



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

**PROPOSTA DE CRIAÇÃO DA “I FEIRA VIRTUAL DE TURISMO DE
JAGUARÃO/RS”**

**Jaguarão
2020**

ANA SELMA JORGE NOBRE

**PROPOSTA DE CRIAÇÃO DA “I FEIRA VIRTUAL DE TURISMO DE
JAGUARÃO/RS”**

Trabalho de Conclusão de Curso Projeto Aplicado I apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo da Universidade Federal do Pampa - Campus Jaguarão, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Alan Dutra de Melo

**Jaguarão
2020**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais).

NN754Pp NOBRE, ANA SELMA
PROPOSTA DE CRIAÇÃO DA "I FEIRA VIRTUAL DE TURISMO
DE JAGUARÃO/RS" / ANA SELMA NOBRE.
30 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação) - Universidade Federal do Pampa,
GESTÃO DE TURISMO, 2020. "Orientação: ALAN DE MELO".

1. TURISMO. 2. PANDEMIA. 3. EVENTO VIRTUAL. I. Título.

ANA SELMA JORGE NOBRE

**PROPOSTA DE CRIAÇÃO DA “I FEIRA VIRTUAL DE TURISMO DE
JAGUARÃO/RS”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo da Universidade Federal do Pampa Campus Jaguarão, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 09 de dezembro de 2020.

Banca examinadora:

Prof. Dr. Alan Dutra de Melo

Orientador

UNIPAMPA

Prof^a. Dr^a. Ângela Mara Bento Ribeiro

UNIPAMPA

Prof^a. Dr^a. Patrícia Schneider Severo

UNIPAMPA



Assinado eletronicamente por **ANGELA MARA BENTO RIBEIRO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 10/01/2021, às 10:10, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **PATRICIA SCHNEIDER SEVERO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 11/01/2021, às 11:13, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **ALAN DUTRA DE MELO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 12/01/2021, às 10:45, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [h
ps://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?
acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0](https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0442194** e o código CRC **16F3F07C**.

Dedico este trabalho aos meus filhos e em memória da minha mãe.

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente a Deus, por me permitir chegar até aqui, graças a ele tenho forças para enfrentar todas as adversidades que surgem em meu caminho.

Agradeço também ao meu orientador professor Dr. Alan Dutra de Melo, que aceitou conduzir o meu trabalho de pesquisa, me ajudando e me incentivando com suas orientações.

As minhas colegas/amigas, Milena e Samanta, que foram fundamentais em minha jornada acadêmica.

As minhas primas Dayane Jorge e Lidiane Jorge, que sempre me fizeram acreditar que eu conseguiria chegar até aqui, colaborando e muito para isto.

À todos os professores, vocês foram essenciais em minha jornada em especial a professora Dr^a Patrícia S. Severo e professora Dr^a Adriana Pisoni, por sempre me incentivarem a ir em frente a perseverar e nunca desistir. À pedagoga Silvia Ávila de Souza do Núcleo de Desenvolvimento Educacional, por ter me auxiliado nos momentos em que precisei.

Agradeço a minha mãe Gicelma (*in memoriam*) por me ensinar a me reinventar no amor materno, por me fazer acreditar que tudo é possível, até mesmo recomeçar.

Ao meu esposo Luiz, por me ajudar nas horas difíceis que enfrentei pela compreensão e paciência demonstrada durante o período do projeto, entendendo minhas ausências.

E um agradecimento mais que especial aos meus filhos Roni e Eduarda, pelo apoio e por acreditarem em mim e em minha capacidade, mesmo diante de todas as dificuldades. Afinal é tudo por eles e para eles sempre.

“Seja você quem for, seja qual for a posição social que você tenha na vida, a mais alta ou a mais baixa, tenha sempre como meta muita força, muita determinação e sempre faça tudo com muito amor e com muita fé em Deus, que um dia você chega lá. De alguma maneira você chega lá”.

Ayrton senna

RESUMO

Jaguarão tem 27.942 habitantes conforme IBGE, e nos últimos anos seu comércio sobrevive basicamente do turismo de compras devido a fronteira, através do município de Rio Branco. Com o início de uma pandemia mundial causada pela COVID-19, Jaguarão sofreu um forte impacto econômico, pois o comércio ficou aproximadamente 35 dias fechado. Como em todo o país, shows foram cancelados, museus, cinema e teatros fechados e com esse cenário, decidimos criar um evento virtual trazendo para a população do município de Jaguarão/RS um pouco de alegria e cultura, trazendo atrações, shows e exposições, promovendo os artistas locais e estimulando uma retomada de um turismo seguro de compras para a nossa cidade de fronteira. Foi realizada pesquisa bibliográfica abordando temas como o patrimônio histórico, história da cidade, turismo de eventos, turismo de compras e turismo cultural. Este Projeto Aplicado tem por objetivo criar a primeira feira virtual de turismo do município de Jaguarão/RS. Procurando valorizar os artistas locais e estimular o turismo através do virtual, destacando as belezas deste município. Para isso esse projeto aplicado se propõe a criar um evento virtual, com um site de divulgação do mesmo.

Palavras-chave: turismo; pandemia; evento virtual.

ABSTRACT

Jaguarão has 27,942 inhabitants according to IBGE, and in the last years its trade basically survives from shopping tourism due to the border, through the municipality of Rio Branco. With the beginning of a global pandemic caused by COVID-19, Jaguarão suffered a strong economic impact, as trade was closed for approximately 35 days. As in the whole country, shows were canceled, museums, cinema and theaters closed and with this scenario, we decided to create a virtual event bringing to the population of the city of Jaguarão / RS a little joy and culture, bringing attractions, shows and exhibitions, promoting local artists and encouraging a resumption of safe shopping tourism for our border city. Bibliographic research was carried out addressing topics such as historical heritage, city history, event tourism, shopping tourism and cultural tourism. This Applied Project aims to create the first virtual tourism fair in the municipality of Jaguarão / RS. Seeking to value local artists and stimulate tourism through the virtual, highlighting the beauty of this municipality. For this purpose, this applied project proposes to create a virtual event, with a website for its dissemination.

Keyword: tourism; pandemic; virtual event.

LISTA DE ABREVIATURAS

cap. – capítulo

f. – folha

IPHAE- Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico do Estado

IPHAN- Instituto Histórico do Patrimônio Artístico Nacional

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

UNESCO- Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

n. – número

org. – organizador

p. – página

v. – volume

LISTA DE SIGLAS

HTML - Hypertext Markup Language

HTTP - HyperText Transfer Protocol

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 14 |
| 1.1 Objetivo geral..... | 15 |
| 1.2 Objetivos específicos..... | 15 |
| 1.3 Justificativa..... | 15 |
| 1.4 Metodologia..... | 15 |
| 2.1 Breve histórico da cidade de Jaguarão/RS..... | 17 |
| 2.2 TURISMO CULTURAL E PATRIMÔNIO HISTÓRICO..... | 19 |
| 2.3 Turismo de eventos..... | 19 |
| 2.4 Turismo de compras no Brasil..... | 23 |
| 2.5 Impactos sociais e culturais do turismo de eventos para a comunidade local..... | 23 |
| 3 PROPOSTA DE CRIAÇÃO DA “1 FEIRA VIRTUAL DO TURISMO DE JAGUARÃO/RS”..... | 27 |
| 4 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES..... | 30 |
| REFERÊNCIAS..... | 32 |

1 - INTRODUÇÃO

Conhecer a história dos lugares, principais acontecimentos, antepassados, etnias, tradições, a cultura de um povo é importante, principalmente no contexto do turismo cultural. O município de Jaguarão localiza-se no extremo sul do estado do Rio Grande do Sul, fazendo divisa com a cidade de Rio Branco, Uruguai (conforme mapa disposto na Figura 01). Segundo Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), atualmente a população local estimada é de 28.000 habitantes, com uma área territorial de 2.051,021 km² (IBGE, 2016).

O recorte geográfico do projeto é o município de Jaguarão, localizado no estado do Rio Grande do Sul, Brasil. A cidade fica aproximadamente há 132 km de Petrolina e é a cidade de fronteira mais próxima da capital Porto Alegre, cerca de 348 km. O município pertence à região turística da Costa Doce, e é reconhecido neste cenário como uma Cidade Histórica pelo Instituto Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) devido ao patrimônio histórico e cultural, principalmente arquitetônico.

Destaca-se que no ano de 2011 o Patrimônio Cultural de Jaguarão, surge, como um importante recurso para o desenvolvimento local. Nesse aspecto, a Cidade com seu conjunto histórico e paisagístico foi tombado como descrito acima. Revela possibilidades de atração turística com sua localização geográfica, pois faz fronteira com o Uruguai. Além de traços de uma Cultura híbrida numa mescla da herança portuguesa e em proximidade com a cultura espanhola

Cabe ressaltar que os primeiros tombamentos ocorridos no município de Jaguarão foram em 1990 quando o IPHAE tombou o Teatro Esperança, o Mercado Público, as Ruínas da Enfermaria Militar e o Prédio do Antigo Fórum, fato esse que veio colaborar para o processo de patrimonialização da cidade. Mas foi em 2011 que o IPHAN realizou o maior tombamento em número de prédios, já registrado no Estado do Rio Grande do Sul, motivado pelo caráter histórico e paisagístico, trazendo novos desafios e apresentando potencialidades de implantar o seu patrimônio também como recurso turístico.

É uma cidade de porte pequena e sua economia gira basicamente em torno do comércio e o turismo é voltado para compras de devido à fronteira, Brasil X Uruguai. No primeiro trimestre de 2020, o mundo foi assolado com uma pandemia causada pela COVID-19, que acarretou um grande impacto econômico no Brasil, Jaguarão teve seu

comércio fechado por aproximadamente 35 dias, Rio Branco limitou a entrada, somente para cidadãos jaguarenses. Com isso o turismo diminuiu e o movimento no comércio caiu significativamente, aumentando também o desemprego.

Este projeto aplicado tem a intenção de criar um evento virtual, para estimular o turismo em Jaguarão, trazendo um pouco de cultura e mostrando as belezas desta pequena cidade.

1.1 Objetivo geral

Criar a primeira feira virtual de turismo do município de Jaguarão/RS.

1.2 Objetivos específicos

Valorizar os artistas locais, através de shows virtuais;

Apresentar atrações a serem convidadas futuramente;

Estimular o turismo futuramente através do virtual dando destaque das belezas do nosso município durante o evento;

1.3 Justificativa

Estamos vivenciando um momento de isolamento social, devido a pandemia da COVID-19, com isso no mundo todo shows foram cancelados, museus, cinema e teatros fechados e com esse cenário foi pensado em um projeto inovador trazendo para a população do município de Jaguarão/RS um pouco de alegria e cultura, com atrações, shows e exposições, promovendo os artistas locais e estimulando uma retomada de um turismo seguro de compras para a nossa cidade de fronteira. Sendo assim, justifico este.

1.4 Metodologia

Para desenvolver esse projeto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica buscando um amplo alcance de informações. Foram abordados temas como o turismo

cultural e patrimônio histórico, história da cidade, turismo de eventos e turismo de compras.

Para contar um pouco sobre a história da cidade de Jaguarão foi utilizado o livro de Cecchin (1979) e Rizzon (2016). Em seguida para tratar acerca dos temas Turismo Cultural e Patrimônio Histórico foi utilizado como autor Marujo (2016) e documentos disponíveis no IPHAN através do Ministério do Turismo (2010).

Para falar sobre turismo de eventos, foi utilizado autores como Silva (2003), Ansarah (1999), Martin (2003), Melo Neto (2001 e 2004), Lohmann (2008), Barretto (2003) e Nakane (2000).

Para embasar o turismo de compras, buscou-se Müller (2017) e se trouxe algumas reportagens recentes para que possível demonstrar alguns exemplos de algumas estratégias que já estão sendo tomadas.

A intenção neste projeto é criar um evento virtual e fazer sua divulgação através de um site, divulgando o link para a população através de redes sociais. A Prefeitura Municipal e demais agentes interessados, como: empreendedores locais, Universidade, Conselho Municipal de Turismo, entre outros, poderão colocar um telão no centro da cidade que poderá transmitir o evento para aqueles que poderão assistir no formato *drive in* e a população poderá assistir de casa, de um computador, laptop, ou até mesmo do celular/smartphone.

Neste ano já foram realizados diversos eventos online, como por exemplo, o POA *Drive-In Show*¹ que aconteceu em 27 de Junho de 2020, ao lado do Estádio Beira-Rio, sistema em que o espectador assiste a espetáculos sem sair de dentro do veículo. A programação contou com o Guri de Uruguaiana e muitos outros. Outro exemplo a ser citado é o evento “Corredores Iluminados -una charla sobre literatura, música y frontera”, que contou com a participação do sr. Alfredo Aquino (artista plástico e escritor), da Ana Laura Correa, que é uma jovem e talentosa cantora e do Sr. Hélio Ramirez, que nos brindou com música e poesia, além de muitos conhecimentos de vida.

¹ Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/musica/noticia/2020/06/poa-drive-in-show-tudo-o-que-voce-precisa-saber-para-curtir-o-evento-neste-fim-de-semana-ckbrbntnp00zz01628chkwj5r.html>.

REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Breve histórico da cidade de Jaguarão/RS

Deve seu primitivo nome, Guarda da Lagoa e do Cerrito, a um posto fortificado dos espanhóis situado a 6 quilômetros da atual cidade de Jaguarão. Em 1801, devido às questões militares entre Portugal e Espanha, estabeleceram-se as forças do Coronel Marques de Sousa. Ajustada a paz em virtude de armistício, a coluna Marques de Sousa retirou-se, ficando apenas uma pequena guarda de 200 homens sob o comando do Tenente-coronel Jerônimo Xavier de Azambuja. Foi o acampamento da guarda que, se estendendo até a eminência em que hoje assenta a cidade, deu início ao povoado (IBGE, 2010).

Quanto a alguns aspectos históricos, há divergência quanto o 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 suas origens se deram em um acampamento militar (1802), como, aliás, o tiveram vários municípios do Estado do Rio Grande do Sul (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 a 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 a 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. 322, de 23 de novembro de 1855 (IBGE, 2010).

O município de Jaguarão, está localizado na metade sul do Rio Grande do Sul, com distância de 387 Km da capital Porto Alegre pela rodovia da BR 116, 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, quando 1.500 caudilhos "blancos" invadiram e saquearam a cidade, chefiados por Basílio Munhoz. Foi nesta oportunidade que Jaguarão conquistou o título honroso de "Cidade Heróica", quando Coronel Manoel Pereira Vargas comandou a defesa da cidade (IBGE, 2010).

Sobre esse ponto, também relevante é o olhar atual sobre o fato, de acordo com Rizzon (2016), traz que a história que se conta nas ruas da cidade é que formou-se uma população de mulheres, velhos e crianças, pois os homens estavam no exército lutando no Uruguai, e para se defenderem usaram pelegos e água quente, correndo os castelhanos invasores do território brasileiro.

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.

Na obra "Jaguarão Ontem e Hoje" de Cecchin (1979, p. 122) o autor relata que

Em 1865, outra invasão na fronteira viria perturbar a paz dos jaguarenses. No dia 20 de janeiro chegou ao conhecimento do delegado que os caudilhos orientais Basilio Muñoz e Angel Moniz. Pertencentes à facção dos "Blancos²" pretendiam invadir o RS. Fizeram-no em seguida e dia 27 de janeiro a frente de 1500 homens cercavam a cidade, que era defendida pelo Coronel Manoel Pereira Vargas. Este tinha sob seu comando apenas 500 praças intimado a render-se, Vargas se recusou, travando-se intenso combate no qual os sitiados tinham o auxílio dos canhões dos vapores "Apa" e "Cachoeira". Não conseguindo seus intentos, os uruguaios retiraram-se, pilhando tudo que puderam. (CECCHIN, 1979, p. 122)

Nesse cenário, Jaguarão está localizado no extremo sul do país e fronteiro ao Uruguai, o município é visto, atualmente, pelo governo federal como alternativa de travessia internacional pelo rio Jaguarão, através da Ponte Internacional Barão de Mauá, inaugurada em 1930. A relevância patrimonial dessa Ponte e o que ela

² Conservadores do partido Nacional do Uruguai.

representa é um marco adjacente de duas culturas que dividem experiências culturais e acabam se tornando símbolo dessa fronteira.

2.2 Turismo cultural e patrimônio histórico

Diante da abrangência dos termos turismo e cultura, o Ministério do Turismo (MTur), em parceria com o Ministério da Cultura e o IPHAN, estabeleceu um recorte nesse universo e dimensionou o segmento na seguinte definição:

Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (BRASIL/MTur, 2010 p. 33).

O turismo cultural promove a cultura e a atividade turística. Muitos dos turistas são movidos pelo sentimento de aprender mais sobre uma determinada cultura e nem sempre estão com foco em algum destino específico. Esse nicho do turismo tem crescido consideravelmente nos últimos tempos, na Europa inclusive esse segmento tem contribuído não somente para o desenvolvimento econômico, como também, para mudanças sociais (MARUJO, 2016).

Há uma preocupação mundial em preservar os patrimônios históricos da humanidade, através de leis de proteção e restaurações que possibilitam a manutenção das características originais. Mundialmente, a UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Cultura, Ciência e Educação) é o órgão responsável pela definição de regras e proteção do patrimônio histórico e cultural da humanidade. No Brasil, existe o IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional). Este órgão atua, na gestão, proteção e preservação do patrimônio histórico e artístico. Quando um imóvel é tombado por algum órgão do patrimônio histórico, ele não pode ser demolido, nem mesmo reformado. Pode apenas passar por processo de restauração, seguindo normas específicas, para preservar as características originais da época em que foi construído.

Nesse sentido, em Jaguarão, na atualidade, através de iniciativa da Prefeitura Municipal, a revitalização da orla em curso, parece servir como provocação à

restituição desta memória, contribuindo para o fortalecimento da ideia de percepção do objeto patrimonial vinculado a qualificação dos espaços públicos de lazer e sociabilidade como de sua comunidade ou, mais especificamente, de seu grupo de convívio. Nesse sentido, entende-se que o turismo cultural e o patrimônio histórico e de eventos se relacionam diretamente com a proposta deste trabalho.

2.3 Turismo de eventos

Quando falamos de eventos, logo nos vem à cabeça alguma comemoração, festa ou diversão. Segundo (MELO NETO, 2001) um evento, é um entretenimento e independe de sua natureza e seus propósitos. Ainda para (MELO NETO, 2004)) *“é por meio da participação em eventos, que o homem moderno aprende e reaprende a ter emoções, desenvolve o seu senso crítico, aprimora suas visões, preza a liberdade e adquire maior sensibilidade”*.

O Turismo de Eventos é, atualmente, um segmento do setor turístico cujo crescimento mostra-se bastante evidente, por conta dos diversos benefícios que é capaz de gerar como, por exemplo, a redução da sazonalidade, um dos principais problemas enfrentados pelo Turismo. Do ponto de vista econômico, os eventos têm impactos importantes no que se refere à geração de negócios, renda e emprego nos locais de realização. (SILVA, 2003). Segundo o (IBGE, 2010) o mercado de eventos tem um crescimento anual de 14%.

De acordo com Ansarah (1999 p. 313), esse segmento do Turismo pode ser compreendido como:

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

Ainda com relação ao Turismo de Eventos, Britto e Fontes (2002, p.52) o conceituam como:

Segmento que cuida dos vários tipos de eventos que se realizam nas mais diversas áreas. São congressos, conferências, cursos, exposições, feiras, shows, simpósios, solenidades, por exemplo, que refletem o esforço mercadológico dos mais diversos setores, como as áreas médicas e de

saúde, culturais, econômicas, jurídicas, artísticas, esportivas, comerciais, ao ingressarem em seus mercados potenciais com novas tecnologias, descobertas científicas e produtos

O Turismo de Eventos tem elevada importância para uma cidade ou região, para o país como um todo, com vasto campo ainda a ser explorado. O turismo incentiva o desenvolvimento socioeconômico local, contribuindo para geração de empregos, rendas e criação de infraestrutura que beneficia não só o turista, como a população da cidade. (MARTIN, 2003)

Em um momento que é necessário contornar os efeitos da "alta e baixa estação", visando fomentar o turismo em diferentes épocas do ano, para existir um maior equilíbrio da demanda, o Turismo de Eventos apresenta-se como uma solução ideal para os destinos turísticos. Isso porque os promotores realizam seus eventos em época de baixa temporada, quando encontram facilidades em reunir um número significativo de participantes, ao mesmo tempo em que possuem vários locais dispostos a sediá-los. O turista não depende de férias para viajar e existem centenas de eventos que acontecem ao longo do ano, sendo possível, ainda, a criação de outros, dependendo do município ou região. (MARTIN, 2003)

Um evento movimenta um grande número de profissionais durante a sua realização, provocando uma grande movimentação econômica nas cidades sedes. É importante observar que o turista de eventos é motivado por interesses profissionais, mesclando atividades de trabalho e lazer, tornando-se um consumidor com grande potencial de consumo do item diversão. Outro aspecto importante do Turismo de Eventos é o fato do turista retornar depois, com a família, para os locais que mais lhe agradaram.

A partir desses conceitos, os congressos e os seminários, têm um papel importante no desenvolvimento do turismo regional. Eles se apoiam na necessidade das empresas pós-industriais de obterem e trocarem informações. Sendo assim, tanto as organizações e os encontros, como as convenções e exposições ocupam lugar de destaque no Turismo de Eventos. Seu desenvolvimento abrange um amplo e diversificado conjunto de atividades econômicas, com importância destacada no setor de serviços, na indústria e no comércio em geral. (SILVA, 2003)

Portanto, em termos econômicos o Turismo de Eventos pode gerar muitos benefícios, tais como incremento na receita global do local-sede do evento, (um turista

participante gasta três vezes mais do que um turista comum); melhora a imagem da cidade-sede do evento (o participante é um elemento divulgador do local). Além do emprego e da receita, e, igualmente, melhorias na infraestrutura como consequência do desenvolvimento do turístico. No aspecto social, a atividade do turismo, em região economicamente subdesenvolvida, pode oferecer meios de manter um nível de atividade econômica, o suficiente para evitar a migração de pessoas para as áreas mais desenvolvidas de um país.

É interessante destacar que é um costume associar o segmento de negócios ao de eventos visto que, participar de congressos, simpósios etc., muitas vezes, são os principais objetivos do turista que viaja a negócios (LOHMANN, 2008). Há autores ainda como Barretto (2003, p.21) que desconsideram a existência do turismo de negócios, afirmando que são viagens em que “há finalidade lucrativa e a pessoa não está indo por vontade própria.”

Nakane (2000, p. 54), afirma que “o turismo de negócios colabora na divulgação dos atrativos naturais, culturais e sociais da região sede do evento e usa os recursos em momento de baixa estação”, ou seja, quando a sua procura não é tão significativa por parte dos turistas de lazer.

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. Feiras e congressos vêm entrando em uma disputa cada vez mais acirrada, o que exige um planejamento e uma preparação das cidades brasileiras. (ANSARAH, 2000).

A indústria de eventos tem um desempenho significativo no estímulo para o desenvolvimento das micro e pequenas empresas que representam, no panorama econômico nacional cerca de 90% do total de empresas brasileiras, com 94% de atuação no setor de serviços, exercendo relevante papel na área de terceirização. Vale lembrar ainda que, em termos mundiais, o turismo é dos setores da economia que mais têm crescido nos últimos anos.

Nesse sentido, um evento pode promover conhecimento, lazer e ainda a imagem de pessoas e empresas que procuram destacar e elevar a sua importância perante a sociedade, bem trabalhado, pode se tornar uma grande fonte de recursos, e explorado de maneira correta poderá transformar toda a sociedade tradicional em uma sociedade de eventos.

Além de todas as vantagens econômicas e culturais do turismo de eventos, ele ainda alavanca o turismo de compras, uma vez que o turista que aqui chega, geralmente vai conhecer e comprar na fronteira.

2.4 Turismo de compras no Brasil

Segundo Müller (2017), as cidades gêmeas Santana do Livramento/Rivera formam um conglomerado urbano único e sem barreiras que limitem a circulação de pedestres ou de carros entre o território do Brasil e o do Uruguai. No lado uruguaio é que se encontra o comércio voltado para o turismo de compras. As lojas *free shop* se espalham em alguns quarteirões centrais da cidade de Rivera que podem ser esquadrihados a pé, e também em dois grandes *shoppings centers* que se localizam em zonas mais afastadas cujo acesso exige transporte específico.

Durante os finais de semana, sobretudo quando a cotação do dólar está mais favorável para os brasileiros, à cidade fica lotada com turistas que vêm de diversas cidades do Rio Grande do Sul e, em menor número, de outros estados do Brasil. Nas ruas estreitas da região central de Rivera, já de madrugada pode-se escutar o movimento de ônibus e vans em busca de um lugar para estacionar. Este não pode ser muito afastado do centro de comércio pois os veículos deverão ficar à espera do embarque das mercadorias que os viajantes trarão ao longo de sua jornada de compras. (MÜLLER, 2017)

Muitas pessoas viajam em excursões organizadas, sendo comum que familiares, colegas de trabalho e grupos de amigos combinam de se acompanhar nessas viagens que podem acontecer sob a forma de comboios de automóveis ou através da contratação de empresas que oferecem pacotes que incluem o transporte e a hospedagem. Em Santana do Livramento, alguns hotéis participam desses pacotes e oferecem a seus hóspedes transporte gratuito para levá-los até os *shoppings centers* que se localizam em Rivera, longe do centro da cidade. (MÜLLER, 2017)

A autora complementa que nos últimos anos, o que movimenta de fato as ruas de comércio das cidades uruguaias da fronteira com o Brasil é o público trazido por excursões rodoviárias que são organizadas de forma periódica para quem se dispõe a viajar exclusivamente para fazer compras. Essas excursões costumam ser

oferecidas pelas empresas com certa regularidade (uma vez por mês, de quinze em quinze em quinze dias) e de forma extraordinária na véspera de datas especiais como natal, páscoa, dia das mães, dia das crianças. (MÜLLER, 2017)

Müller (2017) enfatiza que as excursões de compras partem de diversas cidades do estado do Rio Grande do Sul e funcionam no esquema conhecido como bate-e-volta, isto é, os viajantes não pernoitam na cidade na maioria dos casos. Quando partem de lugares distante, as viagens são noturnas e chega-se à fronteira ao amanhecer. Depois de um percurso que pode durar entre 2 e 12 horas, dependendo da cidade de origem, os passageiros têm entre 5 e 7 horas para realizarem as compras antes de iniciarem a viagem de volta. Com exceção de alguns pacotes que oferecem café da manhã e também o acesso às instalações sanitárias em algum hotel, esses passageiros têm os ônibus em que viajam como única referência e apoio na cidade. Muitos viajam em carro individual.

De qualquer modo, o turismo movimenta o comércio também de restaurantes, cafés, padarias, confeitarias, lojas de artesanatos e de artigos de presentes, em alguns lugares como Quaraí que movimenta grande comércio calçadista, enfim, quem vem de fora pra comprar vem preparado para esse propósito.

A Ponte Internacional Barão de Mauá, separa Jaguarão e Rio branco e a cidade vive acerca do turismo de compras. Uma das características do turismo de compras, pelo menos nas cidades da fronteira Brasil/Uruguai, é que raramente a viagem é feita por indivíduos avulsos. Em geral, quem vai aos *free shops* são familiares que se deslocam conjuntamente, às vezes em mutirões de compras que são organizados com antecedência, tendo prioridades previamente definidas. Grupos de amigos e conhecidos também se programam tendo um objetivo comum (bebidas para uma festa, por exemplo). Alguns indivíduos participam dessas viagens apenas para colaborar com o projeto, fornecendo a sua cota de isenção fiscal. (MÜLLER, 2017)

2.5 Impactos sociais e culturais do turismo de eventos para a comunidade local

Os eventos sejam de ordem cultural, social, científica, desportiva, ambiental ou política, podem provocar impactos positivos ou negativos nas regiões ou localidades onde se realizam. Na área dos eventos, os impactos econômicos são os

mais estudados pelos investigadores. A maior parte das pesquisas sobre eventos tem ignorado ou menosprezado os impactos ambientais, socioculturais e políticos (MASON E KERRIDGE, 2006). Os autores argumentam que um dos motivos para esse cenário pode estar no fato das investigações serem financiadas pelos organizadores e, por isso, precisam ter um enfoque particular nos aspectos econômicos.

Por outro lado, os eventos tendem a ser vistos positivamente pelo setor público e privado, uma vez que esses dois agentes não identificam apenas os seus impactos econômicos, mas também os benefícios comerciais e promocionais (HALL, 1992). A realização de eventos é considerada bastante benéfica para as entidades governamentais e empresas porque é vista como uma forma de melhorar a imagem do local ou da região e também porque geram lucro.

Todavia, a crescente popularidade dos festivais e eventos, juntamente com os seus impactos positivos sobre as comunidades anfitriãs, conduziu a um crescente corpo de pesquisa sobre os impactos sociais que eles provocam nas comunidades anfitriãs (SMALL, 2008). Alguns investigadores desenvolveram instrumentos ou escalas para medir os impactos socioculturais em eventos. De uma forma geral, e no caso do turismo, os impactos socioculturais são manifestados através de vários aspectos que vão desde as artes, artesanato, costumes, rituais e arquitetura de uma comunidade até ao comportamento fundamental de indivíduos e grupos coletivos. No turismo,

[...] os impactos podem ser positivos, como nos casos em que o turismo preserva ou mesmo ressuscita as capacidades artesanais da população, ou aumenta o intercâmbio cultural entre duas populações diferentes. Os impactos também podem ser negativos, como a comercialização ou a degeneração das artes e do artesanato e a comercialização de cerimónias e rituais da população anfitriã. Os impactos podem prejudicar também o intercâmbio cultural, apresentando uma visão limitada e distorcida de uma das populações (COOPER *et al*, 2001 p. 202).

Há numerosos estudos sobre os impactos socioculturais que o turismo pode provocar em determinadas sociedades. Os impactos sociais do turismo podem ser subdivididos em três categorias: a) *O turista*: os turistas que frequentam eventos e interagem com a comunidade local; b) *O anfitrião*: a comunidade responsável por fornecer serviços aos turistas e em ambientá-los ao lugar e espaços visitados; c) *As inter-relações turista-anfitrião*: durante os eventos, a interação entre turistas e

anfitriões é evidente, desde o intercâmbio de diferentes experiências culturais até à construção de novas relações (DELAMERE, 1997; FREDLINE *et al*, 2003).

De fato, os impactos socioculturais ocorrem como resultado da interação única entre turistas, a área do destino e a respectiva população (SMALL, 2008). Cohen (2001) e Pearce (2002) sublinham que os impactos socioculturais podem ser sistematizados em dez categorias: a) o envolvimento da comunidade num sistema vasto; b) a natureza interpessoal das relações; c) as bases da organização social (tipo de família, transformação de uma população rural em urbana, composição sexual, etc.); d) o ritmo de vida social; e) a migração; f) a divisão do trabalho e o tipo de ocupação (aumento da procura de força de trabalho feminina); g) a estratificação (laboral e social); h) a distribuição do poder; i) o desvio dos costumes; j) a arte.

Segundo Santana (1997), estas categorias desenvolvem-se num contexto marcado pelos grupos envolvidos e as relações entre eles. O autor realça, ainda, que as viagens, com um fim turístico, a diferentes lugares do mundo, oferecem a oportunidade de ver, observar e, algumas vezes, de participar em culturas e modos de vida diferentes aos olhos do turista.

Por isso, considera que:

[...] os impactos socioculturais são impactos sobre as pessoas, isto é, os efeitos que sobre os residentes habituais e fixos da comunidade anfitriã têm as associações diretas e indiretas com os visitantes, aos que haveria de acrescentar os efeitos da atividade turística sobre os mesmos indivíduos que praticam o turismo e as suas sociedades de origem (SANTANA, 1997 p. 90).

Todos os eventos têm um impacto sociocultural direto nos participantes e na própria comunidade local (HALL, 1992; GETZ, 1991). Os impactos socioculturais dos eventos podem envolver uma vivência compartilhada e contribuir para o fortalecimento do orgulho local, da legitimação ou da ampliação dos horizontes culturais (ALLEN *et al*, 2003).

Por outro lado, e em termos de impactos políticos, os eventos podem contribuir para uma melhoria da imagem do local ou da região. Segundo Allen *et al*, 2003 p. 16

Os governos de todo o mundo perceberam a capacidade dos eventos de enriquecer o perfil dos políticos e das cidades e estados por eles governados. Eventos atraem visitantes; portanto, geram benefícios econômicos e empregos. Essa potente mistura tem mobilizado os governos a tornarem-se os participantes mais importantes na proposta, recepção e produção de eventos de grande porte.

É importante reconhecer que os eventos contêm valores que ultrapassam os simples impactos econômicos positivos. O homem é um animal social e as celebrações exercem um papel-chave no bem-estar da estrutura social. Os eventos podem engendrar coesão, confiança e autoestima social. Eis a fonte do seu poder e da sua influência política, e a razão pela qual os eventos sempre irão refletir e interagir com as suas circunstâncias política e meio ambiente (ALLEN *et al*, 2003).

O turismo de eventos é um forte aliado para desenvolver o turismo de uma região, especialmente os que envolvem valores culturais, sendo utilizado como um apoio ao desenvolvimento de uma região com grande importância econômica e sociocultural.

3 PROPOSTA DE CRIAÇÃO DA “I FEIRA VIRTUAL DO TURISMO DE JAGUARÃO/RS”

Neste capítulo, propõe-se apresentar a criação de um evento, intitulando-o "**I Feira Virtual do Turismo de Jaguarão/RS**".

Com a parada do turismo, que acabou por impactar economicamente, Jaguarão e região, estamos caminhando para um turismo seguro. Para tal, temos que nos preparar para uma retomada de um turismo seguro e podemos usar como exemplo como o evento “Corredores Iluminados -una charla sobre literatura, música y frontera”, que contou com a participação do sr. Alfredo Aquino (artista plástico e escritor), da Ana Laura Correa, que é uma jovem e talentosa cantora e do Sr. Hélio Ramirez, que nos brindou com música e poesia, além de muitos conhecimentos de vida.

Além do turismo de compras com os *free shops*, Jaguarão também tem a Motofest em Janeiro e o maior Carnaval do sul do país.

Será feito um evento virtual é para contribuir e talvez estimular para a volta do turismo seguro em Jaguarão. Mas principalmente, tem a pretensão de levar um pouco de cultura, planejamento e debate sobre o turismo para o ambiente virtual, com exposições, música e outras atrações que poderão ser definidas futuramente. Haverá um debate sobre o turismo de compras com a participação de convidados uruguaios que serão anunciados próximo a data do evento.

O evento será realizado na Orla do Rio Jaguarão, podendo ser assistido em forma *drive in* pelos dois lados da fronteira e será transmitido e divulgado através *online Sympla*, que é uma plataforma que conecta pessoas e tem um grande acervo de eventos, proporcionando muitas experiências a quem cria e quem assiste ao evento. A plataforma possibilita criar, organizar, gerir e divulgar eventos proporcionando ao participante uma pluralidade de opções. Para utilizar o Sympla é necessário acessar o site www.Symppla.com.br ou baixar o aplicativo no celular.

O evento será realizado em parceria com a prefeitura municipal de Jaguarão e comerciantes interessados em apoiar e divulgar seu empreendimento, para que não haja gastos. O evento ainda não tem data definida e será feito de forma gratuita para a população.

O objetivo do evento é levar conhecimento e entretenimento ao público em geral, com uma agenda diversificada, de forma gratuita. Enfatizando a importância da cultura, da preservação do patrimônio e do turismo para Jaguarão e região.

4 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Ao fim deste trabalho, podemos concluir a importância que o turismo de eventos vem tendo no decorrer dos anos, auxiliando no crescimento socioeconômico de uma região, pois ele impulsiona a economia devido ao grande universo deste nicho do turismo, além de enriquecer a vida do indivíduo emocionalmente e socialmente.

O tema deste trabalho surgiu da necessidade de proporcionar momentos de lazer, trazendo cultura e entretenimento de forma segura em tempos de pandemia, visto que sediar um evento é uma forma de promover a imagem de um local.

Jaguarão, é uma cidade que tem o turismo voltado para as compras e a proposta deste projeto aplicado é trazer algo inovador e mesmo com o isolamento social, levar o nome do município para o Brasil, mostrando que o turista pode vir e além de fazer compras, pode também apreciar a beleza histórica e cultural desta cidade.

.Neste trabalho, foi feito um estudo bibliográfico, e pretende criar a I Feira Virtual de Turismo de Jaguarão, procurando valorizar os artistas locais através de shows virtuais, com bandas, grupos de dança, entre outros apresentando atrações diversificadas; estimular o turismo através do virtual dando destaque das belezas do município durante o evento, podendo acrescentar valor no turismo da cidade. Isto no formato *drive in*, que poderá ser assistido por toda a comunidade, com transmissão no Youtube abrangendo um público maior e promovendo o município de Jaguarão. Pretende-se estimular o turismo proporcionando cultura e lazer. Atrair novamente o turista para a nossa fronteira sul. Necessitamos de movimentação turística motivada não só pelas compras, que é a principal forma de turismo em Jaguarão, mas também pela beleza histórica e cultural deste município, explorando outras modalidades de turismo.

Este projeto ainda não apresenta resultados, pois é o planejamento de um evento, mas se entende que para obter sucesso é necessário um bom planejamento com bases sólidas envolvendo a iniciativa pública, privada e ainda toda a comunidade.

Este estudo foi enriquecedor, acrescentando conhecimento mais aprofundado a respeito do turismo de eventos, pois antes tinha-se apenas a ideia dos conceitos básicos. Pretende-se dar continuidade a este estudo e desenvolver o projeto, tanto para ter mais conhecimento, quanto para o crescimento deste tipo de turismo na

cidade de Jaguarão, por acreditar que o turismo de eventos, em especial os que envolvem valores culturais auxiliam para o desenvolvimento de uma região.

REFERÊNCIAS

- ALLEN, J.; MCDONALD, I. e WILLIAM, O. (2003): **Organização e Gestão de Eventos**. CAMPUS, São Paulo.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Turismo, Segmentação de Mercado**. São Paulo: Futura, 1999.
- ANSARAH, M. G. dos R. (Org.). **Turismo : como aprender, como ensinar**. São Paulo: SENAC, 2000.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. São Paulo: Papirus, 2003.
- BRASIL, MTur. **Turismo Cultural – Orientações básicas**. 3ª Edição. Brasília, 2010.
- BRITTO, Janaína, FONTES, Nena. **Estratégias para eventos: Uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.
- CECCHIN, Noeli Schiller. **Jaguarão ontem e hoje**. 1979.
- COOPER, C. *et al.* **Tourism: principles and practice**, 3.ª Ed., Pearson Education Limited, England, 2005.
- DELAMERE, T. *et al.* **Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, part 1: Item generation and purification of the measure**. *Event Management*, 7, p. 11–24, 2001.
- FREDLINE, E.; JAGO, L. e DEERY, M. **The development of a generic scale to measure the social impact of events**. *Event Management*. 8 (1), p.23-37, 2003.
- GETZ, D. **Festivals, Special Events and Tourism**. Van Nostrand Reinhold, New York.
- HALL, C. (1992): **Hallmark Tourist Events: The Impacts, Management, and Planning of Event Tourism**. Belhaven Press, London, 1992.
- IBGE, **Censo demográfico, 2010**. Disponível em: http://ibge.gov.br/cidadesat/xtras/perfil.php?lang=_EN&codmun=431100&search=rio-grande-do-sulljaguarao. Acesso em: 07 març. 2020.

LOHMANN, Paola Bastos. **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). Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008.

MARUJO, Noèmi, **O estudo acadêmico do turismo cultural**. Vol 8, Nº 18. Turydes Revista Turismo e Desarrollo local. Universidade de Évora. 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/290997938_O_ESTUDO_ACADEMICO_D_O_TURISMO_CULTURAL. Acesso em: 01 març. 2020.

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

MELO NETO. F. P. de. **Marketing de eventos**. 3.ed. Rio de Janeiro: Sprint,2001.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Criatividade em eventos**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2004.

MÜLLER. Lúcia Helena Alves. **A construção da fronteira nacional como mercado: turismo de compras na fronteira Brasil/Uruguai** . Estud. sociol. Araraquara v.22 n.43 p.283-297 jul.-dez. 2017.

NAKANE, Andréa . **Organização e Gestão de Eventos**. São Paulo: SENAC, 2004.

RIZZON, Carlos Garcia. **Conflitos fronteiriços no preâmbulo da Guerra do Paraguai**. Vol 12 N 2 2016. ISSN 1981-4526. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/NauLiteraria/article/viewFile/76270/43575>. Acesso em: 30 nov. 2020.

SILVA, Nilza Costa da. Turismo de Eventos. **Revista Turismo**. Maio, 2003. Disponível em: <https://www.revistaturismo.com.br/artigos/eventos.html>. Acesso em: 27 ago. 2018.

SMALL, K. **Social Dimensions of Community Festivals: An Application of Factor Analysis in the Development of the Social Impact Perception (SIP) Scale**. *Event Management*.11 (1-2), p.45-55, 2008.

SMALL, K. *et all*. **A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a (small) festival**. *International Journal of Event Management Research*. 1 (1), p. 66–77, 2005.

SANTANA, A. **Antropología y turismo. Nuevas hordas, viejas culturas?** Ariel, Barcelona, 1997.