

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS
ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E TURISMO
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO**

KAREN ALLEN CANDIDO DE SOUZA VASCONCELOS

EVENTOS E SUSTENTABILIDADE: o carnaval da Banca da Bica (Manaus-AM)

**MANAUS
2019**

KAREN ALLEN CANDIDO DE SOUZA VASCONCELOS

EVENTOS E SUSTENTABILIDADE: o carnaval da Banca da Bica (Manaus-AM)

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito obrigatório para a obtenção de nota do Trabalho de Conclusão de Curso II do curso de Turismo da Escola Superior de Artes e Turismo da Universidade do Estado do Amazonas.

Orientadora: Profa. Glauécia Teixeira da Silva, D.ra.

MANAUS
2019

KAREN ALLEN CANDIDO DE SOUZA VASCONCELOS

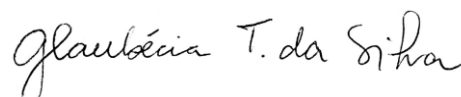
EVENTOS E SUSTENTABILIDADE: o carnaval da Banca da Bica (Manaus-AM)

Monografia apresentada, avaliada e aprovada pela Comissão Examinadora e referendada pelo Colegiado do Curso de Turismo da Universidade do Estado do Amazonas como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Manaus (AM), 25 de Junho de 2019.


Comissão Examinadora:
Presidente:

Profa. Glaubécia Teixeira da Silva, Dra.



Orientadora

Membro 2:



Profa. Susy Rodrigues Simonetti,
Dra. Universidade do Estado do Amazonas

Membro 3:



Profa. Edilza Laray de Jesus,
Dra. Universidade do Estado do Amazonas

A minha mãe,
Elisângela, a minha avó, Vilany e ao
meu irmão, Carlos Eduardo. Sempre
foi tudo por mim e por eles. Amores
da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que me deram força, apoio e incentivo para continuar.

Agradeço a minha mãe por estar sempre ao meu lado.

Em especial a Nathy, por toda ajuda e por me acalmar no desespero.

Ao Biel, pelo empréstimo do computador.

Ao Dielcy, secretário do Curso de Turismo, por sempre ter estado tão disposto a ajudar.

A cada uma das professoras maravilhosas que me ensinaram muito mais sobre o Turismo e foram inspiração.

Agradeço a UEA pela chance de cursar uma graduação em universidade pública e pelas oportunidades proporcionadas.

A todos que mantêm a Esat funcionando.

E agradeço a cada um que acreditou e me fez acreditar.

RESUMO

Os eventos são importantes para a geração de renda em uma localidade e, para o Turismo, é um meio de contornar o problema da sazonalidade, atraindo visitantes em diferentes épocas do ano e de todos os perfis. Como qualquer outra atividade econômica, quando aliados à sustentabilidade, os eventos possuem muito mais relevância, unindo o desenvolvimento econômico, responsabilidade social e preservação do meio ambiente. O Turismo de Eventos é de suma importância como meio de atrair uma demanda turística maior ao destino, promovendo positivamente a sua imagem e fazendo com que o visitante queira conhecer ainda mais o que há na localidade que o recebe. Diante da atratividade que o Carnaval possui e por sua característica cultural de reunir milhares de pessoas em um determinado momento, estudou-se a tradicional Banda da Bica, com acontecimento no centro histórico de Manaus, e o uso de estratégias sustentáveis desde seu planejamento até sua realização através da coleta de dados por aplicação de questionário e observação do evento e um método monográfico, com os objetivos de analisar a gestão do evento Banda da Bica, identificar as estratégias de sustentabilidade utilizadas durante a realização do evento, mostrar os aspectos positivos e negativos que favoreçam ou desfavoreçam a sustentabilidade do evento e indicar como os eventos culturais podem tornar-se sustentáveis e contribuir para o desenvolvimento do Turismo na cidade de Manaus. Por meio desta pesquisa, verificou-se que pouco se conhece e se pratica a respeito da sustentabilidade e como ela pode ser aplicada nos eventos.

Palavras-chave: Turismo de Eventos; Banda da Bica; Sustentabilidade.

ABSTRACT

Events are important for the generation of income in a locality and, for Tourism, it is a means of getting around the problem of seasonality, attracting visitors at different times of the year and of all profiles. Like any other economic activity, when allied to sustainability, events have much more relevance, uniting economic development, social responsibility and preservation of the environment. The Tourism of Events is of paramount importance as a means of attracting a greater tourist demand to the destination, positively promoting its image and making the visitor want to know even more what is in the locality that receives it. Faced with the attractiveness of Carnival and its cultural characteristic of gathering thousands of people at a given moment, the traditional Banda da Bica was studied, with an event in the historical center of Manaus, and the use of sustainable strategies from its planning to its the collection of data with interviews and bibliographical and documentary research, with the objectives of analyzing the management of the Bica event, identifying the sustainability strategies used during the event, showing the positive and negative aspects that favor or disfavor the sustainability of the event and indicate how cultural events can become sustainable and contribute to the development of Tourism in the city of Manaus. Through this research, it was verified that little is known and practiced about sustainability and how it can be applied in events.

Key-Word: Event Tourism; Events; Sustainability.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – Banda da Bica	35
--------------------------------	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

OMT	Organização Mundial do Turismo
MTUR	Ministério Do Turismo
MANAUSCULT	Fundação Municipal de Cultura, Turismo e Eventos
AMAZONASTUR	Empresa Estadual de Turismo do Amazonas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	TURISMO E SUAS DEFINIÇÕES	13
2.1	DIFERENTES CONCEITOS DE TURISMO	13
2.2	IMPORTÂNCIA ECONÔMICA DO TURISMO	14
2.3	TURISMO, SUSTENTABILIDADE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	15
2.4	O QUE É E QUAL A IMPORTÂNCIA DO TURISMO DE EVENTOS.....	18
3	OS EVENTOS E SUA IMPORTÂNCIA	20
3.1	CONCEITO DE EVENTO	20
3.2	CLASSIFICAÇÃO DOS EVENTOS.....	21
3.3	EVENTOS SUSTENTÁVEIS.....	22
3.4	O CARNAVAL E SUA IMPORTÂNCIA PARA O TURISMO	28
3.5	BANDA DA BICA	30
3.5.1	ORGANIZAÇÃO DA BANDA DA BICA	31
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	33
4.1	FORMA DE ABORDAGEM DA PESQUISA	33
4.2	OBJETIVOS METODOLÓGICOS.....	33
4.3	COLETA DE DADOS.....	33
4.4	ANÁLISE DOS DADOS	33
4.5	MÉTODO	34
4.6	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	34
4.6.1	RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL A PARTIR DO EDITAL DE CHAMADA PÚBLICA.....	35
4.6.2	PLANEJAMENTO E ORGAZIÇÃO DO EVENTO BANDA DA BICA.....	36
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
	REFERÊNCIAS	43

1 INTRODUÇÃO

O Amazonas possui uma imensa cobertura florestal original além de uma vastidão de rios, lagos e igarapés, o que torna o contato com a natureza amazônica inesquecível. Além do mais, possui uma cultura intensa, variando do Boi Bumbá às óperas.

Manaus é a porta de entrada para quem busca conhecer e se aventurar pela maior floresta tropical do mundo. Sendo uma cidade rica culturalmente e com uma biodiversidade de fauna e flora extremamente diversificada e exuberante, espera-se que a mesma seja um referencial de preservação e sustentabilidade, o que pode ser um atrativo cada vez maior para os segmentos de Ecoturismo e Turismo de Aventura, por exemplo.

O Turismo de Eventos é um dos segmentos turísticos o qual tem se apresentado bastante promissor em termos de crescimento nos últimos tempos, pouco atingido com a sazonalidade, e é de suma importância como meio de atrair uma demanda turística maior para o destino e promover a imagem fazendo com que o visitante queira conhecer ainda mais o que há na localidade que o recebe. Dentre as festas populares mais conhecidas mundialmente destaca-se o carnaval como manifestação cultural que pode adquirir diferentes significações dependendo do contexto em que está inserido.

No Brasil, o carnaval é a festa popular que reúne irreverência e crítica, exatamente como a Banda da Bica, em Manaus, tendo um grande papel para atingir esses objetivos, uma vez que as mesmas trazem a participação de moradores e contam um pouco da história e cultura de determinada região, tornando-se um atrativo turístico de grande valor a cidade.

Associando tal fato com os benefícios que o segmento de eventos proporciona, como a promoção turística de uma cidade, e a preocupação crescente com o desenvolvimento sustentável de uma localidade, pensa-se na importância desse estudo para a orientação de mais pesquisas sobre a relação de estratégias sustentáveis em eventos e a efetividade das ações adotadas pelos seus gestores, uma vez que há poucos estudos acadêmicos a respeito. A partir dessa abordagem, será possível entender como esse fato pode afetar na atividade turística da região, importante meio econômico para diversas famílias.

Para a pesquisadora, a pesquisa é pertinente, pois se vê um grande potencial de uso dessa festa para conscientizar os moradores locais sobre a importância do cuidado com o meio ambiente onde vive, o que, conseqüentemente, cria-se um potencial da mesma para atrair mais turistas à cidade, motivados pelo querer conhecer a cultura local e por sermos um destino potencial de consciência ambiental. Diante disso, pensa-se no seguinte problema: estratégias sustentáveis são utilizadas no evento Banda da Bica e causam significativo impacto?

O trabalho tem como objetivo geral analisar a gestão do evento Banda da Bica e como objetivos específicos identificar as estratégias de sustentabilidade utilizadas durante a realização do evento banda do Bica, mostrar os aspectos positivos e negativos que favoreçam ou desfavoreçam a sustentabilidade do evento e indicar como os eventos culturais podem tornar-se sustentáveis e contribuir para o desenvolvimento do Turismo na cidade de Manaus.

Diante disso, a pesquisa traz definições e conceitos sobre o Turismo e seus segmentos (o Turismo Sustentável e o Turismo de Eventos), a importância econômica dessas atividades para a localidade onde há sua prática, o que é o carnaval e a Banda da Bica realizada na cidade de Manaus. A metodologia utilizada possui uma abordagem qualitativa, com os objetivos metodológicos sendo pesquisa bibliográfica e documental, a coleta de dados por aplicação de questionário e observação do evento e um método monográfico para se chegar aos objetivos e, por fim, os resultados e conclusões.

2 TURISMO E SUAS DEFINIÇÕES

O turismo é uma das atividades mais antigas praticadas pelo homem, na sua busca de novas descobertas, em lugares distantes de sua moradia, tendo como base a necessidade de relaxamento e a troca de valores culturais e econômicos (DUARTE, 2007). Barretto (2001, apud MATOS, 2017) afirma que há autores que situam indícios do começo do turismo no século VII a.C., na Grécia, quando as pessoas viajavam para ver os jogos olímpicos, mas a atividade como é reconhecida atualmente é bem mais moderna.

Em relação ao turismo moderno, Barretto (2001, p.51), citado por Matos (2017), discorre que “no século XIX, após o advento da Revolução Industrial (século XVIII), começaram as primeiras viagens organizadas com a intervenção de um agente de viagens”, tal fato caracterizou o início da fase moderna do turismo.

Em 1841, Thomas Cook juntou cerca de quinhentas e setenta pessoas para levá-las a um encontro em *Loughborough* (Inglaterra) (MATOS, 2017). Segundo Barretto (2001, apud MATOS, 2017), Cook comprou e revendeu os bilhetes, caracterizando assim, a primeira viagem agenciada e, a partir de então, ele realizou outras viagens semelhantes à primeira, totalizando 222 dias. Após um tempo, suas inovações marcaram a entrada do turismo no âmbito comercial e, no âmbito social, promoveu avanços significativos e permitiu que as viagens ficassem mais acessíveis às pessoas com menos recursos financeiros (MATOS, 2017).

Conforme Dias e Aguiar (2002, apud MATO, 2017), no final do século XX, o turismo tornou-se uma das atividades econômicas mais importantes do mundo. Sabe-se que o turismo produz efeitos em diferentes setores da economia e, muitas vezes, é visto como uma solução rápida para os problemas econômicos e sociais de uma determinada região, além de ser um importante meio de desenvolvimento pela geração de inúmeros empregos, tanto de forma direta ou indireta. (MATOS, 2017).

2.1 DIFERENTES CONCEITOS DE TURISMO

O turismo, de acordo com Goeldner (2002, p.23), pode ser conceituado como “a soma de fenômenos e relações originados da interação de turistas, empresas,

governos locais e comunidades anfitriãs, no processo de atrair e receber turistas e outros visitantes.”

O turismo é um composto de atividades, serviços e setores que proporcionam uma experiência de viagem: estabelecimentos de transporte, hospedagem, alimentação, compras, entretenimento, locais para atividades e outros serviços de hospitalidade disponíveis para indivíduos ou grupos que estejam viajando para longe de onde vivem com diferentes motivos.

De la Torre (1992), citado por Barretto (2012, p.13, apud MATOS 2017) afirma que:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações, de importância social, econômica e cultural.

A Organização Mundial do Turismo (1994) elaborou a definição de Turismo indo além da imagem de “sair de férias”,

O Turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, por lazer, negócios ou outros.” (SANCHO, 2001, p.03, apud DUARTE, 2007).

A definição em comum sobre o que é Turismo é a de que há um deslocamento do seu lugar de origem a um outro local sem fixar moradia neste. O deslocamento, a procura do lazer, pelo prazer, é o núcleo da atividade turística, mas não se limita a isso. No momento em que uma pessoa se dispõe a sair do seu lugar para conhecer outros, mesmo não sendo seu motivador principal, como as viagens de negócios e eventos, ela vai usufruir dos serviços turísticos oferecidos e, e algum momento de intervalo de suas obrigações, ela conhecerá o lugar tal qual um turista motivado pelo lazer. Acabamos reduzindo a demanda turística no momento em que a restringimos apenas ao lazer (Lemos, 2001 apud DUARTE, 2007).

2.2 IMPORTÂNCIA ECONÔMICA DO TURISMO

O Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTTC, na sigla em inglês) tem

medido o impacto econômico do turismo desde 1991, de acordo com Goeldner (2002), gerando relatórios que buscam aumentar a conscientização quanto à importância econômica e social do turismo, contribuindo para a tomada de decisões por gestores públicos e privados do ramo. Segundo pesquisa (2019) elaborada pela consultoria britânica *Oxford Economics*, a contribuição ao Produto Interno Bruto (PIB) cresceu 3,1% em 2018, totalizando US\$ 152,5 bilhões (8,1%) no Brasil. Em relação ao volume de postos de trabalho, o mercado ocupou 6,9 milhões de pessoas, o equivalente a 7,5% do número global de vagas no país.

No total, o impacto do turismo gerou uma participação de US\$ 8,8 trilhões ao PIB mundial (10,4%), uma alta de 3,9%, superior à expansão da economia global (3,2%). O setor foi responsável por 319 milhões de empregos, tornando-se protagonista da abertura de 1 em cada 10 postos de trabalho.

A presidente do WTTC, Gloria Guevara, com informações do Ministério do Turismo, avalia que os dados comprovam o papel transformador do turismo, afirmando que, pelo oitavo ano consecutivo, o setor superou a expansão da economia global, registrando o segundo maior crescimento de qualquer setor do mundo. As cifras mostram o poder da indústria turística como ferramenta para que os governos gerem prosperidade, de acordo com a mesma.

O Turismo enquanto atividade geradora de renda e com um crescimento cada vez maior tem um importante papel transformador de uma sociedade. Pode-se usar tal fato para trabalhar e mostrar a necessidade da sustentabilidade em seu meio.

2.3 TURISMO, SUSTENTABILIDADE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Sustentabilidade é “a opção para a sobrevivência da humanidade num mundo onde os recursos naturais não super abundam” (OMT, 1997 apud NELSON e PEREIRA, 2004, p.34) e é um conceito a ser aplicado não só em nível ambiental, mas também nas esferas sociocultural e econômica.

Desenvolvimento sustentável é definido pela Comissão Bruntland (1987, apud NELSON e PEREIRA, 2004, p.32), e divulgado no livro *O Nosso Futuro Comum*, como: “desenvolvimento que satisfaz as necessidades atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras em satisfazer as suas”, sendo o conceito aceito, hoje, pelos países desenvolvidos e em desenvolvimento na

Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Eco-92, realizada em junho de 1992 no Rio de Janeiro.

De acordo com Barkin (1998), citado por Nelson e Pereira (2004, p.34), “desenvolvimento sustentável é um processo, uma mudança de paradigma, para um “ser” em vez de “ter”, tendo a sociedade que adotar princípios e práticas integrais e dar oportunidade a vivências saudáveis, onde a qualidade de vida não se traduza somente em poder de consumo.”

Barkin (1998, apud NELSON e PEREIRA, 2004, p.34) enfatiza que para uma sociedade ser sustentável deve existir diversidade, autossuficiência, controle a nível local, participação e um trabalho de base e nível comunitário e quaisquer estratégias para atingir o desenvolvimento sustentável terá que ter o apoio das populações locais, desde a produção de alimentação, energia, transporte a outras atividades básicas.

Gardner (2001), mencionado por Nelson e Pereira (2004), afirma que programas de conscientização ambiental são importantes, mas não funcionam por si só. Ou seja, é necessário fazer as pessoas sentirem pessoalmente a necessidade da adoção de medidas sustentáveis.

O Turismo Sustentável tem o grande potencial de contribuir no desenvolvimento sustentável, por ser uma atividade interdisciplinar, cuja economia e o efeito multiplicador do turismo une uma variada gama de atividades, tanto na área social como na ambiental. Os desafios assumem a inclusão de práticas sustentáveis nos produtos e atividades. Isto requer muita dedicação e seriedade dos profissionais da indústria turística, de acordo com Nelson e Pereira (2004).

Conforme a Agenda 21¹, um plano de ação para o século XXI adotado pelos governos que participaram na Eco-92 (DIAS, 1997 apud NELSON e PEREIRA, 2004, p. 36) para a Indústria Turística, "Produtos turísticos sustentáveis são produtos que funcionam em harmonia com o meio ambiente e culturas das comunidades locais para que estes se tornem beneficiários permanentes." Muitos programas de certificação para o turismo sustentável consideram que o turismo sustentável é qualquer tipo de "turismo que visa minimizar o impacto sociocultural,

¹ O amplo conceito da Agenda 21 deve ser adaptado e modificado para a realidade de cada região e instituição, em nível federal, estadual, regional e municipal (OMT, 1997, apud NELSON E PEREIRA, 2004, p.36).

proporcionando benefícios econômicos para as comunidades locais e os países que abrigam" (Acordo Mohonk, 2000, apud BIEN).

A Organização Mundial do Turismo (OMT, 1997, apud NELSON e PEREIRA, 2004, p.29) define o desenvolvimento do turismo sustentável como turismo que "satisfaz as necessidades atuais do turista e da região visitada, enquanto protege e aumenta oportunidades para o futuro". Para que o conceito se torne realidade, levando em consideração o quanto a atividade turística é dependente dos recursos naturais e culturais, compete ao setor privado e aos governos tomarem ações imediatas e sérias, adotando práticas benéficas em todo o tipo de desenvolvimento turístico.

Mowforth e Munt (1998), apontados por Nelson e Pereira (2004, p.30), afirmam que "turismo é uma das principais maneiras através da qual a nossa visão do mundo é delineada". E mais, que "isto não é só o resultado de viajar, mas também do modo como os destinos são representados através de documentários, panfletos, anúncios, guias, etc. (p.30)". Portanto, se a indústria oferece serviços e atividades de base sustentável, o visitante ao ser exposto a elas não só poderá aprender novas práticas, mas ao compreender o seu significado, poderá até adotá-las. Pesquisas também indicam que visitantes apreciam e valorizam produtos de caráter sustentáveis.

O Plano de Ação para o Desenvolvimento Sustentável da Indústria Turística proposto pela Agenda 21 apresenta as seguintes diretrizes (OMT, 1997 apud NELSON e PEREIRA, 2004, p. 37):

- A indústria turística deve assistir a humanidade a alcançar vivências mais saudáveis e produtivas com a natureza;
- A indústria turística deve contribuir para a conservação, proteção e restauração dos ecossistemas da Terra;
- A indústria turística deve basear-se em modelos sustentáveis de produção e consumo;
- Nações devem cooperar na promoção de sistemas de economia livre, nos quais intercâmbio do produto turístico ocorre numa base sustentável;
- A indústria turística deve fomentar paz, desenvolvimento e proteção do meio ambiente como atividades interdependentes;
- Atividades não éticas devem ser abolidas completamente. Proteção ao

meio ambiente deve ser parte integral do processo de desenvolvimento turístico;

- Nos assuntos sobre desenvolvimento turístico local deve respeitar-se a opinião dos locais;
- Nações devem alertar-se entre si mesmas sobre desastres naturais que possam fazer correr perigo a turistas ou áreas de visitação;
- A indústria turística deve criar empregos com a mulher e povos indígenas em mente;
- O desenvolvimento turístico deve reconhecer e apoiar a cultura, identidade e interesses de populações indígenas.
- Leis internacionais sobre proteção ao meio ambiente devem ser respeitadas pela indústria turística.

O intuito é que este documento sirva de base e estimule entidades envolvidas em turismo na adoção de práticas sustentáveis. Este desafio visa, em longo prazo, abranger o desenvolvimento sustentável trabalhando em todos os seus componentes, de acordo com John Elkington (1997), criador da abordagem *triple bottom line*, citado por Martin (2015, p. 203): crescimento econômico, equidade social e proteção ao meio ambiente. Logo, a sustentabilidade tem como objetivo a unificação do desenvolvimento econômico e social atrelado com a preservação ambiental.

Para a construção da atividade turística, ainda que sendo a realização de eventos, é necessário haver o conhecimento das diretrizes propostas do que seria o Turismo Sustentável e trabalhá-las em todo e qualquer segmento turístico, ajudando no desenvolvimento sustentável da sociedade.

2.4 O QUE É E QUAL A IMPORTÂNCIA DO TURISMO DE EVENTOS

De acordo com Cardoso (2003, p.151 apud DUARTE, 2007), o “turismo de eventos é o deslocamento realizado por indivíduos e seus acompanhantes com o objetivo de participar de um acontecimento”.

Dentre as classificações nos segmentos turísticos, encontra-se o segmento de eventos, caracterizado como uma importante alternativa econômica para os períodos de sazonalidade. Tem o importante papel de atrair pessoa que reside fora da sede do acontecimento. É um instrumento de desenvolvimento econômico e

social de grande relevância, pois traz benefícios à comunidade como melhoria de infraestrutura. Quando o segmento de eventos tem cunho cultural, estimula a valorização da cultura até mesmo pelo residente (DUARTE, 2007).

Este segmento é um dos mais dinâmicos e interativos do turismo, com reflexos em níveis econômicos, sociais ou culturais, ou seja, age gerando fluxos, ampliando as taxas de permanência dos turistas nas localidades receptoras, atuando como atrativo turístico, possibilitando diminuição da sazonalidade, resgatando e valorizando conteúdos culturais e naturais, fomentando negócios e investimentos, gerando emprego, distribuição de renda e absorção de divisas, entre outros (BAHL, 2000).

Bahl (2000, p. 4) destaca os seguintes pontos positivos do Turismo de Eventos:

- É uma área pouco atingida em época de crise;
 - Não depende do regime governamental;
 - Gera divisa e empregos;
 - Motiva investimentos e melhorias;
 - Não é influenciada pela sazonalidade da atividade turística;
- Atinge e traz benefícios para todos os outros segmentos do turismo.

De acordo com Kotler e Rein (1995, p.223), citado por Albuquerque (2004), “o turismo baseado em eventos tornou-se um componente fundamental dos programas de atração turística. Os lugares pequenos ou rurais geralmente começam com um festival ou outro tipo de evento para definir sua identidade.”

Os eventos em geral constituem-se numa poderosa força para atrair turistas, os quais se sentem envolvidos na temática dos mesmos.

3 OS EVENTOS E SUA IMPORTÂNCIA

Os eventos podem e são muito utilizados para a promoção de um produto ou de uma localidade. A criação dos mesmos implica no aproveitamento das características originais da localidade, da criatividade da empresa ou entidade promotora em realizar acontecimentos que atendam a uma demanda específica ou diferenciada. Por estar intimamente ligado ao turismo, o evento é uma oportunidade de se aproveitar os recursos naturais e artificiais de uma região com o intuito de sua promoção, aquecendo desta forma a atividade turística (DUARTE, 2007).

Para Andrade (2002, apud ALBUQUERQUE, 2004), os eventos constituem parte significativa na composição do produto turístico, atendendo intrinsecamente às exigências de mercado em matéria de entretenimento, lazer, conhecimento, descanso e tantas outras motivações. Podem representar, quando adequadamente identificados com o espaço onde se realizam, a valorização dos conteúdos locais, tornando-os parte destacada da atração.

3.1 CONCEITO DE EVENTO

Pode-se definir como evento o fenômeno multiplicador de negócios, pelo seu potencial de gerar novos fluxos de visitantes, ou ainda, evento é todo fenômeno capaz de alterar determinada dinâmica da economia (Cohen, 1979 apud ALBUQUERQUE, 2004).

O Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) define evento como “qualquer acontecimento que foge à rotina, sempre programado para reunir um grupo de pessoas”, dando um conceito mais abrangente sobre o que é evento, podendo ter tido como evento desde um encontro com os amigos até uma Copa Mundial (MARTIN, 2015).

Meirelles (1999, p.71), citada por Martin (2015, p.35), conceitua evento como:

Um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo, com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia.

Para Rocha (1993, apud Cardoso 2003, p.149), citado por Duarte (2007), o conceito diz mais respeito ao turismo:

Eventos são programações organizadas com a finalidade de motivar e orientar a clientela na visita à cidade, principalmente nos períodos de ociosidade da oferta, propiciando, assim, um melhor aproveitamento dos seus atrativos e serviços.

Brito e Nena (2002, apud DUARTE, 2007) afirmam que os eventos em turismo têm duas fases distintas:

Na primeira, como atividade promocional da imagem de uma localidade ou empresa e o calendário turístico de um núcleo e, na segunda, os eventos são considerados dentro de uma ótica do próprio segmento turístico – turismo de eventos -, segmento este que atua diretamente no receptivo à demanda característica dos eventos e geral.

Os eventos são um importante meio de promoção e de compartilhamento de conhecimentos e experiências, tornando-se favorável à atratividade turística.

3.2 CLASSIFICAÇÃO DOS EVENTOS

Os eventos podem ser caracterizados de acordo com Martin (2015) em:

- **Por abrangência:** agrupados segundo o alcance do evento, podendo ser mundiais, internacionais, latino-americanos, brasileiros, regionais ou municipais;
- **Por data ou frequência de realização:**
 - Permanentes ou fixos: todo evento que ocorre periodicamente;
 - Esporádicos: que acontecem entre intervalos irregulares;
 - Únicos: característica de algumas tipologias, como lançamento de livros, noite de autógrafos;
 - De oportunidade: ocorrem em épocas de grandes eventos internacionais.
- **Por categoria e função estratégica:** leva em conta a finalidade do evento e sua função dentro do marketing;
- **Por sua dimensão, porte ou tamanho:** relaciona-se com o número total de participantes, podendo ser
 - Macro ou megaevento: o evento que mobiliza milhares de pessoas, tanto na organização quanto na adesão;

- De grande porte: mobiliza milhares de pessoas, mas operado por empresas privadas;
 - De médio porte: adesão de menos que mil participantes;
 - De pequeno porte: possui número reduzido de público;
- **Por objetivo ou área de interesse:** podem ser artísticos, assistencial, beneficente, científico, cívico, cultural, desportivo, divulgação, educativo, empresarial, expositivo, filantrópico, folclórico, gastronômico, governamental, incentivo, informativo, institucional, político, promocional, religioso, social, técnico, turismo, lazer etc.
- **Pelo perfil dos participantes:**
 - Geral: os participantes são de diferentes setores;
 - Dirigido: agrupa profissionais com atividades e interesses comuns;
 - Específico: composto de técnicos e profissionais com atividades e interesses comuns.
- **Por tipo de adesão:** evento fechado, com adesão restrita, e evento aberto, podendo ou não ser cobrado taxa de ingressos.
- **Quanto a tipologia, os eventos podem ser:** almoço ou jantar, banquete, bazar, *brainstorming*, *brunch*, campanha, café da manhã, casamento, *coffee break*, colóquio, comemorações, competição, concurso, conclave, conferência, congresso, convenção, copa, coquetel, curso, debate, desfile, encontro, entrevista coletiva, feira e exposição, festa, festival, fórum, funeral, gincana, *happy hour*, inauguração, incentivo, jornada, lançamento, leilões, maratona, mesa-redonda, mostra, *open day*, oficina, olimpíada, palestra parada, premiação, *rave*, *road show*, *rally*, rodeio, semana, seminário, show, *showcasing*, simpósio, torneio, treinamento, vernissagem, visita, videoconferência e *workshop*.

É importante definir a tipologia de um evento para ajudar num melhor planejamento e organização do mesmo.

3.3 EVENTOS SUSTENTÁVEIS

Cada vez mais o termo sustentabilidade tem sido discutido por muito mais pessoas e em todos os setores. Sendo todo evento um retrato fiel do momento

histórico em que ocorrem, essas discussões e transformações na sociedade também impactaram fortemente esse setor (MARTIN, 2015, p.202).

Os “eventos verdes”, desenvolvidos com base nas diretrizes da sustentabilidade, significam, de acordo com Martin (2015, p.208), a “redução de impactos do evento ao meio ambiente, além de melhorar os resultados financeiros obtidos e realizar ações beneficentes e humanitárias.”

Para Spatrisano e Zavada (2007), comentado por Martin (2015, p. 208), muitas estratégias sustentáveis reduzem as despesas sem comprometer a qualidade do evento e traz benefícios diretos aos participantes.

Os três componentes que fazem parte do *triple bottom line*, citados anteriormente, quando aplicados aos eventos, podem ser adotados nos seguintes setores (MARTIN, 2015, p. 208):

- Aspectos ambientais: utilização de recursos, escolha de materiais, conservação de recursos, redução de emissões, preservação da biodiversidade e da natureza, emissão de poluentes no solo, água e ar, transporte e logística, descarte de resíduos etc.
- Aspectos sociais: normas de trabalho, saúde e segurança; liberdades civis, justiça social, comunidade local, direitos indígenas, questões culturais, acessibilidade, equidade, patrimônio e sensibilidades religiosas, inclusão, geração de empregos e renda, comunicação, capacitação, legados etc.
- Aspectos econômicos: retorno sobre o investimento, incentivo à economia local, capacidade de mercado, desempenho econômico, risco, comércio justo e participação nos lucros, ética, geração de renda e emprego etc.

É necessário demonstrar a sustentabilidade nos eventos realizados para que se possa pôr em prática e se alcance o desenvolvimento sustentável. Para isso, devem ser seguidos indicadores quantitativos, de acordo com o padrão de responsabilidade socioambiental da empresa organizadora, apresentados pela norma ISO 20121:2012, a qual auxilia na gestão de sustentabilidade nos eventos.

A norma foi publicada no dia 15 de junho de 2012 e contou com voluntários de 35 países para o seu desenvolvimento. A ISO 20.121 orienta que, na implementação do evento, seus organizadores devem atentar para (MARTIN, 2015,

p.215):

1. **Funções e responsabilidades:** definir, documentar e comunicá-las a todas as partes envolvidas, facilitando a eficácia da gestão sustentável;
2. **Competência e treinamento:** assegurar a formação dos recursos necessários, mantendo programas de capacitação regulares e identificando o conhecimento, a compreensão e as habilidades necessárias para cada cargo;
3. **Recursos:** deve incluir pessoal, competências, formação, infraestrutura, tecnologia e finanças e ser avaliados segundo a natureza e a escala das atividades, a ocorrência e duração, a relação custo-benefício e o planejamento financeiro;
4. **Operacional:** estabelecer as responsabilidades e os controles operacionais necessários, proporcionando à cadeia de suprimentos documentação e informações suficientes e relevantes para que a execução das suas funções seja canalizada para o cumprimento dos objetivos do evento;
5. **Comunicação:** estabelecer comunicação interna e externa eficaz com todos os *stakeholders*, incluindo, se necessário, os princípios e valores relacionados com a gestão de eventos sustentáveis; questões, objetivos e metas do evento; orientação das melhores práticas; os principais contatos; *follow up* e *feedback* do desempenho e documentos necessários;
6. **Documentação:** a organização do evento deve criar, controlar e manter os documentos que garantam o planejamento eficiente e o controle dos processos relacionados com o desenvolvimento sustentável do evento, atentando para a legislação local;
7. **Monitoramento e mensuração:** estabelecer e manter procedimentos regulares que monitorem e mensurem as características e atividades básicas e que reflitam as políticas, objetivos e metas do evento.

Para que a eficácia das ações sustentáveis aumente nos eventos, Fontes et al (2008), comentado por Martin (2015), sugerem a definição de princípios e objetivos para, depois, elaborar as ações pertinentes. Como por exemplo, tem-se o

princípio “Usar os recursos naturais de forma responsável” e as seguintes ações: reduzir o consumo de energia, água, bens e serviços; reduzir a geração de resíduos; priorizar o uso de objetos duráveis em vez de descartáveis, entre outros.

Martin (2015, p. 231) sugere algumas medidas como referências gerais aos eventos sustentáveis, que são: a procura sempre de parceiros e fornecedores que adotem boas práticas; preferência aos fornecedores locais e o envolvimento e capacitação de todos os colaboradores em relação à sustentabilidade. Ainda, elenca alguns itens como sugestões de ações a serem adotadas para que o evento esteja mais bem enquadrado dentro da responsabilidade socioambiental, tais como:

- **Local do evento:** preferência por locais que tenham compromisso com responsabilidade socioambiental, como por exemplo:
 - Tiver certificações ambientais e/ou de sustentabilidade (ISO 14.001 etc.);
 - Seja localizado próximo a transporte coletivo, acomodações e restaurantes;
 - Privilegie a iluminação natural;
 - Ofereça facilidades para a acomodação de bicicletas;
 - Tenha programa de coleta seletiva e reciclagem de resíduos sólidos;
 - Tenha práticas de economia de energia e água, alternativas de energia, sistema para a captação e o aproveitamento da água da chuva etc.;
 - Tenha programas de estímulo de redução do desperdício junto aos participantes.
- **Acessibilidade:**
 - Analisar a possibilidade de tornar o evento mais acessível ao maior grupo de pessoas, praticando valores diferenciados para os grupos diferentes;
 - Incluir vagas para o trabalho voluntário durante o evento para um grupo, como forma de viabilizar sua participação;
 - Verificar a acessibilidade para pessoas portadoras de necessidades especiais;
 - Para algumas tipologias de evento, é importante estimular a “hospedagem solidária” e beneficiando os moradores locais que o fizerem.
- **Alimentos e bebidas:**
 - Fornecedor local para reduzir o deslocamento de mercadorias;
 - Optar por alimentos frescos, frutas e vegetais frescos e da estação;
 - Escolher produtos produzidos localmente;

- Dar preferência a produtos orgânicos;
- Selecionar, preferencialmente, as empresas que praticam o *Fair Trade* e os empreendimentos solidários, como cooperativas, associações e microempresas;
- Procurar a maior exatidão possível da quantidade de participantes, para evitar desperdício;
- Estimular o consumo responsável;
- Escolher cardápios que privilegiem a adequação ao público presente, uso de produtos naturais, opções vegetarianas e/ou veganas, máxima redução de consumo de descartáveis durante as refeições, uso de talheres e copos duráveis, uso de garrafas térmicas, copos e taças retornáveis, uso de garrafas de maior capacidade para água, entre outros.
- **Cenografia e decoração:**
 - Preferir flores em vasos em vez de cortadas;
 - Utilizar materiais recicláveis ou reaproveitáveis.
- **Comunicação, inscrição e impressão:**
 - Utilizar sistema de inscrição online;
 - Centralizar a comunicação eletrônica ou online;
 - Limitar ao máximo a frequência, o tamanho e a quantidade de impressos;
 - Fazer máxima utilização da internet para comunicações e recebimento de trabalhos, minimizando o uso de papel, taxas de correios e transporte;
 - Prioridade para comunicações de impacto coletivo;
 - Fazer impressões frente e verso;
 - Usar papel reciclado para a impressão dos materiais necessários, dando preferência para empresas locais;
 - As mídias sociais podem e devem ter relevante papel no relacionamento com os participantes potenciais e ativos do evento, e em todas as fases do evento, para envolvê-los com a organização e os demais participantes.
- **Entretenimento:**
 - Contratar grupos locais, dando preferência também a manifestações da cultura local.
- **Estandes:**
 - Utilizar madeira certificada;
 - Elaborar programa de reciclagem e estímulo ao uso de materiais

sustentáveis;

- Instalar iluminação de baixa potência ou iluminação LED.
- **Equipamentos e audiovisuais:**
 - Fazer aproveitamento máximo de luz natural;
 - Dar preferência para aparelhos mais novos, que consomem menos energia;
 - Utilizar corretamente os recursos;
 - Evitar luzes acesas desnecessariamente;
 - Preferir as lâmpadas de LED, muito mais econômicas;
 - Preferir telas de LCD;
 - Equipamentos novos gastam menos energia;
 - Aproveitar ao máximo a luz do dia;
 - Evitar ao máximo o uso de geradores movidos a diesel que consomem combustíveis fósseis para funcionar e, portanto, emitem CO₂;
 - Usar o *no-break*;
 - Quando não estiver em uso, desligue ou desconecte a tomada de equipamentos;
 - Utilizar lâmpadas incandescentes.
- **Limpeza:**
 - Adotar produtos biodegradáveis e receitas caseiras;
 - Criar programas que estimulem os participantes ao uso das lixeiras e à separação dos resíduos ao serem descartados.
- **Resíduos:**
 - Organizar coleta seletiva de todo resíduo gerado pelo evento. Os resíduos sólidos podem ser separados em compostáveis, recicláveis e rejeitos;
 - Uma das opções mais utilizadas é a separação do resíduo seco (papel, plásticos, vidros, metais) e do resíduo úmido (restos de alimentos, guardanapos, engordurados, cascas de fruta);
 - Distribuir cestos específicos à forma de coleta definida em número compatível.
- **Transporte:**
 - Estimular a cooperação dos participantes para transporte e carona solidários, quando necessário;
 - Incentivar o uso de transporte público disponibilizando mapas, roteiros

e outras informações necessárias;

- Observar as condições do tráfego local quando definir a programação oficial do evento;
- Se o local permitir, criar condições favoráveis para o uso de bicicletas;
- Providenciar mapas para facilitar o deslocamento dos participantes.

A prática sustentável nos eventos é de suma importância, uma vez que os mesmos atingem sempre um grande número de pessoas ao mesmo tempo e são causadores de grandes impactos.

Os eventos são um dos tipos de atividades que conseguem um número expressivo de participantes, por isso é de grande valor que promotores e organizadores desenvolvam conhecimento e competências para entregarem eventos sustentáveis ao público (JONES, 2014). O autor também acredita que todos os eventos bem estruturados têm a capacidade de influenciar e mudar a mentalidade de seus participantes.

3.4 O CARNAVAL E SUA IMPORTÂNCIA PARA O TURISMO

O carnaval é uma festa popular que remonta à Antiguidade, com os cultos agrários da Grécia (605 a 527a.C.), era uma forma de comemorar a fertilidade e produtividade do solo. A etimologia da palavra carnaval tem a sua origem do latim, *carnis levale*, cujo significado é retirar a carne, remete ao jejum que deveria ser realizado durante a quaresma e também com o controle dos prazeres mundanos. Isso demonstra uma tentativa da Igreja Católica de enquadrar uma festa pagã (PINTO, 2019). Na Idade Média, o Carnaval foi incorporado pelo cristianismo e se tornou uma cerimônia que exaltava a alegria de viver e a prosperidade (VIVIANI, VALENTE, LOUREIRO, 2011).

Segundo Nascimento (2003, p. 26) o carnaval “possui uma definição plural”, e que uma das suas principais características e “a mais recorrente é a sua multiplicidade de símbolos e significações”.

Na Alemanha, e em muitas cidades francesas, reinavam nas ruas os dançarinos que lançavam sobre as pessoas cascas de ovos com água perfumada, flores, ramos e nozes. Podiam também dar pequenos presentes. Havia uma procissão com músicos, marcha ritmada pelo som dos tambores e dança dirigida pelos tocadores de flautas. Todas as camadas sociais brincavam nas ruas.

Eram divertimentos ligados ao ciclo litúrgico, havia jogos cômicos de caráter satírico, inspirados nas extravagâncias e excessos da sociedade. Formavam-se procissões burlescas que se espalhavam pela cidade e divertiam multidões. Esse foi o olhar de um primeiro momento, antes que a data ganhasse uma repercussão política e um tom elitista, com concursos de canções, poesias e apresentação de obras de arte. (VIVIANI, VALENTE, LOUREIRO, 2011, p. 44).

No Brasil, o carnaval teve início no período colonial, século XVIII, uma das primeiras manifestações carnavalescas foi o entrudo que era uma forma de jogo praticada pelas camadas mais pobres no Carnaval português, na colônia era realizado pelos escravos. Na década de 1890 surgiram os cordões e ranchos, as festas de salão, os corsos e as escolas de samba. Afoxés, frevos, maracatus passaram a fazer parte da tradição cultural carnavalesca brasileira, além das marchinhas, sambas e outros gêneros musicais foram incorporados à maior manifestação cultural do Brasil (PINTO, 2019). Segundo Viviani, Valente e Loureiro (2011, p. 45) “a maior transformação foi o surgimento dos clubes, organizações que envolviam a elite da sociedade, com desfiles e fantasias que aos poucos começaram a cair no gosto popular”.

O surgimento dos blocos de rua tem seus registros no Rio de Janeiro, na década de 1950, como uma forma de regate do carnaval de rua que havia passado por um período sombrio, a modernidade trouxe a “segregação do Carnaval e a exclusão do povo dos grandes espaços carnavalescos”, altamente elitista e a repressão no período da ditadura. Os blocos tinham como característica principal, “segundo relata Messeder Pereira em Cacique de Ramos (Messeder, 2003) um sentido de organização da festa que já havia, da música de qualidade existente nestas localidades e a “reafirmção do samba enquanto elemento da “identidade sócio cultural” (MESSEDER, 2003, p. 53 apud BOSCHI, 2007, p.30).

Os blocos de rua, no Brasil, são vistos como uma forma de aproximação das classes sociais, “as identidades são aceitas e os papéis sociais são postos de lado” (VIVIANI, VALENTE, LOUREIRO, 2011, p. 45), por isso, tornou-se uma festa de grande popularidade, marcada pela irreverência e funciona como meio de manifestação de críticas aos problemas da sociedade em geral.

O Carnaval é um dos feriados mais impactantes do País, pois é responsável por movimentar boa parte da economia em setores como turismo e negócios, influenciando positivamente no cenário econômico geral do Brasil.

A importância e o impacto do Carnaval no turismo brasileiro são imprescindíveis para o alcance de metas financeiras em nossa economia anual, de acordo com o site Iped (sem ano), considerando que o evento atrai turistas de várias regiões brasileiras e também do exterior para aproveitarem nossas festas em grande estilo.

O Carnaval é o campeão de vendas entre as principais festas nacionais, oferecendo 40% a mais em lucro de vendas do que no ano inteiro, ainda de acordo com o Iped, o faturamento arrecadado no Carnaval dobra o valor dos negócios, agitando a economia e melhorando a condição financeira do país.

Um estudo realizado pelo Ministério do Turismo ainda no início deste ano estimava o favorecimento e aumento do turismo doméstico na época do Carnaval. A avaliação foi da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), que previu um impacto total de R\$ 6,78 bilhões nas principais atividades econômicas do ramo em todo o país entre o sábado que antecede o carnaval e a Quarta-feira de Cinzas.

O levantamento, publicado no portal do Ministério do Turismo, estimou que os segmentos de alimentação fora do lar, como bares e restaurantes, gerariam R\$ 4,1 bilhões, seguidos de transporte rodoviário, com R\$ 859,3 milhões, e de meios de hospedagem, que iriam faturar R\$ 774,3 milhões. Reunidas, estas atividades iriam responder por mais de 84% da receita gerada.

Logo, além de movimentar a economia de grandes empresas dentro do setor turístico, gera emprego e renda para os próprios moradores locais de determinado destino.

Em Manaus, os tradicionais blocos e bandas, como o Carnaboi, um símbolo da identidade cultural da cidade, o qual mistura a essência da maior festa popular do país com a cultura indígena amazonense, e a própria Banda da Bica, podem ser considerados um atrativo turístico, atraindo visitantes domésticos e estrangeiros, este principalmente na época em que cruzeiros atracam em nosso porto, visto que neste ano a temporada iniciou no mês de Janeiro e durou até o mês de Abril.

3.5 BANDA DA BICA

A popular Banda Independente da Confraria do Armando, conhecida como Banda da Bica, no ano de 2019, reuniu mais de 40 mil pessoas, de acordo com o

Jornal A Crítica, entre moradores e turistas, e acontece sempre na Rua 10 de Julho, no entorno do Largo São Sebastião, localizado no centro histórico e um dos principais atrativos turísticos da nossa cidade.

O evento é organizado pelos proprietários do tradicional Bar do Armando, tombado como patrimônio cultural e imaterial do Amazonas no ano de 2015, e já ocorre há 33 anos, com composições de “marchinhas” com temas próprios e outras atrações regionais como convidados.

Mesmo seus proprietários sendo de origem portuguesa, iniciado pelo senhor Armando Soeiro, a banda possui características da nossa cidade e sempre trata de temas da região, sendo bastante esperada por diversos foliões na época do carnaval.

3.5.1 ORGANIZAÇÃO DA BANDA DA BICA

Atualmente, a Banda da Bica é organizada pela senhora Ana Cláudia Soeiro, filha do senhor Armando Soeiro e sócia-proprietária do Bar do Armando, juntamente com o seu sócio (não identificado) e conta com o apoio da prefeitura por meio da Fundação Municipal de Cultura, Turismo e Eventos (Manauscult).

A Manauscult dispõe de um edital, com fundamento no Artigo 215 da Constituição Federal de 1988, Lei 8.666/93, Artigo 331 da Lei Orgânica do Município de Manaus, Lei Delegada n.25 de 31 de julho de 2013 e Portaria n. 0207/2014 da Secretaria de Segurança Pública do Estado, para a concessão de seu apoio nos serviços de sonorização, iluminação, palco, banheiros químicos, atrações, estrutura e equipamentos similares, a qual o evento é submetido.

Em relação a responsabilidade socioambiental, o edital estabelece alguns critérios para a aprovação do apoio ao evento, tais como se o mesmo apresenta propostas e ações de redução de impactos sociais e ambientais, como por exemplo, campanhas de prevenção de doenças sexualmente transmissíveis, ou combate a violência contra crianças, adolescentes e afins ou de preservação ambiental.

A proposta submetida, sendo aprovada, recebe todo o apoio da Fundação e cabe à proponente do evento efetivar as devidas obrigações e contratações de empresas que constam no edital para a realização do evento, como o serviço de

segurança pública, de bombeiros civis e de limpeza.

No dia em que a banda ocorre, alimentos e bebidas são vendidos tanto pelos estabelecimentos locais quanto por autônomos, os quais ficam situados no entorno do evento.

De acordo com Martin (2015), o evento Banda da Bica pode ser classificado como:

- Por abrangência: municipal;
- Por data ou frequência: permanente, uma vez que ocorre todos os anos com data fixa (sábado magro de carnaval);
- Por categoria: privado, organizado pela empresária Ana Cláudia;
- Pelo porte: como megaevento, visto que neste ano reuniu um total de aproximadamente 40 mil pessoas;
- Por objetivo: de cunho cultural, pois valoriza artistas locais e a cultura amazonense;
- Pelo perfil dos participantes: geral;
- Por tipo de adesão: evento aberto sem cobrança de taxas de entrada;
- Quanto a sua tipologia: Festa.

A realização da classificação do evento ajuda no estudo sobre o mesmo, dando a devida importância a sua tipologia.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Entende-se que a metodologia é uma das etapas mais importantes no campo da pesquisa. É a partir deste ponto em que é mostrado como o pesquisador coletou cada dado para seu trabalho com o intuito de comprová-lo cientificamente. Isso pode ser destacado por Gil (2006) quando o autor diz que é na metodologia em que o pesquisador relata todos os procedimentos a serem seguidos na realização da pesquisa (NUNES, 2017).

4.1 FORMA DE ABORDAGEM DA PESQUISA

A forma de abordagem do estudo é qualitativa, pois busca interpretar os fenômenos observados no objetivo geral, ou seja, como é feito a gestão do evento Banda da Bica e como o mesmo ocorre.

4.2 OBJETIVOS METODOLÓGICOS

Os objetivos metodológicos do presente trabalho serão de cunho: Pesquisa bibliográfica, pesquisando em livros, artigos e monografias assuntos relacionados a turismo, eventos e sustentabilidade, que possam embasar o estudo, além da pesquisa documental analisado editais, por exemplo, e entrevista padronizada com a organizadora do objeto de estudo, sendo considerada um instrumento por excelência de investigação social por determinados autores (LAKATOS, 2010, p. 179).

4.3 COLETA DE DADOS

A coleta de dados ocorreu através de entrevistas estruturadas com o responsável pelo evento organizado, feito através de questionários com perguntas abertas e não abertas para o mesmo. Foi feito, também, uma análise documental de relatórios sobre o evento e a observação do evento enquanto o mesmo ocorre.

4.4 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados procedeu por meio da análise do conteúdo estudado e das entrevistas e do que se foi observado.

4.5 MÉTODO

De acordo com Lakatos (2010, p. 65), o método é “o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.”

O método empregado é o monográfico, o qual parte do princípio de que qualquer caso que se estude em profundidade pode ser considerado representativo de muitos outros ou até de todos os casos semelhantes (Lakatos, 2010, p. 90), sendo o objeto de estudo o evento em específico, analisando sua organização, se há ou não ações sustentáveis propostas por seus organizadores e como isso afeta os setores turístico e o de eventos, buscando ter uma análise de como os outros ocorrem.

4.6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

O tópico apresenta os dados obtidos a partir das pesquisas feitas em relação a sustentabilidade em eventos e a Banda da Bica, além dos resultados alcançados por meio da entrevista realizada com a senhora Ana Cláudia Soeiro, proprietária e organizadora do evento em questão, e a observação do evento no mês de abril. Abaixo, uma imagem da tradicional banda.

Figura 1 – Banda da Bica



Foto: Prefeitura de Manaus, sem data

4.6.1 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL A PARTIR DO EDITAL DE CHAMADA PÚBLICA

A partir da análise do Edital de Chamada Pública N° 002/2019 para concessão de apoio com serviços de sonorização, iluminação, palco, banheiros químicos, atrações, estrutura e equipamentos, constatou-se que o mesmo apresenta critérios os quais devem ser obedecidos pela proponente de cada evento.

Em relação aos critérios estabelecidos referentes a responsabilidade socioambiental, no item 3 Dos critérios de elegibilidade, o edital faz a exigência da apresentação de propostas e ações de redução de impactos sociais e ambientais, bem com a garantia de direitos, como por exemplo, campanhas de prevenção de doenças sexualmente transmissíveis, ou combate a violência contra crianças, adolescentes e afins ou de preservação ambiental, “estabelecendo ainda, objetiva e comprovadamente de que forma o evento contribui para a população da área onde é realizado, bem como para a cidade de Manaus.”, além de comprovação do interesse público e participação popular que justifique o investimento de recursos públicos.

A avaliação das propostas levou em conta os seguintes critérios, onde cada item teve uma nota específica, totalizando até 100 (cem) pontos: 3.3.1.

Interesse Público e Participação Popular (0 – 40); 3.3.2. Histórico (0 – 20); 3.3.3. Impacto social e relevância cultural (0 - 10) e 3.3.4. Portfólio (0 - 30).

Houve dificuldade de acesso ao documento submetido ao processo do Edital, pois a organizadora do evento relatou não possuir os mesmos e foi informado tardiamente pela Manauscult sobre a burocracia de consegui-lo, não sendo suficiente o ofício com pedido de acesso a tais documentos, devido a Lei nº 12.527/2011, a Lei de Acesso à Informação, a qual regulamenta o acesso a informações públicas.

Na entrevista, entretanto, a senhora Ana Cláudia informou que, nos últimos 3 anos em que submeteu sua proposta de evento ao edital, cumpriu todas as exigências recebendo o total de pontos (100) relacionados aos critérios estabelecidos. Não foi informado com detalhes as propostas para cada critério, porém, como ação de redução de impacto ambiental, houve a contratação de empresa (nome não divulgado) específica para limpeza e destinação dos resíduos após o evento.

4.6.2 PLANEJAMENTO E ORGAZIÇÃO DO EVENTO BANDA DA BICA

A organizadora da Banda da Bica tem como noção do conceito de evento sustentável um evento que não gere muitos resíduos sólidos e que utilize materiais recicláveis em sua organização/montagem.

Em relação aos patrocinadores do evento, não foi informado quais as empresas patrocinadoras, somente que as mesmas geralmente são do setor de bebidas. Logo, não há como saber com exatidão se as empresas possuem ou não responsabilidade socioambiental.

Há a inserção de diferentes perfis dentre os organizadores e também dentre o público, porém não há pessoas específicas que trabalhem a sustentabilidade no evento e nem metas relacionadas a esse assunto.

A divulgação da banda se dá através dos jornais e mídias sociais, não realizando a impressão de nenhum material, somente para a divulgação da letra do enredo para os foliões no dia do evento, não utilizando material reciclado.

O evento é realizado em vias abertas, tornando-se acessível a pessoas portadoras de necessidades especiais e o mesmo recebe muitas dessas pessoas,

de acordo com a Ana Cláudia. Foi informado que atualmente os organizadores oferecem camarotes a eles e utilizam banheiros químicos adequados as pessoas com deficiência.

Nunca houve a promoção de ações para o consumo consciente de água ou outros fatores relacionados ao meio ambiente, mas houve campanhas de conscientização sobre doenças sexualmente transmissíveis, exploração sexual infanto-juvenil e à relação entre consumir bebidas alcoólicas e direção no trânsito.

Não há informações de como a empresa que recolhe os resíduos sólidos ao fim da banda trabalham com os mesmos, ou seja, não há como saber se há uma separação correta dos resíduos e nem sobre sua destinação e não existe um incentivo da Banda da Bica em relação ao uso de transporte público, carona solidária e/ou bicicletas aos seus participantes.

O evento contrata, além da empresa de limpeza, empresas responsáveis pela segurança, com apoio da Polícia Militar do Amazonas, e o corpo de bombeiros civil. A organizadora não possui especialização em eventos.

Em suma, o Quadro a seguir elenca os aspectos negativos e positivos em confronto às estratégias sustentáveis citadas por Martin (2015):

Quadro 1: Aspectos positivos e negativos do evento Banda da Bica

Em relação a(ao)	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Local do Evento	Próximo a transportes coletivos, acomodações e restaurantes; Iluminação natural durante o dia;	Não há certificações ambientais e/ou de sustentabilidade; Não há programa de coleta seletiva e reciclagem de resíduos usualmente; Não há programas de estímulo de redução de desperdício.

Acessibilidade	Evento aberto a todo tipo de público (exceto crianças menores de 5 anos) e sem cobrança de taxa;	Não há rampas de acesso aos camarotes para as pessoas com deficiência.
	Camarotes com espaço feitos especialmente para pessoas com deficiência;	
Alimentos e Bebidas	Venda de alimentos produzidos localmente;	Não se sabe se as empresas fornecedoras de bebidas possuem responsabilidade socioambiental;
Cenografia e decoração	Não há o uso de decoração.	Não se utiliza materiais recicláveis para montagem de palco.
Comunicação, inscrição e impressão	Não há necessidade de inscrição de participantes; O evento é divulgado pelos jornais e redes sociais; Impressão de apenas uma página para divulgação da letra de marchinha no dia do evento.	A impressão não se dá em papéis reciclados.
Entretenimento	Contratação de grupos locais e manifestações da cultura local.	
Estandes		Não há informação se a madeira utilizada para montagem de palco é certificada.

Equipamentos e audiovisuais	Aproveitamento máximo da luz natural durante o dia; Postes de iluminação LED localizados nas ruas onde acontece o evento.	Não informação sobre o tipo de lâmpadas usadas a noite além dos postes de iluminação LED de rua.
		Não há informação se os aparelhos e equipamentos utilizados são novos.
Limpeza	Há a contratação de limpeza após o evento.	Não há informação sobre os produtos de limpeza utilizados; Não há programas que estimulem os participantes ao uso de lixeiras e à separação dos resíduos ao serem descartados.
Resíduos		Há pouquíssimos cestos de coleta espalhados pelo local do evento; Não há organização da coleta seletiva.
Transporte	Incentivo do uso de transporte público.	

Fonte: VASCONCELOS, Karen Allen C. de S., 2019.

Diante do exposto, há muitos aspectos que precisam ser melhorados, alguns até mesmo não apresentando qualquer ponto positivo, tais como: é necessário criar programas de estímulo aos participantes para diminuição da geração de resíduos e desperdício e sobre coleta seletiva; faz-se necessário, também, a busca por informações sobre a responsabilidade socioambiental das empresas fornecedoras; é preciso priorizar a utilização de materiais recicláveis/reciclados para cenografia e impressão e, por fim, procurar pela contratação de empresas de limpeza que trabalhem com a coleta seletiva e

reciclagem, além de distribuir um maior número de cestos para o depósito dos resíduos no local do evento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os eventos, principalmente atrelados à atividade turística, são importantes meios de geração de renda, além de serem causadores de grandes impactos, especialmente por atingirem um grande público, sendo os mais diversificados. Aliados ao conceito de sustentabilidade e colocando em prática estratégias de responsabilidade econômica e socioambiental, tornam-se ainda mais influentes em qualquer setor da sociedade.

Com a pesquisa do objeto de estudo do presente trabalho, analisou-se que pouco se conhece e se debate a respeito do que seja um evento sustentável e qual a sua importância para a população em geral e para o turismo enquanto atividade econômica. A gestão do evento Banda da Bica ocorre por meio de uma pessoa sem especialização profissional na área de eventos, o que pode dificultar seu entendimento acerca de como organizar sua Festa com mais responsabilidade socioambiental.

Em suma, verificou-se poucas estratégias sustentáveis utilizadas na banda quando comparadas ao que Martin (2015) sugere como medidas de sustentabilidade nos eventos, como por exemplo, deixou a desejar a procura de parceiros e fornecedores que adotem boas práticas, a preferência aos fornecedores locais e, essencialmente, o envolvimento e capacitação de todos os colaboradores em relação à sustentabilidade.

Não se pode negar que as campanhas referentes a exploração sexual e prevenção de doenças e a contratação de empresa especializada em limpeza de resíduos são de extrema importância, todavia há uma necessidade maior de envolver todo o quadro de organizadores e, também, o público participante no momento da realização da banda sobre a importância da preservação, conservação e cuidados com o meio ambiente.

A partir do resultado da pesquisa, não se tem as informações exatas em relação à influência direta ou indireta das estratégias sustentáveis apresentadas ao público, uma vez que não houve entrevista diretamente com os participantes. Sabe-se, porém, da sua importância ao comércio local e do seu impacto na economia municipal através da vinda de visitantes, estrangeiros ou não, ao evento e do quanto uma pessoa pode captar participando de um evento como

esse, pois o mesmo torna-se memorável.

No decorrer do estudo, observou-se a necessidade de estudos e capacitação dos organizadores do evento quanto ao conceito de sustentabilidade e sua importância. Tais medidas poderiam caber ao setor público, oferecendo aos mesmos os treinamentos a respeito do assunto, podendo até mesmo utilizar como critério a submissão de propostas aos editais de chamada.

Quanto aos objetivos de pesquisa não alcançados, poderia haver um estudo de caso utilizando questionários aplicados a participantes do evento no dia em que o mesmo ocorre, para a obtenção de mais informações de como as estratégias utilizadas impactam os foliões da banda, além de questionários aplicados aos demais colaboradores do evento para verificar suas relações com o conceito de sustentabilidade. Obteríamos um resultado mais fiel as propostas da pesquisa.

Quaisquer tipos de eventos podem e devem ser sustentáveis. No caso dos eventos culturais, tipologia atribuída a Banda da Bica, pode-se trabalhar a sustentabilidade de diversas formas, tais como: promover a valorização da cultura local, pensar no descarte correto dos resíduos durante o evento e oferecer uma quantidade maior de cestos para isso durante o evento, utilizar materiais recicláveis para montagem de estrutura e decoração, pensar na acessibilidade ao maior número de pessoas possíveis e outras medidas.

O evento utilizando estratégias sustentáveis seria um meio para o desenvolvimento local e para promover a cidade como destino turístico sustentável. Estudos a respeito de como o Carnaval pode beneficiar o Turismo no país e sua promoção poderiam ser mais aprofundados.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, S. S. **Turismo de Eventos: A importância dos eventos para o desenvolvimento do Turismo**, 2004. Monografia (Especialização em Gestão e Marketing do Turismo) – Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2004.

ARAÚJO, O. **Turistas estrangeiros no carnaval de Manaus**. Amazônia na Rede, 2017. Disponível em: <<https://amazonianarede.com.br/101499-2/>> Acesso em: 15 mai. 2019.

BAHL, Miguel. **Eventos: a importância para o Turismo do Terceiro Milênio**. São Paulo, 2003.

BIEN, A. **Uma guia simple para la certificacion del turismo sostenible y el ecoturismo**.

BOSCHI, Marcelo Rosa. **O carnaval como fenômeno de atração e retenção de turistas na cidade do Rio de Janeiro: um olhar sobre grupos distintos de foliões de blocos da Zona Sul da cidade**. Dissertação apresentada ao Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa da Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 2007.

BRASIL. **Congresso Nacional**. Lei N° 12.527, de 18 de novembro de 2011.

CURSOS IPED. **Importância do Carnaval para o Turismo e negócios**. Disponível em: <<https://www.iped.com.br/materias/evento-turismo-e-hotelaria/importancia-carnaval-turismo-negocios.html>> Acesso em: 24 abr. 2019.

DUARTE, G. K. S. **Evento Boi Manaus: Instrumento de valorização do manauense na geração de renda**, 2007. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Bacharel em Turismo) – Universidade do Estado do Amazonas, Manaus, AM, 2007.

GOELDNER, C.R.; RITCHIE, J.R.B.; MCINTOSH, R.W. Trad. Roberto Cataldo Costa. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. Porto Alegre: Bookman, 2002. GOVERNO DO ESTADO DO AMAZONAS. **Dados**. Disponível em <<http://www.amazonas.am.gov.br/o-amazonas/dados/>> Acesso em: 15 mai. 2019.

GOVERNO DO ESTADO DO AMAZONAS. **Turismo**. Disponível em <<http://www.amazonas.am.gov.br/o-amazonas/turismo/>> Acesso em: 15 mai. 2019.

GUERREIRO, I. **Banda da Bica comemora 30 anos de tradição no Carnaval de Manaus**. Portal Amazônia, 2016. Disponível em: <<http://portalamazonia.com/cultura/banda-da-bica-comemora-30-anos-de-tradicao-no-carnaval-de-manaus>> Acesso em: 15 mai. 2019.

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

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos: gestão estratégica, patrocínio e sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

MARTINS, A. **Turismo injeta R\$ 5,4 bilhões na economia dos cinco principais destinos de Carnaval do país**. Ministério do Turismo, 2019. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12442-foli%C3%B5es-movimentam-a-economia-do-turismo-no-carnaval.html>> Acesso em: 24 abr. 2019.

MARTINS, A. **Turismo no Carnaval terá impacto de R\$ 6,78 bilhões em todo o país**. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12422-turismo-no-carnaval-ter%C3%A1-impacto-de-r\\$-6,78-bilh%C3%B5es-em-todo-o-pa%C3%ADs.html](http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12422-turismo-no-carnaval-ter%C3%A1-impacto-de-r$-6,78-bilh%C3%B5es-em-todo-o-pa%C3%ADs.html)> Acesso em: 24 abr. 2019.

MATOS, H. L. **Percepção ambiental dos visitantes do complexo turístico Ponta Negra – Escala NEP**, 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Bacharel em Turismo) – Universidade do Estado do Amazonas, Manaus, AM, 2017.

NASCIMENTO, L. **Carnaval beneficia turismo em todo o Brasil**. Ministério do Turismo, 2019. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7559-carnaval-beneficia-turismo-em-todo-o-brasil.html>> Acesso em: 24 abr. 2019.

NELSON, S. P.; PEREIRA, E. M. **Ecoturismo: Práticas para turismo sustentável**. Manaus: Editora Vale/Uninorte, 2004.

NUNES, P.A. **Família mantém tradição na folia e legado deixado pelo lendário português**. A Crítica, 2016. Disponível em: <<https://www.acritica.com/channels/especiais/news/banda-da-bica-familia-mantem-tradicao-na-folia-e-legado-deixado-pelo-lendario-portugues>> Acesso em: 15 mai. 2019.

PINTO, Tales dos Santos. **História do carnaval e suas origens**. Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/carnaval/historia-do-carnaval.htm>. Acesso em 22 de junho de 2019.

REBELLO, J.; WAUGHAN, T.; MACHADO, A. **Bandas da Bica e Difusora levam mais de 40 mil ao centro**. Prefeitura de Manaus, 2019. Disponível em: <<http://www.manaus.am.gov.br/noticia/bandas-bica-difusora-centro/>> Acesso em: 15 mai. 2019.

SEBRAE. **Portal Sebrae**. Manaus, AM. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/desenvolva-eventos->

com- sustentabilidade-ambiental,68be5edae79e6410VgnVCM2000003c74010aRCRD> , Acesso em: 10 nov. 2018.

TERRA. Carnaval 2019 abre alas para o crescimento no turismo doméstico e gera otimismo no setor de aéreas. 2019. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/carnaval-2019-abre-alas-para-o-crescimento-no-turismo-domestico-e-gera-otimismo-no-setor-de-aereas,97beed2632e443464ab9b11c47091ee4o9tithubg.html>> Acesso em: 15 mai. 2019.

VIVA MANAUS. Edital de chamada pública n° 002/2019. Disponível em: <<https://vivamanaus.com/wp-content/uploads/2019/01/Edital-Carnaval-de-Rua-2019.pdf>> Acesso em: 15 mai. 2019.

VIVIANI, Fernanda, VALENTE, Isabela, LOUREIRO, Carolina. **A festa mais popular do Brasil.** Revista Eclética, Julho/Dezembro 2011. Disponível em: http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/media/eclética33_festa_popular.pdf.

APÊNDICE A – Instrumentos de coletas de dados

- 1) A senhora e demais organizadores sabem o conceito de evento sustentável?
- 2) Como se dá a busca por patrocínio e apoiadores?
- 3) Dentre os organizadores, há uma participação inclusiva e inserção de diferentes perfis?
- 4) Há uma coordenação de sustentabilidade?
- 5) Há a divulgação de textos que tratam de sustentabilidade dentro da comissão organizadora?
- 6) Há metas para a sustentabilidade?
- 7) O evento é patrocinado por empresas socioambientalmente responsáveis? Quais são as empresas?
- 8) Os prestadores de serviços são socioambientalmente responsáveis?
- 9) Como ocorre a divulgação do evento?
- 10) A divulgação do evento é sem panfletagem em massa?
- 11) Há a impressão de materiais em papel reutilizado ou reciclado?
- 12) Ocorre a impressão de materiais frente e verso?
- 13) Há a divulgação do compromisso como um evento mais sustentável nos materiais do evento?
- 14) No evento, existe o acesso a portadores de necessidades especiais?
- 15) O evento promove ações para o consumo consciente de água e/ou energia?
- 16) Ao final do evento, ocorre a separação e destinação final adequada dos resíduos sólidos recicláveis e compostáveis?

- 17) Durante o evento, há a disponibilização de informações sobre quais resíduos são recicláveis, compostáveis ou rejeitos?
- 18) Há a decoração do evento com itens naturais ou é sem decoração?
- 19) Há o incentivo à caminhada, ao uso de bicicletas, transporte público e carona solidária?
- 20) Há comida preparada localmente, regionalmente?
- 21) Por fim, quais são os seus prestadores de serviços contratados?