos turísticos, com a intenção de atrair pessoas interessadas em vivenciar e proporcionar momentos agradáveis e prazerosos no local, qualificando e diversificando suas ofertas.

1.1 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA E/OU DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

O presente projeto pretende apresentar uma proposta de evento, na modalidade de *skate*, para o município de Jaguarão/RS, utilizando a pista já existente na cidade, localizada ao lado do Ginásio Municipal Dario Almeida Neves (Ferrujão), na Avenida 27 de Janeiro. A proposta do evento “I Jaguar *Skate* – radicalizando o turismo de eventos esportivos não competitivos” é direcionada ao público skatista, contudo, também vislumbra atingir entusiastas dos diferentes ramos do esporte, assim como a população geral, uma vez que a ideia não é somente a realização do evento, mas sim, a promoção e divulgação da cultura do *skate*.

O projeto foca em olhar atentamente para os espaços destinados às práticas esportivas no município, idealizando suas benfeitorias e qualificações por parte da gestão pública e privada, além da valorização e respeito por meio da população. Em outras palavras, busca-se responder o seguinte questionamento: um evento esportivo não competitivo, na modalidade

de *skate*, pode estimular a adesão de novos praticantes/entusiastas do esporte e gerar qualificações estruturais para as referidas áreas de suas práticas?

1.2 OBJETIVO GERAL

Planejar, organizar e promover um evento esportivo não competitivo, no segmento de *skate* no município de Jaguarão/RS, direcionado para o público skatista e a sociedade em geral, visando estimular o desenvolvimento do turismo por meio de uma programação diversificada que contemple vários setores relacionados diretamente e indiretamente ao turismo, além de divulgar e propagar este esporte no município e região.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Sensibilizar e estimular a conscientização da população local, sobre a importância do turismo de eventos, por meio do “I Jaguar *Skate*”, com vistas a ser inserido no calendário de eventos do município;
- Incentivar a prática do esporte, promovendo qualidade de vida;
- Impulsionar a cultura do *skate*, visando mais um elemento que fomente e incentive o esporte e ao turismo em Jaguarão;
- Atrair mais visitantes para o destino, potencializando a cultura esportiva no município;
- Propiciar momentos de integração do esporte (cultura do *skate*) no cotidiano da vida das pessoas de todas as idades, evidenciando a prática como estilo de vida;
- Contribuir para o (re)conhecimento do *skate* como manifestação cultural de Jaguarão;
- Desenvolver o turismo no município através da segmentação turística (turismo de evento esportivo não competitivo);
- Inserir o *skate* como uma modalidade esportiva de destaque e fluxo turístico para Jaguarão.

1.4 JUSTIFICATIVA

O presente trabalho foi desenvolvido com o interesse de elaborar uma proposta diversificada para a atividade turística no município. A proposta consiste em realizar o “I

Jaguar *Skate* - radicalizando o turismo de eventos esportivos não competitivos em Jaguarão/RS”.

A motivação para a escrita deste trabalho se deu através de quatro nuances: o primeiro reflete a minha própria motivação e identificação com o tema, pois aos 14 anos de idade, tive o primeiro contato com o *skate* em um campeonato na antiga pista da cidade, chamada “pinicão” ao lado do Ginásio Municipal Dario Almeida Neves (Ferrujão) e, a partir de então, a prática do *skate* nunca mais saiu da minha vida, utilizando-o como meio de transporte e, para mim, ele simboliza um estilo de vida.

A segunda nuance traz à tona os benefícios que o *skate* propicia para a saúde. Segundo Santos (2012, p.69)

[...] a prática do *skate* proporciona um grande gasto calórico e ajuda a tonificar a musculatura, também é uma das atividades físicas mais completas que existem, pois trabalha o corpo, a mente e sociabilização do praticante além de trabalhar capacidades físicas como: exercício aeróbio e anaeróbio, flexibilidade, resistência e força muscular, lateralidade, propriocepção e coordenação motora. Não esquecendo também dos benefícios psíquicos: concentração, tomada rápida de decisão, confiança, criatividade, determinação e segurança.

A prática do *skate* é sinal de qualidade de vida e uma via para a saúde. O *skate* visto como prática cultural é a terceira nuance, pois ele é mais do que um esporte, já que conta com características próprias que refletem aspectos culturais e sociais, constituindo-se como um estilo de vida.

Para além, o trabalho justifica-se pela carência de eventos destinados ao *Skate* no município, tendo em vista a colaboração e a promoção de um movimento econômico local, com um possível aumento de fluxo turístico. Os eventos já consolidados em Jaguarão são: a MOTO FEST e o Carnaval, objetivando-se, com esta proposta, incluir o “I Jaguar *Skate*” na soma dos demais eventos que contam no calendário da cidade.

1.5 METODOLOGIA

O projeto tem caráter qualitativo, ou seja, segundo Gerhardt e Silveira (2009, p. 31) não se preocupando “[...] com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc.”; e de natureza aplicada, nas vozes da mesma autoria a pesquisa “objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p.35). Quanto aos objetivos, a pesquisa configura-se como exploratória, o que para Gil (2007, p.31),

equivale dizer que “este tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”.

Como procedimentos técnicos, a pesquisa foi realizada em caráter bibliográfico que, segundo Dencker (1998, p.152) refere-se à pesquisa “desenvolvida a partir de material já elaborado: livros e artigos científicos”. Além disso, também utiliza-se a perspectiva da pesquisa documental que, conforme a mesma autora, é definida como aquela que

[...] utiliza material que ainda não recebeu tratamento analítico ou que pode ser reelaborado. As fontes documentais podem ser documentos de primeira mão conservados em arquivos de instituições públicas e privadas [...] ou pessoais [...]. Além destes, temos os documentos de segunda mão: relatórios [...] e dados estatísticos [...] (DENCKER, 1998, p.153).

Este trabalho também se utilizou de uma pesquisa de campo, pesquisa participante e ainda se enquadra na perspectiva da pesquisa-ação, sobretudo, como cita Dencker (1998, p.155), neste tipo de procedimento “[...] o pesquisador se integra ao processo e seu objetivo é agir sobre a realidade. Os membros das situações pesquisadas integram-se na pesquisa. Promove a intervenção direta e contínua da realidade”.

Conforme Thiollent (1988) *apud* Gerhardt e Silveira (2009, p. 40):

A pesquisa ação é um tipo de investigação social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo.

Por sua vez, Fonseca (2002, p.34-35) *apud* Gerhardt e Silveira (2009, p.40) afirma que,

A pesquisa-ação pressupõe uma participação planejada do pesquisador na situação problemática a ser investigada. O processo de pesquisa recorre a uma metodologia sistemática, no sentido de transformar as realidades observadas, a partir da sua compreensão, conhecimento e compromisso para a ação dos elementos envolvidos na pesquisa (p. 34). O objeto da pesquisa-ação é uma situação social situada em conjunto e não um conjunto de variáveis isoladas que se poderiam analisar independentemente do resto. Os dados recolhidos no decurso do trabalho não têm valor significativo em si, interessando enquanto elementos de um processo de mudança social. O investigador abandona o papel de observador em proveito de uma atitude participativa e de uma relação sujeito a sujeito com os outros parceiros. O pesquisador quando participa na ação traz consigo uma série de conhecimentos que serão o substrato para a realização da sua análise reflexiva sobre a realidade e os elementos que a integram. A reflexão sobre a prática implica em modificações no conhecimento do pesquisador.

Em relação ao plano de marketing da proposta, foram realizados alguns registros fotográficos da pista de *skate* de Jaguarão e, logo após, foi elaborada a logomarca do evento, apresentada no item 5, assim como o material promocional do evento, como: flyer, camisetas e adesivos, etc.

Segundo Gil (2007, p.35) “muitas vezes a escolha de um problema é determinado não por sua abrangência, mas pela oportunidade que oferecem determinadas instituições”, neste contexto o projeto “I Jaguar *Skate*”, torna-se uma oportunidade para investimentos esportivos e turísticos, tanto para os órgãos públicos, quanto para empresas e patrocinadores, visto que há uma carência de eventos esportivos não competitivos no município, sobretudo os destinados ao *skate*.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para a elaboração desta proposta delimita-se 3 (três) dimensões teóricas, estabelecidas como referenciais teóricos que permeiam a elaboração de tal proposta: a primeira refere-se ao universo do turismo, dos eventos e da segmentação turística, para tanto foram utilizados autores como Panosso Neto (2010), Poit (2006), Ansarah (1999), Kotler (2000), Petrocchi (2009), Martin (2003), Britto e Fontes (2002), Watt (2004), Melo Neto (2001), Andrade (2007), Vavra (1993), Campos (2000), Lohmann (2008), Negri (2011), Matias (2011), Guerin e Figueiredo (2012), Beni (2001), Zanella (2008), Goldbat (2004) e Giacaglia (2011); a segunda apresenta a prática do *skate*, sobretudo, sob a perspectiva da saúde esportiva e cultural, para a qual tomou-se como base Tenan (2002), Kurtzman e Zauhar (2005), Poit (2006), Campos e Silva (2015), Costa (1989), De Marco e Junqueira (1993), Brandão (2011) e Santos (2012); a terceira e última dimensão teórica refere-se ao recorte geográfico espacial da proposta, o município de Jaguarão, apresentada por meio de dados coletados do site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2010) e dos autores Santos (2012) e Da Cunha (2012).

2.1 TURISMO E EVENTOS

A cada ano, o turismo vem se consolidando como uma importante atividade econômica, uma vez que ele tem o poder de deslocar pessoas de suas residências para os mais diversos destinos, por meio de diferentes motivações, sejam elas econômicas, culturais, sociais ou ambientais. Petrocchi (2008 p. 28) explica que cada um desses campos em que o turismo atua são planejados de forma sustentável: “Econômico: o turismo deve ser rentável para ser viável. Ambiental: proteção e conservação do meio, pois o turismo depende dele. Sociocultural: preservar, promover e valorizar os hábitos e tradições da comunidade e as relações e experiências entre os turistas e os moradores do lugar”.

Ainda, conforme o mesmo autor (2008), o turismo pode apresentar impactos econômicos, socioculturais e ambientais sob a perspectiva da comunidade local, tais como:

Impactos econômicos: Positivos: Melhores investimentos, mais desenvolvimento e melhores estruturas; oportunidades de empregos; melhoria de renda; Negativos: Aumento nos preços de imóveis e aluguéis residenciais; aumento do nível do custo de vida; benefícios do turismo restrito a uma parcela da população.
Impactos socioculturais: Positivos: Melhoria da qualidade de vida; variedade nas atividades culturais e de lazer; ampliação da qualidade de serviços em restaurantes,

bares e hotéis. Negativos: Aumento da incidência de acidentes de trânsito; transformações ou perdas na cultura tradicional; perda de tranquilidade no local. Impactos ambientais: Positivos: Maior proteção ao meio ambiente; melhorias em estradas e sinalização. Negativos: Danos ao entorno e à paisagem; agressões ao ecossistema (PETROCCHI, 2008, p. 32).

Dentre esses impactos, estão os benefícios do turismo enquanto vetor de desenvolvimento turístico, promovendo ações para qualificar os destinos como atratividades locais, conforme as necessidades, contribuindo de forma considerável para o mercado.

Em termos acadêmicos, conceituar turismo tem sido um grande desafio para os estudiosos da área, que há anos buscam incansavelmente incluir o maior e mais eficaz número de elementos caracterizadores a esse fenômeno social/humano, contudo, isso não é fácil, pois ele se apresenta de forma complexa, conexa e transdisciplinar.

Conforme Panosso Netto (2010, p.33), em uma perspectiva geral/holística, o turismo pode ser visto como um,

[...] fenômeno de saída e retorno do ser humano do seu lugar habitual de residência, por motivos revelados ou ocultos, que pressupõe hospitalidade, encontro e comunicação com outras pessoas e utilização de tecnologia, entre inúmeras outras condições, o que vai gerar experiências variadas e impactos diversos.

Isto implica compreender o turismo de forma complexa, sendo possível através de características como oferta, demanda turística, motivação, desejo, ou necessidade de viajar.

Conforme menciona Ruschmann (2010, p.13-14)

O turismo da atualidade apresenta-se sob as mais variadas formas. Uma viagem pode estender-se de alguns quilômetros até milhares deles, incluindo um ou vários tipos de transporte e estadas de alguns dias, semanas ou meses nos mais diversos tipos de alojamento, em uma ou mais localidades. A experiência da viagem envolve a recreação ativa ou passiva, conferências e reuniões, passeios ou negócios, nas quais o turista utiliza uma variedade de equipamentos e serviços criados para seu uso e para a satisfação de suas necessidades.

Neste contexto, criam-se oportunidades para a demanda turística que intervém da motivação da viagem, do deslocamento de pessoas em sair de seu lugar de residência para conhecer outros lugares, pessoas e culturas. Assim, torna-se decisivo o planejamento para o desenvolvimento do destino turístico.

Ruschmann (2010, p. 83) define o planejamento como “uma atividade que envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos”, nesse sentido, a autora aponta para uma indigência de desenvolvimento e planejamento do turismo

[...] nos locais onde o turismo não se desenvolveu satisfatoriamente, apesar de se apresentarem recursos consideráveis. Nesses casos, os estudos determinarão: a viabilidade de implantação de outros tipos de turismo e de incentivos aos empresários na implantação dos equipamentos correspondentes; a relação das vantagens entre o tipo de turismo do local e a concorrência de outros setores econômicos (custo-benefício e custo-oportunidade) (RUSHMANN, 2010, p.86).

Assim, vemos que é possível, através de um planejamento bem organizado, resolver com maior eficácia os problemas que poderão surgir e, em muitos casos, até impedi-los. Ainda segundo Ruschmann (2010, p. 89) a conservação do meio ambiente, obedecendo aos padrões que satisfazem as indigências dos turistas e os objetivos nacionais fica a cargo dos governos em níveis locais, regionais, nacionais e internacionais. Dito isso, falando em níveis regionais, é de suma importância “elaborar estratégias para o desenvolvimento turístico relacionado aos [...] planos para o desenvolvimento da recreação e dos esportes, tanto para a população residente como para os turistas” (RUSHMANN, 2010, p. 89); e localmente falando, é necessário

[...] maximizar ou legitimar os recursos locais que apresentem alto potencial para o desenvolvimento turístico, tais como bairros típicos ou zonas de indústrias e de comércio das cidades; bem como implantar resorts e spas nas regiões costeiras ou de montanha. Outros recursos locais se apresentam como favoráveis ao desenvolvimento turístico, tais como os centros de lazer (patinação, boliche etc.), de congressos e de exposições e os parques temáticos; determinar as responsabilidades do setor público e o envolvimento (ou não) do setor privado nas ações relativas ao planejamento do turismo, da cidade, do uso do solo e dos transportes, da administração da saúde pública e dos programas de recreação para a população e para os turistas (RUSCHMANN, 2010, p.90).

Além disso, também se destaca algumas considerações de Theuns (1983, p. 109) que apresenta condições a serem consideradas no planejamento e desenvolvimento do turismo, tais como:

O primeiro fator a considerar é a existência de atrações naturais e culturais capazes de motivar a vinda de turistas. Como segundo fator, é preciso verificar a existência de acomodações adequadas, tais como: hotéis, apartamentos, áreas para camping, além da oferta de restaurantes e facilidades para a prática de esportes e para recreação. As facilidades de acesso-rodovias, ferrovias, portos, aeroportos -, chamada de infraestrutura (THEUNS, 1983, p.109).

Diante do exposto é relevante enfatizar que, dentro das atividades turísticas, destaca-se o setor de eventos e negócios, como um dos segmentos mais importantes de sua cadeia produtiva. Segundo dados da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), o turismo de eventos foi o que mais cresceu em 2016, cerca de 30% em relação ao ano anterior, de acordo com a 13ª Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo (PACET),

realizada pela Fundação Getúlio Vargas, que apresenta resultados consolidados de 2016 e prognósticos para 2017. Já o faturamento auferido em 2016 foi considerado superior por 76% do mercado e o principal fator citado como favorável foi a suba do faturamento em decorrência de eventos maiores e mais importantes ao longo de 2016.

Também se destaca como o segundo maior fator de atração de estrangeiros no Brasil, cerca de 30% dos visitantes internacionais vêm ao país com essa finalidade e o gasto médio diário deste turista é US\$ 127 (dólares), quase o dobro do desembolso dos turistas de lazer. De acordo com a Associação Internacional de Congressos e Convenções (ICCA), o Brasil arrebatou o sétimo (7º) lugar entre os países que mais realizaram eventos internacionais¹ (BRASIL, 2017 p.75).

Diante da perspectiva de que os eventos podem trazer benefícios à comunidade receptora e seus envolvidos é importante que os gestores da atividade turística fiquem atentos aos objetivos e motivações dos eventos, pois são tão diversificados quanto os pesquisadores dessa área e, salienta-se, que cada um pode destacar um ou outro objetivo. O mais importante é que ao classificar um evento é necessário entender que cada um deles tem suas exigências e seu público-alvo, ou seja, deve ser pensado, planejado e organizado, segundo suas especificidades. Para Carneiro e Fontes (1997 p.66) eventos são,

[...] todos os acontecimentos previamente planejados, organizados e coordenados de forma a contemplar o maior número de pessoas em um mesmo espaço físico e temporal, com informações, medidas e projetos sobre uma ideia, ação ou produto, apresentando os diagnósticos de resultados e os meios mais eficazes para se atingir determinado objetivo.

Sobretudo, pela própria definição, os eventos têm se mostrando cada vez mais requisitados e pressupõem ações mais profundas, como, estratégia de marketing, oferta de produto, planejamento, organização e inovação, diante do mercado que está cada vez mais exigente. Pode-se dizer que os eventos são vistos como episódios delineados que provocam integrações entre os participantes, levando-os a cunhar relações e vínculos, assim como um caráter pessoal e profissional (POIT, 2006).

Poit (2006, p.19) reforça que este posicionamento pontua que os eventos são um

[...] acontecimento planejado, com objetivos claramente definidos. Tem um perfil marcante: esportivo, social, cultural, filantrópico, religioso, entre outros. Sua realização obedece a um cronograma e uma de suas metas é a interação entre seus participantes, público, personalidades e entidades.

¹ Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/sondagens-conjunturais/pesquisa-anual-de-conjuntura-econ%C3%B4mica-do-turismo.html>. Acesso em: 18/09/2017.

Além disso, eles também são considerados uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas ou entidades, que se realizam em data e local especiais, previamente estabelecidos, tendo como objetivo celebrar acontecimentos importantes e significativos que podem ter marcado época ou um fato histórico. Através dos eventos podem-se estabelecer contatos com a natureza comercial, cultural, esportiva, social, familiar, religiosa, científica, dentre outras (ZANELLA, 2008).

De tal modo, os eventos tornam-se um conjunto de ações profissionais planejadas, que irão seguir uma sequência lógica de preceitos e conceitos administrativos, tendo como objetivo principal alcançar os resultados desejados no início de seu planejamento. Portanto, organizar eventos que possam difundir as potencialidades e peculiaridades locais, sobretudo, quando ainda não estão prontos os produtos turísticos, configura-se como uma estratégia de divulgação e marketing dos destinos.

2.2 SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA

No mercado turístico, os eventos têm colaborado, significativamente, para os destinos e organização territorial, pois através deles se criam ofertas de produtos turísticos direcionados a demandas específicas. A segmentação ajuda a desenvolver estratégias de planejamento, gestão e promoção que auxiliam na satisfação das necessidades de diferentes perfis de visitantes, de acordo com as particularidades de cada localidade receptora.

Conforme ressalta Ansarah (1999), a segmentação acontece por decorrência de um acréscimo na concorrência, o que leva à procura de diferenças que acenem aos clientes os quais se identificam com o produto.

Neste sentido, compreende-se como segmento de mercado um grupo homogêneo de pessoas que se reúnem por interesses comuns, a fim de partilhar características e gostos particulares (KOTLER, 2000; PETROCCHI, 2009).

A segmentação do turismo situa-se, numa relação direta, entre a motivação e interesse do turista e o que é ofertado nos diversos destinos turísticos. Os segmentos existentes são turismo de esporte, turismo de lazer, turismo ecológico, turismo religioso, turismo cultural, turismo de eventos, dentre outros. Esta dinâmica está intimamente ao tipo de turismo desejado em decorrência dos consumidores (demanda) e conforme as possibilidades locais de oferta.

2.2.1 Turismo de eventos

Os destinos turísticos estão investindo no segmento de eventos, uma vez que ressaltam suas peculiaridades e atraem um público mais específico. Nesse cenário, o turismo de eventos, tem se tornado um segmento do setor turístico, que atua como um indutor, orientando e motivando as diversas áreas de eventos, as quais contribuem de forma integrada para o desenvolvimento turístico de uma região. Assim, o turismo de eventos atua conforme a especificidade e necessidade de cada destino.

O turismo de eventos é realizado com interesse cultural e profissional, uma vez que as pessoas participam de eventos, como “[...] congressos, convenções, seminário, simpósios, feiras, encontros culturais, reuniões internacionais, competições esportivas” (ANSARAH, 1999), considerado dentre as atividades econômicas, a que mais cresce no mundo atualmente.

Segundo a mesma autora (1999, p.39),

Organizar ou sediar eventos tem se tornado uma forma de os países promoverem a sua imagem, de se apresentarem ao mundo e de gerarem lucros para a cidade ou região anfitriã. A captação e promoção de eventos no mundo vêm sendo considerada o setor que mais retorno econômico e social oferece ao país e a cidade que sedia um evento (ANSARAH, 1999, p. 39).

Nesta ótica, Britto e Fontes (2002, p. 20) também enfatizam a importância do processo imprescindível para a realização de um evento, assegurando que se trata da “ação profissional que envolve pesquisa, planejamento, organização, coordenação, controle e implantação de um projeto, visando atingir o seu público-alvo com medidas concretas e resultados projetados”.

Ressalta-se que, embora alguns autores cite dentre suas compreensões, o imperativo de existir um encontro físico entre os partícipes a fim de ocorrer um evento, há discussões que o contradizem, pois há outras maneiras de se fazer presente em um evento, por exemplo, via videoconferência.

Watt (2004) salienta a acuidade de identificar nos eventos suas peculiaridades e tratá-los de acordo com suas necessidades e atributos. Dessa forma, o autor aponta para o caso dos eventos que não são encarados em conformidade, singularidade e homogeneidade, onde os diferenciais não são respeitados, gerando eventos de má qualidade e reputação. Deve-se considerar, ainda, que para a gestão do evento é necessário estruturar um projeto sobre ele, a fim de esquematizar e organizar as ideias. De acordo com Giacaglia (2011), o conceito de evento é o resultado da definição de três itens: tema central, missão e objetivos. Nesse cenário, o **tema central** é saber definir a escolha do título, o qual deve ter relação direta com

a probabilidade de sucesso da venda do evento e da sua execução. Ainda conforme a autora (2011),

[...] em alguns eventos, normalmente os que têm periodicidade anual, opta-se por manter um título fixo e criar temas centrais variados, de acordo com cada edição. Isso facilita ao mesmo tempo a identificação do evento e a garantia de uma atualização e flexibilização do assunto que será tratado em cada edição. (GIACAGLIA, 2011, p.12).

Giacaglia (2011) relata que quanto maior a organização e planejamento de um evento, maior será a probabilidade de este ter sucesso, visto que uma das grandes dificuldades dos empreendedores é atribuir temas ou títulos criativos e diferenciados.

A **missão** expressa à razão pela qual tal evento existe, devendo ser capaz de demonstrar em poucas palavras ou em um parágrafo, o principal conceito do evento, sua finalidade e a sua contribuição para o mercado (GIACAGLIA, 2011). Por fim, os **objetivos do evento** têm por finalidade priorizar os resultados, sejam eles quantitativos ou qualitativos, constituindo estruturas para aferi-los (GIACAGLIA, 2011).

Após estabelecer o conceito do evento e identificar seu público-alvo, é importante e necessário definir o seu formato, bem como a escolha da data, do local, das atividades e da programação.

Ao falar de eventos, logo se relaciona com festa, comemoração ou diversão, todavia nos eventos voltados para o esporte, o foco é o entretenimento, a prática esportiva por si só, embora haja alguns competitivos. Um evento, independentemente de sua natureza e seus propósitos, é um meio de entretenimento (MELO NETO, 2001). Para Watt (2004, p. 15), “os eventos de comunidades locais podem ser definidos como atividades estabelecidas para envolver a população local em uma experiência compartilhada, visando seu benefício mútuo”.

Neste contexto, os eventos são capazes de impulsionar o setor turístico proporcionando uma imagem positiva da cidade que realiza o evento, dando oportunidade na geração de emprego, renda, fluxo de turistas, a fim de despertar emoções nas pessoas dos quais participam. Assim, visualizou-se o turismo de eventos como um estimulador para a propagação dos destinos da região, por meio da participação coletiva e promovendo ações para o desenvolvimento do turismo, sobretudo de experiências compartilhadas.

No entanto, para que um evento tenha sucesso, é necessário, além de profissionais especializados, um planejamento incluindo “o que será realizado”, “como será realizado” e “para que e quem”, de forma que esteja bem estruturado (Watt 2004). Sendo assim, Martin

(2003, p. 06) salienta que os atributos involuntários de um evento passam por três etapas primordiais, são elas:

Pré-evento: Fase de planejamento e delimitação dos objetivos gerais e específicos, além do levantamento financeiro. Também faz parte dessa fase a decisão referente aos profissionais e fornecedores imprescindíveis à realização do evento.

Evento: Nesta fase, especialmente operacional, ocorre a montagem, o atendimento ao público-alvo, entre outros.

Pós-evento: Nesta fase final ocorre a desmontagem, o acerto financeiro e o balanço no final do evento (MARTIN, 2003, p.06).

Campos *et al.* (2000) *apud* Martin (2003, p.10) ressalta que

[...] é indispensável o planejamento para qualquer tipo de atividade, em razão de: ganhar tempo; despende de menos esforços; evitar desperdício; tomar medidas que tornem mínimos os imprevistos e facilitem a resolução dos mesmos, caso venham a surgir e atingir os objetivos que se propôs”.

Neste sentido, Guerin e Figueiredo (2012, p.11) dão ênfase à infraestrutura da localidade e sua adequação, destacando que,

A estruturação do segmento está relacionada à oferta de infraestrutura e serviços de qualidade adequada para o recebimento de turistas, ou seja, necessita de equipamentos e serviços que atendam suas necessidades e superem suas expectativas, além de ofertar opções de entretenimento, atividades culturais, dentre outras (GUERIN; FIGUEIREDO, 2012, p.11).

Assim, faz-se imprescindível qualificar e estruturar os destinos e os meios de hospedagem, acesso e acessibilidade, espaços para eventos, gastronomia local e internacional e canais de informações turísticas, visando, também, captar eventos para o destino e região.

Dentre as modalidades do turismo de eventos, destaca-se o turismo de eventos esportivos, sobretudo no presente *case* não se aplicará a competitividade substantiva desta segmentação, uma vez que a proposta que será apresentada neste trabalho é inicialmente voltada ao lazer, à possibilidade da prática do esporte e, seu direcionamento mais cultural. Outros detalhes serão descritos no próximo subitem.

2.2.2 Turismo de evento esportivo não competitivo

Para este trabalho se utilizará o termo turismo de evento esportivo não competitivo, com vistas a dar ênfase na proposta que nasce na iniciativa promocional, seguindo uma perspectiva de geração de qualificações para o espaço já existente no município, para que

então, se possa desenvolver outras modalidades da prática do *skate*, de forma mais estruturada e competitiva.

É possível dizer que os eventos esportivos assim como os campeonatos, copas e olimpíadas, apresentam um caráter de união e paz entre as nações, causando fluxos turísticos bem expressivos, o que desperta grandes interesses por parte de setores públicos e privados das áreas envolvidas, turismo e esporte. Nas últimas décadas, afora de propiciar prestígio às localidades que os agenciam, é alvo de expressivas aquisições por parte de governos na tentativa de melhorar as estruturas, bem como, as empresas que buscam firmar sua marca, ligada a mídia provocada pelos jogos (TENAN, 2002).

Os eventos esportivos são/ou podem ser importantes para o desenvolvimento dos setores turísticos, pois causam efeitos positivos em amplos mercados, sendo eles diretos e indiretos nas comunidades emissoras e, principalmente, nas receptoras (KURTZMAN & ZAUHAR 2005).

Segundo Poit (2006), as pessoas procuram participar ou comparecer em eventos esportivos aguardando algo em retorno e tais expectativas estão conectadas pela busca de um ambiente familiar, alegria, coragem, competição, confronto, motivação, civismo, dedicação, criatividade, disputa, dinamismo, encanto, entretenimento, espetáculo, felicidade, fantasia, *glamour*, interação, justiça, lazer, organização, originalidade, realização, paixão, ser sorteado, recompensa, reconhecimento, emoção, satisfação pessoal, prazer, solidariedade, superação sinergia e surpresa.

O turista de eventos esportivos costuma gastar o mesmo valor que visitantes de outros segmentos, contudo, com a prerrogativa de deixarem no destino contribuições diferenciadas oriundas da compra de materiais esportivos de alimentos e bebidas, observando que os visitantes vêm de localidades mais afastadas quando comparado aos demais segmentos turísticos. Neste contexto, os eventos são responsáveis pela cadeia econômica que regem a economia mundial, movimentando, consideravelmente, a circulação da moeda, os atrativos da cidade, aproximação de pessoas contribuindo para o aumento deste segmento.

Vislumbra-se que o turismo de eventos esportivos não competitivos ofereça grandes oportunidades de desenvolvimento, já que o ser humano absorve novos conhecimentos, vivencia novas experiências, os quais irão enriquecer tanto sua vida social como emocional, além de atrair mais pessoas para o município, proporcionando momentos de lazer e entretenimento, além da promoção da saúde e do bem estar.

Desta forma, refletir sobre o turismo de evento esportivo é fundamental para este processo, na direção de compreender sua essência para o mercado, visto que o turismo vem crescendo de forma globalizada.

O turismo esportivo por vezes se mescla com o turismo de eventos esportivos. Em ambos os casos, existe o deslocamento de turistas para uma determinada região propícia à prática de um esporte específico, o que resulta numa utilização de toda a estrutura turística, afirmando assim o conceito de turismo. A diferenciação consiste na motivação, ou seja, no turismo esportivo, o turista viaja com a intenção de praticar o esporte por lazer ou treinamento, sem fins competitivos (GOIDANICH e MOLLETTA, 1998). Já o turismo de eventos esportivos o turista é motivado pela competição, ou seja, campeonatos ou jogos, ou seja, eventos que tem por característica o espaço de tempo determinado.

De tal modo, o evento torna-se um conjunto de ações profissionais planejadas, que irão seguir uma sequência lógica de preceitos e conceitos administrativos, tendo como objetivo principal alcançar os resultados desejados no início de seu planejamento.

Enfatizando a seriedade deste segmento para o incremento do turismo no Brasil, o Ministério do Turismo ressalta algumas propriedades do Turismo Esportivo, como:

- Estímulo a outros segmentos e produtos turísticos;
- Incentivo a eventos e calendários esportivos,
- Independe da utilização de recursos naturais para exercer atratividade, mas de equipamentos e estruturas específicas construídas para a prática do esporte;
- Induz a implantação de estruturas esportivas também para o uso da comunidade receptora;
- Funciona como indutor da infraestrutura urbana;
- Não depende, necessariamente, do clima ou épocas do ano, mas principalmente da elaboração de calendário;
- Estimula a comercialização de produtos e serviços agregados (roupas e artigos esportivos, suplementos, etc);
- Estimula o sentimento de pertencimento e fortalece a autoestima de quem pratica e de quem assiste a apresentação;
- Estimula práticas e estilos de vida saudáveis;
- Valoriza o ser humano e a prática do esporte;
- Promove a confraternização;
- Tem a capacidade de transformar as competições esportivas em fatores de sociabilidade (MTUR, 2010, p.24-25).

Segundo Bourq e Gouguet (2005), foi na metade do século XIX, que os esportes coletivos e individuais substituíram os jogos tradicionais e acenderam pela Europa. Sendo assim, os autores abalizam os coletivos como maior alusão econômica, dentro do que impulsiona como espetáculo esportivo.

Beni (2001), por exemplo, refere-se a esta modalidade do turismo como desportivo, entendendo-o como aquele

[...] deslocamento de turistas aficionados das distintas modalidades de esportes, que afluem a núcleos esportivos tradicionais com calendário fixo de eventos ou a núcleos que eventualmente sediarem olimpíadas, competições e torneios. Nesse caso, o principal produto turístico é o esporte (BENI, 2001, p. 423).

Segundo Carvalhedo (2004, p.725), turismo esportivo é a “viagem com fins recreativos nas quais os indivíduos participam de atividades físicas, assistem a eventos esportivos ou visitam atrações associadas a atividades esportivas”. Sendo assim, a proposta que esse trabalho apresenta, enquadra-se, como foi abordado anteriormente, no turismo de evento esportivo não competitivo, ou seja, com todas as características do turismo de evento esportivo, contudo sem competição.

3 *SKATE*: UM BREVE HISTÓRICO

O *skate* surge de uma necessidade de diversão e entretenimento. Não se sabe, exatamente, a sua origem, no entanto diversos autores identificam variações, mas que em meados do século XX já havia indicações de sua prática. Uma das possibilidades remete ao antigo carrinho de lomba, uma vez que, o praticante se divertia sentado equilibrando-se em uma

tábua com quatro rolamentos. Uma das possibilidades é que o *skate* possa ter surgido com base nesse esporte, sendo uma alternativa de práticas radicais dando origem a outros esportes.

É importante trazer as considerações de Camargo (2012 p.69), que traçam um histórico do surgimento do *skate* em sua obra, destacando que

O *skate* surgiu de uma necessidade dos surfistas da Califórnia, devido ao período de maré baixa nos anos de 1960. Teve seu surgimento em condições adversas ao surgimento das outras modalidades esportivas mais tradicionais. O esporte nasceu e cresceu como uma prática da juventude “rebelde”, se caracterizando como um estilo de vida, desenvolvida no tempo livre das obrigações, com o objetivo de diversão. Os surfistas queriam fazer das pranchas um divertimento também nas ruas, onde, inicialmente, o novo esporte foi chamado de *sidewalk surf*.

Conforme o exposto, o novo esporte era chamado *sidewalk surf*, cuja tradução é surf de calçada, no Brasil ficou conhecido como surfinho e, posteriormente, começou a ser chamado de *skateboard*, ou *skate*. Desta forma, o *skate* é uma prancha chamada de (*shape* ou *deck*) com uma espécie de patins fixados nela, que possui dois eixos chamados os (*truck*), rolamentos, parafusos e quatro pequenas rodas. (Camargo, 2012).

Campos e Silva (2015) contribuem com a compreensão do surgimento do *skate* como esporte radical, além de citar dez modalidades desse esporte,

O *skateboard* que nasceu nos Estados Unidos da América chegou ao Brasil e foi *intitulado* de *skate*. Os nomes *skateboard* e *skate* são dados tanto ao esporte quanto ao objeto usado para realização do esporte. O *skate*, ou *skateboard* é um esporte radical em que o praticante deste esporte, chamado de skatista, realiza manobras difíceis, deslocando-se, saltando sobre uma prancha (também conhecida como *shape*, ou *deck*) com quatro rodas. O intuito do skatista é realizar com sucesso manobras próprias deste esporte como o Ollie, o Flip e o Frontside/Backside Noseblunt. O *skate* possui dez modalidades para sua prática que são Street Skate, Banks Skate, Bowl Skate, Downhill Slide Skate, Downhill Speed Skate, Freestyle Skate, Megarampa Skate, Mini Ramp Skate, Slalom Skate e Vertical Skate. (CAMPOS E SILVA, 2015 p.19)

Segundo Brooke (1999), a origem do *skate* se dá a partir das *scooters* que eram caixas de laranjas presas em rodas e serviam de locomoção para jovens estadunidenses no início do

século passado, já para Noll (2000), o primeiro *skate* patenteado foi em 1939 e era uma prancha afixada em quatro rodas. Como nota-se a origem do *skate* é muito controversa.

Conforme Dias (2011), a prática do *skate* já existia em 1950, nessa época o *skate* se assemelhava com uma prancha de surf e as manobras também imitavam o surf. Em 1963, o *skate* passou a ser um esporte alternativo para os jovens americanos, porém, sua vida foi curta e em 1965 o *skate* sumia de cena, ressurgindo mais recentemente.

Ainda para Dias (2011), meados de 1970 o *surf* era significado de comportamento agressivo por parte dos jovens, com isso, o *skate* ressurge ainda tímido, como uma fase de transformação de comportamento, surgindo a era da competição, do lazer, do bem-estar, da aventura, entre outros. E foi nessa mesma época que se deu a evolução estrutural do *skate*, com a tecnologia a seu favor surgiram às rodas de uretano, deixando para trás as rodas de argila que limitavam muito as manobras e não ofereciam nenhuma segurança.

Foi na década de 1970 que aconteceu o grande *boom* do *skate*, tendo ligação direta com o contexto da época, as grandes transformações comportamentais e culturais, liberação sexual, movimento *hippie*, *rock'n roll* e etc. É nesse momento que os jovens conquistam maior espaço social, começam a controlar os movimentos sociais e evocam liberdade, características que constituem o *skate* como um esporte e como um estilo de vida (DIAS, 2011).

No Brasil, o *skate* alcança seu ápice na década de 1980, quando São Paulo sediou os primeiros campeonatos e eventos em torno dessa prática, tornando-se uma verdadeira referência para esse esporte no país. Na década de 1990, devido a uma crise econômica enfrentada no Brasil o *skate* sofreu, novamente, uma decadência, que só agora em nível nacional começa a se reestruturar. Também foi na década de 90 que o *skate* brasileiro se consagrou mundialmente, visto que desportistas conquistaram espaços importantes no cenário internacional, destacando-se em competições no Canadá e Alemanha (Dias, 2011).

O *skate* vem crescendo cada vez mais, ocupando seu espaço tanto no âmbito nacional, quanto mundial (DIAS, 2011). No Brasil, uma das maiores referências do esporte é o skatista Bob Burnquist e, pelos seus feitos, o esporte brasileiro começa a se organizar por meio da criação da Confederação Brasileira de Skate (CBSK) a qual, representa o esporte e estabelece normas e políticas destinadas para o seu desenvolvimento no Brasil.

O propósito deste breve histórico foi discorrer de maneira sucinta sobre a origem do *skate* até os tempos atuais, sem deixar de frisar, que ele opera de forma evolutiva por meio de constantes transformações, em épocas de tecnologias, variando as modalidades e manobras, adquirindo novos designers, estilos, modernização de *shapes*, rodas e etc., o que gera uma

constante evolução do esporte, diversificando, também, as tendências do mercado mundial e mantendo assim o dinamismo e o arrojo empresarial em que o turismo pode se beneficiar.

3.1 *SKATE* SOB A ÓTICA DA SAÚDE

Refletir sobre o exercício da atividade esportiva se torna influente no que se refere ao setor emocional do ser humano, pela busca do equilíbrio, que resulta diretamente no hábito saudável através do *skate*. Nesta direção, Santos (2012, p.69) enfatiza os benefícios que o *skate* propicia para a saúde, destacando que

[...] a prática do *skate* proporciona um grande gasto calórico e ajuda a tonificar a musculatura, também é uma das atividades físicas mais completas que existem, pois trabalha o corpo, a mente e sociabilização do praticante além de trabalhar capacidades físicas como: exercício aeróbio e anaeróbio, flexibilidade, resistência e força muscular, lateralidade, propriocepção e coordenação motora. Não esquecendo também dos benefícios psíquicos: concentração, tomada rápida de decisão, confiança, criatividade, determinação e segurança.

Percebe-se, que a prática da atividade esportiva traz benefícios para saúde das pessoas de todas as idades, uma vez que, possuem um caráter associativo criando vínculo social e cultural. Nesta perspectiva, o *skate* praticado como exercício físico traz vantagens e benefícios para saúde física, mental e emocional do praticante, produzindo o aprimoramento ao efeito muscular através do exercício. Isto implica diretamente no cotidiano do sujeito em contato com os mais diferentes meios, de modo a fornecer condições ideais à prática saudável, ao incremento de inter-relações pessoais, principalmente, no instante em que o faz retirar-se da realidade do mundo, amparada por relações de trabalho, as quais diversas vezes afastam de suas vidas hábitos que abonam uma considerável melhora no equilíbrio psicoemocional.

Sendo assim, especialistas têm recomendado que se divulgue os hábitos saudáveis provenientes de atividades físicas, assim como as relações da prática do esporte e lazer como promotoras do bem-estar e de qualidade de vida, repercutindo na forma categórica em prol de uma vida mais saudável.

Neste contexto, o esporte representa diversas nuances significativas aos elementos caracterizadores na formação emocional, advindas das atividades físicas ou esportivas, no âmbito da realidade. Partindo do princípio que a emoção completa do esporte, Dias (2011 p. 17),

[...] relaciona as formas e os significados do esporte moderno se desenvolveram como parte do “processo civilizador”, o qual exige um domínio

cada vez maior do autocontrole para a manutenção da vida social dos indivíduos. Este processo acarretou a emergência dos passatempos e esse, por sua vez, o esporte, prático ou espetáculo, que propõe o descontrolado agradável e controlado das emoções. Nesse sentido, pode-se dizer que a emoção é um dos componentes integrantes do esporte (DIAS, 2011 p. 17).

Desta forma, alerta-se que o esporte para a saúde possui grande influência no desempenho das pessoas no instante que se torna um meio de aliviar as tensões cotidianas através de práticas esportistas que requerem equilíbrio, saúde mental e emocional adequada, o que vem auxiliar em uma excelente prática dos exercícios. Em regra, as atividades que necessitam maior conhecimento, exigem um número maior de movimentos, reúne um número expressivo de agentes dos partícipes, acordando maior empenho e provocação, o que por si já pode ser excitante e motivador. Conforme Costa (1989, p.32) “o interesse na atividade esportiva não deve acabar com o término do período escolar, como acontece, ainda hoje, com muitos adolescentes”.

Especificamente, o *skate*, sob a ótica da saúde, é uma prática esportiva bem programada e administrada aliada às atividades de rotina, liberdade, motivação, confiança, estabilização emocional e trabalha a musculatura, mais precisamente a coxa e panturrilha que exige um grau de equilíbrio e um esforço constante do skatista, de maneira que o sujeito provido dessas qualidades têm propriedades relativas a uma boa conexão com grupos, fazendo-o instrumentar problemas de personalidade e aparelhamento físico, além da integração social do praticante.

É possível advertir que a motivação na área dos esportes é acurada, de um lado, através das probabilidades exclusivas do esporte como os campos da atuação e de experiência, e de outro, através do alcance dos aspectos motivacionais de cunho exclusivo da personalidade. Esses derradeiros suplantam as fronteiras do esporte (DE MARCO e JUNQUEIRA, 1993).

Portanto, percebe-se, que no esporte, os fatores motivacionais, são de suma importância para qualquer indivíduo, na relação dos interesses e motivos, o qual determinará o sujeito à ação da prática esportiva.

Esta perspectiva permite refletir sobre a necessidade e concentração de elementos caracterizadores referentes à prática do *skate* atrelado a saúde e também incluí-lo no processo de aprendizagem, como uma atividade de esporte e educação; considerando-o, como atividade física, esportiva, de aventura e radical, sobretudo pelo prazer de superar limites, fazer exercícios ao ar livre, garantir efeitos musculares positivos, ou seja, um esporte que inspira

pelo prazer da aventura e adrenalina, benefícios estes que vão além se considerados um movimento corporal do exercício para a saúde trazendo vantagens para uma vida saudável.

3.2 *SKATE* SOB A ÓTICA CULTURAL

O universo do *skate* representa um fenômeno em nossa sociedade, diante ao seu significado, que engloba toda a cultura, além de ser um esporte radical que mistura o risco e a aventura. A prática de andar de skate, para muitos, é uma atividade recreativa, um estilo de vida que compõem elementos simbólicos, sociais e culturais na formação, interação e socialização do ser humano. É um movimento cultural que reflete uma identidade que busca um estilo próprio, que envolve várias questões sociais e aceitação do próprio ser.

Nesta sequência, Teixeira (2005) compreende o esporte da seguinte forma,

[...] o esporte é um fenômeno em nossa sociedade contemporânea, que envolve milhares de pessoas não só pela sua prática, como também, pelo estilo de vida de nossa população tornando-a cada vez mais envolvida por sua ação passiva, ou seja, tanto é grande o número de pessoas em nossa sociedade que praticam esporte, quanto maior ainda é o número de sujeitos que acompanham e consomem os produtos ligados a essas práticas (TEIXEIRA, 2005 p. 70).

O *skate* pode ser considerado uma manifestação cultural da cidade, diante seu contexto histórico, arquitetônico e paisagístico, cujo o elemento principal reflete-se na cultura. Conseqüentemente, contribui na compra de produtos voltados para o *skate*, moda, vestuários, comercialização de equipamentos mais avançados, fortemente influenciados pela música, arte, movimentando o mercado. Para Dias, (2011)

Há atualmente, um aumento expressivo de manifestações esportivas que passaram a ser denominadas como “esporte radical”. Estes esportes propõem atividades diferenciadas dos esportes tradicionais e, a cada dia, ganham mais espaço em diferentes partes do mundo, principalmente, nos países Ocidentais (DIAS, 2011 p. 69).

O *skate* está inserido na cultura e história do esporte. Essa cultura skatista é difundida a partir de práticas e representações produzidas no espaço urbano, onde sujeitos sobre ‘carrinhos’ formaram identidades e deixaram marcas na ordem social contemporânea

(BRANDÃO, 2011). O *skate* evoluiu para um patamar, e será um esporte olímpico que está oficialmente integrado no programa das olimpíadas que serão sediadas em Tóquio em 2020.

Conforme Falconi (2007, p.56), “um dos fatores que contribui para o aumento desta atividade cultural é o próprio tempo livre, o lazer, a liberdade, a criatividade, a improvisação, a espontaneidade e a ousadia do skatista em arriscar-se e não seguir uma linha que seria o padrão”.

Percebe-se que o *skate* sob a ótica cultural reflete na individualidade singular de cada praticante, referindo-se à experiência no esporte e despertando-o de modo a estabelecer ao seu significado. O próprio *skate* é o signo que abarca uma série de conhecimentos que caracterizam a linguagem em busca de um estilo próprio. Assim, para Brandão,

A partir das reflexões de sociólogos foi que o esporte começou a receber um tratamento metodológico e conceitual mais sofisticado. Como também contribuições teóricas de muitos historiadores que passaram a estudar com maior intensidade as manifestações esportivas e suas relações com o social, o político e o cultural (BRANDÃO, 2011).

Observa-se que o *skate*, tem se tornado um estilo de vida tanto para os atletas que ganham a vida através do esporte, quanto para os skatistas praticantes que aderiram ao seu estilo de vida, lazer, meio de transporte, entre outros. Destacando-se como um dos esportes mais praticados no Brasil, contribuindo para o aumento de adeptos desta prática e para a indústria com altos recursos econômicos na área de esporte, evento e lazer.

Nesta perspectiva, a prática do *skate* é uma atividade cultural esportiva e recreativa, além de ser, considerado um esporte radical que conta com elementos significativos e diversificados. Portanto, sua prática pode ser considerada como meio de transporte, atividade esportiva e recreativa, estilo de vida, ou seja, um movimento cultural, muito popular, sobretudo para a juventude.

4 JAGUARÃO

O recorte geográfico da presente proposta é o município de Jaguarão, situado no extremo Sul do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil, que faz fronteira com a cidade de Rio Branco, Uruguai. O destino é conhecido como “Cidade Heroica” em razão de resistir bravamente às invasões de espanhóis, o que manteve a integridade fronteiriça.

Na obra “Jaguarão e os Militares: dois séculos na fronteira” de James Bolfoni da Cunha (2012, p.167-168) relata que

Em 1865, os limites da cidade eram, grosso modo, as atuais Av. Uruguai, a oeste; Odilo Gonçalves, a norte; e a Andradas, a leste. Ou seja, apenas a região central da atual cidade de Jaguarão. Impressiona, portanto, que um núcleo urbano de pequenas proporções tenha resistido de forma tão eficiente às investidas de 1.500 cavalarianos. Apenas a determinação dos defensores, inclusive moradores, explica tal resultado. Graças a esta resistência memorável, foi que Jaguarão passou a ostentar o título de “CIDADE HEROICA”, justa homenagem aos seus antepassados, que deram sobejas provas de heroísmo e patriotismo no dia 27 de janeiro de 1865.

Desde então, Jaguarão teve parte em vários fatos militares no estado do Rio Grande do Sul, como a Revolução Farroupilha em 1835 e a invasão dos uruguaios em 27 de janeiro de 1855, citada anteriormente. Para detalhar mais, 1.500 caudilhos "blancos" invadiram e saquearam a cidade, chefiados por Basílio Munhoz. Nesta oportunidade Jaguarão conquistou o título honroso de "Cidade Heroica", quando Coronel Manoel Pereira Vargas comandou a defesa da cidade (IBGE, 2010).

Já em relação ao nome do município, referentes a alguns aspectos históricos, há divergências em relação ao significado do vocábulo "Jaguarão", para alguns, segundo Alfredo de Carvalho, seria o aumentativo português da palavra tupi "jaguar" (onça); já para outros a corruptela da "jaguanharação" ou cão bravo ou onça brava, contudo, o que é de comum acordo, é que a origem se deu em um acampamento militar (1802), (IBGE, 2010).

Segundo relato de Santos (2012), o território onde se encontra a cidade de Jaguarão cabia à Coroa Espanhola conforme o tratado de Santo Ildefonso, do ano de 1777. No ano de 1801, o Coronel Manoel Marques de Souza e sua tropa portuguesa iniciaram um combate contra os espanhóis para a conquista do território, mas como se encontravam em um local de acesso difícil. No início do ano de 1802, o coronel e sua tropa acomodaram-se às margens do Rio Jaguarão, logo a iniciava a povoação originou a cidade.

Contudo, anteriormente, este nome deve-se ao primitivo nome da Guarda da Lagoa e do Cerrito, a um posto fortificado de espanhóis situado a 6 km da atual cidade de Jaguarão. Em 1801, devido às questões militares entre Portugal e Espanha, estabeleceram-se as forças do Coronel Marques de Sousa, no qual primavam pela paz em virtude de armistício, em que tempos depois se retirou, ficando apenas uma pequena guarda de 200 homens sob o comando do Tenente-coronel Jerônimo Xavier de Azambuja. Foi o acampamento dessa guarda que se estendeu até a eminência que hoje assenta a cidade (IBGE, 2010).

Posteriormente, o terreno ocupado pela nova povoação foi doado ao Governo pela Viscondessa de Majé e, compreende a área situada entre o arroio Lagões, a oeste; Quartel Mestre a leste, rio Jaguarão, ao sul, e a linha reta que une os dois pontos situados a meia légua de fundo contada da foz daqueles arroios. Entre os homens ilustres nascidos em Jaguarão sobressai à figura de Joaquim Caetano da Silva, homem de ciência e historiógrafo, que nasceu em 20 de novembro de 1810 e morreu no Estado do Rio de Janeiro a 27 de fevereiro de 1873 (IBGE, 2010).

Formada administrativamente em 31 de janeiro de 1812, quando seu povoado foi elevado a freguesia, denominando-se Divino Espírito Santo do Cerrito, e Vila, pela Lei de 6 de julho de 1832, dado o nome de Jaguarão, em razão do rio que determina a área do município com o país limítrofe, Uruguai. A vila prosperou rapidamente, tornando-se cidade pela Lei Provincial n.º322, de 23 de novembro de 1855 (IBGE, 2010).

Segundo o quadro administrativo do país, vigente em 31 de dezembro de 1954, o município de Jaguarão é composto de (1) único distrito, dividido em (4) zonas ou subdistritos. A comarca de Jaguarão, criada em 25 de outubro de 1872, é atualmente a segunda entrância, compreendendo os termos de Jaguarão e Arroio Grande.

Conforme o IBGE, atualmente a cidade de Jaguarão possui uma população com estimativa de 27.931.000 habitantes, com uma densidade de 13,6 hab/ km² (IBGE, 2010)². Economicamente o município se destaca na área rural, que sempre teve um papel fundamental no processo de crescimento e desenvolvimento da cidade, desde a sua fundação em 1802, seja pela produção agropecuária, o charque, ou pelas plantações de arroz, milho, trigo e, atualmente, a soja.

Especificamente, para a proposta que se pretende apresentar, é importante citar que na perspectiva esportiva do município, não existe uma secretaria de esportes, o que existe é um

² Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?lang=&codmun=431100&search=rio-grande-do-sulljaguarao|infograficos:-historico>. Acesso em: 10/08/2017.

departamento de desporto dentro da Secretaria de Educação e, por isso, denomina-se Secretaria Municipal de Educação e Desporto.

Em 2017, a cidade de Jaguarão conta, com um ginásio municipal chamado Dario Almeida Neves, um ginásio estadual vinculado a Escola Estadual Espírito Santo, conhecido por Ginásio Municipal de Integração e alguns ginásios particulares. Sobre os eventos que o município sedia e/ou a programação esportiva que acontece, é possível citar o Campeonato Citadino de Futsal, que este ano, recebeu 54 equipes inscritas, além das equipes do próprio município, equipes vindas de Arroio Grande e Rio Branco-UY, totalizando mais de 1000 atletas envolvidos.

Em relação a outras modalidades esportivas organizadas no município, estão as artes marciais, ofertadas em sua grande maioria pela iniciativa privada, tais como o box, *jiu-jitsu*, *muay thai*. Outras atividades esportivas também são destaque no destino como: capoeira, motocross, ciclismo, atletismo, futebol de campo, além de estruturas para atividades variadas como as quadras esportivas e praças para lazer.

De acordo com o diretor de desporto e esportes da cidade, Diego Porciúncula, este ano (2017), o destaque dos eventos esportivos enfatizou as práticas de baquete, voleibol e futevôlei, os quais não estão devidamente difundidos na cidade. Se por um lado, conforme relata Diego, as modalidades mais organizadas englobam o futebol e futsal com uma boa presença de público que atrai grande parte da região, por outro lado sente-se uma necessidade de organizar outras atividades e modalidades, pois há uma gama de atletas e futuros praticantes esportivos em Jaguarão.

Nesta direção, Diego informa que há projetos em andamento, por exemplo, a construção do complexo esportivo dos Navegantes, que contemplará um campo de futebol de 11, podendo ser adaptado para dois campos de 7, uma pista atlética com quatro raias no entorno, área destinada para o lazer e entretenimento com churrasqueiras e duas quadras de vôlei de areia, com previsão para inauguração em dezembro deste ano.

Referente ao *skate*, a pista está localizada juntamente ao Complexo do Ginásio Dário Almeida Neves, possuindo, na parte interna do ginásio, infraestrutura e acessibilidade para cadeirantes, quadra reformada, banheiros, arquibancadas, adequações emergenciais, entre outros. No entanto, isso não se aplica a parte externa, visto que necessita de reparos e melhorias, inclusive o *bowl* que deveria abrigar as atividades de *skate*, encontra-se sem as condições mínimas para suas práticas, permanecendo constantemente alagado, salientando que esta é a única estrutura projetada para o esporte no município.

Diego Porciúncula relata que a Prefeitura Municipal tem como objetivo principal sediar campeonatos e jogos de caráter não competitivos visando à prática diversificada de esportes nos ginásios e seus entornos, podendo ampliar a gama de modalidades esportivas ofertadas no destino.

Esse comentário do responsável pelo esporte no município vem ao encontro da proposta deste trabalho, para tanto é fundamental o “*status quo*” da modalidade “*skate*” em Jaguarão, assim como a melhoria do espaço e criação de novos.

Estima-se que tenha entre 100 a 130 skatistas em Jaguarão, estes na falta de espaço adequado, se apropriam de outros espaços públicos para poder praticar o esporte, utilizando, por exemplo, de calçadas, quadras esportivas, vias de asfalto, ou seja, locais alternativos.

Nesse sentido, observa-se claramente a existência de adeptos deste esporte, que procuram meios alternativos para praticar o referido esporte. Observa-se também que os skatistas utilizam a própria criatividade, espontaneidade, liberdade e motivação para a prática esportista, evidenciando seu caráter cultural, característico de seu estilo de vida. Por sua vez, torna-se necessário a ampliação da pista de *skate*, para o desenvolvimento de manobras, assim como o aprimoramento da atividade e acesso de outros públicos.

Portanto, mesmo percebendo as condições precárias da estrutura atual, a proposta surge como uma demanda para um olhar mais apurado para o espaço, desencadeando iniciativas públicas e privadas em prol do esporte “*skate*” em Jaguarão e região.

5 I JAGUAR SKATE: A PROPOSTA

A proposta pretende responder ao questionamento: “um evento esportivo não competitivo, na modalidade de *skate*, pode estimular a adesão de novos praticantes/entusiastas do esporte e gerar qualificações estruturais para as referidas áreas de suas práticas?”

Neste contexto, este trabalho se propõe planejar, organizar e promover um evento esportivo não competitivo, no segmento de *skate* no município de Jaguarão/RS, direcionado para o público skatista e a sociedade em geral, com a finalidade de estimular o desenvolvimento do turismo por meio de uma programação diversificada que contemple vários setores relacionados diretamente e indiretamente ao turismo, além de divulgar e propagar este esporte no município e região. Também, instigar um olhar mais atento para os espaços destinados no município para essas práticas, idealizando suas benfeitorias e qualificações por parte da gestão pública e privada, e valorização e respeito por meio da população. Através dessa proposta retoma-se ao conceito de evento visto pela autora Giacaglia (2011) que aponta como necessário para estruturação da ideia em um projeto a ser aplicado, o resultado de três itens: “**tema central, missão e objetivos**” que será abordado como fundamental para compreender o significado que o evento propõe.

Segundo a autora o **Tema Central** é o título do evento, logo o tema central desta proposta é: “*I Jaguar Skate: Radicalizando o Turismo de Evento Esportivo não Competitivo em Jaguarão-RS*”, não de uma forma estanque e, sim, versátil, uma vez que, a cada nova edição, haverá a possibilidade de criar outras temáticas distintas. Por exemplo, neste primeiro evento não haverá competição, contudo se a estrutura for qualificada, as novas edições poderão ser competitivas, com uma infraestrutura propícia as mais variadas manobras radicais. Por ser específico, o I Jaguar Skate, estabelece relação direta com a probabilidade de sucesso de venda e o interesse de empresas em patrocinar o evento. Uma vez que um evento de cunho esportivo e turístico, na modalidade de *skate*, manifesta-se como a identidade do evento, em que empresas se identifiquem com o assunto, assim estimulando a vinculação da sua marca, 1ª edição.

Nesta edição, a **Missão** é estimular a prática do skate, desmistificar preconceitos e gerar qualidade nesses espaços, com o propósito de desenvolver de forma permanente e regular a prática, a cultura e as inovações deste esporte.

A proposta tem como **Objetivo**, planejar, organizar e promover um evento esportivo não competitivo, no segmento de *skate* no município de Jaguarão/RS e como objetivos específicos visa sensibilizar e estimular a conscientização da população local, sobre a

importância do turismo de eventos, por meio do “I Jaguar *Skate*”, promovendo qualidade de vida; impulsionar à cultura incentivar a prática do esporte (*Skate*); impulsionar à cultura do *skate* como mais um elemento fomentador de incentivo ao esporte e ao turismo em Jaguarão; atrair mais visitantes para o destino, etc.

Conforme o modelo proposto pela autora Giacaglia (2011 p.22), a base teórica desta proposta, “após estabelecer o conceito do evento e a identificação do Público-alvo, é necessário estabelecer o formato do evento composto por quatro itens, sendo eles, [...] data, local, atividades e programa”. Estes itens e outros que foram acrescentados serão apresentados de forma fragmentada, visando a melhor compreensão da referida proposta.

5.1 FORMATO DO EVENTO

Abordar-se-á o formato do evento, em conformidade com o quadro da Agenda: Talento Brasil elaborado pela autora Giacaglia (2012, p.31), porém, de forma adaptada.

O I Jaguar Skate é um evento turístico não competitivo, que tem em sua base o *skate* como uma manifestação cultural, ou seja, uma possibilidade de fomento à arte e cultura do destino, além da prática esportiva. Nele serão apresentadas, oficinas, apresentações artísticas, comercialização de alimentos, bebidas e materiais esportivos, etc.

O dia do skate em Jaguarão será realizado no dia 11 de novembro de 2018 (domingo), das 10 horas às 19 horas, com uma programação diversificada abrangendo o (re)conhecimento e resgate da cultura do *skate* (estilo de vida), aliada a prática do esporte (saúde) dos skatistas e com envolvimento do público em geral.

O destaque cultural será marcado por momentos de descontração em contato direto com o *skate*, a fim de aproximar as pessoas por meio da vivência e experiência, ou seja, por momentos agradáveis e prazerosos no local. Na ocasião, pessoas que nunca tiveram contato com a atividade esportiva poderão sentir a sensação, aprender a andar de *skate* ou, pelo menos, tentar aprender, além das apresentações locais e a atração “Radicalize e improvise já”, no qual será promovido um momento dedicado à improvisação de “rap” vinculada ao *skate* de forma a integrar os participantes. Com um formato de músicas (atrações culturais locais) e apresentações de Freestyle (estilo livre – skatistas profissionais).

5.2 PÚBLICO-ALVO

Com relação ao perfil do turista deste segmento, a proposta neste projeto está direcionada para o público skatista e sociedade geral, contudo também vislumbra atingir entusiastas de esportes, uma vez que a ideia não é somente a realização do evento, mas a propagação do *skate* como uma forma de manifestação cultural, além da perspectiva esportiva e de bem estar e qualidade de vida (saúde). O evento pode chamar atenção de turistas que estejam no município e região usufruindo de outras opções de turismo.

Nesta proposta haverá a possibilidade de 40 participantes inscritos (nas atividades de aprendizagem) e projeta-se 500 pessoas (público presente).

5.3 ESCOLHA DA DATA

Para a escolha de uma data apropriada, Giacaglia (2011, p.23) aponta alguns critérios a serem seguidos, como decisivos para o sucesso do evento, por exemplo: “pesquisar datas comemorativas, eventos concorrentes, considerar dias da semana mais adequados, fechamento de vendas e a própria sazonalidade”. Em conformidade com a autora, o período escolhido foi o mês de novembro, atribuindo os critérios acima para a escolha desta proposta, sobretudo em conformidade com o fluxo turístico alto deste período em razão das compras de final de ano (*free shopping*).

O I Jaguar *Skate* acontecerá no dia 11 de novembro de 2018 (segundo domingo do mês). Uma programação diversificada cujo objetivo é proporcionar o (re)conhecimento da cultura do *skate* (estilo de vida), aliada a prática do esporte (saúde), envolvendo diversos atores locais como skatistas, comunidade, poder público, iniciativa privada e público em geral. Justificando a escolha por não haver nenhum evento nesta data, viabilizando ao evento se integrar, como uma nova modalidade esportiva e turística para o destino, desta forma, se enquadrar no calendário oficial de eventos do município, somando-se aos demais eventos já realizados. E por fim, devido ao clima ser mais agradável e com menor probabilidade de chuva, uma vez o evento é ao livre.

5.4 DEFINIÇÃO DO LOCAL

Definir o local é a garantia para realizar o evento, de modo, a atender o público-alvo, com capacidade física e infraestrutura necessária para oferecer qualidade nos serviços ofertados. Giacaglia (2011, p.24) descreve que a escolha do local é uma decisão importante, ou seja é um fator crucial tanto para o sucesso das vendas como a própria realização do evento

em si, ela estabelece a seguinte pergunta “[...] o local tem a cara do evento?” Desta forma o local coincide com a proposta do evento, estabelecendo a relação direta de atividades esportivas, portanto, faz-se necessário descrever o local, pois é um espaço público de convívio social e cultural entre as pessoas e que a cidade dispõe. Portanto, o local escolhido é a Pista de *skate*, que está localizado no complexo do Ginásio Municipal Dario Almeida Neves, mais conhecido como (Ferrujão), situado na Avenida 27 de Janeiro. O acesso se dá através da BR 116, à esquerda de quem chega à cidade. A localização pode ser observada no mapa (Figura 1), Pista de *skate* (figura 2). Ginásio Dario Almeida Neves (figura 3).

Figura 1 - Mapa Localização da pista no Complexo esportivo



Foto: Maxus Comunicações.

Figura 2 - Pista de Skate



Fonte: A autora (2017).

Figura 3 - Ginásio Dario Almeida Neves



Fonte: A autora (2017).

Como já comentado anteriormente, a pista de *skate* faz parte do complexo do Ginásio municipal Dário Almeida Neves. Sobretudo, a parte interna do ginásio, está adequada, para receber os atletas e os turistas, mas isso não se aplica a parte externa do referido, que necessita de reparos e melhorias, inclusive o *bowl* que deveria abrigar as atividades de *skate* e, que, atualmente, não oferece condições adequadas para a prática, salientando que está é a única estrutura que incentiva e motiva as novas gerações skatistas.

Portanto, mesmo percebendo as condições precárias da estrutura, a proposta surge como uma demanda e um olhar mais apurado para o espaço, estimulando iniciativas públicas e privadas em prol do esporte “*skate*” em Jaguarão e região. Uma vez que, fomentando a prática diversificada de esportes nos ginásios e seus entornos, poderão ampliar a gama de modalidades esportivas ofertadas no destino, assim como a qualificação de suas estruturas. Por sua vez, torna-se necessária a ampliação da pista de *skate*, aproveitando o espaço existente destinado à prática esportiva e para o desenvolvimento das manobras e aprimoramento da atividade.

Espera-se que dessa forma o projeto se desenvolva, oportunizando o acesso de outros públicos ao esporte, pois radicalizar também é instruir e evoluir nas manobras. Ademais, para a evolução deste esporte em Jaguarão, necessita-se de melhorias para a realização do evento. Por exemplo reformar o *Bowl* que permanece alagado, estruturar a pista de *skate*, que possui 5m de largura, 20m de comprimento, rampa esquerda 1,65m de altura e rampa direita 1,34m de altura, e se encontra inadequada sem condições de realizar algumas manobras, tais como,

Ollie (o skatista sob o *skate* saltam para o ar sem o uso da mão) em escadas, na pista ou com adaptações de obstáculos; *Flip* (faça o *ollie* e chute o pé da frente em diagonal para que o *skate* gire); *Varial heelflip* (giro de 180 graus, trocando a base do *skate*); *Heelflip* (o *skate* sai do chão e o skatista dá um giro inteiro), entre tantas outras. Ressaltando que o espaço destinado para o evento será a pista de *skate*, o seu entorno e a pista de *street* já reformado, e que se encontra em devidas condições para a prática do *skate*, podendo realizar manobras como *Freestyle* e adaptações utilizando outros obstáculos para a realização do mesmo. Neste momento com a estrutura que temos, as manobras *Freestyle* serão realizadas na pista de *street*, mas se até lá a pista estiver adequada, pode-se pensar em outras possibilidades de manobras e oficinas. A manobra *Freestyle*, se destaca por ser uma das modalidades mais baratas de se organizar, por não necessitar de construção de rampas.

5.5 PROGRAMAÇÃO DO EVENTO

Nesse subitem, estão os acréscimos necessários ao modelo de Giacalia (2012, p.27), sobretudo pela peculiaridade do evento.

O projeto I Jaguar *Skate* possui uma programação diversificada que contempla vários setores relacionados direta ou indiretamente ao turismo. Além de divulgar e propagar este esporte no município e região, tendo como programação as seguintes atividades:

Quadro 1 - Programação e atividades do I Jaguar *Skate*

HORÁRIO	ATIVIDADES
6 horas – 10 horas	Organização e montagem dos equipamentos
10 horas – 10h30min	Abertura oficial do evento
10horas 30min – 12h30min	Oficinas de <i>skate</i> “Aprendendo no I Jaguar <i>skate</i> ” Oficina como montar seu <i>skate</i>
12horas30min – 14 horas	Almoço livre
14 horas – 15 horas	Atração cultural “Radicalize e improvise já”
15 horas – 15h30min	Momento livre para manobras
16 horas – 17 horas	Apresentação final na pista de <i>Street Freestyle</i> (estilo livre) com Skatistas e DJ Furo.
17 horas – 18h30min	Show ao vivo com a banda local Blackout
18h30min – 19 horas	Encerramento do evento

Fonte: A autora (2017)

Como apresentado no quadro 1, a programação do I Jaguar *Skate* iniciará com a preparação do espaço com os parceiros do evento, seguida da Abertura Oficial do evento, serão

convidados para compor este momento o prefeito municipal de Jaguarão, secretária de Cultura e Turismo, Secretaria Municipal de Educação e Desporto, CORSAN-Companhia Rio Grandense de Saneamento (parceiros do evento). Os skatistas que ministraram as oficinas e possíveis patrocinadores. Inicialmente vamos ter das 6h às 10h o momento da montagem da estrutura para o evento, composto pelo palco, praça de alimentação, tendas para comercialização de produtos inscrições para as oficinas, banheiros químicos e tenda para a distribuição de água para os participantes. A partir das 10h até às 10h30 min, ocorrerá a abertura oficial com administração de Jaguarão, skatistas, possíveis parceiros juntamente com a organização do I Jaguar *Skate*. Conforme citado anteriormente, com o tempo de 30 minutos finalizando a abertura do evento com uma foto coletiva no palco.

As boas vindas será responsabilidade da organizadora do evento Adriana Chagas. A continuação será com as oficinas, das 10h30min às 12h30min, sendo elas: “Aprendendo no I Jaguar *skate*” e “Como montar seu *skate* adequadamente” (está incluso 10 skates, equipamentos de segurança). A primeira oficina ministrada pelo professor de educação física e skatista Emanuel Bueno Martins da cidade de Pelotas, do projeto “Nova Geração *Skateboard*” contando com o apoio de dois auxiliares para desenvolver as atividades na pista de *skate*, em que os participantes terão a oportunidade de aprender a andar e a desenvolver manobras, com o uso adequado dos equipamentos, tais como capacete, joelheira e cotoveleiras. Essa oficina será realizada em duas turmas, um grupo com 20 pessoas para oficina “Aprendendo no I Jaguar *Skate*” sendo 5 por vez devido ao espaço da pista de *street*, com duração de 30 minutos para cada participante desenvolver seu aprendizado.

A segunda oficina “Como montar seu *skate* adequadamente” acontecerá o mesmo horário na pista de *street* e com grupo de 20 pessoas, 5 por vez, e será ministrada pelo educador e skatista Silas Emigdio Ança Evaristo, da cidade de Jaguarão, contando com o apoio de dois auxiliares. Nessa ocasião, os participantes terão a oportunidade de aprender a montar cada parte de seu *skate*, desmontando e aprendendo a montar, com duração de 30 minutos as atividades. Salientando que as inscrições para as oficinas serão realizadas com em outubro em espaços públicos, escolas e universidade e na abertura do evento, no valor de R\$ 10,00, em um espaço específico para isto, e totalizando 40 inscritos, já, e o tempo para as duas oficinas será 3 horas.

A seguir será destinado 2 horas para o almoço, das 12h às 14h. O planejamento criou uma praça de alimentação com a participação de *food truck*, contudo a cidade oferece outras opções gastronômicas, como restaurantes, lancherias, etc. Posteriormente, das 14h às 15h reinicia-se as atividades culturais com a temática “Radicalize e Improvise já”. Uma hora

dedicado a improvisação de rap, visto que a música faz parte da cultura do *skate*, caracterizando o estilo individual de cada skatista, portanto, o palco estará livre para os participantes improvisarem um rap, com a palavra *skate*. O objetivo desta atividade é de desenvolver talentos, relacionados às experiências vivenciadas no evento, aliado ao seu estilo de vida. Salientando que todas as atividades culturais serão no palco da abertura oficial do evento.

Entre 15h e 15h30 min, reservamos um momento livre para manobras acompanhados de música com a presença de skatistas e ao som do skatista e DJ Furo. Após este momento para manobras, teremos um intervalo de 30 minutos para descanso. Para finalizar, teremos a apresentação final de *Freestyle* (estilo livre) das 17h às 18h30min, na pista de *street*, com skatistas e com a apresentação da banda local Blackout. O encerramento do I Jaguar *Skate* será entre 18h30min e 19h, e será destinado 30min, para agradecimentos as entidades apoiadoras e convidados, que terão direito a fala e a cerimônia será finalizada com uma foto coletiva.

Após o encerramento 19h será feito o pós-evento, a desmontagem de todos os equipamentos utilizados no evento e, posteriormente, a contabilidade.

5.6 NECESSIDADES ESTRUTURAIS (MATERIAIS E EQUIPAMENTOS)

Para o desenvolvimento do projeto é necessário estruturar todos os espaços com a infraestrutura necessária para o êxito do evento, para tanto serão necessários:

- Inscrições para as oficinas;
- Praça de alimentação (estrutura entorno da pista de *skate*);
- Estandes (produtos esportivos);
- Espaço para hidratação (água para participantes);
- Infraestrutura de apoio (ambulância);
- Palco e equipamentos;
- Banheiros químicos;

As inscrições para as oficinas “aprendendo no I Jaguar *skate*” e “como montar seu *skate* adequadamente”, será realizada em outubro em espaços públicos, como nas escolas, universidade, e na abertura do evento I Jaguar Skate, inscrições, conforme apresenta-se o item 1 da figura 4.

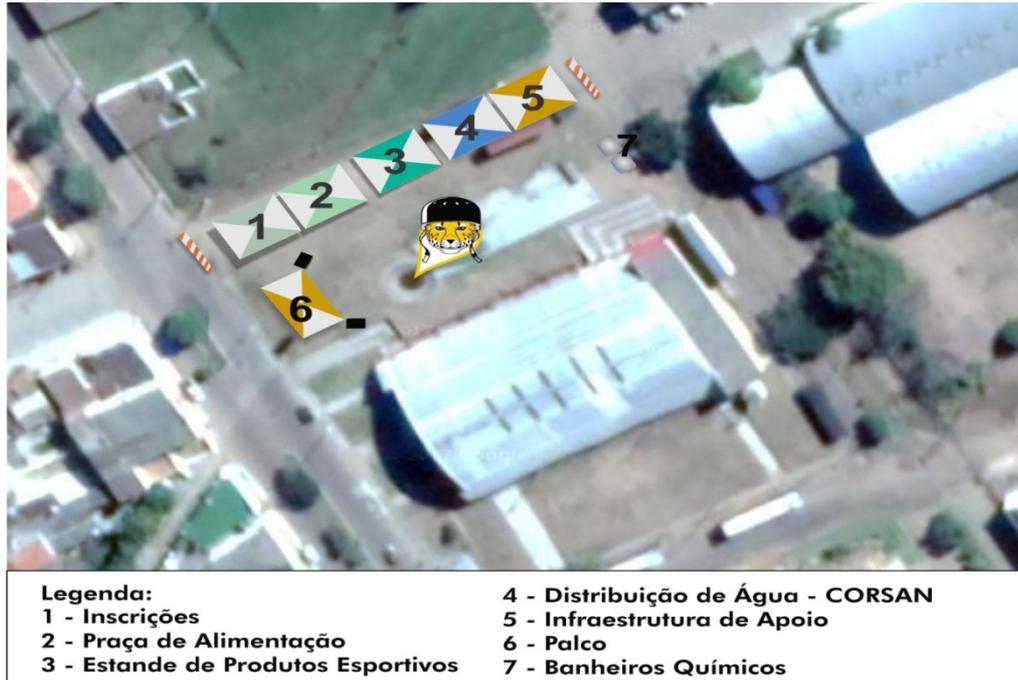
Na gestão de alimentos e bebidas do evento, pensou-se em trabalhar com uma praça de alimentação, somente com *food truck* e ambulantes. Cabe ressaltar que o espaço destinado para a praça de alimentação sugerido, apresenta-se no item 2 da figura 4. Além do espaço reservado para os estandes para a (comercialização de materiais esportivos) que os possíveis patrocinadores irão expor e vender seus produtos esportivos, contará com um espaço reservado para hidratação (tenda da CORSAN- Companhia Rio Grandense de Saneamento, (parceira do evento) que distribuirá água aos participantes. O item 4 da figura 4, ilustram como será a estrutura, e quem fará a fiscalização e controle deste espaço será a secretaria de finanças (parceira do evento).

Neste caso, será cobrado uma taxa municipal com valor fixo para um dia, na comercialização de alimentos e bebidas, como também para os estandes que comercializarão produtos esportivos e outros itens do gênero. A taxa cobrada será utilizada para custear parte do evento. Um espaço próximo para infraestrutura de apoio, apresentada no item 5, da figura 4, que contará com um ambulância e equipamentos necessário para alguma eventualidade que possa vir a ocorrer no evento.

O espaço cultural, contará com palco, instalação de sonorização, equipamento de iluminação, cabos e conexões, instrumentos musicais, áudio, microfone, caixa de som, computador e internet, e mesa de som para o DJ, conforme o item 6 da figura 4. Toda estrutura para a montagem do palco, materiais e equipamentos, deste item, ficará a cargo da Prefeitura Municipal (parceira do evento) juntamente com os organizadores do I Jaguar *Skate*. No entanto, sabe-se que próximo a este espaço, conforme o item 7 da figura 4, serão distribuídos os banheiros químicos, assim como as lixeiras estarão distribuídas em todos os espaços.

Para a melhor visualização destes espaços, a figura 4 mostra uma visão panorâmica.

Figura 4 - Visão Panorâmica do evento



Fonte: Maxus Comunicações

5.7 MARKETING DO EVENTO

O marketing do evento abrange um conjunto de relações interligadas, diretamente relacionadas às necessidades dos turistas e eficiência na execução do profissional em adaptar-se, estabelecendo sempre a relação de troca de valores e identificando assim as necessidades principais das pessoas, o que permitirá atingir o sucesso do evento. O Marketing é uma ferramenta utilizada para promoção de determinados produtos como, por exemplo, do I Jaguar *skate*. Conforme Portela e Silva (S/D), os elementos fundamentais do Marketing são os produtos e valores (que vai da criação do produto, preço como elemento de marketing), localização (lugar onde pode ser oferecido o produto), promoção (é a valorização do produto que se quer comercializar), publicidade (divulgar o produto para mídia).

O marketing é um processo contínuo que estabelece um conjunto de elementos pelos indivíduos e grupos, através da criação de valor do produto, visando um planejamento adequado e satisfatórios ao cliente. Quando se fala em marketing, logo pensamos na divulgação, mas na verdade é um equívoco, embora faça parte, mas o marketing nada mais é do que a criação de valor, é a promoção de publicidade, é saber valorizar o produto que irá ser comercializado, é customizar e identificar as oportunidades e não, se limitar a criar algo novo, mas aproveitar as potencialidades já existentes, buscando o perfil dos clientes e suas necessidades.

Uma boa pesquisa de mercado é essencial para entender essa demanda, a motivação de quem irá comprar o produto, pois o marketing faz parte de uma área empresarial que leva em conta o ponto de vista do cliente o que irá atraí-lo e é baseado nessas necessidades que o I Jaguar *Skate* busca aprimorar o comércio e o turismo local. Portanto, para fins de divulgação e marketing, foram elaboradas estratégias de publicidade, tais como logomarca do evento, flyer, camisetas e adesivos. Também foi elaborado um breve plano de divulgação.

5.7.1 Criação da Logomarca

A própria logomarca é uma estratégia de marketing utilizada para transmitir o conceito do evento, sobretudo para contribuir e construir uma imagem positiva do que é oferecido. Conforme Petrocchi (2008, p. 226) “no turismo, a construção da imagem do local é decorrente de associações e informações referentes ao destino, em que a marca representa um comprometimento de satisfação para o público-alvo”. Nesta direção salienta-se como foi construída a imagem da logomarca.

A ideia foi da autora da proposta, elaborada por Maxus Comunicações, no qual estabeleceu conexão direta ao nome do município, referentes a alguns aspectos históricos, há divergências em relação ao significado do vocábulo "Jaguarão", para alguns, segundo Alfredo de Carvalho, seria o aumentativo português da palavra tupi "jaguar" (onça); já para outros a corruptela da "jaguanharação" ou cão bravo ou onça brava.

A logomarca foi projetada para enriquecer a identidade do evento, transmitindo valores histórico-culturais do município através da marca. Assim, é possível notar que na logomarca consta a onça (representativa do nome do município) com capacete, sinalizando que estar-se-á atento a segurança dos participantes, pois todos desenvolverão as atividades com os itens de segurança obrigatórios. Abaixo da onça, consta parte do skate vista de um ângulo frontal, com seu conjunto formado pelo eixo, as duas rodas e os parafusos, mais conhecido como *truks* seguido do nome abreviado do evento. Para fechar a logomarca foi acrescentado três (3) estrelas, simbolizando o surgimento do *skate*, a propagação mundial do esporte e sua consolidação nos jogos olímpicos de 2020. A logomarca ainda apresenta o slogan do evento “Essa eu fiz por todos nós!” que representa todos os skatistas.

Figura 5 - Logomarca I Jaguar Skate



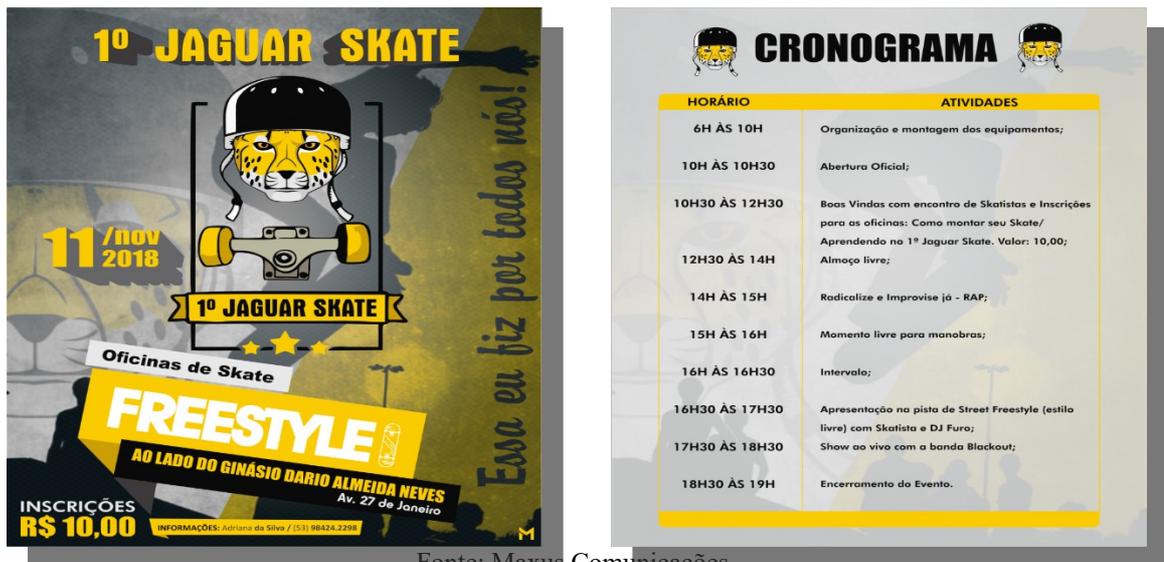
Fonte: Maxus Comunicações

Portanto, organizar eventos que possam difundir as potencialidades e peculiaridades locais, sobretudo quando ainda não estão prontos os atrativos nos destinos, é uma grande estratégia de divulgação e marketing e os gestores devem saber utilizá-la.

5.7.2 Criação do *Flyer* do evento

Na linha de materiais gráficos, optou-se pela elaboração e impressão de flyers, pois é mais econômico e contém as informações que são importantes. Este material também foi criado pela Maxus Comunicações, com o auxílio da responsável pela proposta (ver Figura 6).

Figura 6 – Flyer da proposta



Fonte: Maxus Comunicações

Cabe uma ressalva, as logomarcas de parceiros, patrocinadores, ainda não constam no material gráfico impresso, mas contará como uma das possibilidades de contrapartida da organização do evento para/com os referidos.

5.7.3 Breve plano de divulgação

O I Jaguar Skate será divulgado com antecedência de no mínimo seis meses, com objetivo de atingir além do público específico, entusiastas locais, regionais e turistas que estejam se programando para visitar Jaguarão e arredores.

A divulgação acontecerá através de página criada do evento nas redes sociais: facebook, Instagram. Além da divulgação em veículos de comunicação locais, tais como rádios e jornais.

Os materiais gráficos impressos (flyers) serão distribuídos na Ponte Internacional Barão de Mauá, assim como serão distribuídos na rede hoteleira, estabelecimentos de alimentação e postos de combustíveis.

Quanto aos materiais criados com a logomarca do evento, estes serão comercializados antecipadamente com o pessoal da organização do evento, assim como no dia, em estande próprio. Por meio das Figuras 7 e 8 é possível, visualizar alguns destes materiais.

Figura 7 - Camiseta I Jaguar Skate



Fonte: Maxus Comunicações

As camisetas serão vendidas sob encomendas e comercializadas nos tamanhos, P, M, G e GG, no valor de R\$ 50,00 cada. As opções de cores serão: cinza e preta.

No dia do evento, estará a disposição para comercialização 30 camisetas de tamanhos variados. E nas camisetas, no verso, conforme a figura 4 acrescentar-se-á a logo dos patrocinadores.

Figura 8 - Adesivos I Jaguar Skate



Fonte: Maxus Comunicações

Os adesivos também estarão disponíveis para a comercialização em três (3) tamanhos (P, M e G), ao custo de R\$ 2,00, R\$ 5,00, R\$ 10,00, respectivamente.

Todo valor arrecadado será para custear o evento.

5.8 POSSÍVEIS PARCEIROS

Para a realização deste evento estimam-se contar com o apoio de skatistas profissionais e amadores; estabelecimentos de *food trucks*; meios de hospedagem, através de descontos na hospedagem, assim como divulgação do evento, são eles: Corsan; Prefeitura Municipal por meio de secretarias diversas; e no setor privado. Buscar-se-á se apoio no comércio local, principalmente nas lojas de materiais esportivos, tais como: Normaus, Megastore, Élide calçados, Macapé, No trote esportes, lojas de produtos alimentícios e lojas do Uruguai. Além disso, também entraremos em contato com academias de ginásticas que pela própria atividade já incentivam a prática de esportes.

A primeira etapa desta proposta consiste em apresentar o esboço inicial do projeto, para à Prefeitura Municipal de Jaguarão, uma vez que o local de realização do evento é um espaço público. De maneira, integrada, realizar os ajustes necessários, e iniciar a fase de captação de recursos e, conseqüentemente, após a divulgação e execução do projeto. Na fase da organização do evento, a responsável pelo projeto Adriana Chagas comandará uma comissão organizadora, composta por membros da comunidade, da iniciativa privada e pública.

A parte da qualificação da pista ficará sob a responsabilidade da prefeitura e parceiros. Sem contar que o aporte financeiro necessário para a qualificação da pista, um investimento mínimo necessário para a realização do evento I Jaguar *Skate* estima-se R\$ 5.000.00.

Buscar-se-á cadastrar o projeto em fontes de apoio financeiro, assim como também se trabalhará com cotas de patrocínio e apoios.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho procurou discorrer sobre a criação e a possibilidade de um novo evento direcionado ao esporte, com o objetivo de identificar um cenário que descreva o turismo de eventos na cidade de Jaguarão, considerando aspectos de planejamento, organização e promoção para a realização do I Jaguar *Skate*, por meio do turismo. E, por meio desta proposta diversificada, despertar um novo olhar do público alvo, skatistas e sociedade geral sobre a relevância do turismo para o desenvolvimento do município. Nesse sentido, vislumbra-se que o turismo possibilita esta aproximação de propagar a cultura do *skate*, através de um evento denominado I “Jaguar *Skate*: Radicalizando o Turismo de Eventos Esportivos não Competitivos em Jaguarão-RS”, visto que o turismo vem se consolidando como uma importante atividade econômica, uma vez que ele tem o poder de deslocar pessoas de suas residências para os mais diversos destinos, por meio de distintas motivações, movimentando a economia local.

Através do turismo de eventos será possível desenvolver o processo de sensibilizar, conscientizar, e incentivar a prática do esporte, como um resgate cultural, buscando assim, agregar valor com elementos que contemplem as características da cultura local e que contribuam para o reconhecimento do *skate* e a sociedade, e desta maneira, propagar o *skate* como referência de esportes radicais no município fronteiro e região. Está proposta, em um primeiro momento, remete a não competição, no sentido de integrar a formação de novos adeptos ao esporte, oportunizando desde crianças, jovens e adultos, a vivenciar e experienciar novos momentos de entretenimento, assim como prestigiar um novo evento de esporte não competitivo na cidade. Em um segundo momento, estruturar a pista de *skate* e propagar a localidade através do turismo de eventos, inserindo este evento no calendário anual de eventos oficiais do município, como referência de esportes radicais. Salientando que a proposta nasce de uma iniciativa de evento, na perspectiva de gerar qualificações para o espaço já existente no município, por este motivo o termo “Turismo de eventos esportivos não competitivos”, uma vez que, nesta primeira edição o evento busca o reconhecimento do poder público e privado, pois a infraestrutura está inadequada para ser competitivo. Ao mesmo tempo idealiza-se, que na próxima edição, já estruturada, possa ser competitivo.

Já que um evento pode ser entendido como uma atividade com intuito de reunir pessoas com um objetivo afim. Torna-se imprescindível descrever a ênfase do projeto, que designa momentos de interação e troca de conhecimentos, pois o turismo é uma experiência, e os eventos são acontecimentos. Que de contextualização para a proposta, convém salientar

que no turismo de eventos esportivos, em regra, trata-se de competições. Porém, nas primeiras edições os eventos serão organizados com o intuito de divulgação e valorização da prática deste esporte, futuramente podem ser organizados eventos competitivos.

Assim, com a realização do evento em Jaguarão pode contribuir para a revitalização da pista de *skate*, despertando o gosto de novos praticantes, uma vez que se tem espaço adequado na cidade. Desta maneira faz-se necessário descrever que o *Skate* em Jaguarão é visto como uma atividade recreativa, por não haver evento de *skate* na cidade. E por muitas vezes com uma visão marginalizada do esporte em si, sobretudo, é explícito o preconceito e a discriminação referente ao skatista. Por um lado, o *skate* é um desafio, uma vez, que não possui infraestrutura adequada, diversos obstáculos que a cidade oferece, tornando difícil o acesso. Por outro lado, os skatistas utilizam de criatividade e tornam essas dificuldades em adaptações e obstáculos, como, adaptar rampas para a prática do *skate*. Sobretudo a cidade é privilegiada pela paisagem urbana e cultural, o que caracteriza a manifestação dos skatistas referente à cultura, também, torna o esporte mais radical, visto que a prática do *skate*, torna-se um meio de transporte alternativo, podendo deslocar-se de maneira rápida e prática e acompanhar o skatista em diversas pontos turísticos da cidade.

Esta descrição permite refletir sobre a necessidade e concentração de elementos caracterizadores referentes à prática do *skate* atrelado a saúde e também incluí-lo no processo de aprendizagem, como uma atividade de esporte e educação. Percebendo que, o *skate* sob a ótica cultural, reflete a individualidade singular de cada praticante referente à sua experiência e despertando-o de maneira a estabelecer ao seu significado.

Desta forma visualiza-se que o turismo de eventos oferece grandes oportunidades para o desenvolvimento do município, com potencial de atratividade, diretamente ancorados ao turismo. É nesse cenário que o turismo de eventos, tem se tornado, atualmente, um segmento do setor turístico, que atua como um indutor, orientando e motivando as diversas áreas de eventos, as quais contribuem de forma integrada ao desenvolvimento turístico.

O desafio que se colocou foi de criar uma nova oportunidade de diversificação turística em Jaguarão-RS, em que, todos envolvidos pudessem ter a oportunidade de acessar as atividades, gerar rendas, difundir o esporte, desmistificar e, desta forma, contribuir e criar novas possibilidades para desenvolver o turismo local e acredita-se que, mesmo de forma inicial, o objetivo tenha se efetivado.

Nesse sentido, respondendo ao questionamento inicial da pesquisa, “um evento esportivo não competitivo, na modalidade de *skate*, pode estimular a adesão de novos praticantes/entusiastas do esporte e gerar qualificações estruturais para as referidas áreas e

suas práticas?” É possível responder que se bem organizado, bem divulgado e com instrução e segurança é imaginável entender que sim, uma vez que o *skate* é uma modalidade esportiva que promove saúde e bem estar, além de ser uma manifestação cultural importante e significativa de Jaguarão.

Por meio da união de esforços, este evento pode ser o responsável pela qualificação da estrutura para a prática esportiva do *skate* em Jaguarão, e quiçá a criação de novos espaços.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. V. **Matriz de Avaliação do Potencial Turístico de Localidades Receptoras**. Tese (doutorado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2006.

ANDRADE, R. B. **Manual de Eventos**. Caxias do Sul: EDUCS, 2007.

ANSARAH, M. G. R. **Turismo: segmentação de mercado**. 4 ed. São Paulo: Futura, 1999.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE HOTÉIS. **Histórico do Turismo**. Disponível em: <<http://www.abih.com.br/principal/historia.php?cod=002>>. Acesso em: 29 agost. 2017.

BAHL, M. **Legados Étnicos & Ofertas Turísticas**. Curitiba: Juruá, 2004.

BRANDÃO, L. **A Cidade e a tribo Skatista: juventude, cotidiano e práticas corporais na história cultural**. Dourados: Ed. UFGD, 2011.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 5 ed. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

BESEN, F.; NETO, L. M. **Turismo de eventos esportivos - A avaliação da contribuição para economia da cadeia produtiva turística: um estudo de caso do Ironman Brasil 2005**.

Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/308641601_Turismo_de_eventos_esportivos_um_estudo_de_caso_do_Ironman_Brasil_2005_Tourism_of_sport_events_a_case_study_of_Ironman_Brazil_2005_Resumo>. Acesso em: 07 nov. 2017.

BEZERRA, D. M. F. (Org.). **Planejamento e gestão em turismo**. São Paulo: Roca, 2003.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Bauru: Edusc, 2002.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Dados e fatos turismo**. Disponível em:

<<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/espacoacademico/glossario/detalhe/T.html>> Acesso em: 13 mai 2017.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo e o Mercado**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmento de eventos em alta**. Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20111128-1.html> Acesso em: 15 jun 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: marcos conceituais**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf> Acesso em: 20 jun 2017.

BRASIL. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo. **Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 – Roteirização Turística / Brasília: Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, 2007.**

BRITTO, J.; FONTES, N. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

BROOKE, M. **The concrete wave: the history of skateboarding**. EUA: Warwick House Publishing, 1999.

BOURG, J. F.; GOUGUET, J. J. **Economia do Esporte**. Bauru: Edusc, 2005

CAMARGO, I. B. **O SKATE EM PORTO ALEGRE NOS ANOS 1970: uma história da primeira geração**. Trabalho de conclusão de graduação (Bacharel em Educação Física). Rio Grande do Sul, 2012.

CAMPOS, J. L. V.; SILVA, J. C. F. Levantamento dos espaços públicos em Jaguarão/RS para a prática do skate de rua, através do olhar fotográfico. In. SELBACH, Jeferson Francisco (org.). **Encontros culturais: textos reunidos**. Jaguarão: Selbach & autores associados, 2015.

CARNEIRO, J. B.; FONTES, N. D. **Turismo e eventos: instrumento de promoção e estratégia de marketing**. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63400/66143>>. Acesso em: 29 jun 2017.

CARVALHEDO, A., Turismo Esportivo. In: DACOSTA, L. (Org.). **Atlas do Esporte no Brasil: Atlas do Esporte, Educação Física e Atividades Físicas de Saúde e Lazer no Brasil**, 2004. Disponível em:<<http://www.confef.org.br/arquivos/atlas/atlas.pdf>> Acesso em: 18 jun 2017.

COOPER, C. *et al.* **Turismo, princípios e práticas**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

COSTA, L. P. **Questões da educação física permanente**. Rio de Janeiro: EDUSRJ, 1989.

DA CUNHA, B. J. S. **Dois séculos na Fronteira**. Porto Alegre: Evangral 2012. 312.p.

DE MARCO, A; JUNQUEIRA, F. C. Diferentes tipos de influências sobre a motivação de crianças numa iniciação esportiva. In: PICCOLO, V. L. N. (Org.), **Educação física escolar: ser ou não ter?**. Campinas: UNICAMP, 1993.

DEMO, P. **Conhecimento Científico**. Atlas: São Paulo, 2011.

DIAS, O. B. R. **Identidade: uma desconstrução crítica com um esboço e uma análise de identidade nacional e do caso brasileiro**. Dissertação de Mestrado. Universidade de Brasília, 2005.

DIAS, R.; CASSAR, M. **Fundamentos do marketing turístico**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

DIAS, R. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2008.

DIAS, G. O. **Skateboard para além do esporte: manifestação social e movimento cultural**. Dissertação de graduação (Bacharel em Ciências Sociais com habilitação em Sociologia). Brasília, 2011.

FALCONI, A. V. **Apropriação dos espaços: lazer, trabalho e violência na cidade de Sobral**. Disponível em: < <http://www.uvanet.br/rcgs/index.php/RCGS/article/download/94/122>>. Acesso em: 01 agosto 2017.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIACAGLIA, M. C. **Eventos: como criar, estruturar e captar recursos**. São Paulo. Cengage Learning, 2011.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6 ed. Atlas: São Paulo, 2011.

GIUGLIANO, R. G. **Os Dilemas da Identidade e da cultura na contemporaneidade**. Dissertação de Mestrado. Universidade de Brasília, 2002.

GUERIN, H.; FIGUEIREDO, T. F. de. **Turismo de eventos esportivos na cidade de Londrina-PR**. Disponível em: https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigo_3_0.pdf. Acesso em: 15 agosto 2017.

IBGE, **Censo demográfico 2010**. Disponível em: <http://ibge.gov.br/cidadesat/xtras/perfil.php?lang=&codmun=431100&search=rio-grande-do-sul|jaguar%E3o>. Acesso em: 10 agosto 2017.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

KOTLER, P. **Marketing**. São Paulo: Atlas, 1988.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KURTZMAN, J.; ZAUHAR, J. (2005). Sport tourism consumer motivation. In. *Journal of Sport Tourism*.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos da metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

LAPIERRE, J.; HAYES, D. The tourism satellite account. In. **Statistics Canada**. Ottawa, 1994.

LOHMANN, P. B. **A cidade do Rio de Janeiro sob a ótica do turismo de negócios, feiras & eventos**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação de Bacharel em Turismo). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008.

MATIAS, M. (Org.), **Planejamento, Organização e Sustentabilidade em Eventos: Culturais, Sociais e Esportivos**. Barueri: Manole, 2011.

MARCONI, M.A.; LAKATOS, E.M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTIN, V. **Manual prático de eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, D. P. **O Humaitá de Ontem de Hoje e de Amanhã: as transformações socioambientais de um bairro de Porto Alegre.** Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Geografia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2010.

MELO NETO, F. P. **Marketing de Eventos.** 2 ed. Rio de Janeiro: Sprint, 1999.

MELO NETO, F. P. **Criatividade em Eventos.** 4.ed; 1repressão_ São Paulo: editora contexto, 2008.

MOLINA, Sérgio. **Turismo: metodologia e planejamento.** São Paulo: Edusc, 2005.

MONTEJANO, M. J. **Estrutura do mercado turístico.** São Paulo: Roca, 2001.

NEGRI, C. A. S. Mega Eventos Esportivos e Desenvolvimento: Copa do Mundo. In: MATIAS, M.(Org.), **Planejamento, Organização e Sustentabilidade em Eventos: Culturais, Sociais e Esportivos.** Barueri: Manole, 2011.

NOLL, R. **Skateboard retrospective.** EUA: Schiffer Book, 2000.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e Desenvolvimento: Planejamento e organização.** 2 Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo.** (D. M. R. Corner, Trad.). São Paulo: Roca, 2001.

PETROCCHI, Mario. **Turismo, Planejamento e Gestão.** 2 ed. São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2009.

POIT, Davi Rodrigues. **Organização de eventos esportivos.** São Paulo: Phorte, 2006.

PONTES, J. IG ESPORTE. **Arena do Grêmio impressiona. Confira fotos e números do novo estádio.** Disponível em: <<http://esporte.ig.com.br/futebol/2012-12-08/arena-do-gremio-impressiona-confira-fotos-enumeros-do-novo-estadio.html>> Acesso em: 26 jun 2017.

POPULAÇÃO.NET. **População Humaitá – Porto Alegre.** Disponível em: <http://populacao.net.br/populacao-humaita_porto-alegre_rs.html>. Acesso em: 18 jun 2017.

PORTELA, A. C. M.; SILVA, E. C. **ESTRATÉGIAS DE MARKETING: UMA GARANTIA DE DIFERENCIAÇÃO DA COMMODITY PARA OS CONSUMIDORES.** Disponível em: <http://www.joinville.udesc.br/portal/professores/cristala/materiais/Artigo_Estrategias_de_Marketing.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2017.

RABAY, A. A. N. *et al.* Efeito muscular sobre a prática do skate na população de João Pessoa. In. **Revista Campo do Saber**, v. 1, n. 2, Julho/dezembro, 2015.

RIBEIRO, F. T. Legado de Megaeventos Esportivos Sustentáveis: a importância das instalações esportivas. In. DACOSTA, L. *et al.* **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008.

RUCHSMANN, D. V. de M. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. 15 ed. Campinas, SP, Papirus, 2010.

SANTOS, V. P. dos. **Caminhando através da história**. Porto Alegre: Evangraf, 2012.

SOUZA, C. F. de; MULLER, D. M. **Porto Alegre e sua Evolução Urbana**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

TENAN, I. P. **Eventos**. São Paulo: Aleph, 2002.

THEUNS, H. L. **International Tourism in Developing Countries: conditions and effects**. In. **Revue de Tourisme**. Berna, Aiest. N° 3, 1983.

VAVRA, T. G. **Marketing de Relacionamento**. São Paulo: Atlas, 1993.

ZANELLA, L. C. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. São Paulo: Atlas, 2008

WATT, D. C. **Gestão de Eventos em Lazer e Turismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Concepts and definitions**. Disponível em: <<http://www.world-tourism.org/facts/eng/methodological.htm#2>>. Acesso em: 29 agosto 2017.