

**ANA LUISA MOREIRA DA SILVA LEITE**

**A ESFINGE DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA: A (IN)  
SUSTENTABILIDADE DO CARNAVAL**

Guaratinguetá

2014

**ANA LUISA MOREIRA DA SILVA LEITE**

**A ESFINGE DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA: A (IN)  
SUSTENTABILIDADE DO CARNAVAL**

Dissertação apresentada à Faculdade de Engenharia do Campus de Guaratinguetá, Universidade Estadual Paulista, para a obtenção do título de Mestre em Engenharia Mecânica na área de Gestão e Otimização.

Orientador: Prof. Dr. Maurício César Delamaro

Guaratinguetá

2014

L533e	<p>Leite, Ana Luisa Moreira da Silva A esfinge de São Luiz do Paraitinga: a (in)sustentabilidade do carnaval / Ana Luisa Moreira da Silva Leite – Guaratinguetá : [s.n], 2014. 194 f : il. Bibliografia: f. 116-119</p> <p>Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Engenharia de Guaratinguetá, 2014. Orientador: Prof. Dr. Maurício César Delamaro</p> <p>1. Planejamento urbano – Aspectos ambientais 2. Desenvolvimento sustentável 3. Turismo sustentável I. Título</p> <p>CDU 711.4(043)</p>
-------	---

*ANA LUISA MOREIRA DA SILVA LEITE*

ESTA DISSERTAÇÃO FOI JULGADA ADEQUADA PARA A OBTENÇÃO DO TÍTULO DE  
“MESTRE EM CIÊNCIAS”

PROGRAMA: ENGENHARIA MECÂNICA  
ÁREA: GESTÃO E OTIMIZAÇÃO

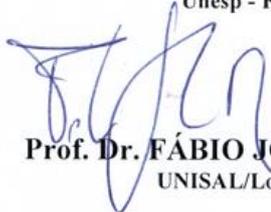
APROVADA EM SUA FORMA FINAL PELO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO

  
Prof. Dr. Edson Cocchieri Botelho  
Coordenador

*BANCA EXAMINADORA:*

  
Prof. Dr. MAURÍCIO CESAR DELAMARO  
Orientador / Unesp-Feg

  
Prof. Dr. ARMINDA EUGENIA MARQUES CAMPOS  
Unesp - Feg

  
Prof. Dr. FÁBIO JOSÉ GARCIA  
UNISAL/Lorena

## **DADOS CURRICULARES**

### **ANA LUISA MOREIRA DA SILVA LEITE**

NASCIMENTO	08.03.1984 / Guaratinguetá / SP
FILIAÇÃO	Hildeberto da Silva Leite Adriana Maria Moreira da Silva
2004/2007	Curso de Graduação Tecnologia em Gestão Empresarial – Faculdade de Tecnologia de Guaratinguetá
2008/2010	Curso de Pós Graduação em Gestão da Produção, nível de Especialização, na Universidade Estadual Paulista

LEITE, A. L. M. S. **A esfinge de São Luiz do Paraitinga: a (in)sustentabilidade do carnaval.** 2014. 194 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Mecânica) – Faculdade de Engenharia do Campus de Guaratinguetá, Universidade Estadual Paulista, Guaratinguetá, 2013.

## **RESUMO**

O carnaval de São Luiz do Paraitinga é um dos mais conhecidos. A festa apresenta aspectos positivos e deletérios. O objetivo geral deste trabalho foi levantar e analisar os seus principais aspectos, desde uma perspectiva de promoção da sustentabilidade, em suas diversas dimensões. Para tanto, foi realizado um mapeamento dos atores e foram identificadas as especificidades de seus envolvimento e de seus interesses, utilizando-se de entrevistas e da observação participante. Foram levantados pontos fortes e fracos da festa, por meio de dinâmicas e entrevistas com atores-chaves. A opinião de visitantes e de moradores foi objeto de levantamentos amostrais, que foram tratados com ferramentas estatísticas descritivas e indutivas. Resultados parciais indicam pontos fundamentais para a promoção da sustentabilidade do carnaval luizense tanto em aspectos técnicos quanto em aspectos da convivência democrático-participativa e institucional. Buscou-se, ao final do estudo, uma síntese conclusiva que apontasse e destacasse o que parece ser mais decisivo para a promoção da sustentabilidade do carnaval de São Luiz do Paraitinga.

**Palavras-chave:** Carnaval. Turismo Sustentável. Planejamento e Gestão. São Luiz do Paraitinga.

LEITE, A. L. M. S. **The Sphinx of São Luiz do Paraitinga: the (un)sustainability of the carnival.** 2014. 194 f. Dissertation (Master in Mechanical Engineering) – Faculdade de Engenharia do Campus de Guaratinguetá, Universidade Estadual Paulista, Guaratinguetá, 2013.

### **ABSTRACT**

The Carnival of São Luiz do Paraitinga is one of the best known and most sought after Brazil. The festival presents positive and deleterious. The aim of this study was to survey and analyze its main aspects, from a perspective of promoting sustainability in its various dimensions. Therefore, we conducted a mapping of actors were identified and the specifics of their involvement and their interests, using interviews and participant observation. We surveyed the strengths and weaknesses of the party, through dynamic and interviews with key stakeholders. The opinion of visitors and residents was the object of sample surveys, which were treated with descriptive and inductive statistical tools. Partial results indicate key points to promote sustainability Carnival luizense both in technical aspects and in aspects of coexistence democratic and participatory institutions. Was sought at the end of the study, a summary concluding that aims to stand out and what is more decisive in promoting sustainability Carnival of São Luiz do Paraitinga .

**Key Words:** Carnival. Sustainable Tourism. Planning and Management. São Luiz do Paraitinga.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Localização de São Luiz do Paraitinga .....	10
Figura 2 – Curva do turismo.....	29
Figura 3 – Métodos utilizados e resultados pretendidos .....	49
Figura 4 – Idade dos participantes da pesquisa com a população / Consulta pública 2009 .....	61
Figura 5 – Escolaridade dos participantes da pesquisa com a população / 2009 .....	62
Figura 6 – Exerceu atividade econômica durante o carnaval / Consulta pública 2009 .....	62
Figura 7 – Tipo de atividade econômica exercida / Consulta pública 2009 .....	62
Figura 8 – Opinião geral / Consulta pública 2009.....	63
Figura 9 – Principais transtornos / Consulta pública 2009 .....	63
Figura 10 – Como deveria ser o próximo carnaval / Consulta pública 2009 .....	64
Figura 11 – Possíveis mudanças / Consulta pública 2009.....	64
Figura 12 – Matriz <i>Swot</i> para a cidade .....	67
Figura 13 – Matriz <i>Swot</i> para o carnaval .....	76
Figura 14 – Localidade dos visitantes .....	89
Figura 15 – Idade dos visitantes .....	89
Figura 16 – Escolaridade do visitante .....	90
Figura 17 – Tipo de alojamento.....	90
Figura 18 – Tempo de permanência .....	91
Figura 19 – Com quem viaja .....	91
Figura 20 – Vistas já realizadas .....	92
Figura 21 – Local de alimentação.....	92
Figura 22 – Gasto por pessoa/por dia .....	93
Figura 23 – Informações sobre a cidade.....	93
Figura 24 – Satisfação com a viagem .....	94
Figura 25 – Intenção de voltar.....	94
Figura 26 – Necessidade de parceiras / Festival de Marchinhas 2013 .....	97
Figura 27 – Ritmo musical / Festival de Marchinhas 2013 .....	97
Figura 28 – Necessidade de parcerias / Carnaval 2013 .....	98
Figura 29 – Ritmo musical que deve tocar / Carnaval 2013 .....	98

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Indicadores de condições de vida de São Luiz do Paraitinga.....	11
Quadro 2 – Fatores positivos e negativos da sustentabilidade em São Luiz do Paraitinga.....	14
Quadro 3 – Frentes de atuação do Programa UNESP para o Desenvolvimento Sustentável de São Luiz do Paraitinga.....	16
Quadro 4 – Classificação dos instrumentos metodológicos.....	39
Quadro 5 – <i>Stakeholders</i> selecionados.....	41
Quadro 6 – Mudanças a cada ano.....	65
Quadro 7 – <i>Stakeholders</i> identificados.....	99
Quadro 8 – Matriz RACI.....	101

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
1.1 CONTEXTO.....	13
1.2 OBJETIVOS.....	19
1.3 JUSTIFICATIVA.....	19
1.4 MÉTODOS.....	20
1.5 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO .....	21
<b>2 SUSTENTABILIDADE DO TURISMO EM EVENTOS</b> .....	<b>22</b>
2.1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL .....	23
2.2 SUSTENTABILIDADE EM EVENTOS.....	25
2.3 OS CASOS DE BARRETOS, OURO PRETO E PARINTINS.....	30
<b>2.3.1 Festa do Peão de Barretos</b> .....	<b>31</b>
<b>2.3.2 O carnaval de Ouro Preto</b> .....	<b>33</b>
<b>2.3.3 Parintins</b> .....	<b>35</b>
<b>3 MÉTODOS</b> .....	<b>38</b>
3.1 MÉTODOS DE COLETA DE DADOS UTILIZADOS .....	40
<b>3.1.1 Pesquisa bibliográfica e documental</b> .....	<b>40</b>
<b>3.1.2 Entrevistas com <i>stakeholders</i></b> .....	<b>40</b>
<b>3.1.3 Observação participante</b> .....	<b>41</b>
<b>3.1.4 Entrevistas com visitantes</b> .....	<b>42</b>
<b>3.1.5 Entrevistas com população luizense</b> .....	<b>44</b>
3.2 MÉTODOS DE ANÁLISE E TRATAMENTO DE DADOS UTILIZADOS.....	45
<b>3.2.1 Análise crítica de dados históricos</b> .....	<b>45</b>
<b>3.2.2 Análise situacional pela matriz <i>swot</i></b> .....	<b>45</b>
<b>3.2.3 Tratamento e análise estatística das entrevistas com visitantes e moradores</b> .....	<b>47</b>
<b>3.2.4 Mapeamento de Atores</b> .....	<b>47</b>
3.3 CONTRIBUIÇÃO DOS MÉTODOS E RESULTADOS PRETENDIDOS.....	48
<b>4 RESULTADOS</b> .....	<b>51</b>
4.1 DE FESTA A EVENTO.....	51
4.2 A CIDADE NOTICIADA .....	58
4.3 REPERCUSSÃO, MORADORES E TURISTAS .....	61
4.4 OPORTUNIDADES E PERIGOS .....	66
4.5 OPINIÃO DO VISITANTE.....	88
<b>5 DISCUSSÃO</b> .....	<b>96</b>
5.1 A QUESTÃO DO PATROCÍNIO.....	96
5.2 OS GRUPOS DE ENVOLVIDOS, INTERESSES, RECURSOS E POSSIBILIDADES.....	99
5.3 O MOMENTO ATUAL DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA E A CURVA DO TURISMO .....	112
<b>6 SÍNTESE CONCLUSIVA</b> .....	<b>113</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>117</b>
<b>BIBLIOGRAFIA CONSULTADA</b> .....	<b>121</b>
<b>ANEXO A – Avaliação do PIT</b> .....	<b>122</b>
<b>ANEXO B – Plano de implantação de um CIT</b> .....	<b>125</b>
<b>ANEXO C – Transcrição das entrevistas com atores</b> .....	<b>128</b>
<b>ANEXO D – Íntegra das pesquisas com turistas</b> .....	<b>160</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O município paulista de São Luiz do Paraitinga está localizado na Serra do Mar, entre Ubatuba e Taubaté. A localização aparece na Figura 1 e alguns dados aparecem na sequência.



Figura 1 – Localização de São Luiz do Paraitinga

Fonte: Fundação SEADE, 2013.

São Luiz do Paraitinga chegou a ter 18.000 habitantes na década de 1920, população que se reduziu a cerca de 15.000 pessoas em 1950 e a aproximadamente 11.000, pelo censo de 2010.

Entre 2000 e 2010 a população da cidade teve um ligeiro decréscimo, com taxa de crescimento negativa, de 0,24%, enquanto, para o mesmo período, o estado de São Paulo teve um crescimento de 11,39%. Como as taxas de natalidade, fecundidade geral e de mortalidade nas várias faixas etárias não justificam essa diferença, pode-se concluir que o fenômeno da migração é expressivo. O fato de o município ter um índice de envelhecimento e um percentual de pessoas idosas mais elevados que os relativos ao Estado, indica que essa migração é de pessoas jovens. O êxodo do município ocorre em direção a cidades do Vale do Paraíba, especialmente Taubaté e São José dos Campos, industrializadas e com mais oportunidades de emprego, um fenômeno que ocorre também nos municípios próximos, como Cunha, Natividade da Serra, Redenção da Serra e Lagoinha, com percentuais de decréscimo da população ainda mais significativos. (SEADE, 2013)

Se considerarmos o Índice Paulista de Responsabilidade Social, o município encontra-se no Grupo 4, numa escala que varia de 1 (melhores condições de vida) até 5 (os menos favorecidos). A comparação da situação de 2008 e de 2010 indica que a principal fragilidade é a dimensão riqueza.

Quadro 1 – Indicadores de condições de vida de São Luiz do Paraitinga

Fonte: Fundação SEADE, 2013.

<b>Condições de Vida</b>	<b>Ano</b>	<b>Município</b>	<b>Reg. Gov.</b>	<b>Estado</b>
Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS - Dimensão Riqueza	2008	23	...	42
	2010	25	...	45
Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS - Dimensão Longevidade	2008	80	...	68
	2010	78	...	69
Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS - Dimensão Escolaridade	2008	38	...	40
	2010	41	...	48
Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS	2008	Grupo 4 - Municípios que apresentam baixos níveis de riqueza e nível intermediário de longevidade e/ou escolaridade		
	2010	Grupo 4 - Municípios que apresentam baixos níveis de riqueza e nível intermediário de longevidade e/ou escolaridade		
Índice de Desenvolvimento Humano Municipal - IDHM	2010	0,697	...	0,783
Renda per Capita (Em reais correntes)	2010	479,18	742,68	853,75

Em 2002, o município recebeu do governo estadual o título de Estância Turística, concedido a municípios com características como infra-estrutura, atrativos culturais, naturais ou recreativos, adequados à promoção do turismo, o que lhe garante a possibilidade de receber aportes financeiros voltados especificamente para fomentar o turismo. A economia municipal hoje está dividida da seguinte forma: cerca de 28% provém da administração pública, por volta de 13% provém da agropecuária e pouco mais de 12% provém da indústria. Porém o turismo se mostra uma alternativa de geração de emprego e renda, o que poderia contribuir para o desenvolvimento do município (SEADE, 2013).

A intensificação do turismo na cidade – pela redução da sazonalidade e pelo aumento no fluxo de turistas – pode levar à criação de novos postos de trabalho e para uma maior contribuição do turismo para gerar renda no município.

Os atrativos turísticos da cidade podem ser agrupados em dois tipos: culturais e de natureza.

O turismo de natureza conta com diversos atrativos. Caminhadas, rafting, calvagens e visitas a sítios arqueológicos são algumas das atividades do turismo de natureza. O núcleo Santa Virgí

bustivas. Os atrativos culturais estão relacionados tanto ao patrimônio material (construções históricas do centro) quanto ao imaterial (festividades, música, forma de vida, danças).

Os atrativos culturais são os mais valorizados e apreciados. Há grupos de danças, músicos e grupos musicais, compositores, festividades religiosas, carnaval. Há festividades inovadoras, tais como o Festival de Comida Caipira (que teve sua segunda edição em 2013), o Soca Pilão (em que, na praça central da cidade, todos são convidados a fazerem paçoca doce e salgada), Festa do Saci e seus Amigos.

ba

A música está presente em todas essas manifestações. São artistas isolados, duplas, grupos, bandas (há duas corporações musicais na cidade).

No carnaval, a marchinha é o ritmo da cidade. Outros ritmos são formalmente proibidos. E, antecedendo o carnaval, anualmente, ocorre o Festival de Marchinhas, com mais de 300 composições inscritas nos últimos dez anos. O acervo musical é riquíssimo, não só de marchinhas de carnaval. A Folia do Divino e de Reis têm suas próprias composições.

Em princípio, a promoção e divulgação desse patrimônio imaterial pode intensificar o turismo, sem desfigurar – ao contrário, valorizando – a cultura local. No entanto, esse processo não é simples, mas cheio de contradições. Como se verifica no caso do carnaval.

O carnaval de São Luiz do Paraitinga tem sido reconhecido como um dos mais importantes e expressivos do Vale do Paraíba, justamente por florescer a partir da cultura local e por promovê-la. É um tradicional carnaval de rua, durante o qual só se ouve marchinhas. Os blocos homenageiam personagens locais e buscam temática na cultura caipira. É, ao mesmo tempo, inovador e enraizado.

Tem posição consolidada sua posição de destaque quando se fala em carnaval de cidade do interior, no sudeste brasileiro

Mas... sob o sucesso, a inquietude.

## 1.1 CONTEXTO

Esta dissertação é fruto da vivência de pesquisa e extensão de diversas pessoas – docentes, pesquisadores, alunos, técnicos – da Universidade Estadual Paulista em São Luiz do Paraitinga. Iniciada em 2008.

Naquele ano, como parte do projeto de pesquisa Sustentabilidade de Destinos Turísticos do Cone Leste Paulista, proposto pelo Professor Maurício Delamaro, da UNESP de Guaratinguetá, e apoiado pelo CNPq, o município de São Luiz do Paraitinga foi escolhido um dos destinos turísticos analisados. O objetivo do projeto era identificar elementos importantes para a promoção do turismo sustentável na região do Cone Leste Paulista. Para tanto, propunha-se a analisar o grau de sustentabilidade de destinos turísticos da região. Por meio de indicadores de dimensões da sustentabilidade – social, econômica, histórico-cultural, ambiental, espacial e político-institucional – com base em informações coletadas com atores e agentes sociais dos destinos selecionados. Da análise dessas informações e da comparação com estudos similares buscavam-se identificar fragilidades e pontos positivos que pudessem servir como indicativos para a formulação de políticas públicas e para a replicação de iniciativas bem sucedidas. O projeto de pesquisa seguia a mesma linha de outros já realizados, com apoio do CNPq, por pesquisadores do Departamento de Produção da FEG/UNESP e pesquisadores do Programa de Engenharia de Produção da COPPE/UFRJ. (BARTHOLO et al, 2006; BARTHOLO et al, 2009).

A escolha de São Luiz do Paraitinga como um dos destinos a serem analisados em 2008 deveu-se ao fato de o turismo ser, crescentemente, uma de suas principais fontes de renda.

A pesquisa identificou diversos fatores de risco para a sustentabilidade, do destino turístico, tendo apontado também fatores capazes de fortalecer sua sustentabilidade. O Quadro 2, a seguir, resume os principais fatores identificados em relação às seis dimensões da sustentabilidade, segundo a visão de atores importantes para a atividade turística local, no ano de 2008.

Quadro 2 – Fatores positivos e negativos da sustentabilidade em São Luiz do Paraitinga

Fonte: CAMPOS &amp; DELAMARO, 2011.

<b>Dimensão</b>	<b>Fatores Positivos</b>	<b>Fatores Negativos</b>
<b>Social</b>	Existência de diversos projetos sociais. População organizada em Associações. Criação ou melhoria de instalações recreacionais e culturais.	Baixa escolaridade. Sistema de saúde com deficiências. Aumento no consumo de drogas.
<b>Econômica</b>	Geração de empregos no turismo. Diversificação da economia, mesmo que tímida. Criação de novos mercados para produtos locais. Incremento no setor da construção civil.	Sazonalidade do turismo. Fraco planejamento para aproveitar o turismo. Ausência de regras para locação de imóveis para temporadas. Especulação imobiliária crescente.
<b>Histórico-cultural</b>	Grande riqueza histórico-cultural. Rico patrimônio imaterial: festas, música, cavallhada, artesanato. Grande patrimônio arquitetônico. Educação musical abrangente.	Comercialização excessiva no carnaval. Início de perda de autenticidade das manifestações culturais. Há pouca informação sobre a cultura local para os visitantes.
<b>Ambiental</b>	Alguma melhora recente da qualidade do meio ambiente. Conscientização dos locais. Atrativos naturais valorizados e preservados pelo turismo. Existência do Parque Estadual da Serra do Mar – Núcleo Santa Virgínia.	Poluição visual e sonora. Saneamento básico insuficiente para o Carnaval. Abastecimento de água insuficiente para as grandes festas. Assoreamento do Rio Paraitinga.
<b>Espacial</b>	Patrimônio arquitetônico preservado e valorizado.	Poucas propriedades são regularizadas. Layout de novas construções não acompanha o padrão histórico-cultural.
<b>Político-institucional</b>	Relacionamento estável entre órgãos públicos, entidades e iniciativa privada. Elaboração de Plano Diretor de forma participativa e que apoiado nos princípios do desenvolvimento sustentável.	Inexistência de fóruns específicos de discussão e planejamento do turismo. Inexistência de associações, tais como dos músicos e dos artesãos.

A acolhida dos pesquisadores pelos atores locais foi bastante receptiva. Parecia já haver uma cultura mais madura que em outras localidades, nas quais ainda prevalece a ingênua concepção de que o turismo é uma panacéia. Mais que em outros destinos analisados, a reflexão acadêmica tocou integrantes da comunidade local: a discussão originada com a pesquisa pareceu convergir com as preocupações da comunidade com seu destino. Em contrapartida, a teorização acadêmica se deixou impactar pelos problemas e saberes concretos da vida da cidade.

A partir deste contato inicial, a parceria multiplicou iniciativas. Ainda em 2008, uma equipe da UNESP de Guaratinguetá fez uma pesquisa de opinião para levantamento do perfil e avaliação do visitante na Segunda Semana da Canção de São Luiz do Paraitinga. Na discussão e análise dos resultados desta pesquisa, surgiu a sugestão para que a pesquisa fosse replicada no carnaval de 2009, o que foi feito.

Nas duas pesquisas, além do perfil do visitante, foi levantada sua opinião sobre hospedagem, serviços de alimentação, qualidade dos eventos, serviços públicos. Os visitantes opinaram ainda sobre os principais problemas que identificavam no local, sobre sua percepção quanto a aspectos relacionados à sustentabilidade local e à realidade da cidade.

Esses foram os primeiros levantamentos desse tipo feitos na cidade. Seus resultados foram discutidos com diversos atores da sociedade local. Sob a liderança do Diretor de Turismo, Eduardo de Oliveira Coelho compareceram ao debate empreendedores (dos meios de hospedagem, dos meios de alimentação, das empresas de rafting), outros gestores, integrantes de ONG's, vereadores. O caráter de cientificidade e de tecnicidade da pesquisa foram muito importantes para mobilizar as pessoas para a intensa discussão dos resultados.

Além disso, os problemas trazidos pelo carnaval haviam aflorado com toda força. A brincadeira de rua chegou a atrair cerca de 25.000 visitantes por dia, em 2009, sendo que nem todos ficavam alojados na cidade, mas estavam de passagem ou voltavam para cidade de origem no mesmo dia. O crescimento excessivo de visitantes levou a problemas graves durante o carnaval, destacando-se a) falta de água durante o carnaval; b) falta de energia elétrica; c) excesso de pontos de comércio provisórios; d) existência de comércio irregular; e) dificuldades no trânsito de veículos; f) falta de local para estacionamento; g) carências quanto a fiscalização e policiamento; h) pressão sobre os serviços de saúde; i) acúmulo de lixo e pressão sobre serviços normais de limpeza pública.

O crescimento do turismo, com suas contradições, estava bem representado pelo que havia ocorrido com o carnaval em São Luiz do Paraitinga.

A partir daí, foi incluído um docente da UNESP na comissão que estava organizando o carnaval de 2010. Como parte desta preparação, foi realizada uma pesquisa com os cidadãos luizenses: a opinião dos mais afetados deveria valer para o planejamento da festa.

Mas o carnaval luizense de 2010 não existiu para o grande público.

A trágica enchente sofrida, em janeiro de 2010, pelo município de São Luiz do Paraitinga destruiu boa parte do patrimônio arquitetônico e urbanístico tombado pelo CONDEFHAT e IPHAN. Gerou, sobretudo, inúmeros problemas sociais, econômicos, ambientais e de infra-estrutura.

Pela importância de São Luiz do Paraitinga para a cultura brasileira, houve mobilização e solidariedade de setores diversos. Grupos de pesquisadores de várias instituições acadêmicas mobilizaram-se para contribuir com projetos voltados para o apoio à reconstrução da infraestrutura, a proposição de meios de proteção contra o efeito de futuras enchentes, o atendimento à população atingida e a busca por formas de retomar as atividades econômicas. Uma iniciativa promovida pela Universidade Estadual Paulista reuniu vários professores, de diferentes unidades e cursos, no Programa UNESP para o Desenvolvimento Sustentável de São Luiz do Paraitinga, a fim de articular os esforços de grupos de diferentes especialidades. O Programa foi estruturado em frentes de atuação que poderiam ter o formato de projeto ou de assessoria técnica. As frentes foram as seguintes:

Quadro 3 – Frentes de atuação do Programa UNESP para o Desenvolvimento Sustentável de São Luiz do Paraitinga

<b>Frente</b>	<b>Nome</b>	<b>Responsáveis</b>	<b>Campus</b>
1	Gestão do Plano Diretor Participativo	José Xaides S. Alves	FAAC, Bauru
2	Estímulo ao empreendedorismo para o turismo sustentável	Maurício César Delamaro	FEG, Guaratinguetá
3	Perenização das estradas rurais	José Bento Ferreira	FEG, Guaratinguetá
4	Informações para a retomada das atividades econômicas	Arminda E. M. Campos	FEG, Guaratinguetá
5	Memorial da reconstrução e desenvolvimento	Solange de Souza	CEDEM
6	Direito público e privado	José Carlos de Oliveira	FDHSS, Franca
7	Construções alternativas em madeira	Juliana Cortez Barbosa e Cristiane Inácio de Campos	CEI, Itapeva
8	Sistema de informação	José Luís Bizelli	FCLAr, Araraquara
9	Novas formas de habitar	Soraia Georgina Paiva Cruz e Ivan Esperança	FCLAs, Assis
10	Soluções Hidráulicas para a Proteção de Áreas de Riscos	Manoel J. Duarte da Silva	FEB, Bauru
11	Atendimentos médicos complementares	Haddad Vidal	FM, Botucatu
12	Promoção do turismo responsável	Patrícia Ramiro e Sérgio D. de Oliveira	CER, Rosana
13	Coordenação, monitoramento e avaliação de resultados	José Xaides Alves, Maurício Delamaro	FAAC e FEG

A coordenação geral do Programa ficou sob a responsabilidade de Maurício Delamaro, do campus de Guaratinguetá e José Xaides de Sampaio Alves, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicações do Campus de Bauru.

Vigente até 2012, o Programa teve atividades nos períodos de 2010 – 2011 e gerou centenas de produtos, nas diversas áreas em que atuou. Dentre esses produtos estão: a) Assessorias técnicas em direito, urbanismo, engenharia, planejamento, medicina, psicologia, arquivismo, turismo; b) Coordenação em reuniões e eventos; c) Contribuição na estruturação e funcionamento de Conselhos Municipais; d) Elaboração de projetos conceituais e de viabilidade técnico-econômica. Levantamentos de campo; e) Pareceres; f) Elaboração de Maquetes e Filmes; g) Projetos de urbanismo; h) Levantamento de informações para o planejamento; i) Realização de oficinas de reflexão sobre a catástrofe; j) Apoio psicológico e atendimentos médicos; k) Geração de material didático e de divulgação da cidade; l) Criação do MHAR – Museu de História e Arte Regional de São Luiz do Paraitinga, em parceria com o Acervo Digital da UNESP; m) contribuiu para alavancar recursos de outras fontes de financiamento de projetos e ações.

Não é objetivo deste trabalho detalhar ou analisar o Programa como um todo. Cabe, sim, registrar que neste novo contexto – o da reconstrução após a enchente – o grupo de professores e alunos ligado ao curso de Engenharia de Produção, da Faculdade de Engenharia de Guaratinguetá ampliou suas responsabilidades. O propósito do trabalho de extensão desenvolvido por esse grupo passou a ser contribuir com a retomada da atividade econômica no município, de forma sustentável, com foco no turismo, por meio de atividades de estímulo e capacitação em empreendedorismo e da produção de informações que auxiliassem o planejamento da atividade. Os principais interlocutores da equipe FEG/UNESP na cidade eram gestores municipais, das áreas de planejamento, cultura e turismo, e os Conselhos Municipais de Turismo e de Planejamento. Além desse propósito, havia a expectativa de que a iniciativa propiciasse aprendizado e geração de conhecimentos para a universidade, assim como oportunidades de formação para os alunos participantes. A definição do escopo do trabalho partiu de discussões com integrantes da gestão municipal e tomou como base as pesquisas sobre a sustentabilidade do turismo no local, realizadas pelos docentes responsáveis pelo projeto de extensão no período de 2008 a 2009.

Na área de produção de informações para embasar o planejamento de atividades turísticas, foram realizadas duas pesquisas do tipo *survey* com visitantes, na Festa do Divino e no Carnaval de 2011, com o objetivo de conhecer o perfil dos visitantes, a forma de realizar a viagem e sua avaliação dos eventos e da recuperação da cidade. Essas pesquisas tiveram

objetivo e escopo definidos em conjunto com os gestores municipais envolvidos no planejamento do turismo. As informações e análises foram utilizadas para planejar outros eventos culturais os eventos do ano seguinte. Outro resultado nessa área foram os vários documentos de disseminação dos resultados das pesquisas, produzidos para visitantes cadastrados, para empresários locais, para a imprensa regional e para instâncias de planejamento do turismo regional. Os resultados das pesquisas foram discutidos em diferentes instâncias, como em conselhos municipais e em praça pública, para permitir que todos os interessados os conhecessem e discutissem.

Na área de empreendedorismo, realizaram-se estudos para o planejamento inicial do Centro de Informações Turísticas da cidade e do Centro de Visitantes do núcleo local do Parque Estadual da Serra do Mar, a serem instalados. Nesse caso, a equipe do projeto de extensão interagiu intensamente também com gestores e técnicos do Parque Estadual e empresários locais do turismo de aventura, além dos gestores e conselheiros municipais. Assim como no caso da produção de informações, os objetivos e escopo desses estudos foram definidos em conjunto com os interlocutores locais e tiveram seus resultados amplamente divulgados e discutidos com vários grupos.

Com o término do Programa geral da UNESP em São Luiz do Paraitinga, docentes dos Campus de Guaratinguetá e de Bauru continuaram com projetos de extensão isolados e mais modestos. Isso foi compreensível e, de certa forma, adequado já que o período mais crítico da reconstrução já havia passado. O grupo ligado ao curso de Engenharia de Produção liderou ou participou dos seguintes projetos: a) a atualização do MHAR (Museu de História e Arte Regional); b) mapeamento da cadeia do turismo; c) acompanhamento da evolução do perfil do turista.

Em relação ao perfil do turista, foram realizados levantamentos nos seguintes eventos: a) carnaval de 2012; b) Festival de Marchinhas de 2013; c) Carnaval de 2013, d) Funcionamento do Posto de Informações Turísticas, durante o carnaval de 2013; e) Festa da Cozinha Caipira de 2013; f) Festa do Saci e seus amigos de 2013.

Observa-se, então, que a preocupação com o carnaval luizense sempre foi uma constante – seja antes da enchente, no período agudo da crise após a enchente e até os dias atuais – para o grupo acadêmico em questão. Isso se justifica pela importância cultural do evento, seu potencial positivo e seus aspectos deletérios.

## 1.2 OBJETIVOS

O objetivo geral deste estudo foi analisar o carnaval de São Luiz do Paraitinga, no período 2009 - 2013, desde a perspectiva da sustentabilidade.

Visando atingir o objetivo geral, foram fixados os seguintes objetivos específicos:

- a) Elaborar uma síntese sobre os aspectos positivos e os aspectos negativos do carnaval de São Luiz do Paraitinga, desde a perspectiva da sustentabilidade de eventos;
- b) Sintetizar e analisar as ações e as medidas implementadas para melhorar a gestão do evento, nos anos recentes;
- c) Identificar os posicionamentos dos principais atores sociais envolvidos com o carnaval luizense e propor uma distribuição de responsabilidades com vistas à promoção de uma maior sustentabilidade do evento;
- d) Registrar a experiência do grupo de extensão e de pesquisa universitária da Engenharia de Produção da UNESP de Guaratinguetá que, participando de uma rede de parcerias, tem tentado contribuir com o planejamento dos carnavais luizenses.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Este estudo é uma oportunidade de aplicação dos conceitos de sustentabilidade a um caso concreto. Este exercício pode contribuir para pensar eventos segundo um conjunto de parâmetros mais complexo que unicamente seu sucesso econômico financeiro.

Como a maioria das pequenas cidades brasileiras, São Luiz do Paraitinga carece de um quadro de gestores municipais concursados. Os principais postos são de confiança. Isso agrava uma situação que por si só é sempre problemática: a falta de memória quanto aos acertos e erros na gestão pública. O registro das tentativas e dos caminhos percorridos pode ser uma contribuição para a cidade e para pensar-se em situações similares de outras cidades.

Há, ainda, a possibilidade de dar-se um passo à frente na formulação de um concerto de atores sociais e suas responsabilidades para se aumentar a sustentabilidade do carnaval luizense.

O registro da experiência do grupo da UNESP de Guaratinguetá também tem seu valor. Houve aspectos positivos que podem servir de lição e serem buscados na realização de outras iniciativas que unam pesquisa e extensão em Engenharia de Produção.

#### 1.4 MÉTODOS

O método escolhido como o mais adequado para se atingir os objetivos foi o estudo de caso, com múltiplas ferramentas metodológicas.

Para a coleta de informações, utilizou-se as seguintes ferramentas: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, entrevistas semi-estruturadas gravadas com stakeholders, observação participante, entrevistas com questionário fechado com visitantes, entrevistas com questionário fechado com população da cidade.

Para o tratamento das informações, foram utilizadas as seguintes ferramentas: tratamento e análises estatísticas para as pesquisas com visitantes e população local, matriz SWOT para a identificação e análise dos pontos positivos e negativos e o mapeamento de

“ R C I”

Cabe um destaque quanto período de análise e de envolvimento do grupo de extensão e pesquisa, que é de 2008 a 2013. Em geral, isso é incomum numa dissertação de mestrado. No entanto, há de se esclarecer o papel desempenhado pela pesquisadora em todo esse período.

A aluna iniciou sua participação em 2008, ainda como aluna da Pós Graduação Lato Sensu em Gestão da Produção do Departamento de Produção da UNESP de Guaratinguetá na qualidade de componente do grupo que realizou entrevistas com visitantes da Semana da Canção.

A partir daí, foi assumindo responsabilidades crescentes. Passou a ser a líder das equipes de pesquisadores, assumindo as funções de coordenação e treinamento. Participou de todas as *surveys* realizadas. Foi também se capacitando para fazer o processamento e tratamento dessas pesquisas quantitativas. Com isso, participou das discussões sobre as *surveys* com os parceiros, podendo exercer a observação participante que também está relacionada entre as ferramentas metodológicas desta dissertação.

Com a crise da enchente em 2010, a aluna participou também do Programa UNESP para o desenvolvimento sustentável de São Luiz do Paraitinga, em diversas atividades, ainda como aluna da Pós Graduação. Em 2012, iniciou seu mestrado. Dentre essas atividades, tem-se: coordenação do Plano de Negócios do Centro de Informações Turísticas, elaborado em

conjunto com unespianos da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicações de Bauru e do Campus Experimental de Itapeva, além dos parceiros locais.

### 1.5 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

O trabalho foi dividido em seis partes para que pudesse ser melhor apresentado.

A Primeira é a Introdução, que traz contexto, objetivos, justificativa da proposta e métodos a serem utilizados. A segunda traz os conceitos de sustentabilidade e sua importância nas atividades turísticas. Mostra também alguns casos de turismo, sua sustentabilidade e implicação na comunidade local. A terceira parte traz uma descrição detalhada dos métodos utilizados. Depois, na quarta parte, tem-se a apresentação dos resultados. A quinta parte traz uma discussão onde se pode pensar em responsabilidades e debater os pontos levantados até então e fim, na sexta parte, a síntese conclusiva.

## 2 SUSTENTABILIDADE DO TURISMO EM EVENTOS

Atualmente, muito tem se falado quanto ao termo sustentabilidade e sua utilização. Porém muitas vezes não se entende o conceito em todas as esferas. A busca pela sustentabilidade envolve os aspectos: ambiental, sociocultural, econômico, e político institucional, como segue (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007):

**Sustentabilidade ambiental:** assegura a compatibilidade do desenvolvimento com a manutenção dos processos ecológicos essenciais à diversidade dos recursos;

**Sustentabilidade sociocultural:** assegura que o desenvolvimento aumente o controle das pessoas sobre suas vidas, preserve a cultura e os valores morais da população e fortaleça a identidade da comunidade. Tem por objetivo construir uma civilização mais igualitária, ou seja, com mais equidade na distribuição de renda e de bens, de modo a reduzir o abismo entre os padrões de vida dos ricos e dos pobres;

**Sustentabilidade econômica:** assegura que o desenvolvimento seja economicamente eficaz, garanta igualdade na distribuição dos benefícios advindos desse desenvolvimento e gere os recursos de modo que possam suportar as necessidades das gerações futuras;

**Sustentabilidade político institucional:** assegura a solidez e continuidade das parcerias e compromissos estabelecidos entre os diversos agentes e agências governamentais dos três níveis de governo e nas três esferas de poder, além daqueles atores situados no âmbito da sociedade civil.

Todas as esferas devem ser trabalhadas em conjunto para que se possa compreender o conceito de sustentabilidade em toda sua abrangência. O homem deve aprender a trabalhar com o conceito de sustentabilidade de forma a equilibrar a sua relação com o meio ambiente. O conceito ligado a durabilidade, faz com que sejam repensadas as relações do homem com

“Sustentabilidade é uma forma de conservar o caminho do desenvolvimento traçado até o presente, para que seja possível e viável a continuidade da existência do homem sobre a natureza, ou melhor, sobre um domínio ainda maior do homem” (RANAURO, 2004, p.5).

Quando se fala em sustentabilidade, fala-se também de ações a longo prazo, ações onde a vida em sociedade e o meio ambiente sejam tratados como parte de um processo. A sociedade deve existir ao longo do tempo de maneira que suas relações sejam harmoniosas e benéficas. O meio ambiente, como fonte essencial de vida para o ser humano, deve ser

explorado com consciência de seu ciclo de vida, para que os recursos não faltem no futuro. Ainda com a ideia ligada ao futuro, mais uma definição de sustentabilidade:

Sustentabilidade tem a ver com sustentável, durável. É aquilo que se sustenta por muito tempo. A partir da década de 1960, um novo conceito de desenvolvimento começou a se consolidar, verificando-se desde então uma maior preocupação da comunidade internacional com os limites do desenvolvimento econômico do planeta. Esse desenvolvimento está diretamente relacionado ao modelo de consumo vigente, aos efeitos negativos da acumulação e do desperdício, e aos riscos da degradação do meio ambiente (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p. 17).

O conceito de sustentabilidade tem sido constantemente ligado ao termo desenvolvimento, formando o ideal desenvolvimento sustentável. Não se pode desenvolver um aspecto em detrimento de outro, assim o desenvolvimento sustentável visa garantir o desenvolvimento em todos os aspectos (RANAURO, 2004).

De acordo com Bursztyn e Bursztyn (2012) a sustentabilidade é um atributo desejável para que se possa alcançar o desenvolvimento sustentável. Baseada no conceito da interdisciplinaridade, envolvendo esferas econômicas, social e ambiental, a sustentabilidade oferece uma nova forma de gestão, que visa ações contínuas que favoreçam todas as esferas.

## 2.1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

De acordo com Bursztyn; Bartholo e Delamaro (2009), o termo desenvolvimento é a base de uma ideia que, desde os anos 50, marca estratégias políticas e econômicas que podem auxiliar nações menos favorecidas a superar a miséria.

Nesse campo de debate, a ideia de desenvolvimento carrega um significado positivo, vinculado a um tempo futuro, onde se podem efetivar as potencialidades do mundo que se quer, e não a mera replicação do mundo em que se vive. Por outro lado, ela tem sido em geral vista por uma perspectiva economicista que a vincula à noção de prosperidade e a associa ao processo de produção de riquezas, e crescimento econômico das nações (BURSZTYN; BARTHOLO; DELAMARO, 2009, p. 77).

O crescimento econômico, na mesma medida que gera desenvolvimento, pode gerar, também, a desigualdade. A aplicação do conceito de desenvolvimento sustentável pode impedir a desigualdade.

Desenvolvimento sustentável é a atividade que harmoniza o imperativo do crescimento econômico com a promoção de equidade social e a preservação do patrimônio natural, garantindo assim que as necessidades das atuais gerações sejam atendidas sem comprometer o atendimento das necessidades das gerações futuras (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p. 18).

O conceito de desenvolvimento sustentável reforça a ideia de ações a longo prazo e de durabilidade. Para Ranauro (2004) a proposta de desenvolvimento sustentável é o caminho para a transformação propondo métodos, modelos e políticas públicas que proporcionam

mudanças tanto nas relações sociais, como no macro ambiente público. O autor sintetiza as contribuições do desenvolvimento sustentável em duas frentes, como a seguir:

- 1) o entendimento do que o Desenvolvimento Sustentável propõe para o nível macro do desenvolvimento da sociedade, apontando para transformações estruturais em todo o mundo;
- 2) o conceito abrange, também, uma atenção em especial para o nível micro das relações sociais.

Para Bursztyn e Bursztyn (2012) o desenvolvimento sustentável surge para ligar a economia e ecologia. A economia deve ser considerada em um sentido amplo, envolvendo todas as suas dimensões, inclusive a dimensão social. A essas dimensões da economia, deve ser aliado o conceito de ecologia, onde a qualidade do meio ambiente poderá ser garantida através de meios econômicos (leis, impostos, educação), resultando uma situação em que os benefícios sejam partilhados para todos

A concepção de desenvolvimento sustentável implica um novo paradigma do pensar as sociedades humanas segundo uma nova ética de democratização de oportunidades e justiça social, percepção das diferenças como elemento norteador de planejamento, compreensão da dinâmica de códigos e valores culturais e compromisso global com a conservação de recursos naturais (IRVING; AZEVEDO, 2002, p. 35).

O desenvolvimento sustentável exige e oferece uma nova maneira de pensar. O pensamento que antes era apenas voltado para ganhos econômicos, atualmente deve ser voltado para todas as esferas, com ênfase nos fatores sociais, que atualmente tem grande peso em todas as decisões.

Ranauro (2004) defende que o desenvolvimento sustentável seja a grande tendência da vez, isso porque dá-se ao mundo um novo conceito de mundo, fazendo com que as relações de investimento e ganho sejam repensadas. As relações econômicas precisam ganhar um novo enfoque, arrisca-se dizer que esse deve ser um enfoque mais preciso na esfera social, onde aspectos ambientais e culturais sejam levados em consideração. Quando se fala em economia não se pode pensar somente na questão monetária, essa passa a ser uma das esferas, que teria tanto peso como as demais.

Para Sachs (2002), o que está acontecendo, em relação ao desenvolvimento sustentável é a mudança da preocupação com a eficiência econômica (financeira), para a preocupação para a eficiência em todas as suas dimensões. Antes essas dimensões eram esquecida ou até mesmo prejudicadas, em detrimento da eficiência econômica (financeira). Hoje, não se pode mais aceitar esse detrimento. O atual sistema se mostrou ineficaz em termos de desenvolvimento, pode-se dizer que o desenvolvimento, de um modo geral, era lento e não satisfazia as necessidades de todas as esferas. Assim o desenvolvimento sustentável busca

harmonizar os aspectos econômicos, fazendo com que o financeiro não seja o mais importante.

Para que seja possível o alcance desse desenvolvimento, Ranauro (2004) salienta que a participação dos atores envolvidos em uma ação é de fundamental importância. A abertura para o diálogo para que se possa alcançar um consenso que irá beneficiar todas as dimensões e a identificação dos atores e a promoção do diálogo vem a ser uma das bases desse conceito. “A reflexão que se propõe é a de que a proposta de Desenvolvimento Sustentável não faz

“ ”

envolvidos” ( 25 ).

## 2.2 SUSTENTABILIDADE EM EVENTOS

O carnaval, caracterizado como evento turístico, precisa se mostrar um evento aprazível para o destino turístico. Pautado na cultura do Brasil e subdividido em diferentes culturas em diferentes localidades, é um evento do calendário festivo nacional oficial e que promove disseminação de cultura e aquecimento da economia.

Irving et. al (2005) salientam que a sustentabilidade deveria ser foco de todas as atividades do turismo, gerando assim o turismo sustentável, que seria uma atividade que

“A

sustentabilidade do turismo é consequência, portanto, da responsabilidade de todos os segmentos nele envolvidos” ( 3 )

Nas últimas décadas, a atividade turística tem se configurado como uma importante atividade econômica em todo o mundo, com implicações diretas na vida social e cultural de cidades, sítios e pessoas, gerando empregos, divisas e proporcionando contatos culturais e representações de diversas localidades (FIGUEIREDO, 2005, p. 46).

Continuando o conceito de sustentabilidade, o turismo sustentável pode ser definido como uma nova forma de gestão das atividades turísticas, onde necessidades econômicas, sociais, vivências estéticas, integridade cultural e a diversidade biológica nos meios humanos e ambiental são satisfeitas.

O “ ” x  
incorporação de princípios e valores éticos, uma nova forma de pensar a democratização de oportunidades e benefícios, e um novo modelo de implementação de projetos, centrado em parcerias, co-responsabilidade e participação (IRVING; AZEVEDO, 2002, p, 17).

A prática do turismo sustentável exige uma mudança de gestão, principalmente da gestão pública que muitas vezes é o principal articulador das atividades e eventos turísticos. Na

cidade de São Luiz do Pratinga, foco desse estudo, o carnaval é um evento que gera uma grande polêmica. Ao mesmo tempo que projetou a cidade no circuito turístico nacional, chama atenção para os problemas e dificuldades encontradas durante o evento. Pode-se dizer

“O

suas contradições, é bem representado pelo que ocorreu com o Carnaval de São Luiz do  
” (C O ; D L RO 2011 8 3)

Sendo assim é preciso se atentar para oito áreas de ação prioritária para que o governo possa desenvolver um plano de turismo sustentável, conforme Irving e Azevedo (2002):

- 1) Avaliação da capacidade do quadro regulatório, econômico e voluntário para viabilização do turismo sustentável, no sentido de apoiar o desenvolvimento de políticas que facilitem o alcance das metas desejadas;
- 2) Avaliação das implicações econômicas, sociais, culturais e ambientais das operações da organização/instituição, no sentido de examinar sua própria capacidade para atuar na direção da perspectiva de desenvolvimento sustentável;
- 3) Treinamento, educação e consciência pública, no sentido do desenvolvimento de formas mais sustentáveis de turismo e com o objetivo de viabilizar a capacidade necessária para a execução de tarefas nessa direção;
- 4) Planejamento para o desenvolvimento do turismo sustentável, a partir do desenvolvimento e implementação de medidas que asseguram o planejamento efetivo do uso do solo e mecanismos que maximizem benefícios ambientais e sociais, e minimizem danos potenciais culturais ou ambientais;
- 5) Facilitação do intercâmbio de informações, habilidades e tecnologias relativas a turismo sustentável entre países desenvolvidos e países em desenvolvimento;
- 6) Fomento ao envolvimento da participação de todos os setores da sociedade, inclusive o de minorias;
- 7) Monitoramento permanente do progresso e desempenho, no sentido do alcance das metas de desenvolvimento sustentável, a partir de indicadores realistas de turismo sustentável, aplicáveis em âmbito local e nacional;
- 8) Desenvolvimento de parcerias no sentido da facilitação de iniciativas responsáveis.

As áreas contempladas por Irving e Azevedo (2002) auxiliam o envolvimento de todos os atores que seriam responsáveis pelo planejamento do carnaval. Considerando que o carnaval é uma festa com grande apelo cultural, o item seis mostra como é importante que cada aspecto seja levado em consideração na busca de um carnaval sustentável, mesmo que algum grupo pareça ser minoria, esse grupo pode ter fundamental papel no carnaval. Ainda

tem-se o item 4 que tem como objetivo maximizar benefícios na esfera social e minimizar danos na esfera cultural, esferas que precisam ser cuidadas na cidade de São Luiz do Paraitinga, a cultura local provém da comunidade, que não deve ser negativamente afetada com o desenvolvimento do turismo.

Ainda buscando meios para que se possa alcançar o desenvolvimento do turismo sustentável, a UNEP (2005) propõe algumas ideias que poderiam auxiliar no planejamento das ações:

- 1) Otimização do uso dos recursos ambientais, que constituem o elemento chave para o desenvolvimento turístico, com a manutenção dos processos ecológicos e apoio à conservação dos recursos renováveis e da biodiversidade;
- 2) Respeito à autenticidade sócio cultural das comunidades dos destinos, com o compromisso de conservação de seu patrimônio construído e seu estilo de vida e valores tradicionais, e fortalecimento da compreensão intercultural e tolerância;
- 3) Garantia de operações econômicas viáveis, de longo prazo, com a geração de benefícios socioeconômicos para todos os atores envolvidos, incluindo emprego estável e oportunidades de ganhos e serviços sociais às comunidades de destino, de maneira a contribuir para alívio à pobreza.

Burztyn; Bartholo e Delamaro (2009) defendem que, muitas vezes, o turista foge de um turismo de massa, onde não há caracterização local, respeito aos recursos ambientais ou garantia de operações econômicas viáveis. O poder público apostou no setor do turismo como forma de geração de renda e desenvolvimento, porém é preciso que se pense nas localidades como protagonistas do evento e por isso as características peculiares a cada cidade devem ser preservadas e promovidas.

O planejamento das ações é essencial para as ações de longo prazo, o item dois da UNEP (2005) contempla a autenticidade sócio cultural, item que seria de suma importância para o planejamento do carnaval de São Luiz do Paraitinga. O item 1 contempla as questões ecológicas e a biodiversidade, São Luiz do Paraitinga, por conter uma Unidade de Conservação nos perímetros do município, possui grande biodiversidade ambiental, oferecendo também opções de lazer ao turista. Porém essa não é apenas a biodiversidade da cidade, quando se fala em expressões culturais, a cidade contempla diversos tipos, como música, danças, culinária e artesanato, por exemplo. A biodiversidade vai além da questão ambiental. A questão da tolerância, contemplada também no item 2, se encaixa perfeitamente no contexto da cidade, que possui diversas expressões culturais, cada uma a sua maneira compõem o que a cidade apresenta para o turista nos diversos dias de carnaval. O item 3, que

trata de operações econômicas, se encaixa completamente no atual momento vivido pela cidade, onde economicamente o carnaval não se mostra viável, pois é uma festa feita somente com recursos públicos. A longo prazo fica inviável manter uma festividade que atrai mais público a cada ano somente com recursos financeiros do município. Utilizando os recursos do município não há espaço para geração de benefícios econômicos para os atores envolvidos ou serviços sociais que iriam contribuir para a diminuição da pobreza. O ideal é que a festa possa gerar recursos a serem direcionados a essas áreas e não que os recursos do município custeiem a festividade.

O Ministério do Turismo (2007) coloca que quando pensa-se em turismo sustentável sobre a ótica sócio cultural, é preciso responder quatro perguntas, são elas:

- 1) O que busca o olhar do visitante?
- 2) O que valoriza a sua visita?
- 3) O que o lugar tem a lhe oferecer?
- 4) O que a comunidade quer mostrar?

É preciso saber o que busca o olhar do visitante, o que ele foi buscar ao visitar a localidade, como abordado na questão 1. A questão 2 quer saber o que valoriza a visita, que aspectos fazem valer a pena conhecer ou retornar a localidade. Depois, na questão 3 é preciso valorizar a visita do turista, oferecendo as atrações da cidade. Para finalizar a comunidade precisa se mostrar ao visitante, como se nota na questão 4, porém a grande questão é chegar ao consenso do que a localidade quer mostrar, quais os atrativos que devem ser colocados a disposição do visitante.

O atual momento pede que a cidade de São Luiz do Paraitinga se posicione em relação ao carnaval, deixando claro o que quer mostrar ao visitante, quais suas atrações e qual a participação da comunidade local na festa que impulsiona o turismo da cidade.

Butler (1980) trata do que o autor denomina de curva do turismo, um conceito que trata do turismo com um produto a ser oferecido ao mercado e por isso esse produto tem suas fases, que vão desde o seu lançamento até a saturação do produto. Kotler (2000) complementa a ideia de Butler (1980) defendendo que a curva do turismo deve ser utilizada de maneira a evitar a saturação do destino turístico e de seus atrativos, deve-se encontrar um ponto onde o destino se consolide como produto sempre desejável. Para melhor entender a curva do turismo, segue uma definição de Butler (1980) de seus estágios:

**Estágio da exploração:** o número de turistas é pequeno, não há instalações específicas para eles e a cidade não parece investir em atendimento ao público. Também não há participação significativa dessa atividade na economia local;

**Estágio do engajamento:** começa a se oferecer alguns produtos especificamente fabricados para o turismo, assim como tenta-se iniciar uma organização local que possa divulgar o destino turístico;

**Estágio do desenvolvimento:** a divulgação realizada no estágio anterior começa a atrair grande número de turistas, assim como a oferta de atrativos é bem maior que no estágio 1. O turismo na cidade está bem definido, os tipos de atividades delineadas e é comum a cidade receber um número de turistas que supera o número de moradores;

**Estágio da consolidação:** o número de turista diminuiu, apesar de ainda superar o número de moradores, porém as atividades turísticas estão melhor organizadas e os turistas recebem produtos e serviços de alta qualidade;

**Estágio da estagnação:** percebe-se esse estágio quando há problemas sociais, ambientais e econômicos associados a pressão exercida pelo grande número de turistas na localidade, muitas vezes os recursos disponíveis não são suficiente para todos os turistas. Apesar de se ter uma identidade turística bem definida, pode acontecer do destino não ser mais tão atrativo, devido aos problemas e a presença do turista não ser mais agradável aos moradores, devido ao seu tipo de comportamento e hábitos de consumo.

A Figura 2 dá uma ideia de como seria a curva do turismo, que leva em consideração o tempo e o número de turistas.

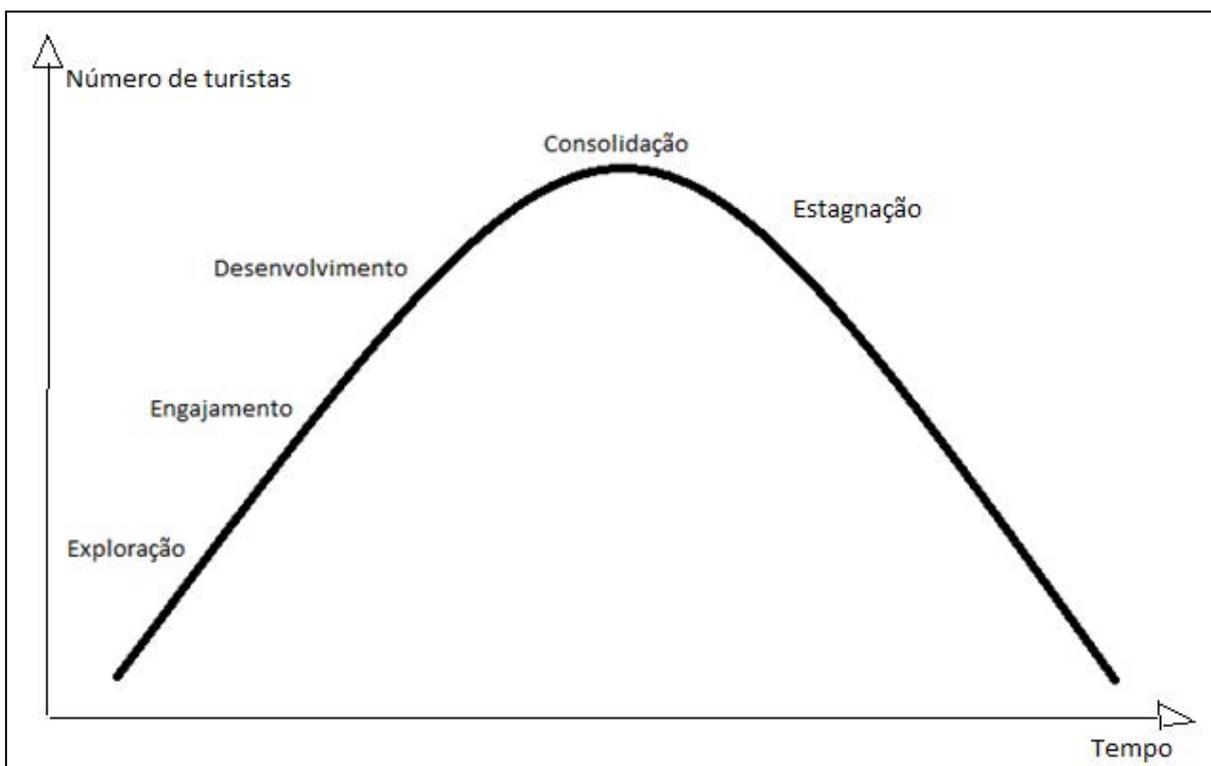


Figura 2 – Curva do turismo

Butler (1980) explica que depois da estagnação vêm duas possíveis fases: o declínio ou o rejuvenescimento. Haverá o declínio quando o destino optar pela exploração total de seus recursos sociais, ambientais e econômicos, podendo-se somar a esses, o recurso político-institucional, citada pelo Ministério do Turismo (2007). Com a exploração desmedida, o destino turístico irá perder suas características próprias, não sendo mais considerado atrativo pelos turistas, muitas vezes podendo se tornar uma cidade abandonada, com restaurantes, hotéis e comércio fechados pela falta de procura. Já o rejuvenescimento se define pelo próprio nome, e é caracterizado pela ideia de que o destino se remodela, transforma e moderniza, na mesma medida que se baseia em suas características próprias, se atualizando com bases na cultura local. Ou seja, pode-se apresentar novas atrações que não se destoem do conceito local, novos empreendimentos e explorar áreas locais antes não valorizadas. O rejuvenescimento é uma maneira de mostrar as atrações de uma maneira nova, que continue agradando os turistas.

A seguir serão apresentados alguns casos de eventos turísticos, mostrando que a tradição cultural é essencial para manter o evento com identidade própria.

### 2.3 OS CASOS DE BARRETOS, OURO PRETO E PARINTINS

Muitas festas começam baseando-se na tradição de um local, um traço que une moradores e os fazem festejar. Porém com o passar do tempo é comum as festa crescerem e deixarem a identidade cultural um pouco de lado. Madeira Filho (2010) cita a mercantilização do lazer, onde o que vale é a diversão e não mais as tradições culturais regionais, como impulsionador maior dessa mudança de festividade cultural, para festividade pura com apelo de entretenimento. Mayor e Rosa (2010) complementam alegando que o conceito de comercialização tomou conta do mundo através do capitalismo e que muitas vezes, o que importa é comercializar e gerar o capital, fazendo com que cultura ou tradição não importem mais. Mayor (2012) salienta ainda que em alguns eventos tenta-se vender a tradição da cidade em modelos modernos, apesar das mudanças ainda tenta-se manter as tradições, porém como o mercado exige a modernização é preciso se adequar.

O caso de São Luiz do Paraitinga é um claro exemplo da ambiguidade em que, em determinado espaço temporal, irão se encontrar as festa que ganham preferência de um público muito grande. O que se discute são esses tipos de questões: como manter a tradição com tantos visitantes que não conhecem a cultura local presentes no carnaval? Como continuar agradando se não houver modernização? Há meio termo entre se adequar a

comercialização e mercantilização e manter a cultura? São questões de difícil resposta, por isso serão apresentados os casos da Festa do Peão de Barretos, Carnaval de Ouro Preto e Festival Folclórico de Parintins, para se entender como as cidades estão promovendo suas festividades ao longo do tempo.

### 2.3.1 Festa do Peão de Barretos

De acordo com Madeira Filho (2010) a Festa do Peão de Barretos teve início na segunda metade do século XX no sertão paulista, que na época tinha o cultivo de gado como uma de suas maiores atividades comerciais. Assim o peão era o símbolo do trabalho, era quem cuidava do gado e mantinha a atividade econômica. Devido a sua intimidade com o gado, o peão desenvolveu o r

“ ”  
e contam quanto tempo conseguem ficar em cima dele, o peão que fica mais tempo em cima do touro bravo ganhava a competição. Essa era a maneira com que os trabalhadores das grandes fazendas paulistas se divertiam.

Dessa maneira, a festa apresentava um momento de afirmação de uma comunidade com a sua cultura regional, que era a centralidade daquele espaço. Nos moldes atuais é um espaço-mercadoria envolvendo milhares de outras mercadorias. Dessa maneira, analisar a transformação na produção desse espaço e as coordenadas históricas que promoveram o processo é o ponto de partida desta dissertação (MADEIRA FILHO, 2010, p. 17).

A festa começou de forma rudimentar, em meio a criação de gado, nos próprios campos das fazendas. Os peões preparavam comes e bebes para acompanhar a competição do rodeio. Aos poucos a festa vai crescendo e tornam-se tradição nas fazendas. Porém o sertão paulista se desenvolve e passa a exercer outras atividades econômicas e a festa que era do peão passa a ser um evento comercial.

A festa da cidade de Barretos tem início no ano de 1956, nos moldes descritos acima, como forma de entretenimento do peão e continua assim até meados de 1970, quando o grande número de visitantes que a cidade recebe nesse evento passa a sinalizar a necessidade de mudanças. Até meados de 1970 as festa eram realizadas em terrenos, preferencialmente pouco acidentados e em lonas de circo, porém a partir da década de 1980 começam-se a construir espaços fe

“R ”  
disputa do rodeio, mas também apresentam muitas outras opções de consumo. Ao mesmo tempo que se realiza o rodeio, tem-se as feiras que podem ser de roupas, lançamento de produtos, artigos agropecuários, comidas e bebidas. Os recintos passam a ser palco de

espetáculos de comercialização e consumo, mudando a imagem do ambiente naturalmente rústico, que era o vivido pelos peões (MADEIRA FILHO, 2010).

O autor defende ainda que até a década de 70 as festas mesclavam o cultural e o lúdico, o histórico e o turístico, o tradicional e o comercial, eram representação religiosa e política e conseguiam expressar a vida dos peões. A religião era significativa para os peões, que sempre faziam menção a santos e personagens religioso, no campo político a festa era sempre caracterizada pela participação dos empregados de fazenda, que pelo trato com o touro conseguiam montá-lo. Atualmente a parte religiosa foi esquecida, junto com todo o lúdico que a festa representava e os peões que competem em cima do touro são profissionais da atividade.

Porém, Madeira Filho (2010) salienta que além de tudo isso deve-se atentar para o fenômeno turístico que a festa iniciou na cidade. A festa, atualmente, vendida como um evento, colocou Barretos no cenário turístico nacional, sendo destino desejado por muitos no mês de agosto. Impulsionada pela música sertaneja, e atualmente pelo novo conceito de sertanejo universitário, a festa atrai os amantes desse ritmo musical do país todo, os músicos por sua vez preparam grandes espetáculos para se apresentarem na cidade.

A participação do turismo na produção atual deste espaço pode ser indicada seja pela introdução no espaço de novos objetos que irão incentivar à reprodução ampliada do capital, seja pela alteração do significado de objetos que existiam nesse espaço, ambos sujeitos a ação de um marketing, que a chamada indústria cultural usa para se apropriar desses espaços de festas. Ou seja, a produção desse espaço, agora, passou a obedecer a uma tendência de ações que pudessem torná-lo melhor capaz de realizar a reprodução do capital. O turismo se apropria dos espaços e os produz para atender aos desejos de uma nova sociedade, ou seja, busca passar uma imagem, e para isso à estética é pensada para atraírem os olhares dos turistas, que em sua grande maioria, estão suspensos em relação à cultura e a história a que remetem os eventos das festas do peão de boiadeiro (MADEIRA FILHO, 2010, p. 7).

O turismo é impulsionado através de ações de marketing e de patrocínio de grandes marcas. Obviamente vale salientar que para impulsionar o turismo não seria necessária a remodelação completa da festa, essa foi a linha seguida pelos organizadores do evento, porém haviam e ainda há possibilidades de preservação da cultura típica dos peões. Madeira Filho (2010) salienta ainda que o ritmo musical sertanejo, difundido como *country*, é uma pseudo identidade da festa de Barretos, identidade criada pela mídia que pouco remete ao peão.

Por fim, caracterizado por um turismo capitalista de exploração e não sustentável, a Festa do Peão de Barretos é um caso onde cultura e tradição sucumbiram ao comércio do

“ F B ”

movimento cerca de 200 milhões de reais com público de 1,2 milhão de pessoas por edição. O Brasil tem a segunda maior indústria de rodeio do mundo, gerando cerca de 138 mil empregos

por ano. Os números podem impressionar pela grandeza, porém o que poderia ser uma forma  
 “ealçar os valores, tradições e características originais da cultura caipira, no atual  
 momento histórico, ao serem capturados pelo processo de mercantilização que invade todas as  
 ” ( D I R F ILHO 2010 20)

### 2.3.2 O carnaval de Ouro Preto

Ouro Preto é uma pequena cidade no interior de Minas Gerais, que atualmente possui um famoso carnaval. A festa tinha como atrativos os desfiles de escola de samba e dos blocos, que aconteciam na Praça Tiradentes, um marco da cidade. No começo da década de 80 o carnaval ouro-pretano era pouco conhecido e procurado, até mesmo pelas cidades de seu entorno, porém a cidade sempre alegava ter um carnaval baseado na tradição da cidade e os as escolas de samba e os blocos eram atrações, chegando a completar cem anos na década de 80,  
 “Z L ” ( Y OR 2012)

O carnaval realizado em local aberto vai crescendo juntamente com blocos e escolas de samba, que aos poucos vai ganhando as notícias do estado de Minas Geais e do país. A festa cresce a cada ano e foliões de todas as partes do país vão aparecendo para conhecer a festividade de Ouro Preto.

Em 1984 parece que o carnaval se torna consolidado no cenário mundial, atraindo mais turistas e também, patrocinadores. Acredita-se que a participação de patrocinadores privados tenha incentivado jornais a escrever sobre o carnaval da cidade e com isso chama-se mais turistas. E é, também, a partir desse ano que começa-se a investir no turismo de Ouro Preto.

A constatação do incentivo ao desenvolvimento do setor turístico no Brasil, em Minas Gerais e, especialmente, em Ouro Preto no período da pesquisa, tornou-se um fator de grande importância para se pensar a construção de um mercado da festa na cidade e de um imaginário sobre o seu carnaval. Segundo as fontes consultadas, uma das grandes possibilidades de desenvolvimento econômico para o Brasil nos anos 1980 era o turismo. Em uma das reportagens do jornal Estado de Minas, fica claro o grau de importância que vinha sendo atribuído a esse setor (MAYOR, 2012, p. 79).

A ideia de se investir no turismo traz o conceito de que quanto mais turistas melhor para o evento ou cidade. Nem sempre esse conceito deve ser entendido como a melhor opção. Porém, também devido ao difícil momento econômico vivido pelo Brasil, Ouro Preto começa a se divulgar como destino turístico, chamando o maior número de turistas possíveis para suas festividades. Além do carnaval a cidade possui pequenas festas religiosas que também chamam a atenção de visitantes (MAYOR, 2012).

O desenvolvimento do turismo, de forma geral no país, fez com que diversas cidades tentassem se encaixar no circuito turístico, em Minas Gerais, por exemplo, as pequenas cidades tinham patrimônio histórico a oferecer e isso faz com que os visitantes se seduzam pelas antigas construções, ruas de pedras, comida caipira e o ar interiorano dessas cidades, na mesma medida que o brasileiro passa a adquirir o hábito de viajar. Essa foi uma das maneiras de impulsionar a economia do país.

No entanto, o carnaval desempenhou importante função como forma de promover as cidades mineiras, à medida que estas também começavam a ser promovidas como destinos turísticos. No ano de 1980, já havia a preocupação em atender aos turistas que chegavam a O : “ T toda a orientação aos turistas, a fim de encaminhar os interessados às pousadas e hotéis, ou a uma das diversas repúblicas estudantis da cidade (MAYOR, 2012, p. 85).

Mayor e Rosa (2010) acreditam que a partir de 1984, aproximadamente, o carnaval teve outro impulso e possivelmente uma fonte de mudanças, a proliferação de repúblicas de estudantes, que se instalavam na cidade para cursar a federal lá instalada. Os estudantes começaram a organizar desfile de blocos durante o carnaval e também traziam um grande número de pessoas para a festividade. Esse fator faz com que o carnaval vire uma festividade de jovens, que facilmente sucumbem as imposições culturais e a estereótipos negativos.

Pode-se dizer que assim o carnaval vai se desenrolando até 1997, quando uma grave enchente atinge a cidade e faz com que a prefeitura repense na forma de financiar o carnaval. Mesmo com a participação de empresas privadas, como já citado, boa parte dos custos e esforços para que a festa aconteça são provenientes da prefeitura. A enchente faz com que as verbas sejam comprometidas em ações emergências que visavam minimizar os danos das enchentes e assim o carnaval, mesmo com toda sua representividade, fica em segundo plano.

Mayor e Rosa (2010) defendem que o carnaval foi, de certa maneira, utilizado como forma de divulgar o turismo no país. Até a década de 80 não se tinha nenhum tipo de planejamento turístico no Brasil, quando se começaram os esforços para criar um circuito turístico e promover esse tipo de atividade no país, as festividades de carnaval, principalmente nas pequenas e pacatas cidades mineiras, se transformaram em produto turístico.

Sendo assim, o produto oferecido e em grande parte já vendido para o ano de 1997, visto que as fortes chuvas e inundações aconteceram em janeiro e o carnaval desse ano seria em fevereiro, não poderia deixar de acontecer. Assim busca-se a parceria de empresas privadas, mesmo que isso significasse mudanças na festa. A mídia noticia em massa os auxílios financeiros de empresas privadas e há grande cobrança para que o carnaval realmente aconteça (MAYOR, 2012).

Ainda de acordo com Mayor (2012) é nesse ano que nota-se a maior interferência dos patrocinadores na festa, uma marca de cerveja consegue colocar seu logo em um dos acessórios de um dos blocos mais tradicionais da cidade e aos poucos as empresa privadas começam a ganhar espaço nos eventos de Ouro Preto. Seguindo a mesma linha, as secretarias de turismo fazem de tudo para promover ainda mais o turismo na cidade e medidas são tomadas para conseguir alavancar essa atividade.

No ano de 1995, foram anunciadas outras medidas adotadas para promover o turismo em Ouro Preto, como: restauração de igrejas; projeto de criação de um centro de convenções; qualificação de mão-de-obra; anúncios em jornais e rádios; criação de postos de informação; elaboração de novos tipos de folhetos turísticos (cartazes, folders, etc.); e conscientização da população sobre a importância do turismo. Em meio a estas iniciativas, foi anunciada, novamente, a organização de “  
iluminação, transporte, patrocínio de bandas e outras formas de apoio, inclusive a  
” (MAYOR, 2012, p. 112).

A criação do centro de convenções, onde atualmente são realizadas as festas de carnaval, foi indício de uma grande reviravolta na festa da cidade. Antes a festa era tradicionalmente realizada em praça pública, agora realizada em evento fechado institui-se também a utilização de abadas como ingressos da festa. Os abadas são camisetas que valem como ingressos, dessa maneira todos vão vestidos de maneira uniforme para o carnaval. O centro de convenções é, também, um grande espaço midiático, onde empresa expõe marcas e produtos e a comercialização parece ser o mais importante.

Mayor (2012) destaca que alguns movimentos tentam resgatar ou manter tradições da cidade, porém a mercantilização da festa, principalmente com a venda de ingressos para participar da folia, o que antes era gratuita, faz com que todas as questões culturais sejam colocadas em segundo plano pelos moradores e desconhecidas pelos turistas.

### **2.3.3 Parintins**

A ilha de Parintins, localizada à margem direita do rio Amazonas, com cerca de 106 mil habitantes, de acordo com Souza, Andrade e Cordeiro (2012) é cenário de uma festa folclórica que ilustra um pouco de sua história. O nome Parintins se origina de uma tribo indígena que vivia naquela região há tempos atrás, a tribo que se caracterizava pela sua bravura em guerras, duelava sempre com a tribo Mundurucu, sua maior rival. Acredita-se que essa é a origem do festival, que sempre encena dois lados disputando a vitória.

O Festival Folclórico de Parintins acontece anualmente no último fim de semana de Junho, é reconhecidamente como uma festa popular que representa a criatividade do povo de

Parintins. Na apresentação concorrem apenas duas agremiações, chamadas agremiações folclóricas, são elas: Boi Caprichoso, de cores azul e branca e Boi Garantido, de cores

x “ ”

que nessa região há o maior rebanho bovino da Amazônia, esse animal é venerado pelos habitantes, surgindo assim a festa folclórica.

É ô “ ”

visto que os parintinenses se entregam espiritualmente, de corpo e alma, a essa festa, fazendo com que ela ganhasse características próprias e peculiares, embutidas de nuances que refletem a concepção do mundo e da vida do caboclo. Seu apego, “ ” o boi, para quem está de fora é de difícil compreensão, mas para o parintinense é natural e normal (PIMENTEL, 2002, p. 38).

A festa simboliza uma guerra entre as duas agremiações, com temas sempre ligados a afinidade do povo com o boi, as agremiações se apresentam muito coloridas, com predominância de sua cor características e ostentando plumas e grandes alegorias. O imaginário, a mitologia, natureza, música e poesia são representados através do ritual do auto do boi.

Eventos turísticos como esse atraem turistas para a região, Parintins com localização próxima a Amazônia, se construiu de frente para o rio, aproveitando, assim de tudo de bom que ele tem a oferecer. Além de desfrutar das belas paisagens da ilha, o turista pode também acompanhar o festival característico da região, em nenhum outro lugar se vê um desfile como o do Festival Folclórico de Parintins. Assim o turismo representa um fator econômico com grande potencial de geração de lucro para a população, resta saber se esse fenômeno turístico irá trazer mudanças na essência do festival (SOUZA; ANDRADE, CORDEIRO, 2012).

A indústria do turismo talvez não atue diretamente sobre a festa e o que ela representa, até porque a grande maioria das pessoas que visitam a ilha durante o festival provavelmente não se interessam em entender o que está sendo mostrado, e isso é uma queixa dos parintinenses que dizem que, inclusive, os próprios jurados encarregados de avaliar o festival não o entendem e sempre há quem discorde do resultado (PIMENTEL, 2002, p. 40).

Pimentel (2002) salienta ainda que, para assistir o festival tem-se algumas opções: 1) Hospedar-se luxuosos iates aportados às margens do Amazonas; 2) Comprar ingressos de luxuosos camarotes, com serviços de bar e banheiro próprio; 3) enfrentar uma fila de aproximadamente 3 horas e se alojar no Bumbódromo gratuitamente. Segundo o autor é o público da opção 3 que dá identidade a festa, porém corre o risco de sumir, visto que construíram-se novos camarotes, reduzindo o espaço gratuito do Bumbódromo. Os Parintinenses se queixam da perda de espaço e, principalmente, da falta de conhecimento do público visitante da história e tradição do festival, o que acaba por descaracterizar o festival.

O turismo, obviamente, tem função de divulgar eventos como o Festival de Parintins, uma tradicional festa, como essa, tem muito a oferecer aos visitantes, mas não se pode deixar que o povo da ilha, que é quem realmente caracteriza a festa, perca espaço e deixe não só de frequentar o Bumbódromo, mas de participar da organização dos desfiles (SOUZA; ANDRADE; CORDEIRO, 2012).

A festa do boi, que aos poucos se transformou no desfile de Caprichoso contra Garantido, é a fala do povo de Parintins, é sua expressão social e cultural, é a forma encontrada de reviver a tradição de seus antepassados. Por isso, o fenômeno do turismo não pode ser considerado apenas em sua forma política e econômica, a sustentabilidade turística envolve também as faces sociais, culturais e ambientais. O turismo deve ser parceiro da população, conseguindo oferecer melhorias para os moradores da ilha ao mesmo tempo em que preserva sua identidade.

Deve-se pensar nos custos e benefícios que o turismo traz à população residente, ou seja, nos seus impactos econômicos, sociais, políticos e culturais. Destes quatro itens, a nosso ver, o econômico e o político estão sendo trabalhados, enquanto o social no sentido de atender também a população local, no que diz respeito ao impacto causado por aqueles que visitam a ilha durante o festival, impacto não muito explícito, pois não é manifestado abertamente. Quanto ao aspecto cultural, teríamos que verificar até que ponto há essa preocupação por parte dos turistas, tanto em relação ao festival como também à vida cotidiana da população local (PIMENTEL, 2002, p. 40).

A população residente citada por Pimentel (2002) é ligada ao que o boi representa para a comunidade, o boi transmite para o povo energia, virilidade, força, paz, tranquilidade, e segurança. Não se pode deixar que o turismo desenvolvido de forma distorcida afaste a população local de sua cultura e tradição.

### 3 MÉTODOS

O trabalho de caráter empírico que investiga um dado fenômeno dentro de um contexto real contemporâneo por meio de análise aprofundada de um ou ( )” (MIGUEL, 2010, p. 129).

O caso estudado é o carnaval de São Luiz do Paraitinga, seus aspectos positivos e negativos, desde a perspectiva da sustentabilidade de eventos.

No estudo de caso, importa que se analise o objeto de estudo também desde uma perspectiva histórica. O estudo de caso traz como benefícios a possibilidade do desenvolvimento de novas teorias e o aumento do conhecimento sobre a realidade no qual está inserido.

Compondo o estudo, utilizou-se abordagem mista, envolvendo ferramentas quantitativas e qualitativas. A complexidade do carnaval de São Luiz do Paraitinga e a necessidade da compreensão correta de um número grande de as suas variáveis, justifica o uso da abordagem “ de usar todos os métodos e técnicas de coleta de dados disponíveis, em vez de ficar restrito aos de cada abordagem, pode prover evidências mais ” ( IGU L 2010 56).

A abordagem mista e o estudo de caso, utilizados nesse trabalho, implicaram na utilização de múltiplas ferramentas metodológicas para que o evento pudesse ser analisado em suas principais dimensões.

Há de se distinguir, primeiramente, o que pode ser considerado dados primários e dados secundários deste trabalho. A pesquisa bibliográfica é, por sua natureza, referente a fontes secundárias. As entrevistas e a vivência inerente à observação participante foram são exemplos de dados primários colhidos e posteriormente tratados pela autora.

Quanto aos levantamentos de perfil e de opiniões, há de se fazer uma rápida reflexão. Eles são, de um lado, dados secundários, já que tais pesquisas foram realizadas para outros fins que não a confecção desta dissertação. Eles existiam antes desta dissertação e apesar dela. No entanto, esses levantamentos fazem parte da experiência do grupo da UNESP em relação ao carnaval de São Luiz do Paraitinga, a qual é um dos objetivos registrar de forma sistematizada. Em outras palavras: as surveys realizadas poderiam ser consideradas simplesmente conjuntos de dados disponíveis, mas fazem parte do esforço de entendimento e

de elaboração de propostas para melhorar a gestão do carnaval que se quer registrar e sistematizar. A solução encontrada foi considerar tais levantamentos como fontes secundária, mas incluindo-se o detalhamento das etapas, dos procedimentos e das ferramentas de tratamento utilizadas.

Outra classificação importante para o relato dos métodos é quanto à fase e ao propósito em que foram utilizados: ou na coleta ou no tratamento dos dados.

Quadro 4 – Classificação dos instrumentos metodológicos

Instrumento Metodológico	Quanto a Fase		Quanto ao cesso de dados		Quanto a abordagem	
	Coleta	Tratamento	Fontes Primárias	Fontes Secundárias	Qualitativa	Quantitativa
Pesquisa bibliográfica e documental	X			X	X	
Entrevistas gravadas com stakeholders	X		X		X	
Observação participante	X		X		X	
Entrevistas com visitantes	X			X		X
Tratamento e análise das entrevistas com visitantes		X		X		X
Entrevistas com população luizense	X			X		X
Tratamento e análise das entrevistas com população luizense		X		X		X
Matriz Swot		X	X		X	
Mapeamento de atores		X	X		X	

A seguir, cada tipo de instrumento metodológico é descrito. Eles foram agrupados segundo a primeira classificação do quadro 4, ou seja: em instrumento de coleta ou de tratamento dos dados.

### 3.1 MÉTODOS DE COLETA DE DADOS UTILIZADOS

#### 3.1.1 Pesquisa bibliográfica e documental

A revisão bibliográfica tem papel fundamental nos trabalhos acadêmicos, é nesse momento que é feita a contextualização do problema e também são colocados os fatos já publicados relevantes ao tema que.

É uma forma de sistematizar informações, basear as afirmações e dar credibilidade ao trabalho a ser apresentado (BARROS, 1994). Esse método foi organizado pela autora, com o intuito de mostrar outros estudos a cerca de sustentabilidade em eventos. Foi também importante para levantar dados históricos sobre a cidade e o carnaval de São Luiz do Paraitinga.

#### 3.1.2 Entrevistas com *stakeholders*

Numa abordagem totalmente qualitativa, buscou inicialmente identificar os setores ou grupos de interesses mais relevantes para o carnaval luizense. Foram eles:

- O poder público, responsável maior pela organização do evento;
- Agitadores culturais e artistas, que são os principais responsáveis pela existência do evento e que detêm a memória da festa;
- Empresários e empreendedores ligados aos principais serviços necessários ao carnaval.

A partir deste levantamento inicial, desdobrou-se para um mais detalhado, tal como aparece a seguir, no quadro 5. O detalhamento foi realizado pela percepção de existência de peculiaridades a serem contempladas, dentro de um mesmo setor / grupo.

Quadro 5 – *Stakeholders* selecionados

Poder público	Diretoria de Turismo
	Diretoria Cultura
	Diretoria de Planejamento
	Diretoria de Agricultura
	Diretoria de Trânsito
	Diretoria de Saúde
	Conselho de Turismo
Agitadores culturais e artistas	Artesão
	Animador de Bloco
	Agitador Cultural
	Jornalista
Empresários e empreendedores	Dono de Pousada
	Dona de acomodação familiar
	Agenciador de casa
	Dono de Restaurante
	Presidente da Associação comercial

A partir daí, foi elaborada uma lista tentativa de pessoas a serem entrevistadas.

As entrevistas foram realizadas a partir de um roteiro pré-estruturado, isso é necessário para que todos os entrevistados possam expressar suas opiniões e visões sobre os mesmos pontos e assim possa-se realmente mapear os pontos em comum e pontos conflitantes. Esse tipo de entrevista foi realizada a partir de roteiro aberto, ou seja, não há opções de respostas, os entrevistados falam abertamente sobre os pontos levantados de acordo com o roteiro pré-estruturado. É essencial que a pesquisadora, na qualidade de entrevistadora, não interfira nas respostas, apenas siga o roteiro e deixe o entrevistado a vontade para expor suas opiniões e contar qualquer caso que possa servir para entendimento do problema estudado ou esclarecimento de fatos históricos que revelem características culturais.

Nesse caso, os *stakeholders* ofereceram ampla informação sobre a cidade e o caso do carnaval, desde perspectivas históricas, passando por mudanças implementadas (que deram ou não deram certo de acordo com sua visão), até percepção de problemas e propostas de melhorias. Ouvir os participantes da festa, em funções e momentos diferenciados, pode servir para mapear pontos relevantes e entender historicamente o desenvolvimento do carnaval de São Luiz do Paraitinga.

### 3.1.3 Observação participante

A observação participante, segundo Barros (1994) é uma ferramenta da pesquisa qualitativa. O pressuposto principal dessa abordagem é que não há padrões formais ou

conclusões definitivas, e que a incerteza faz parte de do processo. O ato de observar é um dos mais utilizados pelo ser humano quando há necessidade aprender ou entender ou conhece alguma situação, assim pode-se dizer que observar é um método utilizado para coletar informações. Com base nisso, utiliza-se a observação participante como forma de conseguir informações que possam servir como base para a discussões e tomada de decisões.

Observar significa aplicar atentamente os sentidos a um objeto para dele adquirir um conhecimento claro e preciso. A observação torna-se uma técnica científica a partir do momento em que passa por sistematização, planejamento e controle da objetividade. O pesquisador não está simplesmente olhando o que está acontecendo, mas observando com um olho treinado em busca de certos acontecimentos específicos (BARROS, 1994, p. 35).

### 3.1.4 Entrevistas com visitantes

A abordagem metodológica tipo *Survey* é utilizada quando se pretende investigar um problema a partir de uma amostra. A partir da amostra se poderá tirar conclusões, desde que sejam tomados alguns cuidados e adotados procedimentos.

As pesquisas do tipo *Survey* aplicada em São Luiz do Paraitinga tinham como objetivo traçar o perfil do turista visitante da cidade, assim como sua opinião sobre serviços e atrações oferecidas. Esse tipo de pesquisa foi aplicada em diferentes momentos na cidade, são eles: carnaval de 2009, carnaval de 2011, carnaval de 2012, festival de marchinhas de 2013 e carnaval de 2013.

Todas as pesquisas foram organizadas por Maurício César Delamaro. A autora desta dissertação participou como pesquisadora em todas as coletas de dados.

As pesquisas do tipo *Survey* devem ser elaboradas segundo alguns critérios que possam garantir a confiabilidade dos dados coletados. As pesquisas foram realizadas através de questionário conduzido por um entrevistador, que tem como função básica garantir que todas as questões sejam respondidas pelo entrevistado. A seguir será descrito um passo a passo de como foi elaborada essa pesquisa:

- a) Reuniões com os parceiros para elaborar objetivos de pesquisa;
- b) Elaboração do questionário a partir dos objetivos fixados;
- c) Pré-teste dos questionários para perceber possíveis falhas;
- d) Revisão do questionário e elaboração da versão final;
- c) Seleção e treinamento da equipe;
- d) Preparação de material para aplicação do questionário (impressão da versão final do questionário e das planilhas de aplicação, elaboração e impressão dos crachás de identificação

e preparação dos Kits oferecidos aos pesquisadores com prancheta, versão final do questionários, planilhas de avaliação, crachás de identificação e canetas);

A organização dos passos foi essencial para que a pesquisa consiga atingir seus objetivos. Outro ponto importante se refere a aplicação da pesquisa, existem regras que devem ser implantadas para garantir dados confiáveis que não apresentem nenhum tipo de viés. Os chamados viés de pesquisa acontecem quando os entrevistadores escolhem um tipo de público para entrevistar, geralmente por facilidade de acesso ou identificação (ou qualquer outro motivo), causando resultados direcionados apenas ao tipo de público.

Para que esses problemas não ocorressem, tomaram-se as seguintes medidas:

- a) Diversificação dos horários de aplicação do questionário – por acontecer durante todo o dia, os entrevistadores se revezaram em diversos horários, com o objetivo de entrevistar todos os públicos que eventualmente poderiam escolher horários diferentes;
- b) Local de coleta: os pesquisadores se revezaram também nos diversos locais de ocorrência da festa (Mercado Municipal, Praça Oswaldo Cruz, Praça de Eventos, Local de saída dos blocos, próximos a restaurantes e lanchonetes), com o objetivo de entrevistar todos os públicos que eventualmente tem preferência de local;
- c) Seleção do Entrevistado: a seleção deve ocorrer de maneira aleatória, o entrevistador deve escolher um ponto de fixação e a partir daí abordar o turista que passasse por esse ponto, sem nenhum critério de escolha adicional. De maneira simplificada adotou-se o seguinte pensamento informal: abordar a terceira pessoa que passa pelo ponto de fixação escolhido. No caso da terceira pessoa estar em grupo, escolhe-se também aleatoriamente, um componente do grupo e ouve-se apenas sua opinião. Outro caso recorrente se dá quando o turista ou morador local se oferece para responder a pesquisa, para o morador local o entrevistador deve explicar que a pesquisa foi elaborada para os turistas; já o turista pode ser entrevistado para que não surjam reclamações ou mal estar entre entrevistador e turistas, porém a entrevista será descartada no momento da tabulação.

Os levantamentos tipo *survey* ocorreram nas seguintes oportunidades:

- a) Carnaval de 2009, com uma equipe de 8 pesquisadores e um questionário de 45 questões referentes ao perfil, perfil do visitante, características da viagem, satisfação com a viagem, avaliação dos serviços, percepção do visitante quando a sustentabilidade e quais seriam os principais problemas de São Luiz do Paraitinga na opinião do visitante. A amostra resultante do esforço ficou composta de 507 entrevistados.

- b) Carnaval de 2011, com um questionário de 50 questões, elaborado como uma versão atualizada do anterior. A equipe foi formada por 9 pesquisadores. A amostra foi de 550 respondentes.
- c) Carnaval de 2012, em que a equipe foi formada por 8 pesquisadores que entrevistaram 500 visitantes. O questionário manteve os mesmos blocos de questões, mas buscou-se enxugá-lo, visando diminuir o tempo de cada entrevista. Isso resultou num questionário com 40 questões.
- d) Festival de Marchinhas de 2013, que trouxe novidades de estrutura e de atrações, que se deseja avaliar os resultados. Juntamente com os parceiros, foi elaborado um questionário com 34 perguntas, distribuídas nos seguintes blocos: perfil do visitante, características da viagem, satisfação com a viagem, avaliação dos serviços opinião sobre o festival, informações sobre o trânsito, patrocínios e o que falta ou como melhorar o festival. A equipe de 7 entrevistadores colheu 268 entrevistas.
- e) Carnaval de 2013, em que utilizou-se um questionário similar aos anteriores, mas que incluiu questões referentes às possibilidades de interferência de patrocinadores na promoção de atrações e de organização da festa. Foram treinados 9 entrevistadores que entrevistaram 649 pessoas.
- f) Funcionamento do Ponto de Informações Turísticas (PIT) durante o carnaval de 2013. Paralelamente à coleta de informações sobre o carnaval como um todo, resolveu-se dar atenção particular às pessoas que fizeram uso do PIT, o qual se constitui numa inovação. Um entrevistador acompanhou o funcionamento do posto de colheu uma amostra de 135 visitantes que utilizaram este serviço.

### **3.1.5 Entrevistas com população luizense**

Esta pesquisa tipo *survey* visou, em meio às polêmicas sobre a realização do carnaval de 2010, colher a opinião dos moradores. O questionário foi debatido e elaborado com os parceiros locais.

A amostragem não teve o caráter aleatório das realizadas com os visitantes. Responderam a pesquisa os moradores que se mobilizaram para tanto. Após divulgação prévia realizada pelos gestores municipais, foram montados onze pontos em que os moradores poderiam se apresentar e preencher o questionário.

A equipe da UNESP foi formada por 5 pessoas que acompanharam a coleta de dados. O tamanho da amostra resultante foi de 396 moradores.

## 3.2 MÉTODOS DE ANÁLISE E TRATAMENTO DE DADOS UTILIZADOS

### 3.2.1 Análise crítica de dados históricos

Este método de análise nutre-se, em primeiro lugar, da pesquisa bibliográfica e documental. Geralmente, após a revisão bibliográfica, realiza-se a análise documental de tudo que foi coletado. É considerado um método de análise por acontecer depois da coleta de dados em diversos documentos. Os documentos que podem servir de base para a análise documental são: livros e artigos, manuais, anais, atas de reuniões, publicações resultantes de seminários e palestras realizadas, relatórios, projetos e curriculum vitae, vídeos, fita cassete e fotografias (BARROS, 1994).

Ela serve, em primeiro lugar, para conhecer- “ ” determinado assunto, no caso, o carnaval luizense. Serve, especialmente, para formar um quadro geral histórico no qual o estudo de caso ocorreu, identificando-se as principais tendências de desenvolvimento e os fatores determinantes da situação em que se desenrolou estudo.

A participação da autora nas diversas pesquisas e debates em São Luiz do Paraitinga e a realização das entrevistas com *stakeholders* vieram se juntar, mesmo que de forma subsidiária, à revisão da literatura e à análise documental para a formação geral de um quadro histórico referente ao carnaval.

### 3.2.2 Análise situacional pela matriz *swot*

A análise *Swot* serve para a análise de situação de uma organização. Ela foi inicialmente desenvolvida para a utilização no planejamento estratégico de empresas. Está baseada em quatro categorias: forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Através dessas quatro variáveis consegue-se encontrar os pontos onde a empresa precisa melhorar, monitorar, investir ou eliminar e assim a análise pode servir como base para um planejamento futuro (REZENDE, et. al, 2005). De acordo com Kotler (2000), essa análise possibilita o conhecimento do mercado onde se atua e também dos pontos fracos e fortes internos.

A *Swot* é uma ferramenta simples que possibilita posicionar ou verificar o posicionamento estratégico de uma organização, no caso, o posicionamento da cidade

referente ao carnaval e ao turismo, de uma forma geral. É possível também ter uma visão clara e objetiva, de maneira generalizada, pois são avaliados pontos internos e externos.

A falta de conhecimento que a cidade tem de seus pontos internos: fortes e fracos e, também de seus pontos externos: oportunidades e ameaças, incentivou a análise *Swot* do caso estudado, com o objetivo da criação da matriz *Swot*, que por representação gráfica (o que possibilita a fácil visualização dos resultados), irá demonstrar as características da cidade.

A caracterização do ambiente interno se faz pela identificação de forças e de fraquezas. É considerado ambiente interno o conjunto de elementos sobre os quais os gestores têm domínio ou podem interferir de forma direta. As **forças** são os aspectos mais positivos da empresa em relação ao seu produto, serviço ou negócios. São também fatores totalmente controlados pela empresa e de importância fundamental para a estratégia e que devem ser exploradas ao máximo para que se possa obter sucesso (KOTLER, 2000). As **fraquezas** são as deficiências encontradas na empresa e que significam obstáculos para o sucesso das atividades. São os aspectos mais negativos em relação ao produto, serviço ou negócio. São fatores que podem ser controlados pela organização e de importância fundamental para a estratégia. Esses fatores devem ser eliminados ou minimizados (REZENDE, et. al, 2008).

A caracterização do ambiente externo dá-se pela identificação das oportunidades e fraquezas. As **oportunidades** são situações, tendências ou fenômenos externos, não controlados pela organização, mas que podem ajudar o alcance dos objetivos. Continuam sendo representados pelos aspectos mais positivos em relação ao produto, serviço ou negócio, mas com ligação ao mercado ou ambiente onde se está inserido ou se pretende inserir. São fatores relevantes ao planejamento estratégico e podem criar situações favoráveis quando identificadas e utilizadas de maneira correta (KOTLER, 2000). As **ameaças** são situações, tendências ou fenômenos externos, não controlados pela organização, mas que podem prejudicar o alcance dos objetivos. Podem impactar diretamente o sucesso e não podem ser controlados internamente. Devido a seu forte impacto no sucesso e, também, na perda ou ganho de mercado, as ameaças devem ser analisadas na ocasião do planejamento para que sejam evitadas (KOTLER, 2000).

Foram geradas duas matrizes *Swot*, uma referente aos aspectos positivos e negativos do turismo na cidade e outra, específica para as atividades do carnaval.

As fontes de informação para essas matrizes vieram especialmente da observação participante. A participação da autora e de outros componentes da equipe deu-se em: reuniões de planejamento dos carnavais, reuniões das frentes de trabalho da reconstrução, montagem e reuniões do Conselho Municipal de Turismo e Conselho Municipal de Planejamento, debates

sobre resultados das *surveys*. Mas, com uma importância um pouco menor, as entrevistas realizadas com atores municipais e as pesquisas bibliográficas e documentais tiveram sua contribuição.

### **3.2.3 Tratamento e análise estatística das entrevistas com visitantes e moradores**

Para o tratamento dos dados, é preciso antes, tabular tudo que foi colhido em campo. Para tal é necessário um programa específico, nesse caso, devido ao fato da instituição obter a licença de uso, utilizou-se o programa *Sphinx*, que permite tratamentos estatísticos variados.

Sendo uma abordagem eminentemente quantitativa, foram utilizadas ferramentas estatísticas consagradas. Entre elas: intervalos de confiança, comparação entre proporções, testes de independência, tabelas de contingência, comparação entre médias e análise de variância.

Os resultados desses testes estatísticos foram sempre trabalhados de forma a permitir a apresentação e o debate com os parceiros locais – gestores, empreendedores, foliões, e população em geral que sempre participaram dos eventos públicos realizados para a discussão sobre a realização dos carnavais.

### **3.2.4 Mapeamento de Atores**

O mapeamento de atores é uma técnica que permite identificar os envolvidos com determinada situação. Nesse caso específico tentou-se identificar as áreas que seriam envolvidas em todo planejamento e gestão do carnaval de São Luiz do Paraitinga. Esse é um método de coleta de dados, organizado pela autora, sob supervisão de Maurício César Delamaro.

A técnica de mapeamento de atores permite mapear os envolvidos no caso e também, afetados pelo caso, para que se possa, de alguma maneira colher dados que auxiliam a análise da situação estudada. Muitas vezes, os atores envolvidos ou *stakeholders* têm opiniões diferentes e conflitantes a cerca do caso. Com essa técnica pode-se encontrar tanto os pontos de conflito, quanto os pontos de convergência, permitindo um correto mapeamento de opiniões e interesses (KRICK, et. al, 2005).

A escolha da técnica para ser utilizada no caso de São Luiz do Paraitinga se dá pela inclusão da sociedade como parte interessada e envolvida. Muitas técnicas consideram partes

como governo, clientes (no caso turistas), empregados ou trabalhadores, porém não consideram a sociedade como parte importante no processo. Historicamente, os cidadãos da cidade tem participação de peso desde os primeiros carnavais até os dias de hoje, os blocos, por exemplo, são todos mantidos por moradores locais. Por isso justifica-se a escolha do mapeamento de atores, pela técnica envolver a sociedade como parte fundamental do estudo.

O mapeamento nutriu-se, especialmente, das entrevistas realizadas com pessoas identificadas como importantes para o carnaval luizense, como já descrito no item 3.1.2, “entrevistas com *stakeholders*”. Mas, certamente, as outras formas de coletas de dados enriqueceram o mapeamento: as entrevistas quantitativas com visitantes e com a população trouxeram contribuições para a identificação do posicionamento desses importantes atores. Também a pesquisa bibliográfica e documental trazem opiniões e posicionamentos de outros personagens.

### 3.3 CONTRIBUIÇÃO DOS MÉTODOS E RESULTADOS PRETENDIDOS

Os vários instrumentos metodológicos utilizados serviram para coleta, análise e tratamento dos dados. Mas eles foram pensados e escolhidos de forma reversa, ou seja, a partir dos resultados esperados, os quais foram fixados a partir dos objetivos gerais e específicos anteriormente fixados.

A Figura 3 mostra como foi a interação dos instrumentos e a contribuição de cada um para os resultados esperados.

A primeira “ ”

“linhas”

relacionamentos instrumento de coleta / instrumento de análise. Na verdade, é difícil encontrar algum conjunto de dados coletado por algum instrumento de coleta que não tenha sido utilizado, mesmo que com baixa intensidade, no processamento e análise por quaisquer

“ ” L

lizações e

não indicam exclusividade.

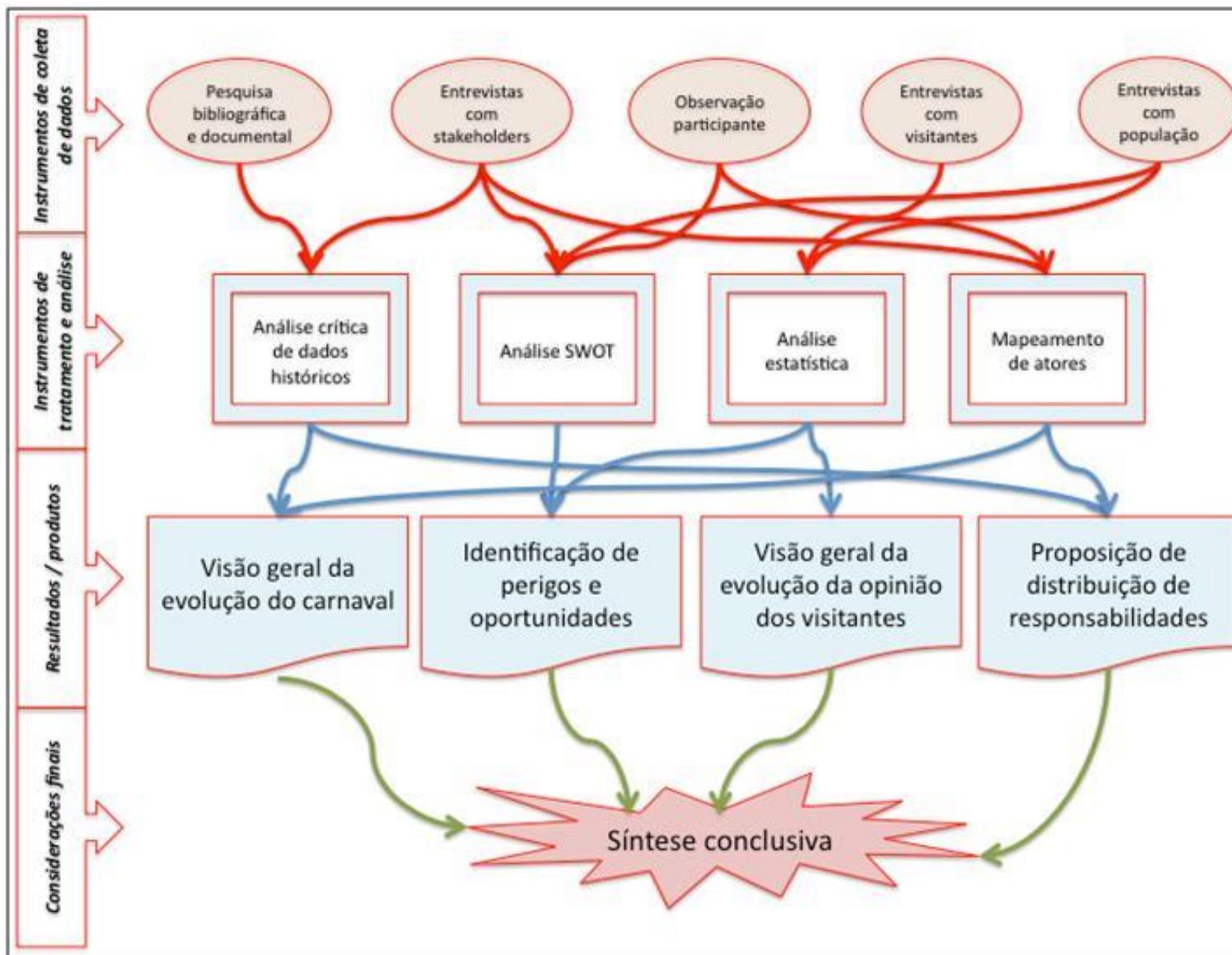


Figura 3 – Métodos utilizados e resultados pretendidos

Quanto aos resultados esperados, pode-se dizer, primeiramente, que a análise crítica dos dados bibliográficos e documentais aliada ao mapeamento de atores serviram para gerar uma visão compreensiva sobre o carnaval de São Luiz do Paraitinga. Essa visão de conjunto é um resultado importante para o trabalho.

Especialmente as análises *swat*, mas também a *survey* com a população, foram utilizados para indicar quais os pontos positivos e os pontos negativos do carnaval. De forma sintética, este resultado diz respeito à possibilidade de pensar formas de superar as deficiências, evitar ameaças, aproveitar oportunidades, manter e aprimorar virtudes já existentes.

O terceiro resultado – a evolução do perfil do turista e de suas opiniões – reveste-se de importância por propiciar uma análise crítica sobre as ações de gestão realizadas. Este resultado foi efetivado especialmente pelas surveys realizadas com os visitantes dos eventos, desde 2009.

Estes três resultados comporão o próximo capítulo desta dissertação.

O quarto resultado tem um caráter mais propositivo, por isso foi incluído no capítulo subsequente, reservado para algumas discussões. Utilizando-se do mapeamento de atores e da visão de conjunto sobre o desenvolvimento do carnaval, discute-se e propõe-se possibilidades de responsabilização dos atores sociais envolvidos, bem como o reforço de alguns princípios subjacentes a um pacto a favor de um carnaval enraizado e sustentável.

## 4 RESULTADOS

### 4.1 DE FESTA A EVENTO

De acordo com Silva e Vieira (2013) a cerca de uma década a cidade de São Luiz do Paraitinga vem se tornando conhecida através de seu carnaval, o Carnaval das Marchinhas, como ficou conhecido Brasil a fora atraindo cada vez mais foliões, principalmente os jovens, que vem vão para a cidade brincar o carnaval. O que atrai tantos foliões é a tradição da cidade, baseando-se em lendas, mitos e personagens de folclore, o carnaval abre as portas da imaginação para o artesanato em fantasias, máscaras, cartolas e bonecos. Esses elementos são embalados ao som das tradicionais marchinhas, que garantiram participação oficial na festa.

O Carnaval de São Luiz do Paraitinga é um dos mais originais, amplamente divulgado pelos meios de comunicação. É baseado na cultura do povo da cidade, com os seus mitos, lendas e tradições, no ritmo de marchinhas carnavalescas de origem local. Blocos e cordões apresentam-se nas ruas, tendo como cenário a praça e os casarões da era colonial. A pequena cidade, constituída por 11.000 habitantes, orgulha-se do repertório que ultrapassa as 1.500 marchas carnavalescas, composto em duas décadas (DELAMARO; CAMPOS; COELHO, p. 5, 2012).

Acompanhando o que aconteceu com a história do carnaval como um todo, a festa ficou proibida em São Luiz do Paraitinga em 1912, com a chegada de um padre italiano que acreditava que a festa ia contra preceitos religiosos, a proibição na opinião de Benito Campos<sup>1</sup>, músico da cidade e animador de um bloco carnavalesco, foi um pouco exagerada. No caso específico da cidade, a proibição aconteceu por vontade pessoal do padre e não por questões puramente religiosas. Aos poucos o religioso foi inibindo as manifestações festivas pela cidade, que logo abandonou a tradição do carnaval. O entrevistado defende que não houve uma inibição formal, mas sim o incentivo ao abandono. Baseando-se na ideia de que

“ ”

que essa era uma festa profana e que Deus iria castigar seus participantes, esse fato é relatado num curta metragem, que ilustra bem a influência da religião católica no povo da cidade. O curta metragem de 2007 foi mostrado a todos os cidadãos luizenses em sessão aberta como forma de conservar a memória da cidade e de mostrar como o carnaval ressurgiu. As investidas do religioso foram consolidadas pela primeira grande enchente na cidade, quando muitos fiéis tiveram a certeza que a enchente havia sido um castigo, e desistiram de vez de brincar o carnaval. Assim só em 1980 os luizenses voltaram a organizar e brincar o carnaval e foi a partir daí que a festa se moldou ao que se vê hoje de acordo com Silva e Vieira (2013).

<sup>1</sup> Em entrevista concedida a Maurício Delamaro, São Luiz do Paraitinga, fev. 2012.

Porém Benito Campos<sup>2</sup>, ressalta que a festa não ficou totalmente esquecida pela população de São Luiz do Paraitinga, na década de 60, seu pai, o músico Dito Campos, sempre organizava bailes na ocasião do carnaval. Dito Campos custeava toda a festa, onde praticamente toda a cidade estava presente. Mesmo que de maneira informal, o baile era uma forma de comemoração da data. A ideia para a festa começa quando no caminho para casa, o pai de Benito Campos Campos e amigos precisam usar uma buzina para espantar as vacas e

“ V ”

cidade na época do carnaval e vai a casa do pai de Benito Campos, onde eles aproveitam o baile fechado.

Mesmo com essas expressões espaçadas não se pode dizer que existia carnaval, oficialmente foi em 1979 que o carnaval começa a ser discutido por um grupo de amigos que desejava organizar a festa de 1980. Nessa época a festa foi muito baseada em desfile de escolas de samba, foram compostos sambas-enredo, organizadas comissões de frentes e as baterias. Porém o ritmo era sempre a famosa marchinha de carnaval, que mesmo depois de 60 anos ainda embalava o carnaval da cidade. Na mesma medida que o carnaval das escolas de samba, principalmente no Rio de Janeiro, se firma no cenário nacional, São Luiz do Paraitinga, reinventa o carnaval de rua (SILVA; VIEIRA, 2013).

Quando o carnaval volta a cidade de São Luiz, uma emissora de TV faz uma breve reportagem sobre a cidade e sua tradição carnavalesca. Apesar de breve, Benito Campos<sup>3</sup>, salienta que a polêmica causada pela reportagem foi grande e que ajudou a impulsionar mais ainda o festa na cidade. Isso tud

“D

”

V (2013)

acreditaram que seria uma forma de divulgação da atração, outros não acharam de bom tom a utilização da expressão “D ” 60 anos.

Benito Campos<sup>4</sup> ainda ressalta um outro ponto, quando o carnaval volta ao calendário da cidade, muitas pessoas, impulsionadas pela mídia televisiva, defendem que a festa deve ser remodelada aos moldes de desfiles de escola de samba, fazendo com que a principal e marcante característica fosse deixada para trás. Em todo caso, a ideia de desfiles nos moldes das escolas de samba não vingou na cidade, o carnaval continuou sendo de rua, fazendo com

<sup>2</sup> Em entrevista concedida a Maurício Delamaro, São Luiz do Paraitinga, fev. 2012.

<sup>3</sup> Em entrevista concedida a Maurício Delamaro, São Luiz do Paraitinga, fev. 2012.

<sup>4</sup> Em entrevista concedida a Maurício Delamaro, São Luiz do Paraitinga, fev. 2012.

que a cidade criasse sua própria cultura, baseada nos bonecos, fantasias de chita e nos blocos que desfilam as ruas aos som de suas marchinhas.

Blocos, bonecos e marchinhas já se tornaram, há bom tempo, os quesitos principais do carnaval de São Luiz. Os moradores mais idosos, no entanto, fazem questão de mencionar que a cidade vivenciou também em outro carnaval, no princípio do século passado, no qual de destacava um bloco especial denominado Espanta Vaca. De acordo com os informes obtidos, é possível considerá-lo um autêntico precursor dos atuais blocos carnavalescos locais (SILVA; VIEIRA, 2012, p. 61).

O carnaval, como se pode notar, é o resultado de anos de história que vão sendo retratadas nos dias de hoje de diversas formas. Os blocos são marca registrada em São Luiz, existem desde a proibição do carnaval, conforme relato de Benito Campos<sup>5</sup>, e até hoje são a expressão de liberdade do carnaval, isso porque todos os blocos são totalmente abertos ao público, que sai atrás do caminhão, onde os músicos tocam e cantam as músicas, entoando as marchinhas pelas ruas da cidade. Cada bloco tem sua história e suas marchinhas e fantasias, que ao longo dos anos tem encantado os foliões.

Silva e Vieira (2013) comentam, porém, que a ideia de se criar um carnaval não foi de fácil implementação. Para que os blocos pudessem sair era preciso que houvessem músicas para as bandas tocarem, e qual seria o sentido de se tocar músicas de outras expressões carnavalescas? Pensando assim o povo luizense compôs 21 músicas para brincar o primeiro carnaval depois da proibição de 60 anos. Nesse momento começa a tradição do povo de São Luiz do Paraitinga de compor músicas para o carnaval. A cidade torna-se também conhecida por suas expressões musicais, com a ideia de retomar o carnaval para a cidade, os moradores começam a compor e tocar instrumentos para o carnaval. Cada bloco tem sua letra e música composta especialmente para eles e a cada ano surgem novas marchinhas para embalar o carnaval.

O crescimento do carnaval chama muita atenção para São Luiz do Paraitinga e faz com que a cidade receba o título de Estância Turística no ano de 2002. Cristiane Bittencourt<sup>6</sup> relata um pouco da sua participação no carnaval, como participante da organização, desde 2001. Segundo a entrevistada até o ano de 2004 toda organização do carnaval era realizada pela prefeitura, de maneira rudimentar. Os próprios funcionários da prefeitura se subdividiam e organizavam todo o carnaval, desde a contratação de bandas, por exemplo, até a confecção de enfeites, sem nem ao menos criar-se uma equipe de organização. Cristiane define a organização do carnaval como caseira e amadora, mesmo com a cidade já sendo uma Estância Turística. Ela relata ainda que os enfeites eram feitos na própria prefeitura em regime de

---

<sup>5</sup> Em entrevista concedida a Maurício Delamaro, São Luiz do Paraitinga, fev. 2012.

<sup>6</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jan. 2013.

mutirão, onde os funcionários se reúnem para confecção e montagem dos enfeites e depois a colocação pela cidade. Porém a história da entrevistada com o carnaval começou como foliã, Cristiane relata que cresceu confeccionando fantasias juntos com os demais luizenses e era assim que o carnaval se desenvolvia, com cada luizense participando de alguma maneira para deixar a festa mais bonita e ao mesmo tempo divulgando a todos que o carnaval de São Luiz era o melhor carnaval do Vale do Paraíba. Assim o carnaval começa a crescer, a partir da divulgação dos luizenses, que traziam seus amigos, que se apaixonavam e traziam mais e mais amigos.

Vale ressaltar que a primeira edição do carnaval já causou muita euforia na região da cidade, as notícias do ano seguinte eram todas sobre como seria o carnaval de São Luiz do Paraitinga em sua segunda edição. A segunda edição veio para deixar claro que cidade havia escolhido os blocos e não os desfiles das escolas de samba e que a participação popular seria essencial para moldar os futuros carnavais. Em 1984 a tradição das marchinhas ganha um aliado para se tornar o ritmo oficial da cidade, é realizado o primeiro festival de marchinhas, sempre realizado por volta de um mês antes do carnaval, o festival apresenta novas marchinhas ao público, tanto os luizenses como os visitantes, e tem um gostinho de carnaval.

O festival é um concurso de marchinhas, inicialmente eram os compositores locais que engrossavam a lista dos concorrentes, atualmente compositores do Brasil todo disputam o primeiro lugar do festival de marchinhas de São Luiz do Paraitinga. O festival foi um sucesso e até hoje o evento anuncia a proximidade do carnaval (SILVA; VEIRA, 2013).

O Carnaval de São Luiz do Paraitinga é um dos mais originais e famosos de São Paulo, amplamente divulgado pelos meios de comunicação. É baseado na cultura do povo da cidade, com marchinhas carnavalescas de origem local. Blocos e cordões apresentam-se nas ruas, tendo como cenários as praças e os casarões coloniais. A pequena cidade de 10 mil habitantes gaba-se de ter reunido um extenso repertório carnavalesco, aumentado principalmente pela realização dos Festivais de Marchinhas (CAMPOS; DELAMARO, 2011, p. 83).

Assim entende-se quando Cristiane Bittencourt<sup>7</sup> explica que tudo era feita de maneira rudimentar pela prefeitura, que organizava todo o carnaval. Porém a entrevistada ressalta que depois da transformação da cidade em Estância Turística em 2002, o processo precisava ser revisto. O aumento do número de público faz com que a mídia passe a divulgar amplamente o carnaval da cidade, sempre citando suas características próprias, como os blocos, as fantasias e principalmente as marchinhas. A mídia e a criação da Estância Turística projetam o carnaval para um público maior e a partir daí é preciso melhorar o processo de organização.

---

<sup>7</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jan. 2013.

“ -se de uma nova possibilidade para o divertimento dos moradores acabou gerando diferentes formas de expectativa, de euforia e de entendimento a ” ( ILV VI IR 2013 106)

carneval trouxe a tona, ou melhor, voltou a trazer a tona importantes características do povo luizense, como a musicalidade e a criatividade, encontrada nas fantasias, nas letras de músicas dos blocos e até mesmo na decoração da cidade para o carnaval, que até os dias de hoje os enfeites são confeccionados por artistas da cidade. A expressão cultural que surgiu com a volta do carnaval da cidade transformou São Luiz do Paraitinga na cidade que é hoje, uma cidade de tradição cultural que continua e se transformar ao longo do tempo.

E é a partir de 2006, quando o carnaval realmente começa a ganhar notoriedade pelo público, que não só do povo luizense, começam as preocupações. Cristiane Bittencourt<sup>8</sup>, já como funcionária da prefeitura, relata que começam as preocupações com segurança e com o patrimônio cultural da cidade. A aglomeração de pessoas na praça Oswaldo Cruz e a pequena dimensão territorial da cidade chamam a atenção para a questão da segurança, como a cidade poderia receber todas essas pessoas de maneira que elas não corram risco? O que poderia ser feito no caso de alguma catástrofe? Como garantir a segurança de todos os foliões? Como agir para inibir o uso de drogas? Outro ponto a ser levado em consideração é a cultura da cidade, antes o carnaval era feito de maneira mais caseira, porém a marchinha imperava como ritmo da festividade. E agora com o grande aumento do número de visitantes durante o carnaval, como manter as questões culturais intactas? Como fazer com as marchinhas sejam a música oficial? Como preservar os casarios tombados ou não da depredação da multidão? E outras questões como a participação das famílias luizenses na festa, mesmo com tantos foliões de outras localidades, a estrutura necessária para receber todos os visitantes adequadamente com a de energia elétrica, por exemplo.

Neto Campos<sup>9</sup> chama atenção para a cultura da cidade, ao mesmo tempo que a festa cresce de maneira exponencial, não se pode deixar que a cultura da cidade seja colocada de lado. O entrevistado que diz participar da festa desde criança, junto com seu pai Benito Campos, acredita que o carnaval é feito com a identidade de São Luiz, sendo esse o grande diferencial da festa. Por isso preservar a cultura garante a continuidade da festividade de modo que sempre agrade moradores e visitantes. A cidade criou um carnaval com elementos próprios, trocando a Colombina e o Pierrô por personagens com identidade cultural local. O

<sup>8</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jan. 2013.

<sup>9</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jul. 2012.

entrevistado atribui o sucesso do carnaval a essa diferenciação e a identidade cultural. Quanto a música, Neto Campos defende que a predileção pela marchinha foi algo que naturalmente aconteceu na cidade, devido a tradições dos moradores em tocar a marcha militar e que a continuidade desse ritmo até os dias atuais beneficia a cidade em busca e conservação de sua identidade.

A partir de 2006 a preocupação está voltada para a estrutura da cidade, com o carnaval consolidado, a prefeitura, organizadora oficial do carnaval, se preocupa em como receber cada folião da maneira adequada. A marchinha se consolida como música oficial do carnaval, sendo que há uma proibição de aparelhos sonoros na cidade, apenas a prefeitura pode dimensionar qualquer tipo de caixa de som pela cidade, sendo assim os organizadores da festa são os únicos capazes de oferecer som aos foliões e o único som tocado por eles é o das marchinhas, não há uma proibição de outros sons na cidade, há a proibição de caixas ou qualquer outro tipo de aparelho de som. Foi criado também o manual do folião, para que este pudesse entender e ajudar na preservação da cultura local e se começa a buscar soluções para questões como o aumento dos visitantes durante o carnaval, o lixo nas ruas e a descaracterização da festa, conforme relata Cristiane Bittencourt<sup>10</sup>.

Ainda de acordo com a entrevista de Cristiane Bittencourt, em 2009 é criada uma comissão para organização do carnaval, com o objetivo de oferecer a estrutura necessária para moradores e turistas e também encontrar um patrocinador que pudesse onerar parte dos custos e fazer com que a prefeitura não custeasse a festa toda com a arrecadação do município. Essa comissão preparou o carnaval de 2009, que foi um grande sucesso atraindo cerca de 130 mil pessoas nos cinco dias de festas e já engatou os preparativos para o ano de 2010, colocando como grande preocupação o número de turistas durante o carnaval. Porém, no primeiro dia de 2010 a cidade foi atingida pela segunda grande enchente da história, fazendo com que o carnaval do ano fosse cancelado e os esforços e preocupações se voltassem para a reconstrução da cidade. A comissão se manteve para 2011, no entanto as questões referentes ao patrocínio não foram solucionadas, isso porque a ideia da prefeitura e da comissão organizadora era diminuir o número de público, enquanto o patrocinador acreditava que o carnaval precisava de divulgação para chamar público em massa. Diante desse impasse não houve parceria ou patrocínio no ano de 2011. A prefeitura optou por realizar o carnaval de maneira independente, mas já inserindo algumas mudanças que limitavam o acesso a cidade, a entrada de carros ficou restrita, foi instituída uma zona de alcance apenas de pedestres, na

---

<sup>10</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jan. 2013.

tentativa de preservação do matrimônio material. Devido a enchente, nesse ano a cidade atraiu menos turistas e recebeu o título de carnaval mais familiar. No ano de 2012 a comissão ainda se mantém, mais medidas restritivas são tomadas, mas o número de foliões volta a crescer, a cidade recebe 150 mil pessoas nos cinco dias de festas e volta consolidada ao cenário nacional do carnaval.

O então secretário de turismo da cidade Eduardo Coelho<sup>11</sup> salienta que o carnaval é o maior evento da cidade envolvendo todo o município e sendo complexo e contraditório. Mesmo sendo uma festa criada pelos moradores e com a marca de São Luiz do Paraitinga, atualmente é uma festa que causa impacto nas cidades vizinhas e no país como um todo, porém esse impacto é caracterizado pelo entrevistado como bom e ruim ao mesmo tempo, a grandiosidade da festa traz notoriedade e problemas na mesma proporção. O entrevistado cita também a economia da cidade que é boa parte sustentada pelo carnaval e acredita que tudo que é ou será feito em relação a festa sempre causará polêmica.

O carnaval de 2013 trouxe a tona uma grande polêmica que envolvia o patrocínio citado por Cristiane Bittencourt, nos anos anteriores nenhuma proposta de patrocínio havia sido aceita, porém em 2013 fecha-se contrato com uma grande empresa de bebidas alcoólicas. Ao mesmo tempo em que esse patrocínio traria grandes recursos financeiros, a proposta descaracterizava totalmente o evento tão tradicional. A proposta envolvia apresentação de bandas distantes do ritmo de marchinhas e foi divulgada ao público sem autorização prévia da prefeitura, órgão que assinou o contrato de patrocínio. A divulgação da programação, pelo patrocinador, causou grande polêmica na internet, nas redes sociais, os foliões ficaram em dúvida sobre como seria o carnaval e muitos de mostrarm contários a nova programação. Por fim não prevaleceu a programação do patrocinador e a prefeitura optou por preservar a cultura local, mesmo diante de uma proposta que seria economicamente viável. Cristiane Bittencourt<sup>12</sup> relata que acredita que a questão seja complexa e que se pode chegar a uma conclusão definitiva, porém deve-se respeitar a opinião do luizense que por essência é “ ” C

<sup>13</sup>, , defende que o carnaval de São Luiz é realmente diferenciado e que seu sucesso se mantém devido a essa diferenciação. Neto Campos<sup>14</sup> diz acreditar que grande parte do público

---

<sup>11</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jul. 2012.

<sup>12</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jan. 2013.

<sup>13</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jul. 2012.

<sup>14</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jul. 2012.

que frequenta a cidade durante o carnaval, o faz exatamente por causa das marchinhas, que devem ser consideradas patrimônio cultural da cidade.

Assim acontece o carnaval de 2013, nos moldes tradicionais e atraindo cerca de 150 mil pessoas nos cinco dias de folia, mantendo o número de 2012. O patrocínio esteve presente na festividade, porém não influenciou na programação dos blocos e nem no ritmo tocado durante a festa, que continuou sendo a tradicional marchinha. A prefeitura e a comissão de carnaval continuaram a incluir mudanças como a proibição de cooler durante o evento, restrição de carros no Centro Histórico e a festa mais concentrada durante o dia, com o objetivo de oferecer uma folia que agrade moradores e turistas e que possa ser sustentável.

Atualmente o carnaval pode ser considerado patrimônio cultural da cidade preservando a tradição festiva, o uso das roupas de chita, o desfile dos blocos, o carnaval de rua e som de marchinhas. As emissoras de TV da região do Vale do Paraíba realizam cobertura completa do carnaval da cidade, desde sua preparação até o desenrolar da folia e nos anos de 2008 e 2012

“T N w Y k T ”

Atraindo cada vez mais turistas brasileiros e estrangeiros, o carnaval tem muito a oferecer, desde que não perca sua essência.

#### 4.2 A CIDADE NOTICIADA

As entrevistas com os atores mostraram que em 2002, quando a cidade se torna Estância Turística, o carnaval começa a se transformar em evento, ou seja, passasse a se preocupar não apenas com a produção de um carnaval para a população local, mas a preocupação é sobre como o carnaval pode atender aos turistas, que frequentemente vão para a cidade em busca de carnaval. Já em 2002 o carnaval de São Luiz do Paraitinga é citado pelo Estadão como carnaval a moda antiga, tradicional e baseado na cultura local, os bonecos e personagens locais são citados (VIAGEM & AVENTURA, 2002).

Já em 2003 é a Folha de São Paulo que noticia o carnaval da cidade, dando ênfase ao fato de só tocar marchinhas na cidade, a reportagem traz a programação, cita os blocos e ressalta a ideia da tradição mantida durante a festa (COTIDIANO, 2003). Segundo a reportagem, no ano de 2003, cerca de 30 mil pessoas passaram pela cidade em apenas 2 dias.

Com o aumento da divulgação na mídia, entende-se quando Cristiane Bittencourt ressaltou a importância de se pensar no carnaval como evento, pois para receber um grande número de turistas é preciso que haja planejamento e que se entenda o carnaval como um evento.

Em 2004, mais uma vez, a Folha de São Paulo cita o carnaval de São Luiz do Paraitinga na sessão Turismo. Oliveira (2004) faz uma reportagem indicando destinos turísticos para o carnaval desse ano e a cidade é citada. Ressaltando a tradição e o fato do carnaval ser tipicamente de rua e embalado pelas marchinhas, mais uma vez o carnaval é lembrado pela exaltação da cultura local.

Em 2005 a Folha de São Paulo continua noticiando o carnaval da cidade, Magalhães (2005) acredita que São Luiz do Paraitinga cultive marchinhas. Dessa vez até o Festival de Marchinhas é citado.

Embalada ao som de marchinhas, São Luiz do Paraitinga cultiva um dos mais famosos carnavais de rua no interior paulista. A pequena cidade de 10 mil habitantes gaba-se por ter reunido mais de 1.500 marchas de Carnaval em duas décadas. E o número aumenta a cada ano. Com a realização do 20º Festival de Marchinhas de São Luiz do Paraitinga na última sexta e no sábado, novas músicas passaram a integrar o repertório carnavalesco da cidade (MAGALHÃES, 2005, p. 1).

A reportagem de 2005 conta um pouco da história do carnaval e do Festival de Marchinhas da cidade e tem grande ênfase nas marchinhas, mas também fala que o carnaval da cidade é uma brincadeira de rua, ressaltando essa característica preservada do carnaval de rua.

Em 2006, o foco da reportagem da folha é a cobrança de estacionamento que começou

“ ”

no carnaval da cidade. A partir de 2006 parece que o evento tomou grandes proporções e por isso medidas precisavam ser tomadas. Ainda assim Amato (2006) resalta as características do carnaval local, citando a tradição e os blocos. Porém essa reportagem possibilita notar que o carnaval cresceu muito e passa a ser, também, motivo de preocupação.

Em 2007 a Folha de São Paulo continua noticiando o carnaval luizense e o foco volta a ser o carnaval que acontece de maneira tradicional. Com a programação e promovendo os blocos, a reportagem desse ano se baseia totalmente em mostra a cultura local e segundo Farias (2007) durante o carnaval a população da cidade chega a triplicar.

Em 2008 o carnaval da cidade aparece na Folha de São Paulo como um dos melhores do Sul do Brasil. São Luiz do Paraitinga é oferecida como opção de carnaval tradicional e de rua. Já o site G1 traz reportagem que mostra as características da cidade e comenta o grande número de foliões, segundo a autora Iskandarian (2008), nesse ano a cidade recebeu cerca de 130 mil turistas.

Em 2009 o site G1 volta a notícias a cidade de São Luiz do Paraitinga e resalta suas características culturais e a tradição mantida pelo carnaval. As marchinhas e o Festival de Marchinhas também são citadas.

As marchinhas têm status de patrimônio público em São Luís do Paraitinga. Todos os anos a prefeitura realiza um concurso para escolher as três melhores. "Todo mundo faz música - do delegado ao açougueiro, tanto que hoje nós temos um 100% " B G J C  
 " 1 500 " (VIEIRA, 2009, p.1).

É frequente que se realcem as características locais, como os blocos e as marchinhas. Nesse ano, Ragazzi (2009) realiza uma pesquisa na cidade e começa a levantar dados sobre o carnaval, é o autor que chama a atenção para o grande número de turistas e para a falta de "Foram apontados aumento no consumo de drogas entre os adolescentes, poluição visual e sonora principalmente nos períodos de festas, comercialização excessiva e perda de autenticidade das manifestações culturais" (RAGAZZI 2009 37) .

Formas esses problemas encontrados nessa primeira pesquisa que motivaram algumas mudanças que seriam implantadas em 2010. Porém o site G1 noticia o cancelamento do carnaval de 2010 devido as fortes chuvas que desabrigaram os luizenses e causaram sérios danos ao patrimônio histórico local. Cardilli e Bonadio (2010, p.1) entrevistaram o secretário "a prioridade, no entanto, é garantir o retorno seguro dos moradores às casas. Cerca de 4 mil pessoas ficaram desabrigadas ou desalojadas no município. Primeiro, será feita a avaliação das casas, para que os moradores possam voltar. Depois, vamos começar logo o processo de reconstrução de "

Em 2011 a Folha de São Paulo noticia o Carnaval da Reconstrução, que será realizado em São Luiz do Paraitinga após a suspensão do eventos em 2010. Ainda com forte apelo ao tradicional a reportagem dá ênfase a reconstrução da cidade no pequeno espaço de um ano. Nesse ano o evento vem com uma proposta sustentável e a reportagem mostra essa mudança.

Um dos mais conhecidos do Estado de São Paulo, o Carnaval de São Luiz do Paraitinga passou por modificações neste ano para se tornar mais sustentável. A festa mudou de local e foi redimensionada para que não ameaçasse os prédios do centro histórico parcialmente destruídos por uma enchente no ano passado. Neste ano, o carnaval foi levado para uma praça ao lado da rodoviária, onde foram montados o palco e quiosques e instalados dezenas de banheiros químicos (COTIDIANO, 2011, p. 1).

Em 2011 o grande foco da noticia foram as mudanças implementadas e o fato da cidade oferecer o evento em tão pouco depois de distancia do desastre natural.

Em 2012 as marchinhas voltam a ser tema da reportagem da Folha de São Paulo, o carnaval baseado nas tradições locais é noticiado e aos poucos parece que a enchente vai

sendo esquecida. Assim como as mudanças que aos poucos vão sendo implementadas, com foco na sustentabilidade do evento, vão sendo apresentadas aos turistas.

Em 2013 o evento é noticiado pelo site G1 com grandes mudanças na programação, porém as notícias vinculadas através da internet geram polêmica, muitos foliões não querem as mudanças divulgadas na mídia e começam a questionar a prefeitura. Fernandes (2013) checa as notícias junto a prefeitura da cidade, que garante não ter sido comunicada sobre a programação divulgada. Por fim a prefeitura barra as mudanças e o carnaval ocorre

“Depois da polêmica que barrou a realização de shows de funk, rock e música eletrônica planejados para o Carnaval de São Luiz do Paraitinga (a 182 km de SP), os foliões aproveitaram os ritmos das tradicionais marchinhas que atraem uma multidão à cidade todos os anos” ( LOGGI 2013 1) .

#### 4.3 REPERCUSSÃO, MORADORES E TURISTAS

Diante de todas as notícias que geraram grande repercussão para a cidade, foi preciso ouvir a população local e entender suas opiniões a cerca do carnaval, seu crescimento e esperanças para o futuro.

Durante o carnaval de 2009, a prefeita em exercício, anunciou que a população seria ouvida para que se pudesse planejar o evento de 2010. Assim, a prefeitura em parceria com a UNESP, elaborou o questionário e o aplicou em onze pontos diferentes da cidade. Os moradores puderam se dirigir até os pontos de coleta e responder o questionário sem precisar identificar-se pelo nome. Em parceria com a prefeitura a equipe da UNESP foi treinada e espalhada em onze pontos de coleta de dados, assim foram ouvidos 396 moradores.

Toda a população poderia participar, era necessário apenas comparecer a um dos postos de coleta e responder o questionário, assim em relação a idade e escolaridade temos os seguinte números:

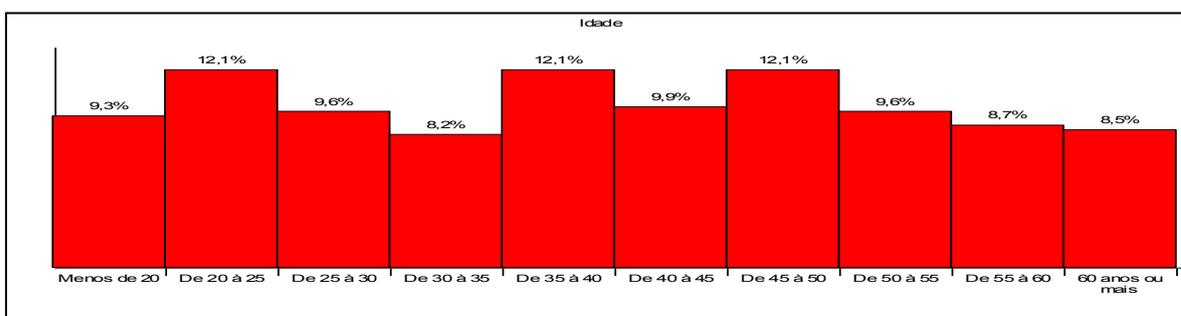


Figura 4 – Idade dos participantes da pesquisa com a população / Consulta pública 2009

As idades se mostram bem distribuídas tendo representantes em todas as faixas. Esse é um importante ponto para que as decisões sejam tomadas de acordo com a opinião da maioria e não apenas com base em um grupo isolado. Em relação a escolaridade, tem-se:

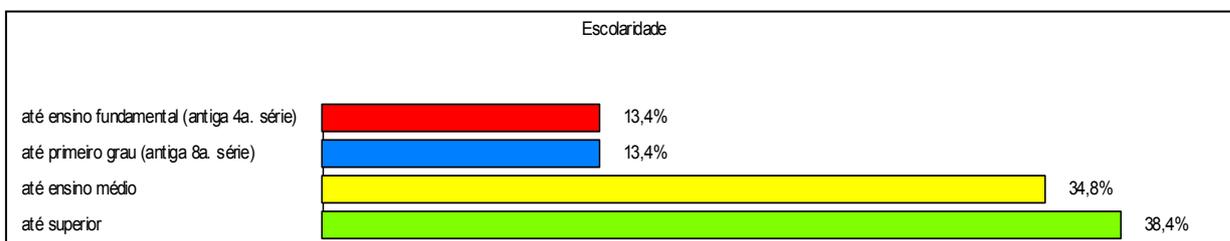


Figura 5 – Escolaridade dos participantes da pesquisa com a população / 2009

Com participação em todas as faixas as opiniões passam por 4 diferentes níveis de escolaridade, o que garante, mais uma vez, a confiabilidade dos dados.

Quem participou trabalha durante o carnaval?

Questão relevante, pois é preciso ouvir a opinião dos dois lados, tanto do morador que não atua economicamente no carnaval e sofre impactos, quanto para o moradores que atua economicamente no carnaval, sofrendo e gerando impactos.

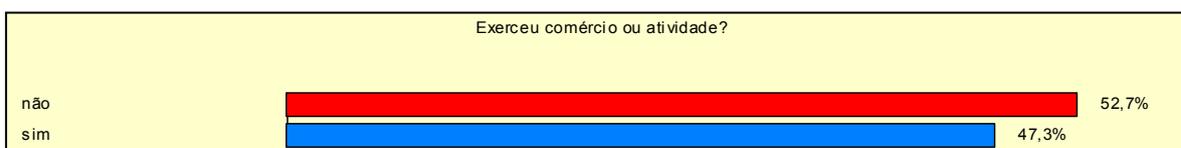


Figura 6 – Exerceu atividade econômica durante o carnaval / Consulta pública 2009

As respostas foram equilibradas, podendo dizer que os dois lados foram ouvidos de maneira igual. Quem respondeu que havia realizado atividade econômica durante o carnaval, respondeu também que tipo de atividade era esse e comércios do tipo bares e bebidas foram a maior citação.

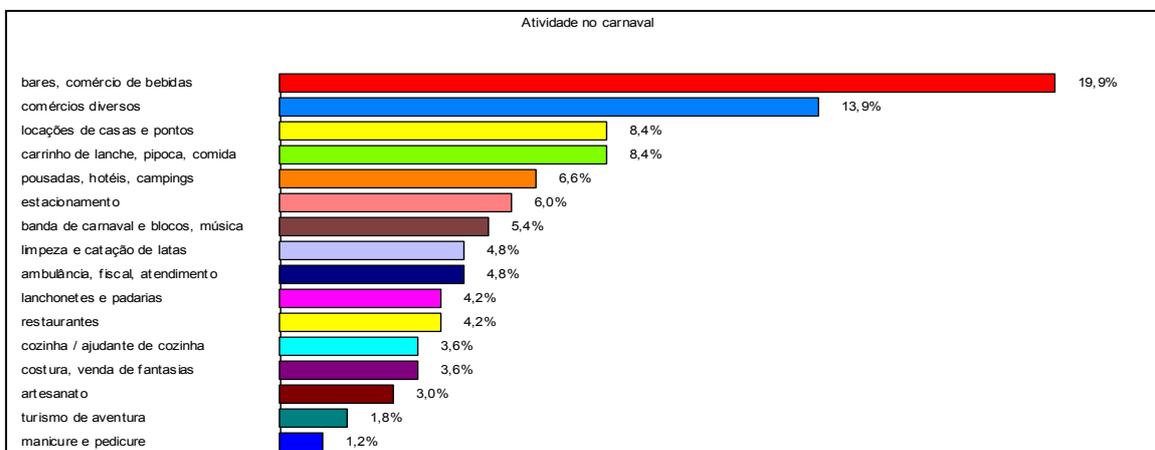


Figura 7 – Tipo de atividade econômica exercida / Consulta pública 2009

Porém pode-se dizer que os mais diversos tipos de comércio foram citados, o que dá a impressão de que as possibilidades de trabalho durante o carnaval são inúmeras. Alguns desses comércios, vale ressaltar, funcionam o ano todo, enquanto outros abriram somente para a data festiva.

Foi pedido para os entrevistados uma avaliação geral de como foi a festa no ano de 2009, as respostas são apresentadas pela Figura 8.

Opinião geral	Nb. cit.	Fréq.
Negativo - houve sujeira, bagunça, desordem, desrespeito	208	55,2%
Aceitável - houve desordem, mas com alegria e vantagens para a cidade	119	31,6%
Positivo - houve alegria e vantagens que superaram em muito as coisas negativas	50	13,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Figura 8 – Opinião geral / Consulta pública 2009

A grande maioria acredita que o saldo geral do carnaval tenha sido negativo, havendo muita sujeira, bagunça, desordem e desrespeito. Poucas pessoas, apenas cerca de 13% viram o evento como somente positivo. Esse parece ser um alerta da população local quanto ao planejamento e execução da festa.

Com o objetivo de mapear os problemas, foi perguntado qual era, na opinião do morador, o maior transtorno encontrado, as respostas estão na Figura 9.

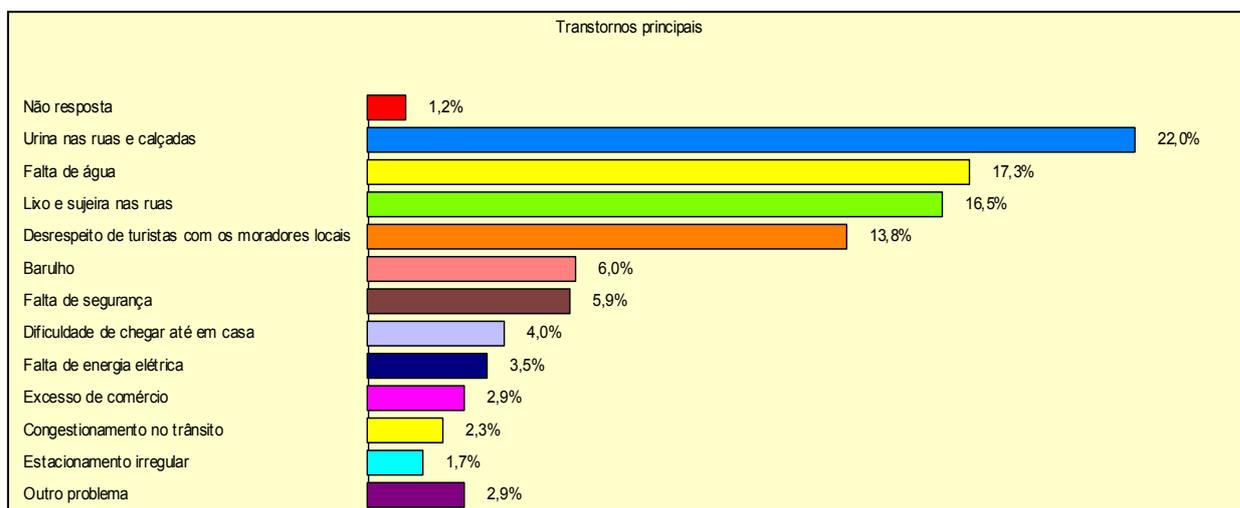


Figura 9 – Principais transtornos / Consulta pública 2009

A urina nas ruas, o que causa mal estar e desconforto devido ao odor deixado, é o maior transtorno citado pelos moradores, seguido por turistas com os moradores, barulho e falta de segurança, os transtornos citados mostram

deficiência no planejamento e na estrutura do local. Além do desrespeito com o morador local mostra que os turistas não têm valorizado o morador, sua cultura e tradição.

Sendo assim o morador local podia opinar se o carnaval poderia acontecer nos mesmo moldes ou se mudanças eram necessárias.

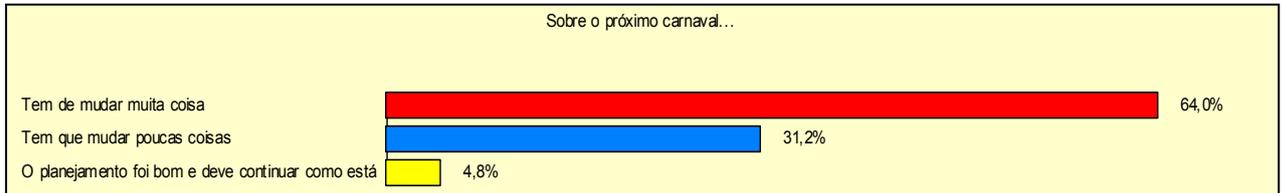


Figura 10 – Como deveria ser o próximo carnaval / Consulta pública 2009

Parece haver um consenso de que o planejamento da festa requer mudanças, cerca de 95% dos entrevistados é a favor de mudanças, sendo que os principais pontos de mudanças estão na Figura 11.

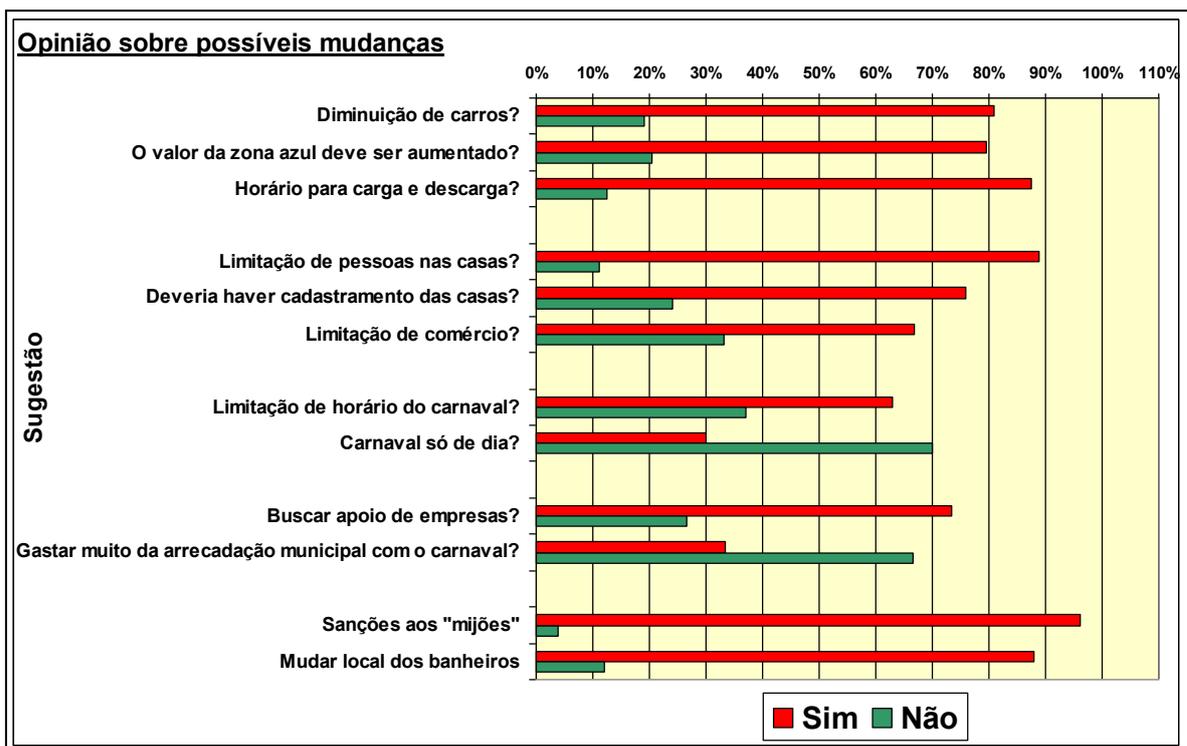


Figura 11 – Possíveis mudanças / Consulta pública 2009

A única mudança colocada na pesquisa que não foi aprovada pelos respondentes foi a ideia de se ter um carnaval só de dia, as demais foram aprovadas com certa folga. Diminuição de carros, aumentar o valor da zona azul são medidas que diminuiriam o número de público na cidade, na opinião do morador o aluguel de casas deveria ser regularizado, assim como o comércio e horário de carga e descarga. Acredita-se que deve mudar o local dos banheiros, no ano de 2009 os banheiros foram colocados no Centro Histórico, próximo a casarões e a igreja

“ ”

o de sansão. ideia de buscar apoio

com empresas também é aprovada e acredita que não se deve gastar muito da arrecadação do município com o carnaval, principalmente porque aponta-se a necessidade de replanejamento do carnaval e investimento em melhoria de infraestrutura.

O quadro 6 irá mostrar uma síntese de todas as mudanças que ocorreram desde 2009 até 2013. As mudanças estão separadas por área para que se possa acompanhar o que foi realizado em cada setor responsável pela organização do Carnaval

Quadro 6 – Mudanças a cada ano

ÁREA	2009	2011	2012	2013
Estacionamento	Nas ruas e estacionamento privado	Bolsões e estacionamento privado	Bolsões e estacionamento privado	Bolsões e estacionamento privado
Fluxo de veículos	Proibida a entrada e circulação de carros particulares na cidade	Proibida a entrada e circulação de carros particulares na cidade	Proibida a entrada e circulação de carros particulares na cidade	Proibida a entrada e circulação de carros particulares na cidade
Fluxo de pessoas	Nenhuma ação	Construção da Praça de Eventos e Mudança do trajeto dos Blocos	Funcionamento da Praça de Eventos e Mudança do trajeto dos Blocos	Funcionamento da Praça de Eventos e Mudança do trajeto dos Blocos
Limpeza	Recolhimento de lixo diário pela manhã e limpeza da cidade pela manhã	Recolhimento de lixo diário pela manhã e limpeza da cidade pela manhã	Recolhimento de lixo diário pela manhã e limpeza da cidade pela manhã	Recolhimento de lixo diário pela manhã e limpeza da cidade pela manhã
Policiamento / Segurança	Reforço na frota pública e contratação de segurança privada	Reforço na frota pública e contratação de segurança privada	Reforço na frota pública e contratação de segurança privada	Reforço na frota pública e contratação de segurança privada
Socorro Médico	Duas ambulâncias nas ruas para socorro / Plantões no hospital	Duas ambulâncias nas ruas para socorro / Plantões no hospital	Duas ambulâncias nas ruas para socorro / Plantões no hospital	Duas ambulâncias nas ruas para socorro / Plantões no hospital
Vigilância Sanitária	Institui-se regras para comércio temporário / Sistema de Fiscalização	Institui-se regras para comércio temporário / Sistema de Fiscalização	Institui-se regras para comércio temporário / Sistema de Fiscalização	Institui-se regras para comércio temporário / Sistema de Fiscalização

Desde 2009 a equipe organizadora tenta instituir mudanças que possam proporcionar melhorias ao carnaval de São Luiz do Paraitinga. Os estacionamentos são problema para a pequena cidade que recebe muitos turistas, por isso em 2012 criam-se os bolsões de estacionamento, em lugares mais afastados de onde acontece a festa, mas que proporcionam opção de parada de veículos. Há também os estacionamentos particulares como opção, porém os carros não podem mais entrar ou parar nas ruas do centro histórico e todo seu entorno. A construção da Praça de Eventos funcionou como alternativa para diminuir a concentração de pessoas no centro histórico. Para a limpeza há recolhimento de lixo diariamente pela manhã e lavagem das ruas do centro histórico. Para a segurança sempre são realizados pedidos oficiais de reforço do corpo policial público e são contratados seguranças particulares através de licitação. A saúde pública é reforçada com plantões no hospital e duas ambulâncias posicionadas nas ruas em local de grande fluxo de pessoas. Com o passar dos anos a vigilância sanitária institui regras para abertura de comércio temporário (tamanho do estabelecimento, higienização, obrigatoriedade de mesas, cadeiras e banheiros, etc...) e também são realizadas fiscalizações e acompanhamento das atividades licenciadas.

#### 4.4 OPORTUNIDADES E PERIGOS

##### **Matriz *Swot* para a cidade**

Essa matriz foi desenvolvida de modo que fosse possível perceber de maneira mais clara quais são os pontos fortes e fracos da cidade em relação às atividades turísticas. Todos os pontos levantados tem como base as pesquisas realizadas com os atores locais e com os turistas. A vivência de toda equipe que participou das pesquisas também foi utilizada como fonte de dados para que fontes fortalezas, fraquezas, oportunidade e ameaças pudessem ser detectadas. A Figura 12 traz a Matriz.

Pontos positivos	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Adequação de comércio alimentício as leis sanitárias	Criatividade
Comunicação	Localização do município
Força de vontade	Alto índice de festas na cidade
Conhecimento	Receptividade luizense
Lucro	Turismo barato
Correr atrás do objetivo	Atrativos culturais
Receptividade luizense	Atrativos climáticos
Organização de pessoas e tarefas	Atrativos naturais
Gerenciamento pessoal	Estância turística
Atendimento ao público - pessoal	Núcleo Santa Virgínia
Criatividade	Carnaval bastante conhecido
	Pessoas com poder aquisitivo mais alto que estão comprando propriedades no município
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
Timidez	Especulação imobiliária da cidade
Comunicação pessoal	Drogas
Falta de persistência (desiste fácil)	Violência
Não dominar outros idiomas	Falta de apoio financeiro (impostos e juros altos)
Falta de atrativos para moradores locais	Falta de infra-estrutura
Capacitação para receber turistas estrangeiros	Um comércio qualificado para atender as exigências do turista
Falta de recursos (\$) para investir	Falta / atraso de cursos de capacitação e treinamentos
Não conhecer bem a história local	Falta de pontos de informação turística
Não valorizar a cultura / personalidades luizenses	Falta um portal com informações
	Falta disciplina "São Luiz" na rede de educação local
	Invasão de empreendedores "tubarões"
	Falta de divulgação da cultura local
Pontos negativos	

Figura 12 – Matriz *Swot* para a cidade

Os pontos citados serão comentados a seguir.

### FORTALEZAS

**Adequação de comércio alimentício as leis sanitárias:** desde que a cidade se tornou Estância Turística era preciso que o comércio alimentício local se adequasse as leis da vigilância sanitária para que se pudesse atender o turista de maneira satisfatória e também para que a cidade e seus estabelecimentos pudessem ser divulgados oficialmente, participar de projetos de capacitação ou montar algum tipo de associação;

**Comunicação:** os moradores da cidade conseguem se comunicar de maneira livre e organizar festa e eventos que atraem e agrada os turistas. Pesquisas mostraram que a divulgação

informal ou o chamado boca-a-boca é um dos principais divulgadores da cidade, o que mostra a versatilidade local quando se trata de eventos;

**Força de vontade:** os moradores sempre se mostram dispostos a realizar eventos, divulgar a cidade, compor músicas, tocar instrumentos musicais e transformar a cidade em um destino turístico diferenciado, além de preservar a cultura local e dar continuidade as tradições;

**Conhecimento:** o morador local possui amplo conhecimento sobre a cidade, tanto que ele é o maior guardião da cultura local. O luizense, de maneira geral, conhece as lendas, histórias, os compositores, os artistas locais, de modo que ele pode ser uma importante fonte de informação para o turista, é preciso que esse conhecimento seja explorado, para que o turista possa ganhar informações diretamente do principal detentor de conhecimento;

**Lucro:** as atividades turísticas geram grande renda para a cidade, ou seja, o lucro de muitas famílias provém do turismo. Essa fortaleza também deve ser explorada, mas de uma maneira que esse lucro possa ser maximizado para a cidade. As famílias devem obter orientação sobre como utilizar os recursos e também como investir o lucro para, cada vez mais, atender melhor o turista;

**Correr atrás do objetivo:** o luizense consegue perseverar em seus objetivos, é tradicionalmente uma comunidade que faz as coisas acontecerem. Isso se mostra nas festas que são, em sua maioria, idealizadas e mantidas pela comunidade. Todo o processo de reconstrução da cidade, após a enchente de 2010 também teve participação ativa da população, que em pouco tempo se preocupou em reformar e reativar seu negócio e manter o comércio da cidade ativo, assim como o calendário festivo voltou a ser realizado no mês de maio, apenas cinco meses após a catástrofe natural;

**Receptividade luizense:** o turismo na cidade cresceu graças a tradição luizense de receber bem os visitantes. Em todos os eventos o turista encontra um ambiente agradável, receptivo, com atendimento agradável, enfim a cidade gosta de receber os visitantes;

**Organização de pessoas e tarefas:** quando uma comunidade precisa organizar festas e eventos, é fundamental que as pessoas estejam organizadas entre si, essa organização é o motivo do sucesso de tantas festas organizadas pela cidade, como a Festa do Divino e Festa do Saci, que são sempre organizadas pela comunidade. Saber organizar pessoas e tarefas é fundamental para a execução dessas festividades;

**Gerenciamento pessoal:** a gestão pessoal também é fundamental para que o luizense consiga oferecer serviços turísticos de qualidade. Em uma cidade tão pequena, as vezes se pode pensar que o acesso a informações ou aquisição de conhecimento seja dificultado, porém, o morador

local consegue superar barreiras e encontra informação e conhecimento fazendo de seu negócio uma opção de entretenimento para o turista;

**Atendimento ao público – pessoal:** o atendimento ao público também é um dos motivos do sucesso da cidade. A receptividade, já citada, faz com que seja necessário o perfeito atendimento ao público, fazendo o turista se sentir querido pela cidade;

**Criatividade:** sem dúvida a criatividade é marca do luizense, em todas as festas, não apenas no carnaval, pode-se notar o cuidado com a decoração, a confecção de bonecos, na confecção de artesanato ou na culinária. Cada festa preparada pelos moradores oferece algo novo, um elemento que faça a visita valer a pena. O artista local se mostra versátil e com alta qualidade na execução dos eventos.

### **OPORTUNIDADES**

**Criatividade:** amo mesmo tempo que é uma fortaleza, é também uma oportunidade. Oportunidade de encantar o turista e trazer novos elementos para o turismo local;

**Localização do município:** o município está localizado próximo ao eixo Rio – São Paulo e um de seus acessos é a via Dutra. É também caminho para o litoral norte. Por isso muitos carros passam próximos a cidade, é preciso explorar essa localização e fazer com que o turista que passe por esse caminhos, entre na cidade e se torne um turista;

**Alto índice de festas na cidade:** atualmente a cidade conta com 30 eventos anuais em seu calendário festivo. São eventos que podem agradar e atrair diversos tipos de público e que podem ser trabalhados de maneira totalmente diferenciada. Os eventos também são ótimo oportunidade de movimentar a economia local e conseguir com que a cidade se coloque de maneira positiva no cenário turístico nacional;

**Receptividade luizense:** mais uma vez tem-se uma fortaleza que é uma oportunidade. É preciso que hajam cursos de preparação da mão de obra de maneira a melhorar ainda mais e

F “ ”

é ótima oportunidade de divulgação e sucesso da Estância Turística;

**Turismo barato:** pesquisas mostraram que o turista gastas, em média, menos de R\$100,00 por um dia em São Luiz do Paraitinga, sendo considerado um destino turístico barato. Esse fato deve ser explorado ao máximo e deve-se achar uma faixa de público que mesmo gastando pouco se interesse pela cultura local e seus atrativos, deve-se investir em divulgação para esse público e fazer dele fiel a cidade;

**Atrativos culturais:** as bandas, a música, o artesanato, a culinária caipira, são todos atrativos culturais que a cidade tem a oferecer. Sem contar as tradições como a cavalhada que ainda são mantidas na cidade. São Luiz do Paraitinga tem vasta cultura local, tradicional para apresentar

ao turista. Deve-se explorar ao máximo a exposição dessa cultura, evitando a transformação da cidade em u “ ” O

é a sua rica cultura local e isso deve ser mantido;

**Atrativos climáticos:** a cidade oferece tanto o característico clima do verão, como o aconchegante frio do inverno. Sendo assim, pode-se dizer que o ano todo as variações climáticas podem ser exploradas e são favoráveis ao desenvolvimento de vários eventos;

**Atrativos naturais:** são cachoeiras e rios que permitem a prática de esportes radicais como: rafting, rapel e trilhas. As opções de entretenimento aumentam ainda mais devido aos atrativos naturais, o turista pode não apenas ter contato com uma vasta cultura, mas também ter contato direto com uma natureza preservada ao longo dos anos;

**Estância turística:** o título de Estância Turística garante ao turista que o local tem as condições de oferecer um turismo de qualidade. A partir do momento que a cidade recebeu esse título passou a ser mais visível no cenário turístico nacional. Vale a pena explorar esse título e melhorar os serviços para que o visitante aprove a cidade;

**Núcleo Santa Virgínia:** o núcleo Santa Virgínia é uma parte da reserva floresta de denominada Parque Estadual da Serra do Mar. É uma unidade de preservação que oferece mais uma opção de entretenimento para o visitante. No núcleo pode-se praticar alguns esportes radicais como rafting e trilhas, mas também conhecer flora local com espécies raras e nativas e a flora local com animais silvestres. Porém, Delamaro; Campos e Coelho (2012) ressaltam que o núcleo de conservação ainda é pouco explorado e pode oferecer mais atrativos aos turistas. De acordo com os autores o próprio morador local não tem grande conhecimento da área de conservação, cenário que oferece diversas oportunidades de exploração sustentável da unidade, além de poder ser aliado na educação ambiental de crianças e jovens de todo o país;

**Carnaval bastante conhecido:** o carnaval pode ser importante forma de divulgação da cidade. Mostrar uma festa bem planejada e executada fará com que o turista tenha vontade de voltar para conhecer os outros atrativos. Devido a um carnaval com eventos espalhados pelo dia todos, muitas vezes o turista não conhece os atrativos naturais, é preciso que o carnaval seja oportunidade de aguçar a vontade do turista conhecer os demais atrativos;

**Pessoas com poder aquisitivo mais alto que estão comprando propriedades no município:** essa é uma excelente oportunidade para estimular o investimento na cidade. Essas pessoas podem tanto precisar de serviços diferenciados, como oferecer serviços diferenciados. Por isso é preciso estimular a participação dessas pessoas no comércio local, trazendo experiências de outras cidades e consumindo produtos e serviços diferentes dos usuais.

## **FRAQUEZAS**

**Timidez:** traço característico do morador do interior, a timidez é considerada uma ameaça quando se trabalha com público. O luizense, por muitas vezes, não consegue chegar ao turista, por não saber como e ter a sua timidez como fator de dificuldade. A capacitação da população local é imprescindível para que essa fraqueza seja eliminada. É preciso treinar corretamente a população para que o turista possa ser bem atendido e para que a comunicação seja facilitada;

**Comunicação pessoal:** a comunicação foi citada como fortaleza, mas também pode representar uma ameaça. A timidez pode influenciar diretamente na comunicação pessoal. O saber falar, saber se portar, saber conversar com um desconhecido são tarefas fundamentais no atendimento ao público. É preciso oferecer a técnica para o luizense, para que se possa aperfeiçoar, cada vez mais, técnicas de atendimento;

**Falta de persistência (desiste fácil):** mesmo que a força de vontade tenha sido citada como fortaleza, isso não significa que em algumas situações pode ter havido fácil desistência por parte do morador local. Principalmente quando se fala de manter um negócio, o luizense parece um pouco indisposto a persistir na escolha. É preciso capacitar o morador local quando se fala de trabalhar com o turismo, mostrando que nem sempre o resultado aparece facilmente;

**Não dominar outros idiomas:** devido ao fato da cidade estar atraindo turistas estrangeiros, e também a divulgação na mídia internacional, é preciso que a população esteja capacitada para receber visitantes de outras partes do mundo. O conhecimento de um idioma estrangeiro seria de grande valia para que a cidade pudesse oferecer um serviço a vários públicos. Mais uma vez reforça-se a necessidade de capacitação da mão de obra local;

**Falta de atrativos para moradores locais:** apesar da cidade ter grande calendário festivos, é preciso oferecer alternativas para os moradores locais. Criar eventos que valorizem a cultura local e tragam opções de entretenimento para o morador é de fundamental importância para o desenvolvimento do município. Deve haver também atrativos quanto a educação e capacitação dos jovens luizenses;

**Capacitação para receber turistas estrangeiros:** aliado ao conhecimento de um idioma estrangeiro, a cidade deve se capacitar para receber turistas estrangeiros, que tem se mostrado interessado na cidade, em pesquisas com os turistas, mais de uma vez, entrevistou-se turistas estrangeiros. A língua não é o único foco, deve-se adequar restaurantes e pousadas a padrões internacionais de atendimento ao público e também oferecer material impresso (cardápios e folhetos de divulgação), em idioma estrangeiro;

**Falta de recursos para investir:** o município de São Luis do Paraitinga, interior do estado de São Paulo, tem arrecadação municipal limitada e parte dessa arrecadação, como se viu em entrevistas com os atores locais, é empenhada na execução do carnaval. Sendo assim, sobra pouco recurso para investimento na cidade. A solução parece ser parceria privada, porém é preciso que essa parceria conheça e repeita a cultura e tradição local e que patrocine um evento moldado pela cidade. Apesar do pouco recurso que pode ser disposto pela cidade, não se pode deixar que contratos de parceria ou patrocínios descaracterizem as festividades locais;

**Não conhecer bem a história local:** apesar do conhecimento ter sido colocado como fortaleza local, muitos moradores locais ainda desconhecem totalmente a história local. Em alguns casos o morador conhece superficialmente a cultura e tradição local. Por isso seria interessante que fosse criado uma cervo que pudesse conter as histórias de casa evento, cada artista, casa músico, casa detalhe da escola local. Além disso, precisa-se criar eventos onde esses dados serão expostos e compartilhados com todos os moradores;

**Não valorizar a cultura / personalidades luizenses:** da mesma maneira, deve haver conscientização dos morador quanto a valorização da cultura e das personalidades luizenses. É fundamental que o morador local entenda que o sucesso da cidade está sedimentado na cultura local, construída, através de anos, por suas personalidades. Por isso um levantamento de dados, criação de acervo e programas de divulgação da cultura local são essenciais.

## **AMEAÇAS**

**Especulação imobiliária da cidade:** devido ao grande crescimento do turismo surgiu a especulação imobiliária que fez os preços dos imóveis, seja para locação ou para vendas, subiram a valores extremamente altos em pouco tempo. O ideal é que as propriedades sejam vendidas e alugadas a preços justos, favorecendo o turismo local, para isso deve haver orientação e conscientização da população;

**Drogas:** as drogas são uma ameaça iminente para o desenvolvimento do turismo, seu uso indiscriminado pode afastar o turista, fazendo-o pensar que o ambiente não é seguro. Além de que esse fato pode influenciar de maneira errada o morador local. Por isso deve haver uma ação conjunta entre polícia e entidades locais. Deve haver um programa de conscientização para os jovens locais realizado pelas entidades locais e um trabalho de longo prazo realizado pela polícia que iniba o uso de drogas;

**Violência:** a violência também pode afastar o turista da cidade, mais uma vez prejudicando o desenvolvimento do turismo. Nesse caso a ação da polícia, também a longo prazo, deve inibir os atos de violência, durante os eventos e no dia a dia da localidade, fazendo assim com que a sensação de segurança sentida pelos turistas e relatada nas pesquisa se mantenha elevada;

**Falta de apoio financeiro (impostos e juros altos):** o comércio local precisa de incentivos para poder oferecer um serviço melhor ao turista, por isso é necessário criar programas que consigam diminuir impostos e juros pagos pelo comércio local. Investir no comércio auxiliar geração de emprego e renda e por isso é tarefa a ser realizada como prioridade;

**Falta de infraestrutura:** pesquisas mostraram que os turistas reclama muito de fatores relacionados a infraestrutura local: falta de água, falta de luz, falta de banheiros, falta de locais para sentar, etc... Por isso é preciso investir nesses itens. A prefeitura, ao longo do tempo, vem investindo na melhoria da infraestrutura local, foram feitos estudos sobre capacidade de fornecimento de água e energia elétrica, houve mudanças no abastecimento de energia elétrica com a construção de uma subestação e também aumento da capacidade de abastecimento de água. Houve também a construção da Praça de Eventos, local que proporciona mais conforto para o turista, assim como os banheiros químicos foram trocados por banheiros container, uma outra opção que oferece melhoria no serviço prestado. Porém não se pode pensar que as mudanças sejam suficientes, a Praça de Eventos ainda carece de bancos e mesas, até mesmo porque algumas barracas oferecem alimentação no local, os banheiros ainda não são suficientes e ainda se nota picos de consumo onde há falta de água e luz em alguns eventos. O ideal é acompanhar as mudanças ano e ano e perceber quais delas são de agrado do turista e contribuem para melhoria da festa;

**Um comércio qualificado para atender as exigências do turista:** trabalhar com turismo requer qualificação e, principalmente, bom atendimento. O comércio local precisa estar preparado para isso. Devido a sua quantidade e variedade de eventos, pode-se dizer que a cidade recebe tipos variados de turistas, o que demanda atendimento para todos os públicos (jovens, adultos, idoso, pessoas que gastam mais, pessoas que gastam menos, pessoas de perto, pessoas de longe). Mais uma vez ressalta-se a necessidade de qualificação da população local para atender a demanda turística;

**Falta / atraso de cursos de capacitação e treinamentos:** para conseguir qualificar parte da população que queria trabalhar diretamente com turismo e parte da população que queira atender outras demandas, é preciso haver capacitação da mão de obra. Nesse caso, as instituições da cidade, sejam públicas ou não, devem investir em parcerias que possibilitam a adequação da comunidade local às atividades de turismo. Na cidade ainda faltam iniciativas que proporcionam a capacitação e é de fundamental importância que se pensem em programas que possibilitem a melhoria da qualidade da mão de obra local;

**Falta de pontos de informação turística:** uma cidade que possui o título de Estância Turística necessita obrigatoriamente de Posto de Informações Turísticas (PIT), um local onde

os turistas conseguem as informações seguras sobre a cidade. Nesse caso o PIT atende pessoas que já estão na cidade. Podem ser informações sobre hospedagem, alimentação, pontos turísticos, esportes radicais, ecoturismo, calendário festivo, enfim todas as informações a cerca dos atrativos da cidade devem estar em um PIT, que possibilita que o turista tenha fácil acesso as informações. Durante o carnaval de 2013 foi instalado um PIT no centro da cidade, os turistas e moradores locais podiam se informar do evento nesse local. Foi realizada uma pesquisa para avaliação do funcionamento do PIT, os resultados podem ser encontrados no anexo A. Outro ponto que informação turística que pode ser implantado na cidade é o Centro de Informações Turísticas (CIT), enquanto o PIT atende o turista que já está na cidade, o CIT atende possíveis turistas, são centrais de informação, onde o turista que não está alojado na cidade poderá adquirir informações, conhecer os atrativos e se interessar em realizar uma visita para conhecer a cidade. O CIT deve ser uma maneira de atrair o turista. São Luiz do Paraitinga nunca teve um CIT, por isso a equipe UNESP elaborou uma proposta para instalação de um CIT na cidade, conforme se pode ver no anexo B.

**Falta um portal com informações:** um portal seria uma forma do turista que não está na cidade buscar informações. Antes de chegar ao destino o visitante pode pesquisar sobre os restaurantes e sua culinária, opções de hospedagem disponível, contato de empresas de esporte radical, contato do Núcleo Santa Virgínia e opções de passeio disponíveis. A ideia é facilitar a ida do turista à cidade;

**Falta disciplina "São Luiz" na rede de educação local:** sendo a cultura local importante patrimônio do município, é importante que esses valores sejam passados para as crianças, que serão o futuro da cidade. Por isso incluir a disciplina é mais uma forma de manter a tradição viva. Incluir uma disciplina nas classes de ensino fundamental seria maneira de ensinar a criança não apenas a história, mas de ensinar a importância de se valorizar toda a cultura e tradição local;

**Invasão de empreendedores "tubarões":** “ ”

classificados como a vinda empreendedores de fora, montando empreendimentos de alto nível. Num primeiro momento isso pode até parecer um ponto positivo, mas na realidade, esses empreendimentos descaracterizam totalmente o tipo de serviço oferecido pela cidade, além de excluir a população local no desenvolvimento dos serviços. Tudo o que se vê nesses empreendimentos são modelos, serviços trazidos de fora, que nada tem a ver com a cultura luizense. Esse é uma grande ameaça e que pode significar perder da cultura e tradição local; Mais uma vez deve haver incentivo para que a comunidade local seja a detentora do comércio;

**Falta de divulgação da cultura local:** deve-se pensar em maneiras de divulgar a cultura local, o ideal que os diversos setores da cidade (serviços de hospedagem e alimentação, músicos, associação de blocos, comércio em geral, prefeitura, comunidade), se unam e busquem formas de divulgar a cultura local. Um portal de informações poderia ser utilizado para isso, assim como os eventos poderiam ter espaços de apresentações sobre a cultura e tradição local e a valorização da já existente Casa Oswaldo Cruz e da Casa Elpídio dos Santos.

### **Matriz *Swot* para o carnaval**

Depois da criação de uma Matriz *Swot* que pudesse ser utilizada na cidade como um todo, foi desenvolvida uma Matriz *Swot* para ser utilizada especificamente durante o carnaval. A ideia é aproveitar os dados colhidos em campo para propor alternativas de melhorias nas fortalezas, oportunidade, fraquezas e ameaças encontradas. Para composição da Matriz foram utilizados como base as pesquisas realizadas com atores locais e com os turistas. A Figura 13 mostra os resultados da *Swot* para o carnaval.

Pontos positivos	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
O carnaval de SLP é uma festa popular e de rua com características próprias e originais	Carnaval gera renda para o município
Os blocos, com sua musicalidade e com suas características, são grande uma atração	Carnaval gera empregos no município
O carnaval de SLP é uma oportunidade de encontros e de lazer	O carnaval dá visibilidade ao município, divulgando a cultura e outros atrativos da cidade
Apesar do crescimento, ainda se mantém um ambiente geral de tranquilidade e sensação de segurança	Festa com grande poder de marketing positivo e espontâneo
Os bonecões são uma atração que encanta a todos	O carnaval tem forçado investimentos em infraestrutura para a cidade
O carnaval é uma das festas em que se valoriza a cultura popular luziense (música / blocos / fantasias / enfeites)	O carnaval foi responsável por SLP ser estância turística
No carnaval, há muita criatividade a partir e valorizando a tradição cultural	A localização do município é propícia para atrair visitantes
Importante para da auto-estima luziense	Há atrativos naturais importantes na região
O carnaval contribui para a formação cultural de crianças e jovens	O cenário paisagístico urbano é bonito e agradável
O carnaval contribui para a formação musical de crianças e jovens	
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
Banheiros públicos são insuficientes	Alta concentração de pessoas no mesmo local
Localização dos banheiros públicos não é satisfatória	Santa Casa não tem estrutura para o atendimento aos foliões alcoolizados / drogados
Excesso de público	Casas superlotadas
Excesso de comércios provisórios	Ausência de regras para locações
Abertura de comércio irregulares	Número excessivo de transportes coletivos
Trânsito caótico	Tem havido falta de água
Falta de local para estacionamento	Tem havido falta de energia elétrica
Estacionamentos não regularizado	Tem havido massificação do carnaval em prejuízo da cultura local
Falta de informação sobre sistema viário implantado no carnaval	Os visitantes têm perdido a identidade com os blocos (não conhecem as marchinhas, não se fantasiam conforme os temas dos blocos)
O contingente de segurança pública não é suficiente	População local começa a ser excluída da participação no carnaval
O contingente de segurança privada não é suficiente	População local começa a ser excluída dos benefícios econômicos do carnaval
Faltam fiscais	Há muitos músicos não regularizados com a Ordem dos Músicos do Brasil
Falta de recursos privados para patrocinar as despesas do carnaval	Tem havido crescentes excessos no consumo de drogas
O carnaval onera o orçamento da Prefeitura	Tem havido crescentes casos de comportamentos indecorosos
Não há informação sobre a cultura local para os visitantes	O folião investe e gasta pouco para participar do carnaval de SLP
Os blocos não tem recursos suficientes	Inflação dos preços de alojamentos durante o carnaval
A limpeza pública não tem recursos suficientes para o volume de lixo gerado	
Pontos negativos	

Figura 13 – Matriz *Swot* para o carnaval

Os pontos serão comentados a seguir.

## FORTALEZAS

**O carnaval de SLP é uma festa popular e de rua com características próprias e originais:** a principal característica da festa é também uma de suas fortalezas. A cidade oferece uma festa gratuita, com características próprias: os bonecões, as fantasias de chita e de tecido quadriculado, o desfile dos blocos, o carnaval que começa por volta as dez da manhã e vai até meia noite aproximadamente e o tradicional som de marchinhas. Com todas essas peculiaridades, pode-se dizer que apenas São Luiz do Paraitinga oferece esse carnaval ao turista;

**Os blocos, com sua musicalidade e com suas características, são grande uma atração:** o formato dos blocos também é atração durante o carnaval, para sair atrás da banda que toca a marchinha original é necessário apenas vestir a fantasia ter fôlego para o percurso. Cada bloco tem sua própria marchinha e todos saem entoando a música;

**O carnaval de SLP é uma oportunidade de encontros e de lazer:** o carnaval atrai pessoas de diversas localidades do país e é uma oportunidade de encontros dos mais variados. Na programação oficial do carnaval, todos os eventos são gratuitos, são muitas opções de lazer a serem escolhidas;

**Apesar do crescimento, ainda se mantém um ambiente geral de tranquilidade e sensação de segurança:** a sensação de segurança é relatada nas pesquisas com os turistas, em todos os anos o serviço público de segurança obteve notas elevadas, mostrando que apesar de multidão e do carnaval ser uma festa com abuso de álcool e que prega mais liberdade, as pessoas conseguem se sentir seguras em São Luiz do Paraitinga;

**Os bonecos são uma atração que encanta a todos:** os bonecos artesanais que desfilam nos blocos e pela cidade são importante expressão de arte luizense que consegue agradar e chamar a atenção dos turistas. Cada boneco tem sua história e essa história deveria ser contada para o visitante. Explorar essa arte luizense é maneira de agradar o turista e de manter viva a cultura local;

**O carnaval é uma das festas em que se valoriza a cultura popular luizense (música / blocos / fantasias / enfeites):** todas as expressões do carnaval são fruto da comunidade local, a música é produto dos compositores locais, os blocos são todos animados por moradores, as fantasias são expressões dos moradores que em anos a confeccionavam artesanalmente para brincar o carnaval, chamando a atenção e inspirando os turistas e os enfeites são produtos de artista plásticos e artesões locais. Esse fator deve ser explorado ao máximo, fazendo com que tudo que for apresentado durante o carnaval seja sempre expressão artística local;

**No carnaval, há muita criatividade a partir e valorizando a tradição cultural:** de maneira geral, todo planejamento e execução da festa é baseado na tradição cultural local. Os desfile dos blocos acontece a anos, a marchinha é característica dos músicos locais, as bandas que se apresentam são compostas por músicos da cidade, os trios dos blocos são compostos por músicos da cidade. Enfim toda expressão artística que se vê na cidade é baseado na tradição construída ao longo de anos;

**Importante para da autoestima luizense:** a festa é um momento esperado por toda população luizense, é onde há expressão cultura, onde tudo o que a cidade construiu se colocar na vista de várias pessoas, momento de demonstração da musicalidade e expressões

artísticas, por isso atua diretamente na autoestima de cada luizense, sendo fundamental para o desenvolvimento artístico da cidade;

**O carnaval contribui para a formação cultural de crianças e jovens:** mesmo tendo um vasto calendário festivo, é através do carnaval que crianças e jovens tem os primeiros contatos com a cultura local. Por ser a maior festa e, também, de maior impacto, desde muito cedo os jovens podem vir a ter contato com a rica cultura luizense, através da confecção de fantasias, confecção de enfeites, participando dos blocos ou aproveitando a festa de alguma outra maneira;

**O carnaval contribui para a formação musical de crianças e jovens:** a música também é grandes expressão cultural da cidade, o carnaval é oportunidade das crianças e jovens conhecerem melhor o som das marchinhas e compreender o que a marchinha representa para a cidade. É através da festa de maior impacto para a comunidade que se deve apresentar as crianças e jovens a importância da música para a cidade.

#### **OPORTUNIDADES**

**Carnaval gera renda para o município:** por dia passam em média 50 mil pessoas na cidade e no último ano cada uma dessas pessoas gastou em média R\$98,00, multiplicando os valores, tem-se que, também em média, o carnaval movimenta por dia cerca de R\$4.900.000,00. É um dos eventos que mais movimenta a economia do município, e por isso é evento que merece investimentos. É preciso que se adotem medidas que diminuam o gasto de impostos na festa, a busca de parcerias faria com que a prefeitura gastasse menos e a festa fosse realmente mais vantajosa para o município. Já os moradores conseguem lucrar bastante com seus bares, restaurantes, pousadas, casas alugadas e comércio eventual;

**Carnaval gera empregos no município:** atender a média de público diário demanda muita mão de obra, essa é uma oportunidade de geração de emprego para a comunidade local. Mesmo antes da festa começar o trabalho já começa, é preciso confeccionar os enfeites, preparar os blocos, preparar o comércio eventual e negociar as casas a serem alugadas, por exemplo. Durante o carnaval ainda tem-se o trabalho dos músicos, o funcionamento do comércio eventual, o trabalho de pessoas que alugam cômodos e eventualmente prestam algum serviço ao turista, a prestação de serviços de esportes radicais, a demanda de mais mão de obra no comércio fixo, venda de artesanato, etc. O evento proporciona diversas possibilidades de empreendimentos para o luizense. É preciso criar maneiras de fazer com que a mão de obra empregada durante a festa seja o morador local, possibilitando melhoria de vida para a comunidade. Devem haver programas de qualificação e inserção do luizense nas atividades econômicas durante a festa;

**O carnaval dá visibilidade ao município, divulgando a cultura e outros atrativos da cidade:** sendo uma festa que atrai tantas pessoas a visibilidade é grande. Nos últimos anos a imprensa local tem noticiado em massa o carnaval da cidade e a festa já foi matéria em jornais da capital do estado e de jornais internacionais. Sendo uma festa tradicional da cultura luizense, o carnaval consegue divulgar a história da cidade e também os demais atrativos como os esportes radicais, as festas religiosas, a culinária e os artesanatos locais. A visibilidade conseguida pelo carnaval não se repete em nenhum outro evento, esse fator deve ser explorado;

**Festa com grande poder de marketing positivo e espontâneo:** como se pode verificar com as pesquisas com os turistas uma das mais importantes formas de divulgação da cidade é o chamado boca-a-boca, forma de divulgação espontânea onde os visitantes indicam o destino turístico. Com base nas pesquisas com os turistas e nas entrevistas com os atores locais, pode-se arriscar a dizer que essa foi a maior forma de divulgação do carnaval e consequentemente do destino como cidade turística. Essa forma de divulgação deve ser explorada ao máximo, manter as características da festa e agradar o visitante é essencial para que o marketing positivo e espontâneo continue a existir;

**O carnaval tem forçado investimentos em infraestrutura para a cidade:** nos últimos anos as reclamações dos turistas, colhidas com as pesquisas de campo, forçaram a cidade a investir em infraestrutura para atender nas necessidades do visitante. Essas reclamações já resultaram em alguns investimentos, como a construção da Praça de Eventos, a construção de uma subestação de energia elétrica, a escolha do banheiro contêiner e a pulverização do público, por exemplo. Os turistas além de movimentar a economia da cidade ainda contribuem para melhoria da infraestrutura, por isso é preciso perceber a importância que as atividades turísticas tem em São Luiz do Paraitinga;

**O carnaval foi responsável por SLP ser estância turística:** o título de Estância Turística, que confere mais confiabilidade a cidade como destino turístico, se deve em grande parte, a visibilidade conseguida pelo carnaval. Por isso o carnaval merece todo esforço para que seu planejamento e execução consigam continuar agradando os visitantes e trazendo visibilidade para a cidade;

**A localização do município é propícia para atrair visitantes:** sendo também uma oportunidade para o município e não apenas para o carnaval o município está localizado próximo ao eixo Rio – São Paulo e um de seus acessos é a via Dutra. É também caminho para o litoral norte. Por isso muitos carros passam próximos a cidade, é preciso explorar essa

localização e fazer com que o turista que passe por esse caminhos, entre na cidade e se torne um turista;

**Há atrativos naturais importantes na região:** sendo, também, uma oportunidade do município e não apenas do carnaval, a cidade oferece cachoeiras e rios que permitem a prática de esportes radicais como: rafting, rapel e trilhas. As opções de entretenimento aumentam ainda mais devido aos atrativos naturais, o turista pode não apenas ter contato com uma vasta cultura, mas também ter contato direto com uma natureza preservada ao longo dos anos no núcleo de preservação Santa Virgínia;

**O cenário paisagístico urbano é bonito e agradável:** a cidade possui o maior acervo tombado de casarões do estado de São Paulo. O Centro Histórico apresenta vários casarões antigos que remetem a história nacional. Uma típica cidade do interior que, mesmo em dias de carnaval, mostra a cidade um cenário diferente dos grandes centros urbanos e a cultura da vida caipira.

#### **FRAQUEZAS**

**Banheiros públicos são insuficientes:** grande foco de reclamação dos turistas é a insuficiência dos banheiros públicos. O tradicional banheiro químico já foi substituído pelo banheiro contêiner, uma melhor opção de banheiro público. Porém a quantidade instalada na cidade ainda parece insuficiente para a quantidade de foliões. É necessário que se coloquem mais banheiros para atender os visitantes;

**Localização dos banheiros públicos não é satisfatória:** em 2013 a reclamação foi da má localização dos banheiros. Em alguns casos os banheiros foram pouco utilizados devido a sua má localização. É preciso que se pense sim na melhoria tipo de banheiro oferecido, mas a localização e as placas indicando onde estão localizados os contêineres é sem dúvida importante atividade para melhoria dos serviços;

**Excesso de público:** esse ponto é reclamação dos turistas e dos moradores. O excesso de público traz vários transtornos. Para o morador local tem-se o medo de descaracterização da festa, a falta de comodidade e mobilidade em sua própria cidade e a preocupação com a segurança. Para os turistas tem-se a falta de comodidade e mobilidade na cidade visitada, a dificuldade em conseguir alimentação, inflação dos preços, dificuldade em aproveitar o evento e preocupação com a segurança. Por isso medidas que restrinjam a chegada de mais e mais pessoas são necessária. Basear a festa na cultura e tradição local, tocar apenas a marcinhas, não permitir a entrada de carros na cidade e a pulverização de públicos são medidas que restringem a vinda do público e que parecem surtir um resultado positivo. Porém outras medidas podem ser ainda incluídas, como a criação de um pedágio na entrada da

cidade e diminuição do número de pessoas por casas alugadas podem ser medidas que inibam um número excessivo de pessoas na cidade. O excesso de público pode trazer muitos problemas e por isso precisa ser evitado;

**Excesso de comércios provisórios:** durante o carnaval abrem-se licitações para que o comércio provisório de instale na cidade, essa medida é necessária, pois apenas o comércio fixo não seria suficiente para atender todos os visitantes. Porém as pesquisas levam a acreditar que há muito comércios provisórios instalados na cidade, o que prejudica a todos. A grande concorrência pode contribuir para que se ofereçam produtos e serviços de baixa qualidade, visto que haverá a necessidade de baixar os preços para conseguir conquistar o cliente pelo preço mais baixo. É preciso cautela para que esse tipo de comércio não faça com o que o turista avalie negativamente o carnaval de São Luiz do Paraitinga;

**Abertura de comércios irregulares:** outro problema é a existência de comércio irregular, fato que também pode contribuir para uma avaliação negativa da festa e da cidade, além dos riscos que pode oferecer a saúde. No carnaval a grande maioria dos comércios irregulares oferecem alimentação e bebidas, uma incorreta armazenagem e manuseio desses itens pode significar grande risco a saúde. E qualquer problema que acontece, inevitavelmente, recai sobre a satisfação do visitante com o evento oferecido pela cidade;

**Trânsito caótico:** durante o carnaval o trânsito se torna um grande problema, a cidade não comporta o número de carros que chegam. Porém deve-se entender que São Luiz do Paraitinga é uma cidade histórica, com ruas estreitas e poucos locais para estacionamento de veículos. Por isso a medida que restringe a entrada de carros na cidade durante o carnaval se mostra necessária para melhoria das condições de trânsito. Parece que o ideal é realmente fechar todo o Centro Histórico para os veículos durante a festividade;

**Falta de local para estacionamento:** as casas sem garagem e as ruas estreitas fazem com que os locais de estacionamento dentro da cidade sejam raros. Por isso a solução encontrada e testada nos últimos anos são os bolsões de estacionamento fora da cidade. Porém esses bolsões são localizados longe do local da festa e é preciso se pensar em um meio de transporte alternativo para que as pessoas possam se deslocar até a Praça de Eventos e o Centro Histórico. Ainda assim, a opção dos bolsões fora da cidade parecem ser uma opção de estacionamento que pode dar certo;

**Estacionamentos não regularizados:** o problema dos estacionamentos não regularizados é bem parecido com os problemas gerados pelo comércio irregular. Quando se estaciona o carro em um local não regularizado pela prefeitura que é o órgão responsável por isso, fica-se sujeito a falta de segurança desses locais. E se algo acontecer ao carro do turista ele irá culpar

a cidade pelo acontecimento, sem ao menos se interessar em saber se o local era regularizado. Por isso impedir o funcionamento desse tipo de estacionamento faz parte de um planejamento que visa oferecer serviços de segurança ao visitante;

**Falta de informação sobre sistema viário implantado no carnaval:** durante o carnaval algumas vias de acesso a cidade são fechadas e para o turista que vai ficar alojado em pousadas recebe um documento que o identifique. Porém nem sempre todos os turistas tem acesso a essas informações, muitas vezes os grupos que alugam as casas e contratam ônibus ou vans para o transporte só ficam sabendo da restrição de acesso desses veículos quando já estão na cidade. A informação deve estar disponível em vários meios de comunicação (internet, rádio, TV), além de que pousadas e intermediários de aluguel de casas ou cômodos devem orientar corretamente o turista quanto às mudanças de trânsito durante esse período;

**O contingente de segurança pública não é suficiente:** na época do carnaval há aumento do contingente da polícia militar na cidade, porém ele se mostra insuficiente para o grande número de pessoas que passam na cidade diariamente. A pulverização do público ao mesmo tempo que representa melhora quanto a aglomeração de público, é também preocupação quanto a segurança. Apesar de poucos relatos sobre violência e da sensação de segurança ser alta, é preciso que os locais de acontecimento dos eventos, que em alguns casos acontecem concomitantemente, sejam mapeados e o número de público sejam oficializados para que se possa entrar em contato com o órgão responsável pela segurança pública no estado e se designe um número de policiais que garantam a segurança do evento;

**O contingente de segurança privada não é suficiente:** a prefeitura contrata ainda uma equipe de seguranças particulares para auxiliar os profissionais do contingente público. Porém da mesma maneira que acontece com a segurança pública, o contingente de segurança particular se mostra insuficiente. O mesmo trabalho realizado com a segurança pública deve ser realizado com a segurança particular, para que esse item continue a ser bem avaliado pelos turistas;

**Faltam fiscais:** é preciso que durante o carnaval hajam fiscais em todas as atividades. Por exemplo: fiscais nas saídas dos blocos, checando os horários, fiscais de som garantindo a qualidade em todos os locais, fiscais no comércio regular e comércio eventual checando se todas as regras estão sendo seguidas. O ideal é que o padrão de qualidade planejado para o evento seja colocado em prática nos cinco dias de festa;

**Falta de recursos privados para patrocinar as despesas do carnaval:** a falta de patrocínio é ponto muito citado pelos atores locais. Não se pode permitir que uma festa do tamanho da oferecida por São Luiz do Paraitinga seja paga somente com o dinheiro da prefeitura. Por isso

é inegável a realização de parceiras e patrocínios. Porém as pesquisas com turistas mostraram que deve haver grande cuidado na escolha dos parceiros/patrocinadores, pois as características originais da festa devem ser preservadas. O turista quer que a festa continue sendo de rua, gratuita, embaladas pelos blocos e ao som das marchinhas. Deve-se procurar um parceiro que aceite investir na festa mantendo o formato já existente;

**O carnaval onera o orçamento da Prefeitura:** devido ao fato de não se ter um parceiro/patrocinador a festa é paga com os impostos arrecadados pela prefeitura. O carnaval deve ser entendido como possibilidade de movimentação a economia e geração renda para a população local. E para que os resultados da festa sejam somente positivos economicamente, não se pode deixar que grande parte dos impostos, como o que acontece atualmente, sejam empregados no planejamento e execução da festa. É de fundamental importância que se consigam parceiros/patrocinadores para custear as despesas do carnaval;

**Não há informação sobre a cultura local para os visitantes:** muitas vezes o turista vai a cidade por indicação de um amigo, mas chegando em São Luiz do Paraitinga não consegue acesso as informações sobre a cultura e a tradição local. Isso precisa mudar, para que a festa nunca perca suas características originais. A criação de um portal on line onde o turista possa ter acesso as informações e a manutenção da Casa Oswaldo Cruz da Casa Elpídio dos Santos é essencial para disseminação da cultura. Porém no carnaval é preciso que o turista tenha um contato direto com expressões culturais e os blocos podem ser explorados para auxiliar nessa tarefa. A vivência dos pesquisadores, nesses quatro anos de pesquisas, mostrou que os turistas tem interesse em ter acesso a letra da música e a história de cada bloco, por isso seria interessantes que os blocos fossem mais ativos fora dos desfiles. Poderia se pensar em folhetos de divulgação das letras e da história de cada bloco, assim como a montagem de estandes onde o turista pudesse não apenas retirar esses folhetos, mas também ter contato com um morador local que participa do bloco, conhecer a história através de fotos e casos e também comprar e customizar uma fantasia para sair atrás do trio. Os blocos são patrimônio imaterial da cidade e devem participar de maneira mais ativa durante a festividade, visto que são a grande atração do carnaval de São Luiz do Paraitinga;

**Os blocos não tem recursos suficientes:** o blocos não cobram para que as pessoas sigam se trio, isso é muito comum em outras cidades, porém São Luiz do Paraitinga prima para que sua festa continue nos moldes tradicionais, e fato da gratuidade para a participação dos blocos dificulta a captação de recursos. Porém há outras maneiras de se captar recursos, maneira até mais interessantes do que cobrar para que o folião acompanhe o bloco. A venda de fantasias é uma oportunidade, se cada bloco tivesse um estande os foliões poderiam ali comprar fantasias

características dos blocos e ainda poderiam ter opções de customização, o turista compra uma saia, uma blusa ou uma bermuda e tem pedraria, fitas, cola a sua disposição para a personalização. É uma maneira, também, de voltar as origens da cidade, onde casa morador confeccionava a sua própria fantasia. Mas lembrando que nem todos os blocos possuem fantasias características, pode-se pensar em sua participação ativa em outros eventos, em cada evento o bloco pode ter sua barraca e oferecer produtos ou serviços aos turistas. Pode-se pensar em parcerias também, desde que isso não signifique a confecção de abadas (camisetas personalizadas) ou mudanças nas letras das músicas, que são tracionais. As parcerias devem respeitar a identidade de cada bloco. Deve-se pensar em maneiras de promover os blocos, para que eles consigam arrecadar dinheiro e ao mesmo tempo disseminar a história da cidade;

**A limpeza pública não tem recursos suficientes para o volume de lixo gerado:** a cidade é limpa todos os dias pela manhã, o lixo é recolhido e o centro histórico é lavado. O primeiro evento começa aproximadamente as dez da manhã e a cidade parece estar limpa, mas duas ou três horas depois parece haver tanto lixo como se a limpeza não tivesse sido realizada. Grande parte disse se deve ao fato da cidade não estar equipada com um número suficiente de lixeiras, assim as pessoas acabam jogando o lixo no chão, prejudicando limpeza do local. O fato é que durante a realização do evento não há como realizar qualquer tipo de limpeza, portanto a alternativa é equipar a cidade com lixeiras e realizar a limpeza pelo horário da manhã;

#### **AMEAÇAS**

**Alta concentração de pessoas no mesmo local:** a concentração de pessoas oferece um risco para segurança. Se alguém passa mal ou se há desentendimento entre foliões, por exemplo, fica difícil acudir a pessoa ou conter uma briga quando há muitas pessoas concentrada num mesmo local. O Centro Histórico, principalmente possui um espaço físico limitado, não podendo receber grande número de foliões. Por isso a ideia da pulverização do público foi essencial para que essa ameaça pudesse ser minimizada. A criação da Praça de Eventos, um local mais amplo, aberto e de entrada gratuita, não descaracterizou o carnaval da cidade e possibilitou a divisão e a pulverização do público;

**Santa Casa não tem estrutura para o atendimento aos foliões alcoolizados / drogados:** a Santa Casa possui limitação de atendimento, mesmo porque a cidade possui cerca de 11 mil habitante e recebe por dia cerca de 50 mil pessoas. A capacidade da Santa Casa é baseada na população local. A secretária de saúde relatou que todo o funcionamento da unidade é reformulado para o carnaval, porém ainda se mostra insuficiente devido ao número de pessoas que abusa do uso de álcool e drogas durante a festa. O carnaval é uma data em que as pessoas extrapolam e acabam perdendo o controle, a cidade precisa estar preparada para isso. Muitos

atendimentos são realizados nas ambulâncias posicionadas próximas a multidão, mas alguns casos precisam de atendimento na unidade de saúde. Por isso é preciso pensar em alternativas que possibilitem o aumento da capacidade da Santa Casa;

**Casas superlotadas:** a superlotação de casas é uma grande ameaça para o carnaval. Muitas vezes os imóveis alugados não têm condições de atender os inquilinos, isso porque a casa comporta 4 ou 5 pessoas e é alugada para 20 ou 30. Os riscos de curto circuito ou falta de água são grande quando uma casa é superlotada. Muitas vezes os foliões ficam insatisfeitos com a viagem devido a esse inconveniente. Os proprietários devem ter consciência e alugar suas casas para um número de pessoas que seja compatível com suas condições;

**Ausência de regras para locações:** a ausência de regras contribui para o aluguel de casas superlotadas ou cobrança de preços abusivos. Deve-se ter em mente que o poder público (prefeitura) não tem o poder e nem o interesse de impedir o aluguel de casas, porém quando se busca um evento sustentável é preciso que todos os envolvidos cheguem a um consenso. Seria de grande valia que comunidade e poder público se unissem e criam-se regras que facilitassem o aluguel das casas e ainda ajudassem na eliminação de eventuais problemas;

**Número excessivo de transportes coletivos:** muitos ônibus e vans fretadas chegam a São Luiz do Paraitinga diariamente. Nesse caso os veículos não pagam a taxa cobrada pela zona azul, área da cidade taxada para estacionamento de veículos e deixam grande número de pessoas na cidade. O que acontece é que o número de pessoas que chegam nesses veículos não é possível ser previsto e assim o planejamento da cidade não consegue saber quantas pessoas esperar no dia. A instabilidade gerada e impossibilidade de arrecadação faz com que esses veículos sejam uma ameaça para que se ofereça um carnaval de alto nível. É preciso pensar numa maneira de taxas esses veículos e se ter noção de quantas pessoas entram na cidade através dele, a ideia, já citada, de um pedágio instalado na entrada da cidade, poderia ser uma solução;

**Tem havido falta d'água:** devido parte, ao excessivo número de pessoas, e ai numa casa em que há 20 pessoas, a água acaba quando a sétima pessoa vai tomar banho. As pessoas não entendem que esse é o problema e não o abastecimento de água da cidade. Ainda assim a prefeitura tem tentado evitar o problema, foi feito um estudo da capacidade da tubulação da cidade e durante o carnaval tenta-se aumentar o fornecimento de água como tentativa de minimizar os problemas e impactos negativos;

**Tem havido falta de energia elétrica:** o abastecimento de energia elétrica também tem sua capacidade baseada na quantidade de moradores locais, por isso durante o carnaval,

principalmente em horários de pico, avia queda de energia. A prefeitura construiu uma subestação conforme relatou o secretário de turismo, porém essa não é a única medida a ser tomada. Os moradores que alugam suas casas devem pensar nesse quesito, a utilização de energia elétrica em demasia, em uma residência com capacidade para 4 ou 5 pessoas, pode causar curtos circuitos, que podem levar a incêndios e até a uma grande catástrofe. A prefeitura tem seu papel de melhorar a infraestrutura, mas o morador local deve fazer parte desse processo de melhoria;

**Tem havido massificação do carnaval em prejuízo da cultura local:** o grande número de pessoas acaba por limitar o acesso a informações sobre a cidade e com isso a cultura local pode ficar em segundo plano. A realização de pequenos eventos em vários pontos da cidade auxilia na retomada de eventos que apresentem características locais, porém uma participação mais ativa dos blocos e da comunidade local é essencial para que a cultura possa ser preservada;

**Os visitantes têm perdido a identidade com os blocos (não conhecem as marchinhas, não se fantasiam conforme os temas dos blocos):** tema ligado a uma fraqueza que mostra que não há informação sobre a cultura local, os blocos são forte característica do carnaval local e devem ser mais divulgados. Muitos turistas reclamaram para os pesquisadores que não conseguem ter acesso a letra das músicas dos blocos e fazem pergunta como: porque tem um  
 ? O “ ”? O “ ”?

foi possível observar que há interesse em se conhecer a história dos blocos. Por isso pensou-se em alternativas que pudessem auxiliar na divulgação das informações, como folhetos explicativos de cada bloco, estandes decorados com características de cada bloco, outra ideia seriam Totens ou Banners decorativos que mostrassem um pouco de cada bloco. O ideal é que se pudesse encontrar um parceiro/patrocinador que pudesse auxiliar na divulgação dos blocos. Os blocos são patrimônio imaterial da cidade e devem ser preservados como tal;

**População local começa a ser excluída da participação no carnaval:** há muitos turistas na  
 “ ”

festança. O morador local é o típico interiorano e muitas vezes o comportamento do turista pode parecer agressivo a ele. A escolha de um público que respeite o morador local e divida com ele o espaço da cidade é fundamental para a construção de um carnaval sustentável. Oferecer um espaço seguro sem abuso de álcool de drogas também é essencial para que as famílias luizenses se sintam seguras para participar e deixar os jovens participarem da festa. O carnaval luizense se transformou nessa festa e sucesso devido contribuição do morador local e ele deve continuar sendo parte fundamental do evento;

**População local começa a ser excluída dos benefícios econômicos do carnaval:** os empreendedores tubarões citados como uma ameaça para a cidade, são também ameaça para a colocação da mão de obra na economia durante o carnaval. Deve-se pensar em alternativas que favoreçam a comunidade local durante o carnaval. Tem que se pensar que o luizense tem sua cidade invadida e sua rotina totalmente modificada durante cinco dias e por isso ele deve ter alguma recompensa. Essa recompensa deve analisada por dois lados: a participação do morador na folia, se divertindo e aproveitando a festividade, mas também participando e conseguindo benefícios financeiros. Não se pode deixar que os empreendedores tubarões exerçam toda ou grande parte da atividade econômica durante o carnaval, ganham dinheiro e o levam para ser gasto em outras cidades. O dinheiro ganho pelo luizense irá favorecer a cidade de São Luiz do Paraitinga, o dinheiro ganho pelos tubarões irá favorecer outra cidade. Mais uma vez ressalta-se a necessidade de capacitação e inserção da comunidade local na economia;

**Há muitos músicos não regularizados com a Ordem dos Músicos do Brasil:** da mesma maneira que o comércio e os estacionamento devem ser regularizados, os músicos que participam da festa devem estar legalmente regularizados junto a Ordem de Músicos do Brasil. Sendo São Luiz do Paraitinga uma Estância Turística é preciso que o serviço oferecido seja confiável, por isso as regularizações são necessárias. Além do fato de que se houver alguma licitação, só participam músicos regularizados e não se pode deixar que a marchinha seja perdida por esse motivo;

**Tem havido crescentes excessos no consumo de drogas:** o aumento do número de público dificulta o policiamento e a fiscalização do consumo de substâncias ilegais. Porém medidas como aumento do policiamento, aumento e melhoria da segurança privada, pulverização de público e a proibição do uso do cooler podem inibir o uso de drogas;

**Tem havido crescentes casos de comportamentos indecorosos:** o aumento do número de público também é responsável pelo aumento dos casos de comportamento indecoroso. Nesse caso além de aumento do policiamento e aumento e melhoria da segurança privada, deve-se pensar na escolha de um público que respeite a cultura e tradição da cidade e entenda que famílias participam da festa, entenda que famílias passam meses esperando e se preparando para o carnaval, que esse momento é importante para a comunidade local. A escolha do público, a inibição do grande número de pessoas e a pulverização do público são alternativas para minimizar essa ameaça;

**O folião investe e gasta pouco para participar do carnaval de SLP:** apesar de o turismo citado ter sido citado como uma oportunidade para a cidade, não se pode permitir que o

investimento no planejamento e realização da festa não seja recuperado. É preciso que os preços sejam condizentes com os serviços oferecidos e que a população que mantém seus empreendimentos a disposição do turista seja recompensada. Deve-se cobrar um preço justo pelos serviços para que comunidade local e a cidade possa se desenvolver com as atividades turísticas;

**Inflação dos preços de alojamentos durante o carnaval:** nos últimos anos os turistas têm relatado que pousadas, casas e cômodos tem cobrado valores elevados pelos alojamentos. O tópico acima trata da importância de se cobrar um valor justo pelos serviços e a inflação pode ser um ameaça para alcançar esse equilíbrio. Os proprietários de pousadas, casas e cômodos devem ter consciência de que o carnaval é uma oportunidade de movimentar a economia e não a única. De acordo com os turistas as pousadas tem elevado bastante seus preços na época do carnaval, assim como as casas e cômodos cobram altos valores. As pousadas devem pensar em programas de fidelização de clientes, fazendo pacotes que sejam condizentes com a economia local. Já os proprietários de imóveis acabam elevando seus preços devido a superlotação, se a comunidade se unisse e regras fossem criadas a superlotação seria evitada, as casas poderiam ser alugadas por preços mais justos, sofreriam menos degradação e os proprietários gastariam menos com reparos. A busca de um evento sustentável envolve adequação de preços e oferecimento de serviços de qualidade e isso deve ser entendido pelos proprietários de pousadas e de casas e cômodos.

#### 4.5 OPINIÃO DO VISITANTE

Nessa sessão serão apresentados os dados das pesquisas com os visitantes, para melhor visualização da evolução do carnaval ao longo dos anos, elaborou-se gráficos que contemplam as respostas dos 4 nos de pesquisas com turistas. Os dados na íntegra, estão no anexo D.

A Figura 14 mostra a localidade dos visitantes e pode-se analisar se há mudanças ao longo dos anos. Nota-se que em 2009, no início das pesquisas, a maioria dos visitantes, quase 40% era morador da Grande São Paulo, contra apenas aproximadamente 25% de moradores de Taubaté e Tremembé. Em 2013, último ano de pesquisa, esse cenário mudou, a maioria dos visitantes passa a ser morador de Taubaté e Tremembé, quase 35%, contra um pouco mais de 30% de moradores da Grande São Paulo. Nota-se, também, crescimento de turistas morados das cidades localizadas no Eixo São José dos Campos e Jacareí. Com isso percebe-se que os

moradores das cidades do entorno de São Luiz do Paraitinga tem se mostrado mais adeptos ao carnaval da cidade.

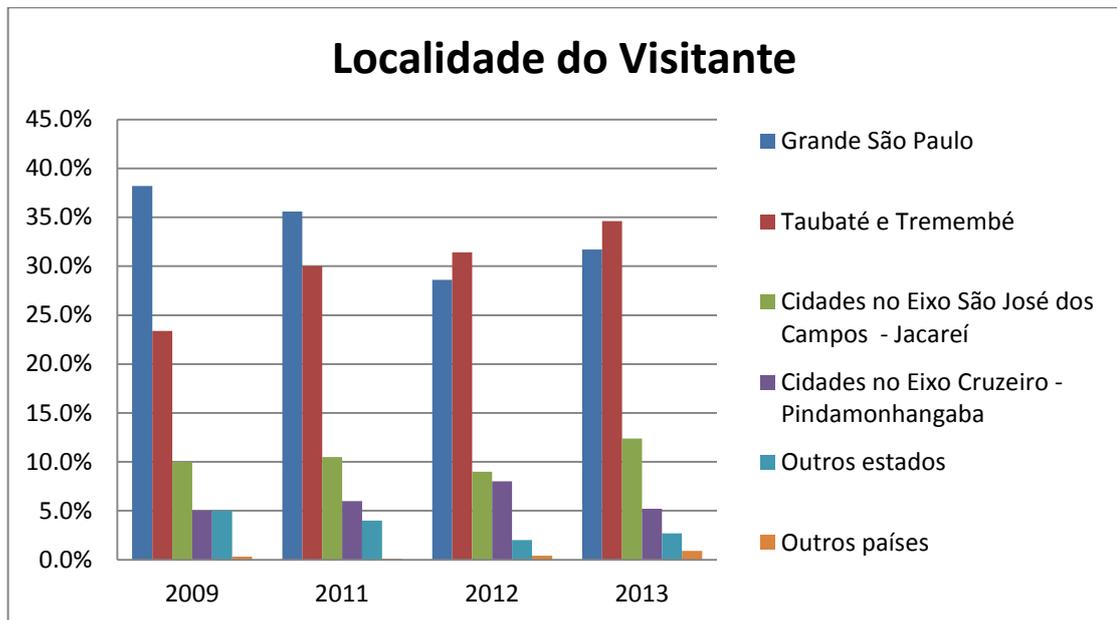


Figura 14 – Localidade dos visitantes

A Figura 15 mostra a distribuição das idades dos visitantes ao longo dos quatro anos de pesquisa.

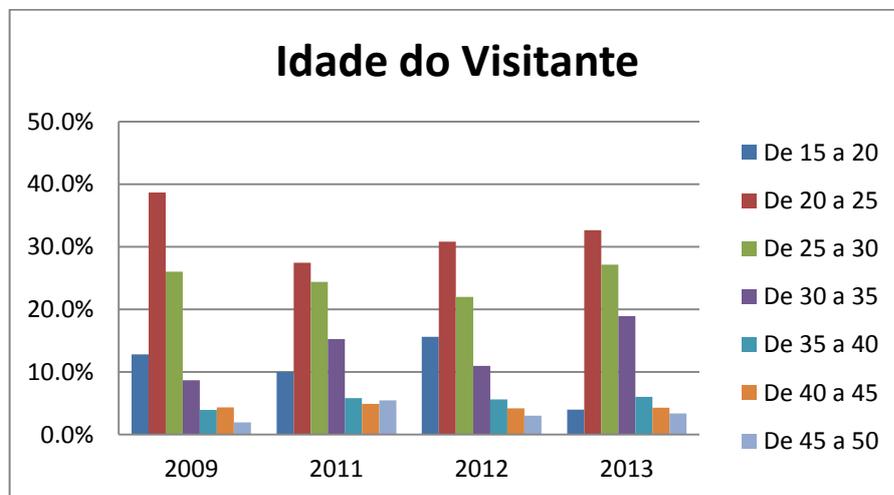


Figura 15 – Idade dos visitantes

Em relação a idade nota-se uma mudança significativa. Em 2009 quase 40% do público visitante eram jovens com idade em 20 a 25 anos. Na última pesquisa em 2013 esse número cai para pouco mais de 30% e há um aumento da faixa etária entre 30 e 35 anos. Em 2011, ano pós enchente, o número de jovens entre 20 e 25 anos foi o menos registrado em todas as pesquisas.

A Figura 16 traz informações sobre a escolaridade do visitante.

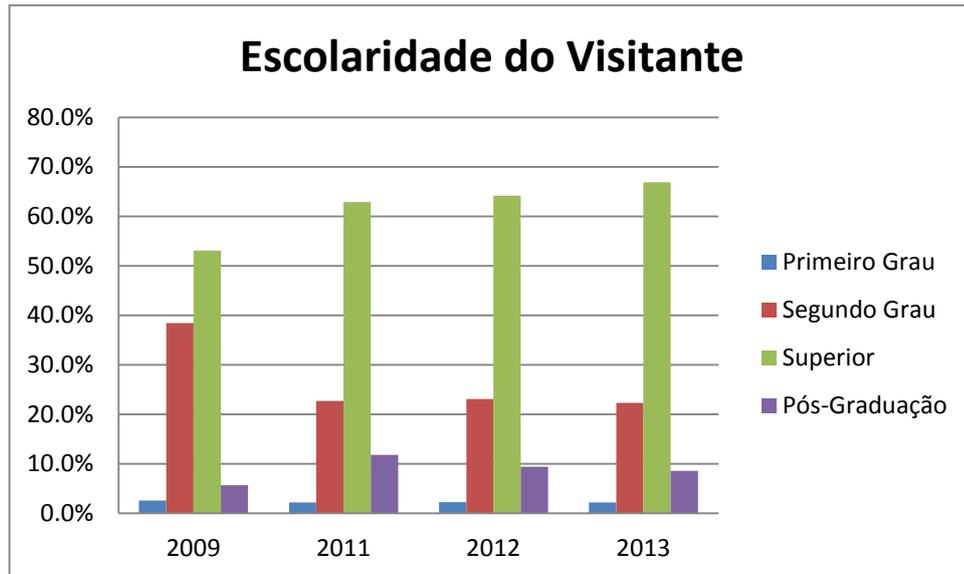


Figura 16 – Escolaridade do visitante

Como pode-se notar os visitantes possuem alta escolaridade, em 2009 um pouco mais de 50% dos visitantes era graduado, em 2013 esse número chega a quase 70%. A alta escolaridade do visitante, sugere que o público seja mais exigente e procure por serviços de qualidade e cidade turísticas organizada e estruturada para receber turistas.

A Figura 17 irá mostrar qual tipo de alojamento é o mais procurado por turistas durante o carnaval.

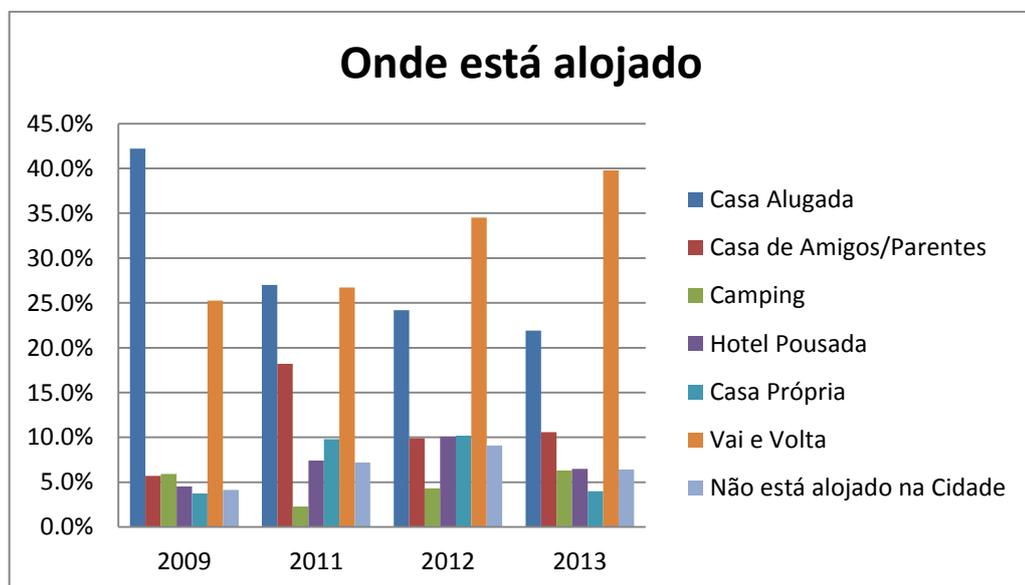


Figura 17 – Tipo de alojamento

Em 2009 o tipo de alojamento mais procurado foi a Casa alugada, quase 45% dos visitantes estavam alojados em casas alugadas, a segunda maior ocorrência de respostas foi o chamado Vai e Volta, ou seja, o turista passa o dia ou a noite em São Luiz do Paraitinga, mas não está hospedado. Nota-se claramente a inversão desse quadro, gradativamente até 2013. Na

última pesquisa, cerca de 40% caracterizava seu alojamento como Vai e Volta e um pouco mais de 20% estava alojado em casas alugadas. Em 2013 houveram algumas reclamações sobre os preços dos alugueis de casas, talvez esse seja um dos motivos para a queda do número de turistas em casas alugadas. O aumento do Vai e Volta pode ser ligado ao aumento do número de turistas nas cidades vizinhas, esse tipo de turistas prefere voltar para sua cidade de origem por acreditar que o gasto possa ser menor.

A Figura 18 mostra quantos dias o visitante costuma ficar na cidade.

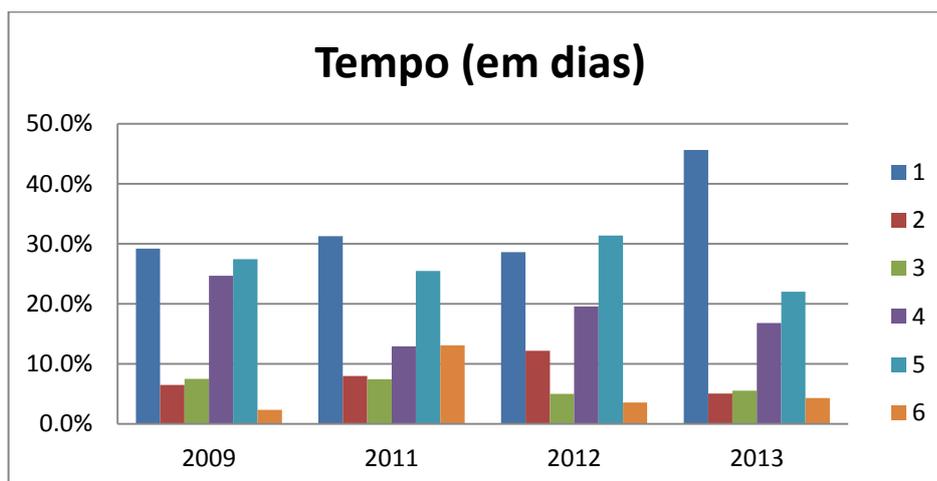


Figura 18 – Tempo de permanência

Em 2009 o maior tempo de permanência era de um dia, quase 30%, seguido de 5 dias de permanência, cerca de 28%. Os cinco dias caracterizam estadia durante todo o carnaval, geralmente pessoas alojadas no destino (casas alugadas, pousadas, casa de amigos ou parentes) costumam permanecer por todo o carnaval. Em 2013 nota-se uma grande mudança nesse cenário, cerca de 45% dos entrevistados permaneceu na cidade por apenas um dia, o que caracteriza o Vai e Volta.

Conforme Figura 19 nota-se que em grande maioria, o turista viaja com amigos.

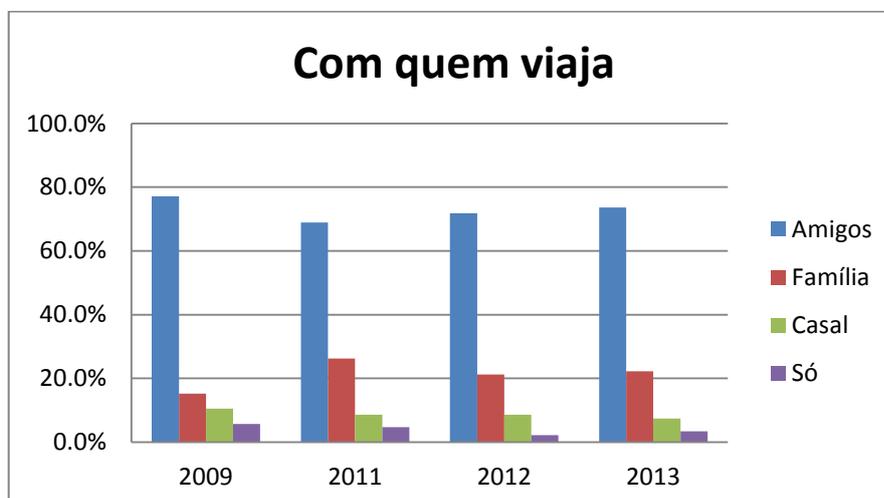


Figura 19 – Com quem viaja

De 2009 a 2013 não houve grande variação, quase 80% dos entrevistados viaja na companhia de amigos.

A Figura 20 irá mostrar quantas vezes o entrevistado já esteve em São Luiz do Paraitinga.



Figura 20 – Vistas já realizadas

Em 2009% quase metade dos entrevistados estava a cidade pela primeira vez. Porém ainda assim pode-se dizer que o índice de assiduidade é alta, visto que metade dos entrevistados já havia estado na cidade. Em 2013 o cenário apresenta mudanças, menos de 40% dos entrevistados estava na cidade pela primeira, o que diz que mais de 60% dos entrevistados estava na cidade pelo menos pela segunda vez, o que mostra a aceitação do evento.

A Figura 21 mostra onde os turistas costumam realizar suas refeições durante o carnaval.

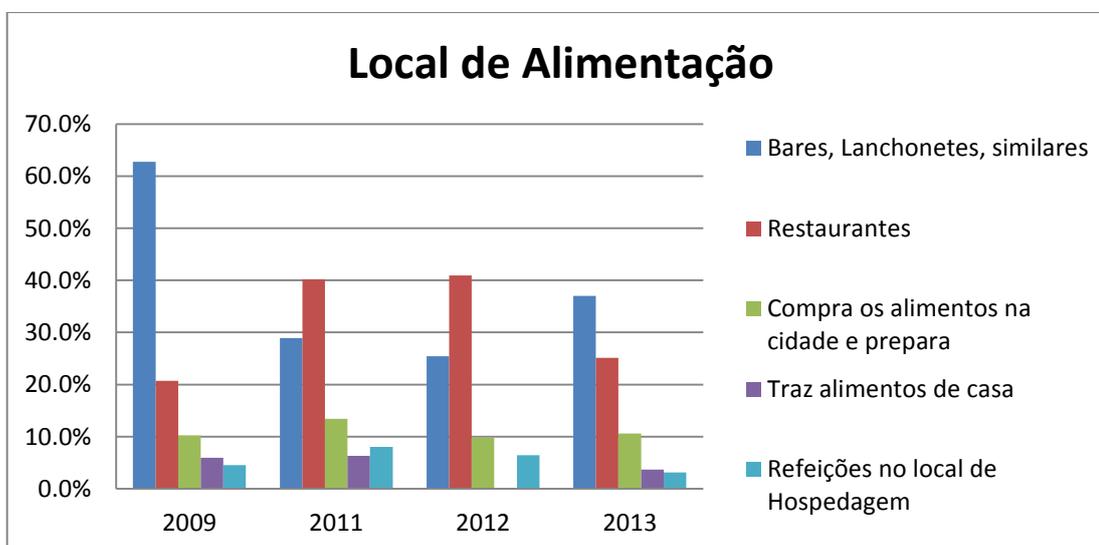


Figura 21 – Local de alimentação

Em 2009 a maioria dos turistas, mais de 60% dos entrevistados optavam por bares, lanchonetes e similares para realizar suas refeições. Em 2011 e 2012 há um grande aumento da procura dos restaurantes da cidade. Em 2013 há queda na procura dos restaurantes e aumento da procura de bares restaurantes e similares, uma explicação para isso poder a estruturação da Praça de Alimentação, junto a Praça de Eventos. A estruturação desse local de alimentação pode ser a responsável pelo aumento, pois o turista pode ter identificado a Praça de Alimentação como local adequado as refeições.

A Figura 22 traz informações sobre os valores gastos na cidade por cada turista entrevistado, por cada dia de permanência.

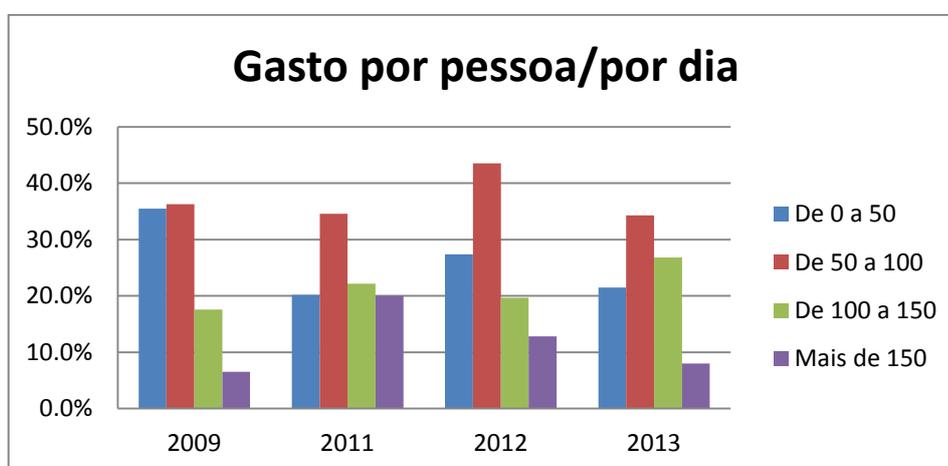


Figura 22 – Gasto por pessoa/por dia

Desde 2009 a maioria dos turistas gasta entre R\$50,00 e R\$100,00. Gradativamente vem subindo o número de turistas que gasta entre R\$100,00 e R\$150,00, em 2013 quase 30% dos entrevistados relataram gastar esse valor.

A Figura 23 mostra como o turista teve acesso as informações que motivaram a ida ao carnaval de São Luiz do Paraitinga.

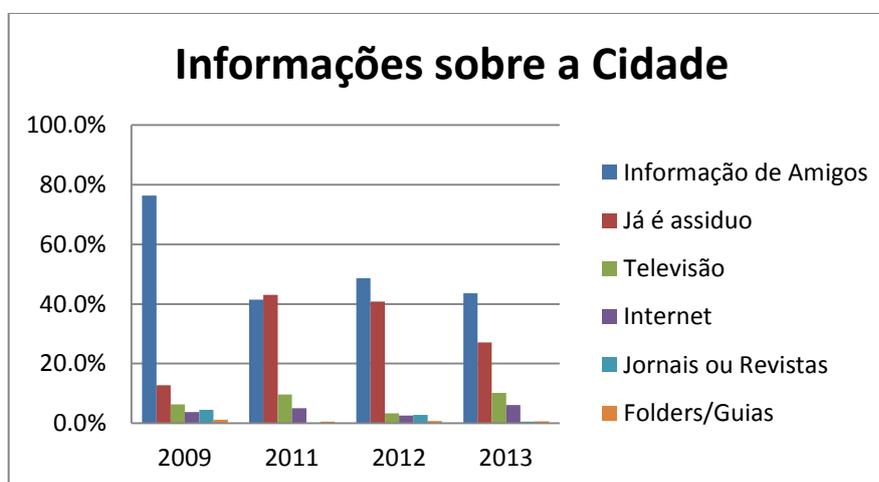


Figura 23 – Informações sobre a cidade

Em 2009 quase 80% dos entrevistados relataram obter as informações através de amigos. Em 2011, ano após a enchente, mais de 40% dos turistas já haviam estado na cidade em outras ocasiões. Em 2012 e 2013 a informação de amigos volta a ser o veículo principal. Isso mostra que a cidade tem boa aceitação, pois quem já foi ao destino o indica a outros amigos, assim como tende a volta. Porém, mostra também, a pouca exploração dos outros meios de comunicação, como Internet, Revistas, Jornais e Televisão.

A Figura 24 mostra o nível de satisfação do turista com a viagem.

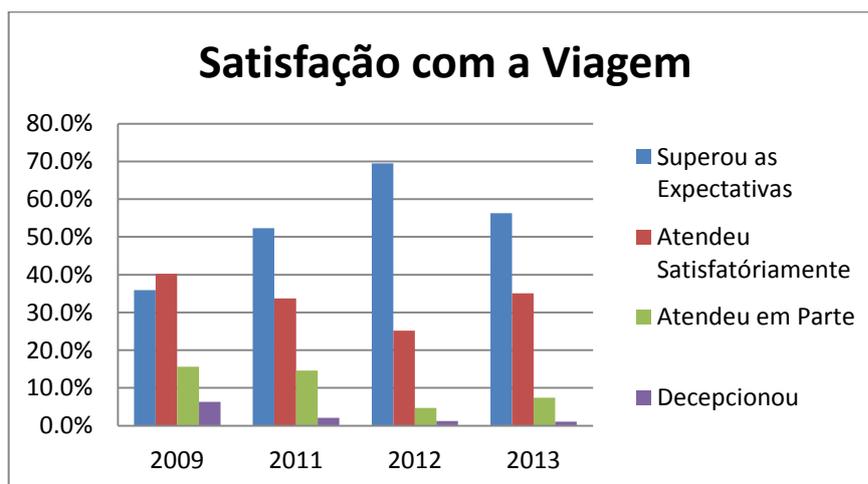


Figura 24 – Satisfação com a viagem

De 2009 para 2012 houve grande aumento do nível de satisfação com a viagem, em 2012 chega a 70% o número de turistas que disseram que o carnaval de São Luiz do Paraitinga superou suas expectativas. Em 2013 esse número baixa para quase 60%, sendo que cerca de 35% relataram estar satisfeitos com a viagem. O nível de satisfação é alto.

A Figura 25 mostra a intenção de voltar dos entrevistados.

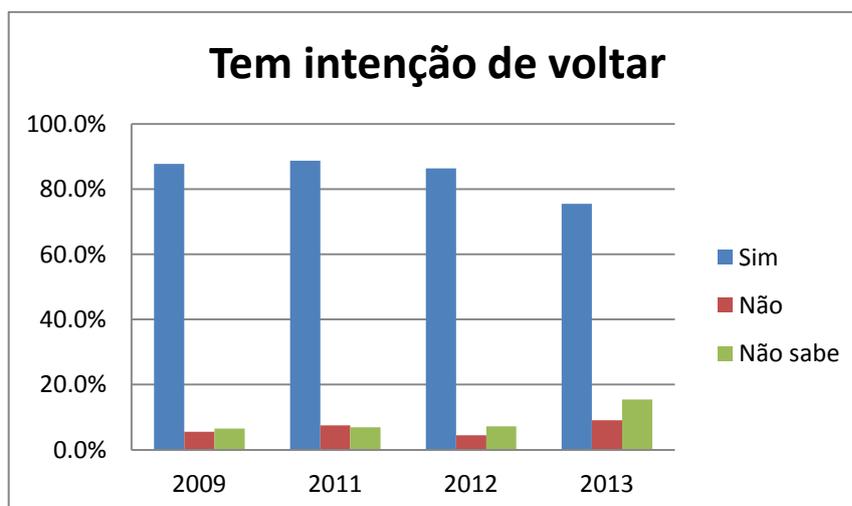


Figura 25 – Intenção de voltar

Em 2009, 2011 e 2012 mais de 80% dos entrevistados dizem que tem intenção de voltar. Porém em 2013 esse número baixa para menos de 80%, sendo que o número de pessoas que relatam que não voltariam ou não sabe se voltariam sobe em relação aos demais anos. É preciso se atentar a esses dados e procura maneira de entender quais efeitos contribuíram para o aumento de turistas que não pretendem voltar ou não sabe se voltariam.

As Figuras apresentadas representam uma síntese da opinião dos turistas ao longo dos anos, os dados completos se encontram no anexo D.

## 5 DISCUSSÃO

### 5.1 A QUESTÃO DO PATROCÍNIO

Um ponto delicado sobre toda a organização do carnaval, se dá em relação ao patrocínio. Cristiane Bitterncourt<sup>15</sup> relata que desde 2009 essa é uma preocupação recorrente da comissão de organização de carnaval instaurada nesse ano. Durante várias ocasiões a prefeitura tenta conseguir patrocinadores para ajudar no custeio da festa, visto que há grande oneração do orçamento público, o que na opinião da entrevistada não é totalmente viável. Porém todas as vezes que a prefeitura tentava conseguir o apoio de alguma empresa privada como patrocinadora, surgiam barreiras ligadas a tradição e cultura local. Assim a prefeitura sempre arcava com a maioria dos gastos da festa, onerando grande parcela da arrecadação municipal.

As tentativas de patrocínio continuam a acontecer, visto a importância do carnaval para a cidade, mas também a necessidade do evento se tornar sustentável. Assim em 2013 a prefeitura fecha patrocínio ou parceria com uma empresa privada, porém a empresa solta notícias na internet que indicam mudanças na execução da festa. As mudanças envolviam principalmente ritmo musical e criação de espaços fechados, algo diferente do que usualmente é realizado na cidade.

A repercussão nas redes sociais é grande, acontecem diversos debates, questões como tradição e cultura local são temas recorrentes desses debates informais em páginas de redes sociais e no meio disso a prefeitura declara que não havia sido informada da programação que já estava sendo vinculada na Internet.

Devido a essa grande polêmica, decidiu-se incluir na pesquisa realizada no Festival de Marchinhas de 2013 perguntas que pudessem esclarecer qual a verdadeira opinião do visitante sobre as questões características do carnaval local, como as marchinhas e também como o visitante se coloca em relação ao patrocínio.

A Figura 26 mostra se o visitante concorda que a parceria deve determinar condições ou regras.

---

<sup>15</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jan. 2013.

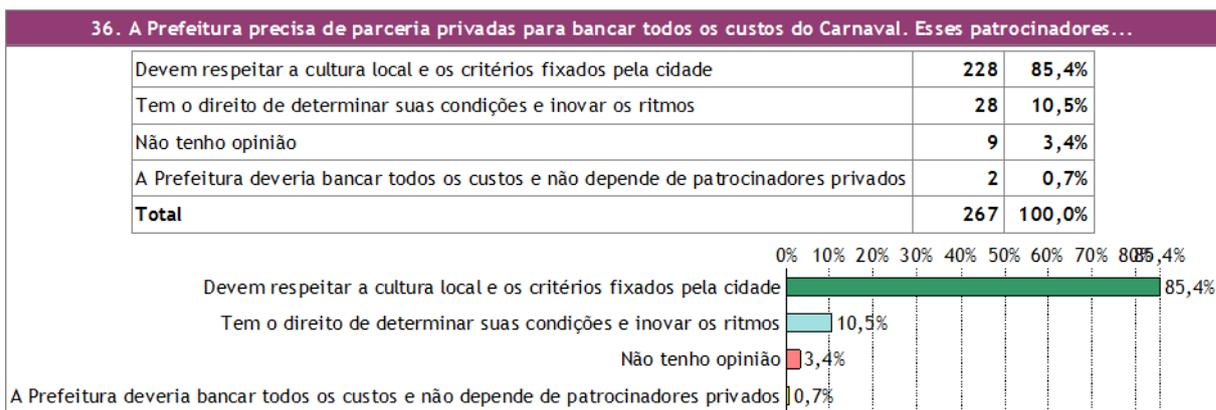


Figura 26 – Necessidade de parceiras / Festival de Marchinhas 2013

Cerca de 85% dos entrevistados defende que devem respeitar a cultura local e respeitar os critérios da cidade. Apenas cerca de 3% diz não ter opinião, o que mostra que, de maneira geral, os turistas quiseram opinar sobre planejamento e execução da festa.

Uma outra pergunta era sobre o ritmo musical tocado durante a festa, a Figura 27 mostra as respostas.

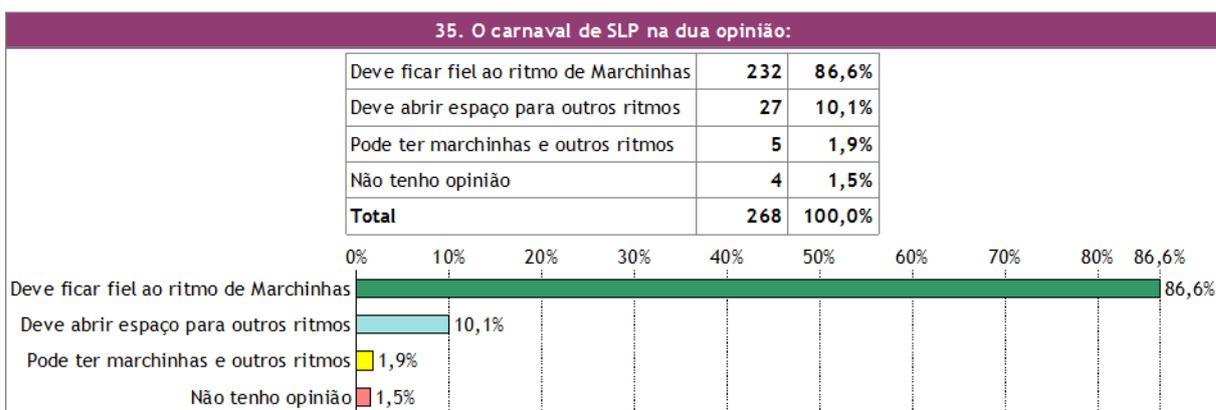


Figura 27 – Ritmo musical / Festival de Marchinhas 2013

Cerca de 85% dos entrevistados defende que as marchinhas devem ser ritmo oficial das festa em São Luiz do Paraitinga. Parece que os turistas defendem a cultura local e acreditam que ela seja o diferencial da cidade.

As questões sobre o patrocínio, mesmo que esclarecidas durante a entrevista durante o Festival de Marchinhas, continuaram a ser contempladas durante o Carnaval de 2013, visto que o patrocinador estaria presente durante o evento.

As perguntas foram repetidas e as respostas se apresentam nas Figuras 28 e 29.

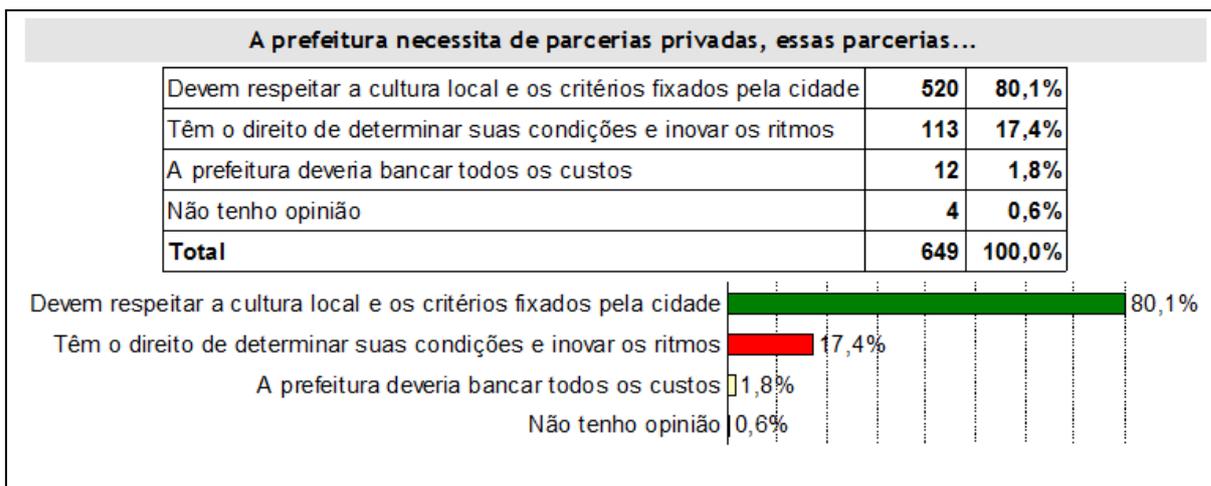


Figura 28 – Necessidade de parcerias / Carnaval 2013

Parece haver um consenso de que as parcerias privadas devem respeitar os critérios locais. Ressalta ainda que apenas 0,6% dos entrevistados diz não ter opinião, o que significa que o turista quis opinar sobre como deveria ser o planejamento e execução da festa.

Sobre a música que deve ser tocada durante o carnaval, o turista também é categórico.

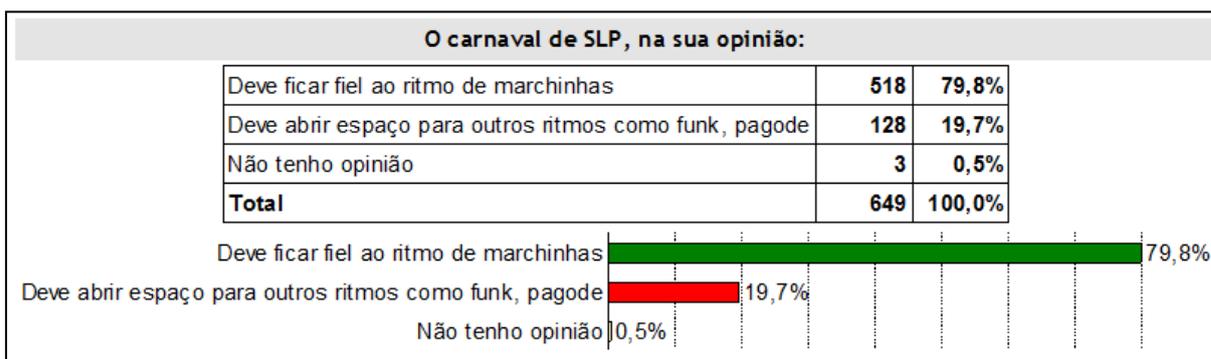


Figura 29 – Ritmo musical que deve tocar / Carnaval 2013

Quase 80% dos entrevistados defende que a marchinha deve ser ritmo oficial do carnaval, opinião que converge com o pensamento dos atores locais.

Os números são bastante parecidos com o Festival de Marchinhas e a partir deles poder-se afirmar que o visitante acredita que a organização do Carnaval deve ter autonomia sobre a programação e que as Marchinhas devem continuar sendo o ritmo característico.

O patrocínio foi apenas uma das questões discutidas ao longo dos tempos, por ser questão delicada em 2013 ouviu-se, por duas vezes, a opinião do visitante, para que se possa tomar uma decisão corretamente embasada nos próximos anos.

## 5.2 OS GRUPOS DE ENVOLVIDOS, INTERESSES, RECURSOS E POSSIBILIDADES

Os envolvidos com o carnaval foram ouvidos e assim foi possível mapear interesses comuns e desconexos, recursos necessários e possibilidades. A técnica de mapeamento de atores foi essencial nesse momento, conforme o capítulo 3, foram mapeados atores que tem ligação com o carnaval de São Luiz do Paraitinga, assim eles foram entrevistados e as entrevistas gravadas. A integra das opiniões estão no anexo C. Os atores mapeados foram:

Quadro 7 – *Stakeholders* identificados

Poder público	Diretoria de Turismo	Eduardo de Oliveira Coelho
	Diretoria Cultura	Benedito Filadelfo de Campos Netto
	Diretoria de Planejamento	Cristiane Bittencourt
	Diretoria de Agricultura	Donizete José Galhardo
	Diretoria de Trânsito	Diego Fernando Pires Reis
	Diretoria de Saúde	Lidia Amélia dos Santos Faria
	Conselho de Turismo	Ana Carolina Loureiro Veneziani
Agitadores culturais e artistas	Artesão	Benito Campos
	Animador de Bloco	Benito Campos e João Batista dos Santos
	Agitador cultural	Sérgio Costa
	Jornalista	Sérgio Costa
Empresários e Empreendedores	Dono de Pousada	Juvenal Barreto Borrielo de Andrade
	Dona de acomodação familiar	Maria Regina Dias Monteiro
	Agenciador de casa	Elaine Ferreira Salgado
	Dono de Restaurante	Roberto José da Silva e Edvaldo dos Santos
	Presidente da Associação comercial	Roberto José da Silva

Suas opiniões serviram para montagem da Matriz RACI.

A Matriz RACI é utilizada para definir responsabilidades dentro de um processo. É geralmente utilizada após o mapeamento de problemas e de envolvidos nesses problemas, seu foco é identificar os envolvidos com cada problema, proporcionando real entendimento sobre a participação de cada ator identificado em cada problema (ARMSHAW, 2005). A aplicação dessa matriz foi escolhida devido a utilização do Mapeamento de Atores e da Matriz *Swot*, após identificar atores e problemas pode-se então, designar responsáveis e envolvidos em cada questão levantada.

O autor defende que a matriz RACI é uma forma clara de identificar envolvidos em cada atividade, seu grau de participação e a relação entre os atores identificados como

participantes do processo e assim pode-se aumentar a produtividade e reduzir o retrabalho.

RACI é uma sigla criada a parti de cinco palavras:

R – Responsible: responsável pela atividade, ator que irá orientar e autorizar a execução de determinada atividade;

A – Accountable: responsável por executar determinada atividade;

C – Consulted: partes que devem ser consultadas antes da execução das atividades, são partes inseridas no processo e que são influência e influenciadas;

I – Informed: partes que devem ser informadas sobre as ações que foram tomadas.

Essa Matriz se encaixa bem no caso estudado devido a possibilidade de interação de mais de um ator em uma única atividade. Em São Luiz do Paraitinga, muitas vezes, diversos atores estão inseridos em um mesmo problema e a Matriz permite que eles sejam alocados devidamente conforme sua participação em cada situação.

O quadro 8 traz a matriz RACI, a coluna 1 identifica o problema, a coluna 2,

R “Responsible” 3

“Accountable” 4 C “Consulted”

coluna 5, representada pela letra I “Informed”

contemplados serão comentados.

Quadro 8 – Matriz RACI

1	2	3	4	5
PROBLEMA	R	A	C	I
Falta d'água	Planejamento	Prefeitura e Empresa de Abastecimento	Planejamento e População Local	População Local e Turistas
Falta de energia elétrica	Planejamento	Prefeitura e Empresa de Energia Elétrica	Planejamento e População Local	População Local e Turistas
Falta de banheiros	Planejamento	Planejamento	População Local e Turistas	População Local e Turistas
Falta de conhecimento da cultura local	Comunidade	População Local e Associações	População Local	População Local e Turistas
Falta de conhecimento da história dos blocos	População e Associação de B	População Local e Associações	População Local	População Local e Turistas
Falta de informação	Planejamento	Prefeitura, População Local e Associações	População Local e Associações	População Local e Turistas
Falta programa da captação de recursos para os blocos	Associação de Blocos	População Local e Associações	População Local e Associações	População Local e Associações
Falta de estrutura da santa casa para atendimento dos foliões	Planejamento	Prefeitura	Secretaria de Saúde	População Local
Excesso de público	Planejamento	Planejamento e População Local	População Local	População Local e Turistas
Existência de comércio irregular	Planejamento	Planejamento e Secretaria de Saúde	Secretaria de Saúde	População Local
Concentração de público em um mesmo local	Planejamento	Planejamento	Planejamento	População Local e Turistas
Oneração do orçamento da prefeitura	Planejamento	Planejamento	Planejamento e População Local	População Local
Consumo de drogas	Polícia	Polícia e Secretaria de Segurança	Secretaria de Segurança	População Local e Turistas
Comportamento indecoroso	Polícia	Polícia e Segurança Privada	Polícia e Segurança Privada	Polícia, Segurança Privada e Turistas
Superlotação das casas	Responsáveis pela locação	Responsáveis pela locação e Prefeitura	População Local e Turistas	População Local, Responsáveis pela locação e Turistas
Inflação do preço do aluguel da hospedagem	Responsáveis pela locação	Responsáveis pela locação	Responsáveis pela locação e População Local	População Local e Turistas
Número excessivo de transporte coletivo	Planejamento	Planejamento e Secretaria de Trânsito	Planejamento e Secretaria de Trânsito	População Local e Turistas
Exclusão da população na participação do carnaval	Planejamento	Planejamento, População Local e Prefeitura	População Local	População Local
Exclusão da população no aproveitamento de benefícios econômicos	Planejamento	Planejamento, População Local e Prefeitura	Planejamento e População Local	População Local
Folião gasta pouco para participar do carnaval	Planejamento	Planejamento e Associações	Associações	Associações
Trânsito caótico	Planejamento	Planejamento e Secretaria de Trânsito	Planejamento e Secretaria de Trânsito	População Local e Turistas
Excesso de Lixo	Planejamento	Planejamento e Setor de Limpeza	Setor de Limpeza	População Local e Turistas
Falta de estrutura para receber idosos e deficientes físicos no Carnaval	Planejamento	Planejamento	População Local e Turistas	População Local e Turistas
Reclamações com a segurança particular	Planejamento	Planejamento e Secretária de Segurança	População Local e Turistas	População Local e Turistas
Falta de um comprovante de pagamento de taxas	Planejamento	Planejamento	Turistas	Turistas

**Falta d'água:**

O ligado a falta de infraestrutura local. Algumas medidas, como melhoria da rede de abastecimento de água já foram tomadas. Porém não se pode esquecer que a superlotação das casas influencia diretamente esse problema e por isso junto com as melhorias de infraestrutura deve-se pensar em soluções para as casas superlotadas. O responsável pelas ações e também quem irá autorizar ações seria a equipe de planejamento, porém a prefeitura e a empresa de abastecimento são órgãos competentes e responsáveis pela execução, o planejamento e a população local devem ser consultados para que se possa encontrar a melhor solução e população local e turistas devem ser informados sobre o que e como será feito e quais suas implicações durante a festividade;

**Falta de energia elétrica:** esse também foi um problema citado por turistas e moradores. Algumas medidas já foram citadas buscando sua solução, como a construção de uma subestação de energia elétrica que aumentou a capacidade de abastecimento de energia.

problema e juntamente com as melhorias de infraestrutura deve-se pensar em soluções para as casas lotadas. O responsável pelas ações e também quem irá autorizar ações seria a equipe de planejamento, porém a prefeitura e a empresa de abastecimento são órgãos competentes e responsáveis pela execução, o planejamento e a população local devem ser consultados para que se possa encontrar a melhor solução e população local e turistas devem ser informados sobre o que e como será feito e quais suas implicações durante a festividade;

**Falta de banheiros:** os banheiros são sempre citados como problemas para os turistas. A falta deles acarreta não somente a insatisfação dos turistas, mas também gera um outro problema, o

“x x ” N

necessidades nas ruas de São Luiz do Paraitinga. O local escolhido pode ser a porta da casa de um morador, a porta de uma pousada ou a praça pública. Isso pode gerar incomodo aos moradores e hospedes e também a presença de forte odor nas ruas, causando um desconforto geral. Dimensionar o número de banheiros para a multidão que chega diariamente a cidade não é coisa fácil, porém a opção pelos banheiros contêineres pode ser parte da solução. É preciso que os banheiros sejam colocados em pontos estratégicos e que estejam bem sinalizados. Nesse caso o planejamento é responsável pela problema e também pela sua execução, sendo que moradores e turistas devem ser consultado sobre possíveis soluções, assim como devem ser informados das soluções escolhidas;

**Falta de conhecimento da cultural local:** a cultura local responsável por toda tradição da cidade, é muitas vezes desconhecida pelos turistas. Em alguns casos, os pesquisadores

notaram que o próprio morador local não conhece ao certo a cultura luizense. Deve haver um projeto de divulgação da cultura local, tanto os moradores quanto para os turistas. Primeiramente os moradores devem ser reinseridos na cultura local, uma alternativa seria incluir na rede municipal de ensino, nas séries de ensino básico, uma disciplina sobre São Luiz do Paraitinga. Nessa disciplina a crianças teriam todo acesso as lendas e história locais e cresceriam conhecendo a riqueza de sua cidade, isso auxilia na preservação da cultura. A disciplina poderia também criar momentos em que os pais iriam as escolas aprender com os filhos, passar seu conhecimento e ganhar conhecimento, assim a história se enriqueceria e se perpetuaria. Deve haver também fortalecimento da Casa Oswaldo Cruz e da Casa Elpídio dos Santos, dois museus que contam a história da cidade, eles devem ser incluídos em todo tipo de divulgação da cidade como ponto turístico. Depois disso, ainda deve-se utilizar o carnaval como oportunidade de divulgação e desenvolvimento dessa cultura. Devem-se criar espaços de exposição, alguns *Totens* ou *Banners* ilustrativos da cultura e eventos que se evidenciem as características locais. A maioria das pessoas vai até São Luiz do Paraitinga em busca do diferencial oferecido pelo carnaval, que é a cultura, e o turista não pode sair da cidade sem ter contato direto com as expressões culturais. A cultura é fruto da comunidade local e por isso ela é responsável por sua existência e divulgação. A população e as Associações Locais (comércio, restaurante, pousadas, blocos, Saci), devem ser responsáveis por discutir a ideias, propor e executar soluções. Depois a população deve ser consultada sobre as ideias debatidas e juntamente com os turistas deve ser informada sobre as decisões tomadas;

**Falta de conhecimento da história dos blocos:** os blocos são a grande atração do carnaval luizense e devem ser considerados patrimônio imaterial da cidade. Porém nem todos os turistas tem conhecimento de sua história, como surgiram, o porque de suas fantasias, o que canta as letras das músicas e isso pode vir a significar um esquecimento dos blocos. Com um formato diferente da maioria das cidades, em São Luiz do Paraitinga, todos os blocos desfilam sem cobrar para que o folião o siga, é isso que motiva e encanta os foliões que muitas vezes saem atrás de diversos blocos, mas pouco consegue conhecer de sua cultura. Uma ideia que surgiu entre os pesquisadores, foi a exposição de cada blocos em *stands* durante o carnaval, assim como confecção de folhetos que contem sua história e tenha a letra da música, para que o folião possa canta-la quando for atrás do trio. Pode haver também a exposição de *Totens* ou *Banners*, como sugeridos para divulgação da cultura local, por isso o trabalho deve ser realizado em conjunto, criando um ambiente visualmente agradável. A população local e Associação de Blocos são os responsáveis pelo problema, e devem discutir e propor soluções, que devem ser analisadas pela população local e informadas a ela e aos turistas;

**Falta de informação:** outro ponto muito citado pelos turistas é a falta de informação. O carnaval muda todo cotidiano da cidade, o comércio em geral modifica seu modo e horário de atendimento, assim como pousadas em restaurantes, o trânsito é modificado, a programação ocorre o dia todo e em locais diferenciados e há cobrança de zona azul em alguns pontos da cidade. Por isso é preciso que o visitante tenha total informação sobre tudo que vai ocorrer e como tudo vai ocorrer. A informação deve ocorrer antes do carnaval, através da internet e também através da TV e rádio que noticiam o carnaval da cidade. É importante que o folião chegue a cidade informado corretamente sobre como toda a festa irá acontecer. Durante a festa também é preciso primar pela informação, ter um posto de atendimento ao turista é fundamental para que a informação flua corretamente. Há alguns anos, durante a festa, são distribuídos folhetos com diversas informações, porém pesquisadores notaram que muitas vezes os folhetos acabam sendo jogados fora, alguns turistas olham e dispensam o papel. Por isso deve-se pensar numa decoração que ofereça informação ao turista, deve-se pensar numa programação visual, como já citado, com *Totens* ou *Banners* que facilitem a informação e apresentem a cultura. Já quando se trata de informações sobre a festa, o planejamento é o responsável, as possibilidades de melhoria devem ser debatidas pela prefeitura, população local e associações, sendo que população local e associações devem ser consultadas sobre as medidas a serem tomadas, por fim população local e turistas devem ser informados;

**Falta programa da captação de recursos para os blocos:** os blocos, apesar de todo a sua importância para o carnaval local, não tem nenhum tipo de programa de captação de recursos. Há uma Associação de Blocos que organiza os desfiles, deve-se pagar uma taxa para fazer parte da associação e também para desfilar durante o carnaval. Porém, devido ao volume de pessoas que participam dos blocos e de sua importância para o carnaval da cidade, deveria haver algum tipo de captação de recursos por parcerias/patrocínios que possibilitasse o investimento em músicos, programas de divulgação da história, contratação de som, contratação de caminhão, por exemplo. Atualmente, grande parte dos desfiles dos blocos é pago pela prefeitura, em relação a estrutura, se os blocos conseguissem ter mais autonomia econômica poderiam participar ativamente do planejamento do carnaval, financiando alguns elementos, o que ajudaria a prefeitura a não onerar impostos para a realização da festa. Além disso os blocos poderiam se fortalecer como atores locais, tendo mais influências na festas da cidade e contribuir para a perpetuação da cultura local. A Associação dos Blocos é o responsável pela tarefa, porém a população local e as demais associações devem debater junto a esse órgão buscando oportunidades de melhoria, esses órgãos devem também ser consultados sobre os pontos debatidos e informados sobre as decisões tomadas;

**Falta de estrutura da santa casa para atendimento dos foliões:** essa é uma questão delicada, visto que a santa casa local deve ter estrutura para o atendimento de cerca de 11 mil pessoas. Não se pode investir em uma santa casa para o atendimento de 50 mil pessoas, visto que a maior parte do tempo essa estrutura ficaria obsoleta. Por isso, uma possível solução seriam a contratação de unidades móveis de saúde, que poderiam servir para atender os turistas e também população local, juntamente com a santa casa e ambulâncias e não comprometeria os impostos do município com a construção de uma estrutura física pouco utilizada. O planejamento é responsável pela problema, a prefeitura seria responsável pela execução, a secretaria de saúde deve ser consultada a cerca do problema e a população local deve ser informada;

**Excesso de público:** esse parece ser o problema que gera todos os outros problemas, porém ao mesmo tempo que o público é um incômodo, é a certeza do sucesso da cidade. Medidas que restrinjam o número de público na cidade devem ser tomadas principalmente porque a cidade não suporta um grande número de público, parece que atualmente o carnaval acontece no limite. Mas algumas medidas conseguem minimizar o problema, a criação da Praça de Eventos, por exemplo, foi uma ótima alternativa para espalhar o público em mais de um lugar, diminuindo a concentração de pessoas e melhorando a qualidade do evento. Outra medida que vem sendo tomada ao longo dos anos, e a tentativa de escolha e foco em um público alvo, selecionando pessoas que valorizem a cultura local e consigam enriquecer a festa também é uma possibilidade de diminuição de público. Outro pouco polêmico é o preço do carnaval, alguns comerciantes e atores locais defendem que o turista gasta pouco para participar do carnaval, esse ponto é uma ameaça para a cidade. O ideal é que os preços da cidade sejam justos pelos serviços prestados, a inflação de preços é uma grande ameaça e pode espantar a faixa desejável de turistas, assim como os preços baixos podem desvalorizar a cultura local. Um trabalho conjunto entre todos os atores locais envolvidos e interessados, assim como uma pesquisa de preço de serviços turísticos, pode auxiliar na busca de que seja justo e condizente com os produtos que a cidade tenha a oferecer. Deixando o cliente satisfeito e fazendo com que os empreendedores locais consigam lucrar e movimentar a economia da cidade com seu trabalho. O planejamento é o responsável pelo problema, assim como é responsável por executar ações juntamente com a população local deve ser consultada e informada juntamente com os turistas das ações escolhidas para serem implementadas;

**Existência de comércio irregular:** a oportunidade de ganhar dinheiro com o carnaval faz com que todos queiram abrir um negócio durante o carnaval. Porém a irregularidade dos empreendimentos que surgem durante a realização da festa podem oferecer riscos aos turistas

e denegrir a imagem da Estância Turística. O fato é que a comunidade local deve ser a maior beneficiária do carnaval, sendo que os empreendimentos temporários sejam, de preferência, mantidos por luizenses. Para isso é preciso um trabalhado de longo prazo de conscientização dos moradores quanto a necessidade de adequação as normas e qualificação da mão de obra, visto que grande parte do comércio temporário é cedido por licitação. Além disso, o luizense precisa começar a ter o espírito empreendedor, aprendendo a investir em sua qualificação e na melhoria de seu negócio próprio. O poder público pode buscar parcerias com instituições que possam capacitar a mão de obra local. O planejamento é responsável pelo problema e juntamente com a secretaria de saúde deve criar debates e procurar soluções, a secretaria de saúde deve ser consultada sobre as decisões a serem tomadas e a população local deve ser informada;

**Concentração de público em um mesmo local:** a concentração de público oferece grande risco a segurança dos foliões, o atendimento a vítimas em caso de acidente ou mal estar é dificultoso caso hajam muitas pessoas no mesmo local. Por isso a media de construção da Praça de Eventos se mostra tão assertiva. Esse problema é de responsabilidade do planejamento do evento, devendo ser debatido e consultado a própria equipe de planejamento e sendo as soluções informada para população loca e turistas;

**Oneração do orçamento da prefeitura:** um grave problema gerado pelo carnaval é a oneração do orçamento municipal para a sua realização. Ao longo desse trabalhamos citou-se vários vezes a importância e necessidade de se conseguir parceiras/patrocínios para auxiliar no custeio da festividade. Apesar de ser importante expressão cultural local e de representar a comunidade, não se pode deixar que os investimentos na cidade, em diversos setores, sejam prejudicados para que haja o carnaval. Sendo assim a saída encontrada é a criação de parcerias/patrocínios, sendo que as características locais devem ser preservadas. Esse é um problema a ser debatido e executado pelo planejamento, porém além dele a população local deve ser consultada, os luizenses devem também ser informados a cerca das decisões tomadas;

**Consumo de drogas:** o consumo de drogas tem se mostrado um problema nos últimos anos. Além de interferir na segurança do evento e na participação das famílias locais, esse problema pode também influenciar o uso de drogas pelos jovens da cidade. O crescimento desenfreado da festividade e o grande número de pessoas são fatores que dificultam a fiscalização. Porém medidas vêm sendo tomadas, pela equipe de planejamento, para que esse problema seja minimizado. A pulverização do público em vários locais facilita a fiscalização e ação da polícia e da segurança privava e a proibição co Cooler inibe a entrada de drogas no local. A

polícia é responsável por esse problema e pela autorização de ações que visem minimizá-lo, a polícia e a secretaria de segurança são responsáveis pelos debates e pela geração de ideias, a secretaria de segurança deve ser consultada a cerca das medidas a serem tomadas e população local e turistas devem ser informados;

**Comportamento indecoroso:** o número de comportamentos indecoros também aumentou devido ao crescimento desenfreado e ao grande número de turistas. A pulverização do público, mais uma vez, auxilia na fiscalização e na inibição desses casos. Porém a identificação e foco num tipo de público que respeite o carnaval local, respeite as famílias que vivem na cidade e respeitem a cultura local pode ser de fundamental importância para que esses casos não ocorram novamente. A polícia é o órgão responsável por esse problema e juntamente com a segurança privada devem debater ideia e chegar a soluções, as duas entidades devem ser consultadas sobre as decisões tomadas e polícia, segurança privada e turistas devem ser informados;

**Superlotação das casas:** a superlotação das casas também é responsável por diversos e insatisfação com a locação, por exemplo. Por isso esse assunto deve ser amplamente debatido junto a sociedade. Muitas vezes, o aluguel de casas é a oportunidade de uma renda extra para as famílias luizenses e não se pode tentar impor um padrão, legalmente não se pode impedir a locação ou impor qualquer regra. O ideal é que os debates façam com a população local seja conscientizada e se encontre um consenso, que seja rentável, para todos. Os responsáveis por esse problema e quem pode autorizar a execução de soluções são os locatários das casas, o problema deve ser debatido entre prefeitura e os próprios responsáveis pela locação. População local e turistas devem ser consultados, pois podem apresentar ideia que facilitam o consenso, por fim os responsáveis pela locação, a população local e os turistas devem ser informados sobre as decisões a serem tomadas. Tradicionalmente um grande número de público aluga casas para passar o carnaval na cidade, porém a inflação de preços dos alugueis tem feito com que os turistas busquem outras forma de hospedagem. Outro ponto que deve ser comentado quando se fala em aluguel de casas é a ocorrência de problemas nas negociações, por exemplo, muitas vezes o turista reclama que a casa oferecida na chegada a cidade é diferente da casa oferecida durante a negociação. A locação de casas é um ponto polêmico, o tema divide os diversos envolvidos com o carnaval da cidade (turistas, moradores, locatários, donos de pousadas e equipe de planejamento). O fato é que nenhum dos envolvidos acredita que o aluguel seja o problema, os pontos debatidos são a superlotação das casas e a ausência de regras para a locação. Criar regras seria importante para fazer com que houvesse convergência entre os envolvidos. Seria

ideal que todas as casas alugadas tivessem contratos que contivessem as mesmas regras, como multas, horários, utilização e conservação das casas, dos móveis e utensílios e número de pessoas que a casa comporta e que podem ocupá-la durante a locação. Visto que esse é um tipo de alojamento muito procurado na cidade durante o carnaval, seria benéfico que se criasse uma Associação que pudesse promover debates e conseguisse convergências entre os envolvidos no tema. Sendo essa atividade importante para a economia local e também atividade tradicional deve-se pensar em alternativas para que as casas continuem sendo alugadas. A ideia da criação de uma Associação específica para o aluguel de casas poderia contribuir para solucionar os problemas.

**Inflação do preço da hospedagem:** devido a grande procura na época do carnaval, muitos donos de pousadas ou pessoas que alugam suas casas ou cômodos, acabam por subir excessivamente os preços dos alugueis. Assim como o que ocorre com a superlotação das casas, não se pode tentar impor uma regra para o preço da locação. Por isso é preciso, mais uma vez, que os debates sejam abertos, apenas o amplo debate a cerca do tema pode fazer com que os atores locais envolvidos entrem num consenso. Os responsáveis pela locação são responsáveis pelo problema e podem autorizar a implementação de mudanças, e também são quem pode debater o tema, chegar a um consenso e implementar ações. A população local juntamente com os responsáveis pela locação devem ser consultados e população local e turistas informados sobre as ações a serem tomadas;

**Número excessivo de transporte coletivo:** o grande número de ônibus fretados e van que chegam na cidade, deixam os turistas e não pagam nenhum imposto é um problema a ser considerado. É preciso encontrar um modo de taxar esses veículos, pois os passageiros que chegam neles irão desfrutar de toda infraestrutura local. A ideia da criação de um portal na entrada da cidade pode ser uma solução para esse problema. O planejamento da festa é responsável pelo problema, planejamento e secretaria de trânsito dão os órgãos que podem debater, chegar a um consenso e implementar as mudanças, devem ser os órgãos que devem ser consultados a cerca do problema e população local e turistas devem ser informados sobre as mudanças a sempre implementada;

**Exclusão da população na participação do carnaval:** a população local, nos últimos anos, tem deixado de participar da festa como folia. O grande número de público e a presença de drogas e comportamento indecoroso em demasia tem feito com que as famílias luizenses optem por não participar da festa. Porém a festa nasceu com o luizense e para continuar sendo o carnaval de sucesso é preciso que o morador da cidade continue participando e contribuindo culturalmente. Por isso impedir o grande excesso de drogas e o comportamento indecoroso é

forma de garantir a participação da população local, assim como criar atrativo para esse público, como pequenos eventos que mostram a cultura local. O planejamento é responsável pelo problema, planejamento, população local e prefeitura devem promover o debate e conseguir encontrar possíveis soluções, a população local deve ser consultada e deve também ser informada sobre as decisões a serem tomadas;

**Exclusão da população no aproveitamento de benefícios econômicos:** o carnaval é uma oportunidade de abrir um negócio temporário e ganhar dinheiro. Porém, como se trata de uma festa pública organizada pela prefeitura, a concessão de locais para abertura de muitos tipos de comércio dependa de licitação. A população local, muitas vezes, não consegue competir com a mão de obra ou empresas de fora, que possuem mais estrutura e com isso conseguem um preço mais baixo. Ressalta-se, mais uma vez, a necessidade de conscientização da população local a cerca de empreendedorismo e a necessidade de capacitação da população luizense. Esse é um problema do planejamento, planejamento, população local e prefeitura devem participar de debates, chegar em consenso e implementar as soluções. População local devem ser consultados sobre as soluções e a população local deve ser informada sobre as soluções encontradas e que serão implementadas;

**Folião gasta pouco para participar do carnaval:** a ideia aqui não é encarecer o carnaval, mas sim fazer com que o folião gaste o justo para usufruir da infraestrutura local. Ressalta-se que a ideia também não é criar eventos pagos ou fechados. A ideia é fazer com que o investimento feito para a realização da festa seja compensado. É preciso que haja uma séria pesquisa de preços para que se possa adequar os preços dos serviços turísticos oferecidos em São Luiz do Paraitinga ao público alvo. Por isso a equipe de planejamento é responsável por monitorar as ações, porém o planejamento deve debater o assunto juntamente com as associações da cidade, para que se possa chegar em um consenso e oferecer ao turistas preços numa mesma faixa, sem que hajam valores disparens na cidade. As associações devem ser consultadas sobre como se deve realizar a precificação dos serviços e devem também ser informadas sobre as decisões a serem tomadas;

**Trânsito caótico:** o trânsito é um problema nos dias de carnaval, pois as ruas estreitas da cidade não comportam o grande número de carros, sem contar que as ruas por onde os blocos vão desfilar precisam estar livres. Algumas medidas foram tomadas e se mostram de sucesso, como o impedimento da entrada de carros na cidade durante o carnaval, somente os veículos para serviços entram na cidade e ainda assim com hora pré-estipulada. Essa medida ajuda a manter o centro histórico livre a auxilia a mobilidade dentro da cidade. Os bolsões de estacionamento fora da cidade também tem se mostrado ótima alternativa, com eles os carros

dos turistas ficam parados foram da cidade, sem comprometer a mobilidade nas vias de acesso e no centro histórico. Esse é um problema da equipe de planejamento, porém planejamento e secretaria de trânsito são os responsáveis por promover debater, propor soluções e chegar em consenso. São também as entidade que devem ser consultada, sendo que população local e turistas devem ser informados sobre as decisões a serem tomadas;

**Excesso de Lixo:** o excesso de lixo é problema oriundo do excesso de pessoas e também da falta de infraestrutura da cidade. A cidade é limpa uma vez por dia durante o carnaval, conforme já relatado, mas parece que o grande problema é a falta de lixeiras espalhadas por diversos pontos da cidade. As lixeiras deveriam ser suficientes para abrigar o lixo de um dia, na manhã do dia seguinte elas deveriam ser limpas possibilitando o recolhimento do lixo diário. Sendo assim, quando caminhão de lixo passasse pela manhã, todo o lixo seria recolhido de maneira mais fácil e ao longo do dia o lixo não seria jogado no chão, mas sim nas lixeiras disponíveis. Esse é um problema do planejamento e deve ser debatido pela equipe juntamente com o setor de limpeza, o setor de limpeza deve ser consultado a cerca das medidas a serem tomadas e população local e turistas devem ser informados.

**Falta de estrutura para receber idosos e deficientes físicos no Carnaval:** esses dois públicos, idosos e deficientes, tem aumentado sua participação em eventos de todos os tipos. No Brasil muito tem se discutido sobre inclusão e conseguir atender esses públicos atender a demanda, cada vez maior, de ações com responsabilidade social. Por isso, tanto espaço público (praças de eventos, ruas, banheiros, praça de alimentação), quanto o espaço privado (restaurantes, bares, lanchonetes e pousadas), devem estar preparados para receber idosos e pessoas com deficiência. Idoso precisam de atenção especial, atendentes preparados para conversar e entender sua necessidades, além de facilidade de acesso. Já os deficientes físicos necessitam de facilidade de acesso, para que se sintam parte integrante da sociedade, não apenas de um evento. No último carnaval, segundo a pesquisa realizada pela UNESP em parceria com a prefeitura, muitas pessoas reclamaram do excesso de degraus no acesso aos banheiros, falta de rampas no acesso as vias públicas e aos locais dos eventos, assim como falta de locais para descanso, que podem ser áreas arborizadas com bancos. O carnaval de São Luiz do Paraitinga por ser considerado tradicional e familiar e pelo baixo número de brigas ou ocorrências policiais, atrai esse tipo de público, pois permite que idosos e pessoas com deficiência acompanhem a folia e ao mesmo tempo se sentir;

**Reclamações com a segurança particular:** o contingente público de segurança não é totalmente suficiente para garantir uma festa segura, por isso, a equipe de planejamento contrata uma empresa de segurança particular. Como a equipe de planejamento é a prefeitura

local, toda compra ou contratação tem que ser realizada através de licitação, com isso o preço mais baixo é o fator decisivo para a escolha da empresa. Por isso, muitas vezes, a empresa que vai prestar serviço durante o carnaval, não tem posição condizente com a organização local. Deve-se ressaltar que a crítica aqui não é em relação ao preço pago pelo serviço prestado, mas sim a impossibilidade de se procurar uma empresa que possa agir de maneira que agrade a organização e o público. As pesquisas mostram que a segurança local é um dos itens mais bem avaliados pelos turistas, esse fator deve ser aproveitado pela cidade e mantido como um dos atrativos, por isso a escolha da empresa que fará a segurança partícula vem a ser tão importante. A ideia de parceiras para a organização do carnaval se torna válida não apenas para que os atores locais (associações diversas) se envolvam mais, porém poderiam ajudar a solucionar impasses como esse. Se alguma associação pudesse se responsabilizar pela contratação, não seria necessária a escolha por licitação. Assim os organizadores poderiam optar por outro método de escolha para a contratação, além de abrir possibilidades de visitas prévias as empresas e alguns tipos de testes;

**Falta de um comprovante de pagamento de taxas:** para estacionar nas ruas cidade, durante o carnaval, cobra-se uma taxa, chamada de Zona Azul, ou deve-se pagar por estacionamentos, alguns mantidos pela prefeitura. Porém a pesquisa de 2013 mostrou que muitos turistas não sabiam da necessidade de pagamento dessa taxa, e quando eram informados disso, não conseguiam encontrar locais para realizar o pagamento, além disso, muitos turistas reclamavam que pessoas sem nenhum tipo de identificação realizavam as cobranças, além de não haver comprovantes para que pagava a Zona Azul. É preciso que a cidade passe credibilidade para os turistas e eventos como esse passam a sensação de desorganização e até mesmo falta de segurança. É essencial que hajam pontos de informação na cidade (CIT E PIT) e que eles passem uma informação segura e correta, além da necessidade de uniformização e identificação de todos que trabalham durante o carnaval. Seria desejável que se criasse um posto de venda dos tickets de estacionamento, devidamente identificado, para que os turistas pudessem receber seu comprovante de pagamento, além de todas as informações desejadas.

Por fim ressalta-se que o carnaval de São Luiz do Paraitinga se mantém em cima de dois grandes pilares: o morador local e as características próprias como ser realizado na rua e ser gratuito. O morador local é responsável pela beleza da festa, as fantasias, os desfiles dos blocos, a decoração, os bonecões e as musicas são todos frutos de anos de carnaval, anos de trabalho em conjunto. Por isso deve-se abrir espaço para a participação do morador local, aumentando a interação dele com o turista e auxiliando a continuidade de um carnaval

tradicional, mas que seja receptivo aos turistas. Deve-se valorizar o morador local, entendendo que ele é parte importante da festa. Sobre ser gratuito e ser realizado na rua, São Luiz do Paraitinga consegue ainda manter a tradição de utilização do espaço público, promovendo a convivência de todos, de forma igualitária, sem se importar com questões sociais ou econômicas. A realização do carnaval de rua, onde nada se cobra para participar dos blocos, é uma forma democrática de se brincar o carnaval e isso deve ser preservado, pois uma mudança nesses aspectos descaracterizaria totalmente o carnaval da cidade e o impacto seria negativo. A interação promovida nas ruas é o que diferencia o carnaval da cidade, todos tem lugar no espaço público, ouvem e dançam as marchinhas e podem desfrutar de tudo que o carnaval tem a oferecer.

A questão da infraestrutura, que foi amplamente debatida, não pode ser esquecida. A cidade precisa adequar sua estrutura a visita de turistas. Oferecer serviços de qualidade, assim como espaços públicos bem planejados. Uma cidade que tem o título de Estância Turística deve se preparar para receber e atender o turista de forma adequada. Tendo em vista que o carnaval é uma data atípica, é preciso que se tenha um planejamento especial, levando em conta o número de turistas que a data recebe, para que o turista possa aproveitar a festividade e conhecer o tradicional carnaval de São Luiz do Paraitinga baseado na cultura local.

### 5.3 O MOMENTO ATUAL DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA E A CURVA DO TURISMO

A localidade de São Luiz do Paraitinga se encontra entre os estágios de consolidação e estagnação, sendo que a próxima fase será decidir pelo declínio ou rejuvenescimento. O correto planejamento das atividades turísticas é essencial para que a cidade siga o caminho do rejuvenescimento, conseguindo, através de sua cultura, manter a tradição e inovar a cada carnaval fazendo com que o turista se mantenha sempre satisfeito.

As ações tomadas em prol de uma melhoria das atividades turísticas na cidade, faz pensar que após a estagnação do crescimento ainda possa haver um estágio que seja viável para a cidade. A escolha de um público fiel, melhorias na infraestrutura local e oferecimento de serviços de qualidade são variáveis necessárias para o alcance do turismo sustentável, ou seja, um turismo a longo prazo que poderá auxiliar a economia e o desenvolvimento da localidade.

## 6 SÍNTESE CONCLUSIVA

Espera-se ter sido evidenciada a importância do saber fazer organizacional para aumentar as condições de sustentabilidade do carnaval luizense.

A festa que se transformou em evento precisa ser planejada levando em consideração uma visão de mercado que seja condizente com as suas raízes histórico-culturais. Para tanto, conhecer o público e saber comunicar-se com ele é fundamental. Alinhar preços, condições de hospedagem e de alimentação também.

A adequação entre infra-estrutura da cidade e porte do evento conheceu, nestes últimos 5 anos, conheceu avanços.

É exemplar a mudança do trajeto dos blocos. Anteriormente, todos os blocos percorriam o centro histórico. Atualmente, os blocos partem do centro histórico, mas ficam aí por poucas dezenas de metros. Ganham, rapidamente, a via de acesso principal da cidade e vão para a praça de eventos, a qual foi criada com a finalidade de aliviar as ruas históricas da cidade. Essa mudança resultou em diversos benefícios. Houve diminuição da urina nas casas dos moradores, no pontos de comércio e nos prédios históricos. A parte histórica da cidade ficou mais tranquila e desimpedida, podendo abrigar eventos e grupos que concentram menos gente. A segurança e o policiamento ficou mais efetivo. A agressão sentida por diversos luizenses relacionada a comportamentos indecorosos e agressivos foi sensivelmente diminuída. Outros diversos problemas foram identificados e solucionados ou minimizados: a falta ou ineficácia dos banheiros alugados, a intenção de privilegiar os locais na geração de rendas eventuais, faltas de água e energia elétrica, limpeza urbana, comércio irregular, estacionamento, segurança e atendimento médico.

Mas há problemas bem conhecidos que permanecem inalterados. A falta de regras e de procedimentos no aluguel de casas talvez seja o mais gritante.

As pesquisas de opinião mostram que os principais problemas de um determinado ano não se repetiram nos anos subsequentes. Isso demonstra que o saber fazer organizacional esteve presente. O aprendizado contínuo tem sido uma realidade.

No entanto – isso é dramático – este saber e este aprendizado está quase que unicamente “ ”

equipes. Isso ficou muito claro na mudança da prefeitura em 2013.

Mas mesmo o saber técnico-organizacional não é por si só garantidor da sustentabilidade do evento. Isso porque há atores, grupos e instituições importantes e mesmo

imprescindíveis para o carnaval luizense. O jogo de interesses e de opiniões é legítimo e saudável. Claro, interesses escusos ou que representem privilégios são deletérios. A tentativa, neste estudo, de propor uma divisão de responsabilidades visando a sustentabilidade do “ ” e de interesses.

Neste aspecto, há muito o que avançar. Em cada edição do evento, uma fórmula diferente foi tentada. Por vezes, uma comissão mais ampla foi montada. Em outras oportunidades, uma equipe de gestores da prefeitura se incumbiu de fazer a gestão do evento, repassando e discutindo pouco com os outros atores envolvidos.

É decisiva a criação de um fórum que seja, ao mesmo tempo, de discussão e de ação. Que possa aprofundar questões conceituais mas que mobilize para a ação eficaz. Um fórum que inclua os atores no debate, nas decisões e na responsabilização. Dentre as decisões “ ”

pode consumir recursos valiosos para outras prioridades do município.

Em resumo, o aprendizado técnico-organizacional mais durável deve se aliar à promoção de uma participação mais ativa e mais responsável visando melhorar a sustentabilidade do evento, em sua dimensão político-institucional.

Espera-se, também, neste estudo, ter sido realçado que um dos aspectos mais “ ” passado coloca em risco.

Historicamente as cidades eram ponto de encontro, de acordo com Bezerra (2008). As pessoas, em épocas passadas, viviam afastadas umas das outras, geralmente em fazendas com poucos vizinhos e esporadicamente iam à cidade encontrar amigos e viver momentos de descontração. A principal oportunidade para ir à cidade eram as festas, realizadas o mais próximo possível de centros comerciais.

Assim surge o conceito de espaço público, geralmente localizado no centro da cidade e ligado a períodos de descanso, festas e comemorações. Pode-se dizer que o carnaval luizense é assim, um local onde as pessoas se encontram para realização da festa e dividem um mesmo espaço público que não faz nenhuma distinção de raça, idade ou posição social. Miranda e Silva (2012) completam que o espaço público consegue preservar as manifestações populares, sendo o local onde a cultura popular pode acontecer e se desenvolver. Por isso o carnaval da cidade se mantém vivo ao longo dos tempos, por acontecer em local onde todos podem conviver e se manifestar e onde a cultura pode ser vista e vivida, ou seja, a participação do público na festa é o que faz existir a cultura local. Sodré (2013) defende que uma mudança de

“ ”

entrar significaria em exclusão de alguma parcela da população. Esse seria um grande impacto na festividade, visto que uma de suas características mais marcantes é a mistura de pessoas em um mesmo local e com o mesmo objetivo, brincar o carnaval.

Quando se discute os rumos do carnaval luizense, os exemplos, dentre outros, de Parintins, Ouro Preto e Barretos aparecem como aparições. Fantasmagóricas. Isso porque os principais problemas – especialmente o excesso de público – foram solucionados de forma a privatizar o público. Pode-se dizer que as características locais foram deixadas de lado e o visitante passou a ser um simples turista-consumidor.

São Luiz do Paraitinga tem o potencial de transformar o visitante em um aprendiz da cultura local, ou seja, um ator de fora que iria contribuir, juntamente com os atores locais, para que a cultura continuar e se desenvolver. Sodré (2013), nesse sentido, defende que a cultura não pode ser entendida com algo vendável. Quando o visitante deixa de ser aprendiz da cultura local para se transformar num consumidor – de uma camiseta, de um abada, de um ingresso, de um kit – algo se perde. E esse algo é essencial.

Se transformado em mera mercadoria, o carnaval fica monopolizável pelos especialistas da compra e da venda.

A manutenção da dimensão pública do carnaval luizense é decisiva para a sustentabilidade, em suas dimensões social e econômica.

Tentou-se, ainda, neste trabalho, mostrar que o sucesso do carnaval luizense advém de sua de sua originalidade.

Tal como existe hoje, o carnaval de São Luiz do Paraitinga é um fenômeno relativamente recente. No entanto, como ser considerado tradicional. Isso porque sua origem teve como inspiração os personagens antigos da cidade, a vida do caipira, os mitos locais, as figuras pitorescas, a história local. A homenagem a Benedito de Souza Pinto pelo Bloco Juca Teles é apenas um exemplo: o espírito festeiro e acolhedor desse poeta popular de São Luiz é revivido todo ano.

T “ x x ”

Fazer um carnaval de marchinhas é outro exemplo dessa valorização do próprio. Quando o carnaval foi retomado em São Luiz do Paraitinga, algumas pessoas defendiam que o modelo devia ser o carnaval de sambas-enredo do Rio de Janeiro. Mas não, as marchinhas estavam mais afeitas à musicalidade local. Nessa encruzilhada, optou pela valorização do próprio. A originalidade re-inventou o estilo das marchinhas.

O figura que mais se adequa ao luizense é a do caipira altivo, como proposto pelo professor José Xaides, da UNESP de Bauru. É orgulhoso de sua história e de suas manifestações. O carnaval é mais uma das formas dessa pequena cidade ser um centro de irradiação de cultura, tal como sonhou Eupídio dos Santos.

O conceito de *enraizamento* W “ talvez a necessidade mais importante e mais desconhecida da alma humana. É uma das mais difíceis de definir. O ser humano tem uma raiz por sua participação real, ativa e natural na existência de uma coletividade que conserva vivos certos tesouros do passado e certos pressentimentos do futuro. Participação , que vem auto

C receber quase que a totalidade de sua vida moral, intelectual, espiritual, por intermédio dos meios de que faz parte natural ” . (WEIL, 2001). O enraizamento histórico-cultural é a condição de possibilidade de se desenvolver com as próprias forças a partir do que se é e não a partir de modelos impostos heteronomamente.

Se o luizense deixar de brincar e de construir seu carnaval, como afirmação de sua participação no mundo da cultura; se os milhares de amigos e admiradores de São Luiz do Paraitinga não mais sentirem a autenticidade; se os únicos interesses hegemônicos forem os da produção e do consumo...

A sustentabilidade depende, sempre, da dimensão cultural.

A sustentabilidade do carnaval no Sertão das Cotias depende dos contínuos cuidado e prevenção em relação às cada vez mais frequentes misérias do desenraizamento.

## REFERÊNCIAS

- AMATO, F. **São Luiz do Paraitinga vai cobrar por estacionamento no Carnaval**. Folha de São Paulo, São Paulo, 8 fev. 2006.
- ARAÚJO, Hiram. **Carnaval: seis milênios de história**. Rio de Janeiro: Gryphus, 2003.
- ARMSHAW, D. **There has to be a Better way than this! How to get big benefits from Project management basics**. Edimburg: PMI Global Congress EMEA, 2005
- BARROS, A. J. P. Projeto de Pesquisa: propostas metodológicas. Petrópolis: Vozes, 1994.
- BARTHOLO, R. et al. **Análise de iniciativas turísticas com base comunitária: os casos de Trindade (Paraty – RJ) e Conceição de Ibitipoca (Lima Duarte – MG)**. Rio de Janeiro, 2006.
- BARTHOLO, R. et al. **Utilização de indicadores de sustentabilidade na análise de destinos turísticos**. Relatório técnico-científico. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO. Rio de Janeiro, 2009.
- BEZERRA, A. C. A. **Festa e Cidade: Entrelaçamento e proximidades**. Espaço e Cultura, UERJ, RJ, N. 23, P. 7-18, JAN./JUN. DE 2008
- BURSZTYN, M. A; BURSZTYN, M. **Fundamentos da Política e Gestão Ambiental: caminhos para sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2012.
- BURSZTYB, I.; BARTHOLO; R.; DELAMARO, M. Turismo para quem? In: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.
- BUTLER, R.W. **The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources**. Canadian Geographer, 1980.
- CAMPOS, A. E. M.; DELAMARO, M. C. Pesquisa, extensão e parcerias: refletindo sobre passados e futuros carnavais. In: BIZELLI, J. L.; ALVES; J. X. .S. **Gestão em momentos de Crise: Programa Unesp para o desenvolvimento sustentável de São Luiz do Paraitinga**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011.
- COTIDIANO. **São Luiz do Paraitinga reúne 30 mil em 2 dias**. Folha de São Paulo no Vale do Paraíba, São Paulo, 3 mar. 2003.
- \_\_\_\_\_. **Interior e litoral do Brasil são alternativas a "quartéis gerais" do Carnaval, diz jornal**. Folha de São Paulo, São Paulo, 3 fev. 2008.
- \_\_\_\_\_. **São Luiz do Paraitinga (SP) faz Carnaval da reconstrução**. Folha de São Paulo, São Paulo, 5 mar. 2011.
- DELAMARO, M. C. **Planejamento do Centro de Informações Turísticas de São Luiz do Paraitinga**. Documento de trabalho apresentado ao Comtur. 2012.

DELAMARO, M. C.; CAMPOS, A. E. M. ; COELHO, E. O. . Integrantes de Comunidade Local Visitam uma Unidade de Conservação: Uma Experiência no Parque Estadual da Serra do Mar, São Paulo, Brasil. In: Nuno Abranja; Diogo Teixeira; Ana Afonso Alcântara; Filipa Coelho; Ana Cristina Pereira; Inês Carneiro; Ana Marques; Ricardo Viseu Pereira. (Org.). **Turismo, Formação e Inovação: Estudos e Experiências**. 1ed. Mangual de: Pedago, 2012.

DELAMARO, M. C., et. al. Formação do Brasil contemporâneo. In: MOTA, C. R., et. Al. **Globalização, identidade brasileira e a questão social**. Brasília: SESI – Departamento Nacional, 2001.

FARIAS C. **Interior de SP preserva tradição de Carnaval de marchinhas e atrai multidão**. Folha de São Paulo, São Paulo, 16 fev. 2007.

FERNANDES, S. **Carnaval em São Luiz do Paraitinga terá Bob Sinclair e Bonde do Tigrão**. Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2013/01/carnaval-em-sao-luiz-do-paraitinga-tera-bob-sinclair-e-bonde-do-tigrao.html>.

FIGUEIREDO, A. M. L. **A Função Turística do Patrimônio: questionamentos sobre a idéia de sustentabilidade do turismo cultural**. Caderno Virtual de Turismo, 2005.

FUNDAÇÃO SEADE, **Perfil Municipal**, <http://www.seade.gov.br/produtos/perfil/>, acessado em 21 de dezembro de 2013.

IRVING, M de A; AZEVEDO, J. **Turismo: desafio da sustentabilidade**. São Paulo: Futura, 2002.

IRVING, M de A; et. al. **Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico**. Caderno Virtual de Turismo, 2005.

ISKANDARIAN, C. **São Luiz do Paraitinga quer menos foliões em 2009**. Disponível em: <http://g1.globo.com/Carnaval2008/0,,MUL290790-9772,00.html>.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000.

KRICK, T. et. al. **De las palabras a la acción: El compromiso con los stakeholders – Manual para La práctica de lãs relaciones com lós grupos de interes**. Paris: UNEP, 2005.

MADEIRA FILHO, M. L. **A Festa de Peão de Boiadeiro: espaço-mercadoria, indústria, cultural e consumo**. 2011. 19 folhas. Dissertação de Mestrado. Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2011.

MAGALHÃES, M. Carnaval: **Anti-samba, São Luiz do Paraitinga cultiva marchinha**. Folha de São Paulo, 27 jan. 2005.

MAYOR, S. T. S. **O carnaval de Ouro Preto: mercado e tradição**. 2012. 201 folhas. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.

MAYOR, S. T. S; ROSA, M. C. **Juventud, fiesta y mercado: un estudio acerca del carnaval de Ouro Preto – Minas Gerais.** Revista de la Universidad Bolivariana, Volumen 9, Nº 26, 2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Conteúdo Fundamental: turismo e sustentabilidade.** Brasília, 2007.

MIGUEL, P. A. C. **Metodologia de pesquisa em engenharia de produção e gestão de processos.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MIRANDA, E. O; SILVA, H. M. S. **Des-territorialização e Festa: A mercantilização do espaço público na Micareta de Feira de Santana.** III Encontro Baiano de Estudos em Cultura, 2012.

OLIVEIRA, R. **Confira algumas opções de destinos para o Carnaval.** Folha de São Paulo, São Paulo, 16 fev. 2004.

PELOGGIA, J. **Carnaval é festejado ao som de marchinhas em São Luiz do Paraitinga (SP).** Folha de São Paulo, São Paulo, 10 fev, 2013.

PIMENTEL, A. C. B. **Parintins: turismo e cultura.** Somanlu, v. 2, número especial, 2002.

RANAURO, M. L. **Sustentabilidade numa perspectiva endógena: contribuição das "comunidades" no plano simbólico do desenvolvimento sustentável.** Caderno Virtual de Turismo, 2004.

RAGAZZI, L. T. **Projeto de pesquisa: análise da sustentabilidade de destinos turísticos do cone leste paulista.** Relatório final de atividades – Bolsa CNPQ –PIBIQ. UNESP – Universidade Estadual Paulista Campus de Guaratinguetá – Faculdade de Engenharia Departamento de Produção, 2009

REZENDE, Denis Alcides. **Planejamento Estratégico para Organizações: públicas e privadas.** 1. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2008.

SACHS, I. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável.** 2 ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SILVA, D. L; VIEIRA, M. A. F. A. **Sem rabo e sem chifre: a evolução do carnaval de marchinhas na terra do Juca Teles do Sertão das Cotias.** Edição do autor, 2013.

\_\_\_\_\_. **A metamorfose do Maracanã.** Observatório de Imprensa - Jornal de Debates / Edição 763, 10 set. 2013.

SODRÉ, M. **A cultura ministrada.** Observatório de Imprensa - Jornal de Debates / Edição 736, 05 mar. 2013.

SOUZA, P. A. R; ANDRADE, F. A. V; CORDEIRO, K. W. **Os impactos da organização do ambiente institucional no desenvolvimento do arranjo produtivo local do município de Parintins na Amazônia.** Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 10, 2012.

UNEP. **Making Tourism Sustainable: a guide for policy makers**. Paris: UNEP, 2005.

VIAGEM & AVENTURA. **Carnaval à moda antiga em São Luís do Paraitinga**. Estadão, São Paulo, 24 jan. 2002.

VIEIRA, R. **Marchinhas animam o carnaval de São Luís do Paraitinga**. Disponível em: <http://g1.globo.com/Carnaval2009/0,,MUL959444-16634,00-MARCHINHAS+ANIMAM+O+CARNAVAL+DE+SAO+LUIS+DO+PARAITINGA.html>

WEIL, S. **O Enraizamento**. Tradução de Maria Leonor Loureiro, Editora da Universidade do Sagrado Coração – EDUSC, Bauru, 2001.

## BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

CARDILLI, J; BONADIO, L. **Cancelamento do carnaval em São Luiz do Paraitinga trará prejuízo de R\$ 20 mi.** Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL1434413-5605,00-CANCELAMENTO+DO+CARNAVAL+EM+SAO+LUIZ+DO+PARAITINGA+TRARA+PREJUIZO+DE+R+MI.html>

MÉDICI, D. **Em São Luiz do Paraitinga, folia só toca marchinhas.** Folha de São Paulo, São Paulo, 9 fe. 2012.

MOTA, R. M; et al. Globalização, desenvolvimento e diversidade cultural: In: MOTA, C. R., et. al. **Globalização, identidade brasileira e questão social.** Brasília: SESI – Departamento Nacional, 2001.

QUEIROZ, M. I. P. **Carnaval Brasileiro: o vivido e o mito.** São Paulo: Brasiliense, 1992.

## ANEXO A – Avaliação do PIT

Durante o carnaval de 2013 funciono um PIT em São Luiz do Paraitinga, a equipe UNESP treinou 1 pesquisador que aplicou uma pesquisa que visava perceber como o serviço foi avaliado pelo usuário, que nesse caso pode ser turista ou morador local. A seguir uma síntese das respostas.

A Figura 1 irá mostrar que tipo de informação as pessoas foram buscar no PIT.

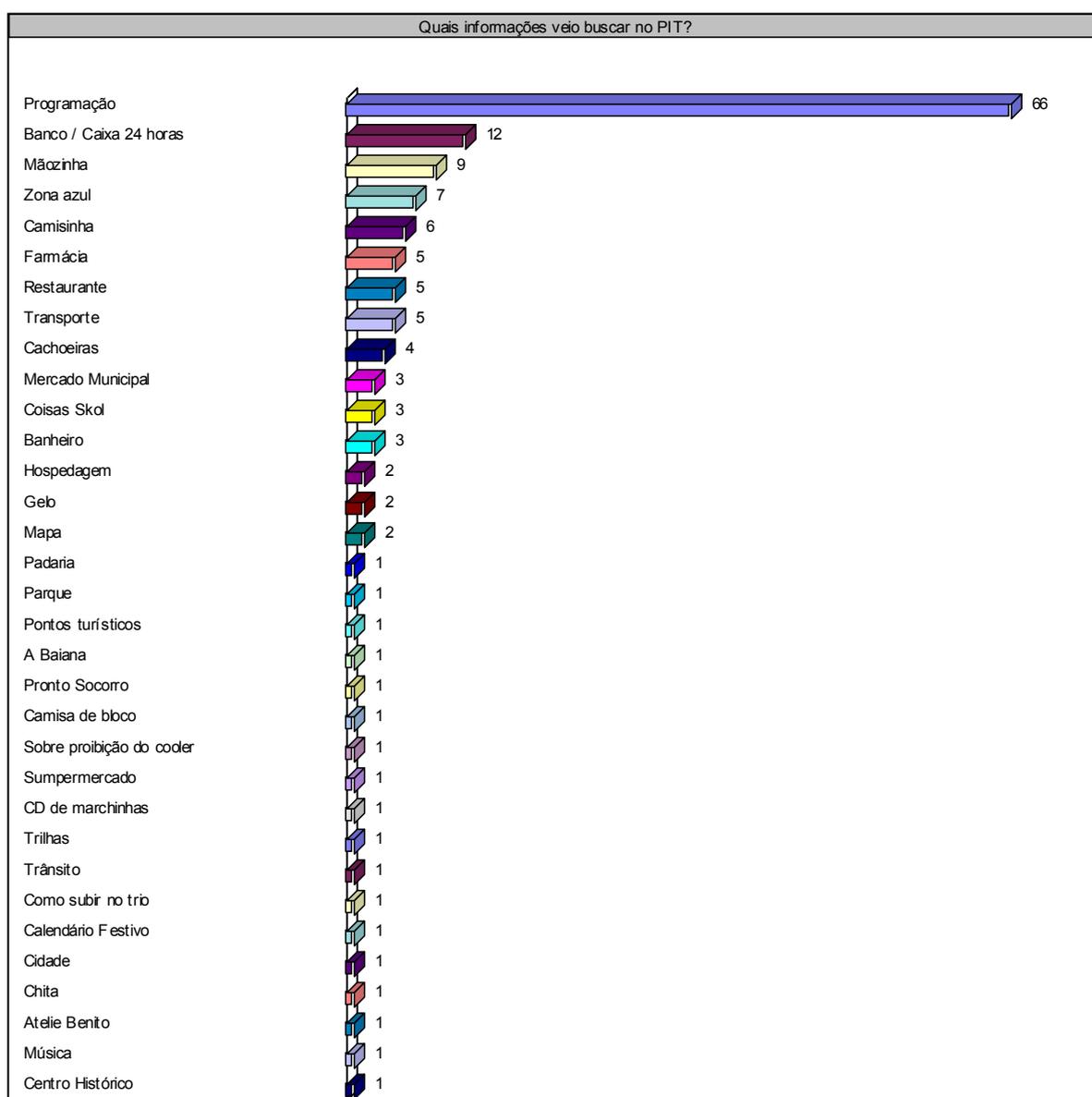


Figura 1 – Que tipo de informação buscou no PIT? / PIT – Carnaval 2013

As informações buscadas foram as mais diversas, mostrando que o PIT atendeu todo tipo questionamento, porém a programação foi a informação mais citada.

A Figura 2 irá mostrar se o usuário conseguiu as informações que desejava.

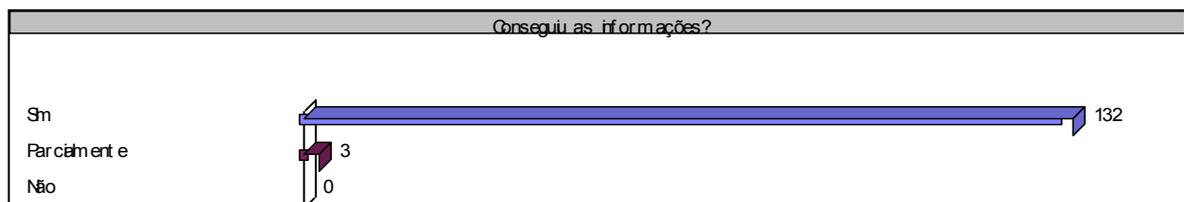


Figura 2 – Conseguiu as informações? / PIT – Carnaval 2013

Cerca de 97% relatou que conseguiu a informação que desejava, podendo-se concluir que o PIT atende as necessidades.

A Figura 3 buscava saber que o problema do usuário foi resolvido.

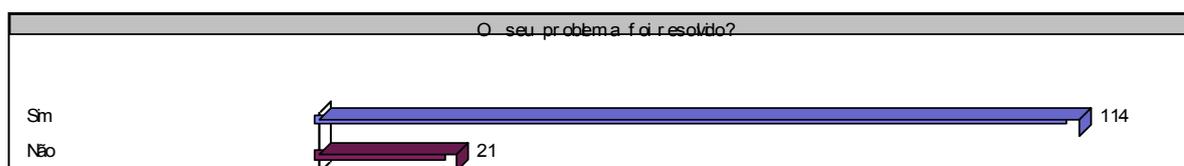


Figura 330 – Seu problema foi resolvido? / PIT – Carnaval 2013

Cerca de 84% das pessoas que procurou O PIT obteve a informação que procurava e ainda conseguiu resolver o seu problema através dessa informação. Esse dado mostra como pode ser fundamental para a satisfação, principalmente do turista, a existência de posto como esse.

A Figura 4 mostra como o atendimento do PI foi avaliado pelos usuários.

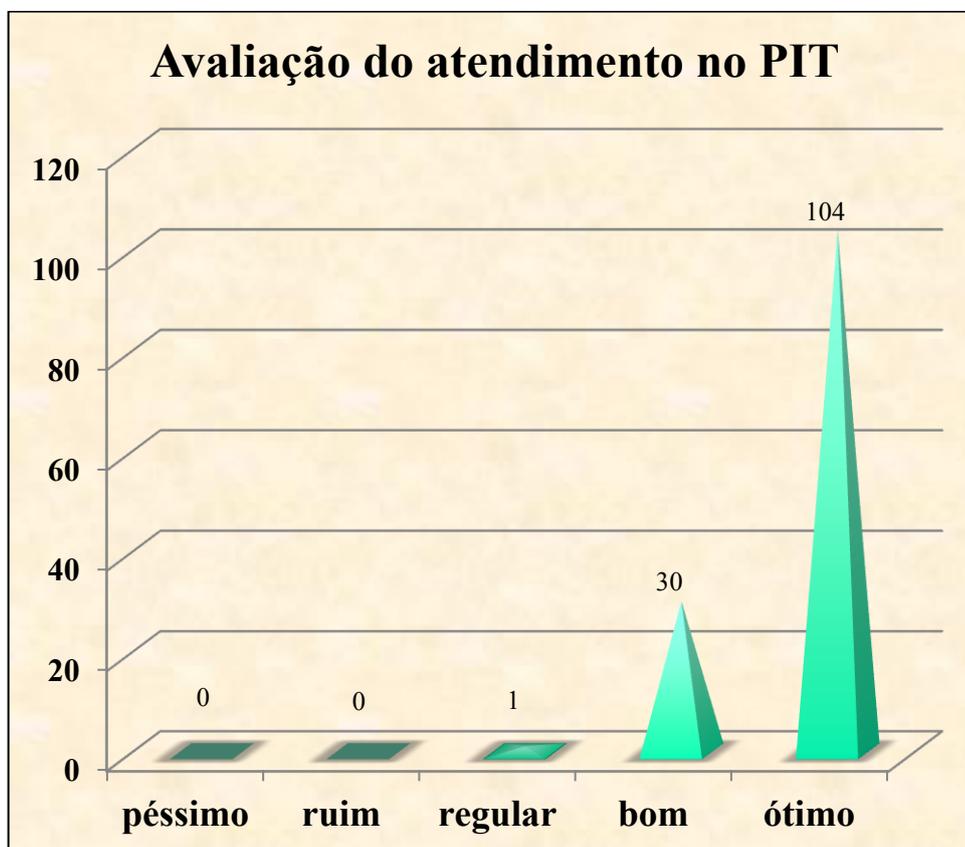


Figura 4 – Avaliação do atendimento / PIT – Carnaval 2013.

Cerca de 77% dos entrevistados avaliou o atendimento recebido no PIT como Ótimo, o que mostra a satisfação do visitante através de um serviço bem organizado que atende turista e morador local de maneira satisfatória.

## ANEXO B – Plano de implantação de um CIT

O projeto do CIT inclui também um PIT, isso porque os dois pontos de informação devem ter uma gerencia só e possuir a mesma linha de planejamento e execução das ações. O visitante precisa sentir que as informações são consistentes e confiáveis. A ideia é construir o CIT na Rodovia Oswaldo Cruz em local de fácil acesso e visualização, chamando atenção do turista para a cidade. Isso porque por dia passam 4.450 carros pela rodovia, sendo assim por mês passam 133.500 carros e considerando 1,5 passageiros por carro: o CIT irá atingir a média de 200.000 pessoas. Em uma situação hipotética, se o CIT conseguir atingir 1 passageiro em 1.000, tem-se 200 pessoas /mês a mais em SLP (DELAMARO, 2010).

Para que o CIT pudesse ser atrativo aos passantes da rodovia, o projeto foi elaborado conforme Figura 5.



Figura 5 – Projeto CIT

Ainda de acordo com Delamaro (2010) O CIT terá as seguintes características:

### Funções

- Oferecer informações e serviços ao turista que passa em SLP;
- Ajudar a fornecer informações aos possíveis visitantes, à distância;
- Auxiliar no fomento à hospitalidade da cidade.

### **Características**

- Serviço de massa;
- Serviço de *front-office*;
- Pacote de serviços incluindo: instalações de apoio, bens facilitadores, serviços explícitos e serviços implícitos.

### **Público alvo**

- O CIT irá atingir o público que passa pela rodovia Oswaldo Cruz e pessoas interessadas em informações sobre a cidade.

### **Posicionamento de Mercado**

- O CIT será instalado as margens da rodovia Oswaldo Cruz, na entrada da cidade;
- Será uma maneira de divulgação da cidade e de atendimento de qualidade aos turistas que passarem pela rodovia ou procuraram atendimento via telefone ou internet.

### **Objetivos**

- Fazer com que o público que passa pela rodovia pare e conheça a cidade;
- Divulgar a cidade e fazer com que o público e fazer com que aumente o número de visitantes.

### **Estratégias de Marketing**

- Produtos: informação, reservas em pousadas, hotéis e agências;
- Promoção: atender o turista que chegar ao local, divulgar a cidade através de sites, disponibilizar informações pela internet e através de folder oficiais;
- Praça: localizado na rodovia Oswaldo Cruz o CIT contará com banheiros, salas para divulgação da cidade, estacionamento, telefones, café e internet sem fio. O PIT atenderá os turistas que já estão na cidade, portanto terá uma infraestrutura menor;
- Preço: o visitante não pagará pelas informações e serviços;
- Pessoas: treinar adequadamente os funcionários do CIT e PIT.

### **Plano de produção**

O CIT deverá oferecer os seguinte produtos e serviços:

- Mapa e folder (folheteria) e Calendário municipal;

- Site;
- Software integrado com pousadas que possibilite a consulta de vagas;
- Disponibilizar o cardápio dos restaurantes;
- Preços e disponibilidade de vagas em pousadas e restaurantes;
- Cada festa, uma decoração e um outdoor;
- Boletim informativo via web.

## ANEXO C – Transcrição das entrevistas com atores

### Artesão e Animador de Bloco – Benito Campos

Benito Campos<sup>16</sup>, relata um pouco da história do carnaval e da participação da igreja na história da cidade, como se pode ver no capítulo 2. Além disso, o entrevistado chama atenção para a tradição musical da cidade, além de ser berço e inspiração para muitos músicos, diversas ci

tradição musical a cidade sempre teve, sempre teve bons músicos e como sempre foi uma cidade pobre, a música era um meio das pessoas ganharem uns trocados e saírem daqui para tocar fora, a música sempre foi um meio de vida, a cidade tem essa raiz, mesmo em outras tradições, é uma cidade folclórica, com espírito festivo e anfitrião, a cidade sempre gostou das

” O “ forte a cultura caipira que junto com a música faz toda tradição da cidade. Os músicos locais começaram a se reunir e começaram a surgir as marchinhas, muito baseadas na questão caipira. Precisamos pegar aquilo que é nosso, precisamos projetar São Luiz com coisa que aqui se produzem e nós fomos criados com banda musical, tocando nas festinhas. Enfim, era as marchas, ai eu falei: o

” B L evoluído muito em relação ao ritmo musica “ R aquele negócio todo e não é isso, nós vivemos num outro mundo, estamos num outro patamar,

” U B carnaval, o entrevista diz “

sempre adorei, sou um sujeito que sempre adorei festa, embora tenha começado a fazer carnaval com 33 anos, sempre gostei, e eu me envolvi no carnaval de uma certa forma que passei a ganhar alguns trocados hoje, eu sempre passava todo carnaval aqui, saia no Pai do Troço, Cruz Credo, espanta vaca e no Juca né, e agitava os outros blocos, sempre curti muito o carnaval de São Luiz. Depois do desastre todo, o carnaval que já tinha essa fama fora, as pessoas sabendo que não ia ter carnaval aqui, começaram a levar para sair em tal lugar, ai começamos a ir e nesses anos então, Pindamonhangaba é um sucesso o carnaval com o Juca Teles, eu vou pra lá é uma multidão de gente, tem três ou quatro vezes mais gente do que aqui, eu fico impressionado. Em Taubaté é um sucesso, no Vale é um sucesso. E isso é vital economicamente para a cidade. O carnaval traz uma série de problemas, mas não é só isso, eu sempre tive a ideia de transformar isso aqui numa Estância Turística Cultural, isso é um velho

<sup>16</sup> Em entrevista concedida a Maurício Delamaro, São Luiz do Paraitinga, fev. 2012.

sonho e eu fui ativo politicamente, participei, fui candidato, eu me expus e articulei. Por isso a cidade tinha que ser tombada não entrar carro, ir arrumando as coisas, eu acho que o carnaval deveria acontecer aqui no centro, pois foi projetado para esse conjunto arquitetônico e tem cidades com maiores conjuntos arquitetônicos que aqui e que fazem o carnaval no Centro Histórico. Para derrubar um casarão desse tinha que ter 30 ou 40 mil pessoas pulando a dois mil metros de altura, então é uma bobagem. Muita gente que nunca ganhou nada, ganha com o carnaval. Agora é muita gente e eu acho que a única forma de resolver isso é encarecendo,

B : “

Luiz tem um viés diferenciado, não se pode ficar copiando o trabalho do outro, temos que

### **Diretora de saúde – Lídia Amélia dos Santos Faria**

Lídia<sup>17</sup>

muito preocupada com a questão dos ambulantes, com o pessoal que vem de fora vender comida e bebida, então temos um decreto que regulamenta isso, nossa primeira preocupação é a vigilância sanitária para evitar que tenha uma intoxicação alimentar, então trabalhamos bastante antes do carnaval, em relação a isso. As barracas instaladas na festa devem possuir documentação e estrutura adequadas para eventos como esse, porém na maioria dos casos, as barracas já preparadas para atuar no carnaval são de fora da cidade. A entrevistada colocar

“  
 pessoas daqui mesmo de São Luiz que não tem preparo nenhum e que as vezes quer montar um bar dentro de casa, por exemplo, por causa dos casarões a gente fica preocupado, porque as pessoas querem colocar botijões e coisas do tipo e nós tentamos limitar isso. Por isso foi inventada a praça de alimentação, para que possamos levar essa parte da alimentação num lugar externo, que não tem muito problema e também para as pessoas poderem sentar e comer com calma. Antes era tudo nos casarões e as vezes tinha gente dormindo junto, hoje não, se a pessoa quer abrir um bar, ela vai abrir um bar, mas não poderá alugar a casa dela. As vezes a pessoa fazia marmitex e alugava a casa, ai quem comprava marmitex comia sentado na calçada, sem contar que a casa estava sendo usado por outras pessoas, hoje conseguimos acabar com isso, para a pessoa fazer comida tem que ter um espaço, com mesa, cadeira, para  
 ” U

participação do luizense no comércio do carnaval, Lídia salienta que a secretaria deseja e

---

<sup>17</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jan. 2013.

trabalha para favorecer o morador local, porém, por lei as barracas tem que seguir regras e ter documentação e muitas vezes o morador local não está preparado para isso. As barracas são escolhidas por licitação e para participar do processo é preciso estar enquadrado na lei e,

“  
gente ainda não achou uma maneira de favorecer o luizense, por uma questão legal, até já pensamo

”  
que estarão disponíveis durante a festa, de acordo com Lígia, a secretaria repassar verba para Santa Casa aumentar o contingente de funcionários e número de ambulâncias nas r “N  
rua a gente enfrenta muita dificuldade, na multidão, pelo fato de ter que socorrer as pessoas no meio do bloco, as vezes a gente não consegue entrar e precisa do apoio das próprias pessoas que estão ali no meio, apesar de que os bombeiros e a polícia militar ajudam bastante

”  
a pessoa que precisa de atendimento médico é tarefa difícil, principalmente se a maca for  
“ dificuldades, mas conseguimos trabalhar, nunca  
tivemos problemas em relação a isso, todos os pacientes que são recolhidos da rua são levados

C C ”  
ambulâncias devem ser divididas em vários pontos, para que o acesso, caso alguém precise de atendimento, seja possível. Todo ano trabalha-se com a mesma quantidade de ambulância e profissional, os pontos são escolhidos de acordo com o trajeto dos blocos e local onde os eventos serão realizados. As melhorias implementadas são fruto do trabalho de anos da secretaria de saúde, a cada anos os problemas foram sendo identificados e melhorias

“  
conseguimos ir inserindo critérios para poder melhorar a qualidade do atendimento, é tudo regulamentado e com lei, daqui pra frente a tendência é melhorar, até porque a população já

”  
arrecadados, sendo que não há nenhum tipo de lucro. Com isso Lídia se coloca favorável a patrocínios que poderão trazer melhorias financeiras para a prefeitura. Como foliã e moradora, Ligia acredita que o espaço físico criado com a praça de eventos tenha auxiliado na

“  
rural tem grande dificuldade de acesso ao município nos dias de carnaval, pelo trânsito, pela tava, pelo horário que eles liberam para poder entrar, então é difícil, até para eu vir trabalhar e ir embora eu tenho essa dificuldade, eu não tenho uma garagem para colocar o meu carro. É pensando muito na população da cidade e a população da zona rural, eu acredito que eles nem participem tanto do carnaval por conta

**Diretor de turismo – Eduardo de Oliveira Coelho**

O secretário de turismo da cidade, Eduardo Coelho<sup>18</sup>

da cidade, envolve todo o município, é muito complexo, contraditório, desde a sua concepção, começa como uma festa religiosa, se transforma numa festa profana, envolve e impacta a cidade como um todo, uma festa criada pelos próprios moradores e depois foi impactando

” O

comunidade caipira, uma característica do caipira, que está no DNA, é a tradição de saber fazer festa, de organizar socialmente, mas uma dificuldade de conviver com os demais setores, o restaurante enxergar o restaurante vizinho como parceiro e não como concorrente e

”

cidade é diferenciado por ser de rua, os bonecos gigantes, a valorização artística, a questão musical com muitas bandas, o carnaval gratuito, fazendo da pequena cidade de 11 mil habitantes, anfitriã de até 50 mil pessoas por dia. Uma questão levantada pelo entrevistado é a

“

peças que trabalham somente nos cinco dias de carnaval, aqui em São Luiz temos casos assim, ganham seus 30, 40, 50, 60, as vezes até 100 mil reais em cinco dias e depois passa o resto ano sobrevivendo com esse dinheiro, do ponto de vista turístico isso não é bom, porque é interessante que a cultura viva o ano todo, todo dia acontecendo e que a pessoa ganhe

”

nte, o entrevistado salienta que antes do ocorrido, o carnaval estava indo por um caminho muito perigoso, devido ao crescimento desorganizado, era preciso encontrar uma forma de parar esse crescimento, porém a enchente deu início ao Ciclo do Turismo na cidade. Em 2002 a cidade se torna Estância Turística e começam os investimentos em infraestrutura, sempre com os esforços da prefeitura para que o

“

foram criados bolsões de estacionamento, o espaço da Praça de Eventos foi bem interessante, ampliou o espaço para as pessoas andarem mais, descarregarem aquela energia e conseguimos criar dois eventos dentro de um. A gente conseguiu segmentar dentro da cidade um pessoal mais tranquilo, mais família, mais de idade, pulando carnaval e assistindo as bandas sentados

“ ”

mais jovem, temos um público também interessante. Conseguimos uma divisão natural, os jovens preferindo sempre o lado de fora e os idosos o lado interno da cidade. E do ponto de vista turístico, a troca comercial dentro da cidade é interessante para os restaurantes, para as

<sup>18</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jul. 2012.

pousadas, uma vez que o valor não é tão barato, é um preço justo que se paga aqui para ter um bom produto, um Oasis no meio do carnaval, um lugar gostoso para sentar, uma boa cerveja,

L ”

Porém uma grande falha do carnaval, apontada por Eduardo, é a grande dependência da prefeitura, o carnaval sempre depende dos governantes, independente de quem quer que seja, setores como a associação comercial poderia ter uma participação maior na tomada de decisão, setores como associação de blocos, que comanda essa questão comercial, poderia ter uma participação muito maior, assim como as bandas e associação dos músicos e mais uma parte interessada representando o morador local. Quando se fala do morador local, o entrevistado dá o seguinte exemplo: “

hospital durante o carnaval, precisa enfrentar a fila da glicose para ser atendido, impacta, de

L ”

segmentação do evento parece ter sido acertada, isso porque muitas pessoas preferem o centro, outras a badalação da praça de eventos, algumas acompanham os blocos, outras aproveitam a saída dos blocos para as refeições e descanso. Para o entrevistado a cidade e o planejamento do evento tem conseguido suprir as diversas necessidades dos diversos públicos. A segmentação conseguiu ainda dar ênfase ao prédio histórico do Mercado Municipal, que atualmente é palco de shows e apresentações e tem atraído considerável número de público. Em 2012 as mudanças que mereceram destaque foram: descentralização com melhoria da praça de eventos, bolsão de estacionamento com capacidade para 5 mil carros e novo trevo de acesso a cidade. Quanto a participação do morador local na festa do carnaval, Eduardo salienta que houve mudança, antes o morador aproveitava da festa saindo nos blocos, acompanhando os shows, atualmente a participação está mais ligada a geração de

“J coisa toda. E

o carnaval se descaracterizou um pouco nesse sentido, a cultura da cidade vem recebendo investimento cada vez maior, vem se profissionalizando, eu acho que o grande impacto do carnaval hoje, todo mundo gosta de carnaval, mas o luizense sabe fazer seu carnaval antes. Isso porque a comunidade é muito religioso e depois do carnaval vem a quaresma, então o luizense faz o seu carnaval antes, fazendo uma festa particular ou em alguma data, o carnaval de marchinhas se transforma no carnaval do luizense e durante o período do carnaval quase todos passam a trabalhar, capitalizar para viver o resto do ano. Então virou uma troca econômica, pessoas alugam suas casas, mais de 500 casas são alugadas, são vários comércios provisórios, que geram empregos para quem quer trabalhar no período de carnaval, e sempre acha uma horinha para pular um pouquinho. Em tem aqueles bolsões de luizense, hoje bem

característico ali na Alice (Restaurante Sol Nascente), as pessoas conhecidas ficam ali no Largo, que é um local onde um olha pelo outro, não sai briga, é um lugar bem tranquilo no

”

proibição de outros ritmos valorizando a marchinha, ajudou a preservar as características locais. A ideia da proibição de outros ritmos era inibir a presença de visitantes, porém só

“O

”

peessoas.

Assim começou o fenômeno que transformou o carnaval de São Luiz do Paraitinga em carnaval regional, pois as cidades vizinhas tem, cada vez mais, feito um carnaval aos moldes do carnaval de marchinhas, um carnaval de rua, com atrações gratuitas e clima familiar. Isso

“

grande diferencial de São Luiz é a organização, a proibição de outros tipos de som, proibição de carros no centro da cidade, evitando problemas como atropelamento e os sons dos carros trazendo outros tipos de música. Hoje o músico está sendo valorizado em São Luiz, antes eles tocavam por caixa de cerveja e churrasquinho e hoje cobram um valor significativo pelo seu trabalho. Outro ponto trabalhado na cidade é a banda de chão, não damos muita ênfase ao trio elétrico, voltamos a ser o mais original possível, com as charangas, as bandas tocando no chão como começou o carnaval de São Luiz, isso foi importante do ponto de vista cultural. Hoje, temos trabalhando no carnaval mais de 120 músicos locais, o que mostra que a cultura está sendo bem valorizada o luizense apaixonado pela cidade não deixa as festas se

” U

“ ” “O

número de pessoas por casa, nós temos algumas maneira de controlar isso, a gente não pude, não fiscaliza, mas orienta o morador a colocar de acordo com o espaço físico, a quantidade de

x ’

dimensionada para 5, no máximo 10 pessoas, e acabam tendo 30, 40 pessoas. Imagina a quantidade de energia que gera, a quantidade de esgoto que gera nesse período, imagina a capacidade de caixa de gordura para suportar tudo isso. Então são vários problemas, inclusive na energia elétrica da cidade, chegavam a ter alguns picos que caia a energia elétrica, o que era 110 estava funcionando com 50, 50 volts, porque era tanta energia que estava sendo gasta que não se conseguia abastecer. Isso gera calor nos fios, a gente olhava a fiação e tinha alguns pontos que estavam incandescentes, de tanto temperatura subia ali e um risco eminente com aquela multidão passando embaixo. Por isso uma subestação foi construída na cidade, pra sanar esse problema, essa foi uma importante melhoria, hoje não temos mais esses problemas.

A capacidade de água foi aumentada na cidade, principalmente no bairro São Benedito, em função das casas que foram construídas lá, durante o carnaval a água é processada por 24 horas, sendo que nos dias normais funciona de 8 a 10 horas só por dia, no carnaval é força tarefa, a gente se prepara e refaz toda questão da água, da energia elétrica e subestação com troca de transformadores nos pontos onde gera mais energia, nós temos geradores no mercado, próximos aos palcos, iluminação de emergência. É uma demanda muito grande e tudo isso tem a ver com a questão das casas, que traz o excesso. Quando a população for sensibilizada e tiver essa consciência que é possível alugar casa com menos pessoas por um valor muito próximo, se tem um ganho adicional, porque por um valor mais baixo é mais fácil alugar e você não tem tanto gasto de energia elétrica, água, o consumo da casa em si e

É ” O x

de renda para a comunidade luizense, segundo Eduardo, essa atividade não competiria com nenhuma outra praticada na cidade, como agricultura e comércio, ao contrário, as atividades turísticas poderiam contribuir para essas atividades. O turismo, apesar de abstrato deve ser entendido, principalmente pelo morador, como algo benéfico, mas é a somatória de um pouco de tudo que acontece na cidade. No momento a organização da cidade quer desenvolver um produto que seja vendável e que convide as pessoas a visitarem a cidade para consumir pousadas, restaurantes, bares, a famosa linguiça do mercado, o pastel da Dona Margarida, o afogado, enfim os atrativos da cidade. A “

maior atrativo que temos aqui é a parte material, o maior conjunto arquitetônico do estado de São Paulo, tombado pelo IPHAN E CONDEPHAAT e a população que tem a parte imaterial: música, dança, sabedoria, o saber e fazer, os costumes e tradições que vem passando de geração em geração, de uma cultura que é tradicional de um público específico que é o

” O L

maneira a levar os blocos para as outras cidades, de acordo com Eduardo, isso ocorreu após a enchente, 2010, quando sem carnaval na cidade, os blocos foram contratados para tocar nas cidades vizinhas, esse fator contribuiu para disseminar a cultura luizense na região do entorno. Atualmente os blocos estão cada vez mais valorizados e impulsiona o carnaval de toda região,

L “

Luiz do Paraitinga sempre vai ser o local do carnaval de marchinhas e o mais interessante é que durante um período de quase trinta anos os blocos estão com as mesmas músicas, elas se

” ô

vizinhas contribuiu na diminuição do número de visitante das proximidades na cidade durante o carnaval, com a opção de ver os blocos de São Luiz do Paraitinga e com um carnaval

inspirado na cidade, o morador vizinhos deixar de ir a cidade e pula o carnaval em sua cidade natal, o que de certa maneira contribuiu para a festa em São Luiz não se tornasse um

Q

“

valorizamos tanto a cultura que é difícil encontrar um patrocinador que valorize também a cultura, eles sempre olham para o seu próprio umbigo, sua própria marca e querem evidenciar acima de tudo a sua marca, ser mais importante que o carnaval e isso os luizenses não aceitam. Até o comércio, que mais se beneficia coloca algumas ressalvas e principalmente a prefeitura coloca ressalvas. Nossa maior dificuldade é achar essa pessoa, para investir em São Luiz do Paraitinga, associar a sua marca ao carnaval, mas saber que o carnaval é maior que a sua marca, esse é o grande desafio. No último carnaval tivemos uma despesa de 600 mil reais e conseguimos captar através de recursos e impostos da prefeitura, cerca de 50% desse valor, mas ainda trabalhamos no vermelho, devido a essa dificuldade cultural que temos

”

ra que de forma

profissional possamos conseguir grandes patrocinadores. O grande desafio é conseguir juntar todos os interesses, pousadas, restaurantes, comércio e também a questão cultural. Mas a ideia é que haja uma marca personalizada nas latinhas durante o carnaval, valorizando a cidade e inibindo a entrada de bebidas. O carnaval é grande impulsionador de todos os eventos da cidade, saindo duas vezes em jornais internacionais, no ano de 2008 e 2012, está reformulando o carnaval de todos o Vale do Paraíba, fazendo com que a festa volte as suas origens e consegue ter alto índice de valorização da festa local. A prefeitura está trabalhando na criação e fortalecimentos das marcas que possam ser utilizadas nos diversos eventos da cidade e acredita que a participação do Comtur seja de fundamental importância para unir diversos setores e criar a identidade cultural local. Para realização do carnaval, em 2012 foram feitas diversas reuniões pontuais durante seis meses e cerca de um mês antes da festividade a prefeitura parou e teve todas as suas ações voltadas para a execução das ações planejadas, todo o corpo de funcionários estava envolvido nesse planejamento.

#### **Dono de pousada Juvenal Barreto Borrielo de Andrade (Sertão das Cotias)**

O empresário proprietário de da pousada Sertão das Cotias, Juvenal<sup>19</sup>

“

problema encontrados no carnaval são o de qualquer evento grande que se compara dentro das proporções de cada lugar, em que as cidades recebe um número de pessoas muito maior do que aquilo que eles conseguem comportar, aqui em São Luiz, hoje, a gente tem por volta de mil leitos de hospedagem e a gente recebe por volta de 30 mil pessoa por dia e a cidade vai se

---

<sup>19</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jan. 2013.

adaptando a situações, então tem aluguel de casa, vários campings que se formam na época e a hospedagem irregular, para hospedar uma porcentagem dessas pessoas, porque também, tem

porque não se consegue dimensionar o volume de pessoas, nessa época de calor e com uma situação em que se consome muita água. A infraestrutura da cidade é pequena para o número de pessoas que procuram. Em relação a economia, esse evento é de fundamental importância,

J “ is ou menos 30 mil pessoas por dia, o que dá 150 mil em cinco e cada um gastando aí em torno de R\$100,00, isso gera para o município uma receita de R\$15.000.000,00, então não há condições de abrir mão, e o carnaval tem uma condição ímpar em todas as outras atividades de São Luiz, que ele faz com que o dinheiro que entra seja permeado para todas as camadas de negócio de classe

” O empresas regulares que atendem o turista a ano todo, porém o entrevistado diz que esse tipo de atividade não interfere em seu negócio e que muitas vezes quem aluga uma casa, procura

“ vinte pessoas para uma casa, em que vem uma ou duas pessoas para fechar o negócio, depois quando os outros chegam, ou eles se sentem enganados por quem alugou ou todos se sentem enganados com o negócio que fizeram, porque aqui em São Luiz tem algumas particularidades em relação as casas, a casa as vezes tem 4 cômodos e um banheiro pequeno, então você põe 16 pessoas e aquilo lá as vezes leva um dia inteiro para todo mundo tomar

x ’ vários carnavais a gente tem fila lá na pousada para poder tomar banho, porque acaba a água em várias casas nas mais diversas regiões da cidade. O público é diferente e esse público que

” número de pessoas que frequentam a cidade durante o carnaval, o entrevistado não vê como as ações realizadas atualmente possam diminuir o volume de público, ao contrario, pode-se notar a tendência para que sempre aumente o número de pessoas, isso porque há grande divulgação do evento, em mídia local, em mídia regional e em mídia nacional e o carnaval se tornou referência. Juvenal acredita que só o preço poderá servir como limitador do número de

“ ara que a pessoa venha para uma casa que comporta 8 pessoas e fica hospedada em 24, que usufrua da infraestrutura da cidade causando problema para essa infraestrutura, não acho que isso vá

” J l é a favor e defensor das mudanças, ele alega ainda que a praça foi uma grande melhoria para os moradores e facilitou

“ X

alimentação, com barraca é uma alimentação alternativa no próprio evento, contanto que não

”

comércio regular me relação as vendas, além de não deixar de vender, os comerciantes regulares poderão vender com mais qualidade. O entrevistado acredita que as características culturais de São Luiz do Paraitinga tem fortes raízes no carnaval e que ao longo do tempo a festividade não deixou a tradição de lado, porém ele chama atenção para o fato do morador curtir menos o carnaval hoje d

“

se envolveram em negócios, fazem do carnaval um negócio e outro porque aquela confusão que ocorre durante o carnaval faz com que muita gente tenha medo, tem o problema da segurança, mas nesses dois últimos anos eu acho que já teve muita gente de São Luiz que voltou a participar como folião e não acho que isso tem atrapalhado. É diferente, uma coisa é você ter um evento de 5 mil pessoas, outra coisa você ter um evento de 25 mil pessoas. A minha preocupação é que se perca a condição de controle, porque eu acho que a tendência é

” J

opinião, para não ocorrer aumento do número de pessoas a cada ano, é preciso se pensar em

“

w

sendo gratuito gera encargos para a prefeitura e as pessoas que vem, também, acabam não entendendo tudo isso e acabam gerando mais custo, com limpeza e banheiros. Mas eu acho que

ô

”

### **Presidente do Comtur (Conselho de Turismo) – Ana Carolina Loureiro Veneziani**

A presidente do Comtur, Ana<sup>20</sup>, acredita que o carnaval da cidade tomou grandes proporções devido a identidade cultura

L

“

diferenciado dos outros carnavais, São Luiz tem uma cultura própria, tem as marchinhas próprias e isso atrai muito o público para cá e tomou uma proporção imensa. O maior problema realmente é esse, o volume de pessoas, é uma cidade que não tem infraestrutura para receber todo mundo. As pessoas são muito acolhedoras, mas estrutura física a gente não

ê : ’

” O C T

para participação de vários setores nas atividades turísticas, em relação a participação do

“

ente, o Comtur não

participou das decisões do carnaval, muito provavelmente por conta da transição eleitoral,

<sup>20</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jan. 2013.

muito perto para se decidir, então realmente o Conselho do Turismo foi informado posteriormente de todas as decisões do carnaval, não houve tempo para que a gente participasse. Mas a par disso, desde que a gente assumiu o Comtur todas as decisões com relação ao turismo, que envolvem o turismo na cidade, o Comtur sempre é muito atuante. É importante a atuação do conselho no município, tivemos uma reunião a duas semana, sendo essa a primeira reunião ordinária do ano, tivemos a honra de receber o prefeito em nossa reunião e colocamos isso para elem que a gente é um conselho atuante no município e a gente estava totalmente isolados das informações, a gente ficou sabendo das informações via mídia e isso não foi um ponto positivo para o conselho. O conselho realmente se sentiu um pouco afastado das decisões, mas acredito que daqui para frente a postura será outra, de participação mesmo, até porque está no n

” L

carnaval, o comércio e a divulgação da cidade estão muito ligadas ao evento, em feiras e eventos o carnaval é sempre o mais citado e o fator de identificação da cidade, porém a entrevistada re

“

outras festas, a gente tem a festa do divino que também tem uma religiosidade e cultura muito

L ” local, até

o momento, está preservada mesmo com a grande quantidade de turistas, porém o que

“

Luiz, em 2009 você via as pessoas vestidas inadequadamente nas ruas, com traje de banho e o carnaval de São Luis não é isso, o carnaval de São Luiz é uma cultura, é família, tem toda uma história da uma época em que não existia carnaval e depois ele foi resgatado, vieram os bonecões, então tem toda essa questão que tem que ser preservada, então acredito assim que ainda existem pessoas que preservam isso e a gente está lutando para que isso não seja jogado

L x ”

ao patrocínio, na época da entrevista já havia acontecido a polêmica do patrocínio de 2013 e Ana, como representante do Comtur, acredita que os patrocínios sejam necessários para a realização da festa, mesmo porque a arrecadação da prefeitura não é alta e não se pode estourar o orçament

“ x

que ser colocadas para o patrocinador, a gente não pode simplesmente conseguir o patrocinador e deixar ao bel prazer dele, para que ele faça as próprias regras, isso é matar o carnaval de São Luiz, isso é matar a cultura luizense, isso para o conselho e também para a minha opinião particular, é totalmente desfavorável, você quer pegar um patrocínio, você consegue um patrocínio, desde que se identifique com o carnaval de São Luiz, você de

ê L ” O ê

é o aluguel de casa, a entrevistada defende que deve haver um trabalho de conscientização com a população, fazer contrato para os aluguéis e também fiscalizar, muitas vezes há contratos sem a fiscalização confirmando se todos os acordos foram cumpridos. Um ponto levantado é que poderia ter uma multa caso exceda o número de pessoas estipulado em contrato, essa superlotação das residências é totalmente prejudicial ao planejamento da festa. Ana coloca que muitas vezes, pelo carisma e ingenuidade dos moradores locais, os contratos são descumpridos e nada é feito a respeito. O caminho é a conscientização da população, para que procurem intermediadores credenciados regional de corretores de imóveis e procurem orientações. Na visão do Comtur essa orientação poderia ser feita para preparar o luizense a atuar comercialmente nas festividades, muitas vezes o morador local perde a concessão de barracas e comércios temporários por falta de preparação. Ana defende que deve haver parceria entre Comtur, vigilância sanitário, instituições como SEBRAE, viabilizando a

“

peças, para que ai elas confiem no poder público e se sintirem a vontade de participar de

”

“

marchinhas, é onde você vai encontrar o luizense, mais nesse período do que no carnaval. No carnaval o luizense ou aluga sua casa e vai pra roça ou vai pra casa de um parente, ou por conta do movimento muito grande se sente recuado em sua própria cidade e não consegue sair no carnaval, mas uma coisa que a gente notou no ano passado foi justamente essa questão de modificação de forma do carnaval, então colocou-se uma banda de chão para acompanhar o carnaval aqui no Centro Histórico até o caminhão e isso agregou mais o luizense, a gente sentiu que isso deu uma agregada, porque o turista ainda não percebeu essa movimentação e fica esperando no caminhão. Uma das saídas seria, isso é uma opinião minha, fazer esse carnaval nosso, por exemplo, em dezembro, sem divulgar em mídia, nada, para o luizense se sentir inserido, o luizense iria sair no seu bloco, porque chegou numa proporção que é difícil

”

dos horários são vistas de forma totalmente positivas pelo Comtur, que defende principalmente a pulverização de público e a exploração do Mercado Municipal, onde o luizense participa muito. O Comtur e a secretaria de turismo, na visão da entrevistada, tem caminhados juntos e conseguido importante avanços para o turismo da cidade, o Comtur está, ainda, se desenvolvendo e conta com o apoio da secretaria de turismo para ser um órgão plenamente atuante no município. O Comtur pretende atuar junto a população com campanhas de conscientização sobre diversos pontos do turismo na cidade e atuar nos eventos como

parceiros. Os representantes do Comtur atuam como voluntários do conselho, não recebendo qualquer remuneração, Ana acredita que seria necessário que todos os setores tivessem participação no conselho, o que não acontece atualmente, mas seria de fundamental importância para o planejamento das ações turísticas. Todo calendário festivo é elaborado com participação do Comtur e os eventos: Quintais do Paraitinga e Festa da Cozinha Caipira foram organizados pelo conselho, com apoio da prefeitura, SEBRAE e patrocinadores.

#### **Animador de bloco – João Batista dos Santos (Pé na Cova)**

João<sup>21</sup>, conta que o apelido surgiu de maneira inesperada, ele ia para o trabalho de bicicleta e com um botina, que era utilizada para frear o meio de transporte. Porém, quando ia jogar bola, ele ia com a mesma botina e os amigos brincavam, chamando-o de: ladrão de defunto, ladrão de alça de defunto e por fim, pé na cova. Isso porque além das botinas ele morava próximo ao cemitério, os amigos caçoavam dizendo que a botina o auxiliava a invadir o local. E num jogo de bola os amigos começam a gritar: vai lá Pé na Cova, pega ele. Um expectador compositor na hora pensou: isso dá música. E assim surge música e o único bloco que a sair duas vezes durante o carnaval. Esse é outro fato que merece uma explicação, João conta que houve uma época em que haviam poucos blocos para se apresentarem durante o carnaval e houve a necessidade de algum bloco se apresentar em dois dias diferentes, João se prontificou a preencher o vazio na programação e assim foi por alguns anos seguidos. Conforme o carnaval foi crescendo, novos blocos foram surgindo e com o tempo não havia necessidade do Pé na Cova saísse por duas vezes, mas João não aceitou muito bem a novidade e disse que quando precisaram ele saiu as duas vezes, agora que cresceu ele quer continuar com seu espaço e ou ele continua saindo as duas vezes, ou tira o bloco das ruas. Como o Pé na Cova é característico do carnaval de São Luiz, não se podia perder essa atração, assim João e o Pé na Cova se apresentam por duas vezes todos os anos no carnaval. João faz parte da Associação

B x : “

Seria bom que todos se associassem com a gente, para que pudéssemos brigar por melhorias para os blocos. Nós pagamos tudo com esforços nossos, pagamos os artesãos que fazem os bonecos, pagamos os músicos, pagamos a taxa para sair no carnaval, pagamos tudo. E agora que está havendo um repasse de verba porque eu mandei um ofício para a prefeitura pedindo esse repasse, porque é difícil fazermos tudo sozinhos. Os blocos não são obrigados a participar da associação, mas para receber a verba tem que ao menos pagar uma taxa na prefeitura, porque também não seria certo pegar a verba e dar pra eles sem participação em

---

<sup>21</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jul. 2012.

”  
 carnaval da cidade, isso porque não há mais espaço para saída de nenhum outro bloco o tempo já está preenchido, por isso o entrevistado acredita que deve haver mais união entre todos os blocos, eles devem se reunir mais, acertar detalhes e expor sua opinião de maneira clara e objetiva para a prefeitura, que atualmente é responsável pela organização do evento. Os blocos tem licença para poder desfilarem no carnaval e participar de sua programação oficial e a prefeitura organiza as saídas, horários e fiscaliza as atividades. João acredita que o carnaval seja essencial para o comércio luize “

x ”  
 relação ao aluguel de casas, o entrevistado se mostra receoso, pois conhece pessoas que levam prejuízo, porque os caras quebram tudo, acho que eles deveriam alugar sem muitas coisas dentro, tem casas que os caras fazem sacanagem, fazem badernas, já vi isso acontecer e as pessoas não tem respeito. Não é porque estão pagando, respeitar a cidade dos outros é legal. Mas agora ” J

acredita que os eventos encerrando mais cedo e os comércios sendo fechados há menos vandalismo. A Praça de Eventos também é defendida pelo entrevistado como mudança de grande melhoria, até mesmo para os blocos. Segundo ele, era complicado desfilarem com os bonecões no Centro Histórico e novo trajeto até a Praça de Eventos facilitou o desfile. João defende que as mudanças deixaram o carnaval mais tranquilo, porém as melhorias atraíram mais pessoas para a cidade e, em sua opinião, é difícil a prefeitura interferir no número de

“ ” J aumento do número de pessoas afastou o morador local da festa e isso pode influenciar na cultura local, ele acredita que manter as regras locais seja essencial para manter a tradição. O entrevistado ressalta que a Associação de Blocos tentar realizar um trabalho que auxilie o planejamento do carnaval, mas recebe pouco auxílio e pouca verba os membros não se unem, o que dificulta a realização de encontro e as reivindicações, muitos aparecem em época próxima ao carnaval, apenas como forma de conseguir o repasse de verba e não auxiliam na captação de outros tipos de recursos. Para por o bloco na rua, tudo depende dos próprios membros do Bloco, o Pé na Cova, para angariar fundo, realizar vendas de camisetas temáticas.

**Dono de restaurante – Edivaldo dos Santos/Pipoca (Tempero Caipira)**

Tempero Caipira é um restaurante fixo em São Luiz do Paraitinga, ou seja, aberto o ano todo e não somente no carnaval. Seu proprietário é conhecido como Pipoca<sup>22</sup> que relata que o faturamento durante os quatro dias de carnaval equivale a dois meses de funcionamento. O entrevistado acredita que o carnaval seja economicamente benéfico para a cidade, porém há

“O que depõe contra o carnaval é que eu acho que o público está bem baixo nível, eu não tenho muitos problemas aqui, apesar de já ter tido problema, mas pelo fato de ter escada, eu acho que a escada segura um pouco a vinda do público em massa. Mas ultimamente eu estou tendo problemas com pessoas que entram, comem e fala que não tem dinheiro para pagar, e daí? Não tem o que fazer. Vai brigar, vai chamar a polícia pro causa de R\$20,00? Mas você já vê

” O entrevistado acredita que essa seja uma questão de difícil solução, mas coloca o fato como um ponto negativo para a cidade. Pipoca ressalta que aumentar o preço durante o carnaval seria uma alternativa que funciona, porém questiona a concessão de pontos de barraca durante o

“ 200 carnaval e essas pessoas não entram no esquema, o cara vai lá, gasta uma grana, monta a tenda dele, a barraca dele e primeiro dia que ele viu que não vai dar bom, ele já abaixa o preço. Então enquanto a prefeitura estiver vendendo 200 pontos extras e liberar pra quem quiser montar uma tenda, uma barraca, esse lance de unir todo mundo e dar uma subida no

” o comerciante começou seu negócio através de barraca de rua e atualmente uma pessoa da família ainda atua nesse ramo, porém ele coloca que as barracas devem ser concedidas de maneira organizada e seguindo um planejamento que seja condizente com os demais serviços de alimentação, inclusive os pontos fixos. Outro ponto levantado é que deveria ser feito um planejamento de favorecesse o morador local na concessão de pontos durante o carnaval, seria uma forma de gerar emprego e renda na cidade e facilitaria consenso na qualidade e preços dos serviços oferecidos, seria, também mais fácil que comércio sazonal e fixo se unissem se todos, ou a maioria, fosse da cidade. Mesmo porque as barracas podem ser opção de alimentação para o público que fica fora da cidade, enquanto os restaurantes atenderiam o público que opta por ficar dentro da cidade. Uma questão levantada pelo entrevistado é a Zona Azul, segundo ele ao mesmo tempo que a cobrança gera arrecadação para o município, inibe a vinda de uma parcela de público que s

<sup>22</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jul. 2012.

Porque o cara que vem de ônibus ou vem de van, para a 3 quilômetros da cidade e vem a pé. Então está sendo taxado justamente o público que a gente quer que venha e o público que a gente não quer que venha, não taxa, porque eu duvido que alguma ônibus pague os R\$500 00”

acreditava em melhorias com a construção da Praça de Eventos, porém a mudança no local de

x

“

bagunça ficava para lá e aqui dentro da cidade, no mercadão, ficou um público mais seletivo,

”

o público, encontrando

forma de inibir mochileiros e a faixa de turistas que pouco gasta na cidade, essa seria também,

“

R\$200

L

” A sazonalidade é vista como um

problema pelo entrevistado, natural de São Luiz do Paraitinga, suas atividades são todas baseadas em seu restaurante, ele acredita que deveria ser pensadas ações para que os dias de semana também fossem aproveitados pelo setor alimentício, pois é difícil se manter com o movimento gerado apenas nos finais de semana. A ideia poderia ser baseada não apenas nos turistas, mas no público local, fazer com que os moradores passassem a frequentar os

“

assassem a ter o hábito de sair a noite, comer uma pizza e

”

pode acreditar que o turismo seja a solução para tudo, mesmo porque boa parte do dinheiro movimentado pelo turismo em São Luiz do Paraitinga não fica na cidade, acaba sendo destinado para cidades vizinhas. É necessário que haja planejamento e fortalecimento do comércio local, desde a população rural e sua produção, até o comércio de artesanato local, para que o dinheiro deixado pelo turista movimente a economia da própria cidade, o que não

“N

x

L

salada, mesmo assim não é toda, a carne, por exemplo, vem tudo de frigorífico, porque não tem um fornecedor local que parte desse dinheiro entrasse mais um pouco na cidade, ele vem bate e volta, fica muito pouco. Para a cidade aproveitar mais o turismo teríamos que ter outros investimentos indiretos no turismo, fábricas de manufatura e produção artesanal de algumas

”

justamente a cultura, o visitante procura o carnaval das marchinhas, das fantasias, do chitão. A atração é o carnaval cultura, pois se o turista procurasse apenas uma festa qualquer, não diferenciada, a cidade poderia não ser o destino escolhido. A participação do morador local como folião, na visão do entrevistado não foi prejudicada, para ele o morador que quer aproveitar consegue sair nos blocos e desfrutar da festa, turista e morador local podem dividir

o mesmo espaço de maneira tranquila. Para o carnaval o esquema adotado pelo restaurante é pouco diferenciado no restante do ano, o local já funciona durante dia e noite normalmente, para o carnaval o período de descanso é reduzido, porém o restaurante fecha a meia noite como de costume. A forma de servir a alimentação se diferencia, sendo que no carnaval a comida é servida por quilo, o que aumenta um pouco os preços. Pipoca lembra que antes da enchente de 2010 se discutia não realizar mais o carnaval, para que alguns problemas pudessem ser sanados, inclusive o grande volume de público. A enchente, porém, foi responsável pela não realização do carnaval em 2010, gerando a oportunidade de discussão de planejamento e realização da festa, assim como se tornou o momento propício para implantação de mudanças desejáveis. O entrevistado salienta que esse momento não pode ser perdido, pois há a possibilidade de em 4 anos, por exemplo, os problemas retornarem com força até maior. O número de público não é solução para tudo, é ideal que se tenha estrutura para receber o número de público, pois pode-se ter pouco público e ter uma péssima organização, ou pode-se investir em estrutura para o número de público, sendo um público de qualidade, que gaste na cidade e respeite a cultura e tradição.

#### **Dona de uma pousada familiar – Maria Regina Dias Monteiro**

Regina<sup>23</sup> relata um pouco de sua experiência como dona de hospedagem familiar, segundo ela sua casa já era alugada em temporadas, inicialmente morava em São Caetano do Sul e mantinha propriedade em São Luiz do Paraitinga, então sempre que sua família não fosse fazer uso da casa, principalmente em datas festivas, essa era alugada para visitantes. Quando resolveu mudar definitivamente para São Luiz do Paraitinga, resolveu, também, transformar a sua casa em pousada. Regina diz que economicamente a cidade se baseia no comércio e que o comércio oferece grandes oportunidades de geração de renda, fato que a atraiu para São Luiz do Paraitinga e a motivou na abertura da hospedagem. Acreditando que o carnaval da cidade seja um dos melhores do país pela vinda de jovens que trazem muita alegria, Regina ressalta que falta na cidade, apenas estrutura e organização durante o carnaval, o grande número de

“É

muita gente, desde que eu conheço São Luiz eu nunca vi nenhum problema grave causado pelo carnaval e é sempre festa, do bloco do lençol ao bico do corvo é uma festa. Mas falta também educação por parte desses jovens, porque eles chegam em São Luiz e acham que é terra de ninguém, eu sempre falo que acho que o que eles fazem aqui, eles não fazem no banheiro da casa deles. Se as pessoas tivessem um pouco mais de consciência, cuidassem um

---

<sup>23</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jul. 2012.

pouco mais da cidade, respeitassem a cidade onde eles estão, as casas onde eles se hospedam seria melhor. Eu nunca tive problema nenhum, mas já fiquei sabendo de muita coisa ruim, destruição das casas, as vezes a pessoa que fazer uma gentileza e deixar uma comida pronta e eles jogam fora, deixam bilhete pro dono da casa se desfazendo daquilo, esse é um lado

”

não se dá apenas no carnaval, durante o ano todo, aos finais de semana, ela consegue alugar

“Q

”

mudanças implementadas com a Praça de Eventos e novos horários, Regina se mostra a favor, pois melhorou-se a mobilidade no centro da cidade e foi uma maneira de melhorar a estrutura que falta. Ela defende ainda que seria bom apenas os blocos passarem pelo Centro Histórico, pela tradição cultural da cidade, mas o som e os eventos devem ficar na Praça de Eventos, pois oferece mais espaço para as pessoas. Os banheiros devem ter um lugar adequado para a sua colocação, o Centro Histórico já abrigou os banheiros, o que na opinião da entrevistada não foi bom, os banheiros devem ficar na Praça de Eventos, bem localizados e em maior quantidade. É preciso ficar atento para que não falem água e energia elétrica, Regina alega que sabendo que virá um grande número de visitantes para a cidade, a prefeitura deve ter especial atenção a essas questões, pois influenciam diretamente a satisfação do turista. Os

“

que acontece em São Luiz de transtorno, a maior responsabilidade é dos proprietários, dos moradores, porque eles alugam a casa e falam que é para 3 ou 4 pessoas, mas eles entregam a chave para a pessoa e vai para a roça, para a zona rural ficar com a família e não tem nenhuma fiscalização ou controle de quantas pessoas estão ali. Ai numa casa que cabe 5, o cara coloca 15 e numa casa que cabe 15, ele coloca 50. As vezes ele falam assim, você alugou e o cara põe quantas pessoas quiser e não é assim, cria uma regra e fala eu aluguei para tantas pessoas e to vendo que tem mais, então o Senhor desocupa ou vai pagar uma multa. E isso é tarefa do morador, não é do poder público e nem da prefeitura. E tem que fazer um contrato deixando tudo direitinho, porque as vezes a pessoa nem recebe todo dinheiro, as pessoas vão embora sem pagar. As pessoas pensam em alugar e ganhar um dinheirinho, mas não tem a consciência de fazer um contrato especificando tudo, o que tem na casa, o que já foi pago. Seria bom ter um trabalho para melhorar esse consciênc

”

R

“

a época do carnaval, mesmo os jovens, você vê muito pouco luizense participando do carnaval, dos blocos. Isso porque é muita gente, o luizense prefere só prestar atenção. Uma

outra questão é que até uns 10 ou 8 anos atrás você vinha aqui e via muita fantasia, chita, retalho, era um coisa muito bonita, hoje isso até se acabando muito, do turista chegar e colocar a fantasia, não que tenha que se impor isso, mas o turista deveria participar. A gente devia divulgar, incentivar e oferecer um preço melhor, porque chega época de carnaval, você vê coisas absurdas, independente de você ser turista ou não, você não pode explorar, se você

”

festa da cidade e salienta que deveria haver mais divulgação da cidade como Estância Turística e não somente na época de carnaval, Regina acredita que a divulgação da cidade seja

“

”

turismo como fonte de renda, mas focando na qualidade do público e não na quantidade, a divulgação deveria ser direcionada para um público de qualidade, na opinião da entrevistada. Regina fala também da enchente, que foi uma forma de reconstrução da cidade que já precisava de reparos, alguns casarões a própria igreja matriz estavam deteriorados e depois da enchente houve a possibilidade de reconstruir esses monumentos.

#### **Jornalista e Agitador Cultural – Sérgio Costa**

Sérgio Costa<sup>24</sup> conta um pouco de sua experiência em São Luiz do Paraitinga, o entrevistado trabalha com comunicação e é um dos grandes divulgadores da cidade. Atualmente Sérgio desenvolve em São Luiz do Paraitinga um projeto piloto que poderá abranger outras cidades com vocação turística. Em relação ao carnaval, Sérgio acredita que o grande número de

“

peçoas, então esse é grande gargalo. Então, a partir desse problema, o importante é fazer um carnaval de qualidade, não adianta pensar em fazer ele crescendo mais ainda, porque realmente a cidade não tem espaço para isso, o importante é que venham para cá pessoas que curtam esse carnaval, que curtam esse tipo de carnaval e a cultura da cidade. Não adianta pensar num carnaval de grande porte, de grande tamanho porque realmente não tem espaço

”

essa é uma questão complicada, pois se implementadas medidas visando restringir o número de pessoas, essas podem ser med

“

peçoas virem aproveitar a cultura luizense, agora eu acho que um grande limitador é exatamente investir em fortalecer essa questão da raiz cultural do carnaval, fazer que quem venha para cá, venha exatamente em função dessa cultura, em função dessa característica

---

<sup>24</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jan. 2013.

”

Praça de Eventos e o novo horário da programação de shows e blocos, o entrevistado diz  
acredi “ C H

levando para uma área maior, mas mantendo Centro Histórico envolvido no processo, porque  
o grande charme do carnaval é estar entre os casarões, mas o impacto maior fica para fora da  
cidade. Essa descentralização permitiu receber o maior número de pessoas com qualidade

” Q

entrevista a cidade já havia fechado contrato com um grande patrocinador para a festa de 2013  
e Sérgio acredita que os patrocinadores sejam bem vindos, porém os contratos devem ser

“

porte, é um carnaval muito caro, portanto ela precisa mês de patrocínio, o patrocínio tem que  
vir, mas eu acredito que esse patrocínio tem que vir respeitando a cultura local. Mas não pode  
pensar no carnaval sem patrocínio, porque no fundo, no fundo acaba que se os recursos saem  
do cofre do município, é dinheiro do povo, então, de uma certa forma eu não acho certo. Acho

”

Sérgio acredita que a cultura da cidade consegue manter a tradição, mas deve-se atentar ao  
fato de que a cul ê “

pode pensar que isso é imutável e não vai mudar, as influências viram sim, o importante é  
manter a identidade, manter o protagonismo do pessoal daqui, o luizense tem que manter o  
seu papel de protagonista do carnaval. Recebendo as influências que vierem que tem  
importância, desde que o luizense seja o protagonista, desde que ele seja o receptor dessas

” Na opinião do

entrevistado o grande diferencial do carnaval é a originalidade, o fato da festa estar baseada  
na cultura, tradição, folclore e dia a dia do povo, tudo isso se transforma em algo realmente  
único e diferenciado. O carnaval é a maior vitrine de São Luiz do Paraitinga, sendo a maior  
expressão da cidade e isso só acontece por estar baseado na cultura da cidade.

#### **Diretor de trânsito – Diego Fernando Pires Reis**

O secretário de Trânsito, Diego<sup>25</sup>, fala da dificuldade de se planejar o trânsito em uma cidade  
onde as ruas são estreitas e o Centro Histórico não foi construído para comportar carros, um  
exemplo disso é que a maioria das casas localizadas no Centro Histórico e seu entorno não  
tem garagem, são casas antigas, construídas em uma época em que o esse meio de transporte

“

---

<sup>25</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jan. 2013.

carro para a cidade, então a gente acaba restringindo os carros no Centro Histórico, porque falta estacionamento. Então já pensamos em várias opções para criar estacionamentos, mas a gente acaba esbarrando na burocracia, porque são terrenos particulares, não da prefeitura. E a pessoa que é dona desse terreno não tem esse pensamento de ganhar um dinheiro extra, então acaba também emperrando nós, a pre

” O

“B V ”

ou seja, pessoas que saem de cidades próximas e não se alojam na cidade, passam o dia ou a noite e voltam para sua cidade de moradia. Algumas vezes essas pessoas não conseguem entrar na cidade, principalmente no horário da noite, isso porque é preciso fechar o acesso devido ao grande número de pessoas já encontradas na festa. Porém essa questão de fechar é

“

Benfica, quando fecha tudo, para você ter o acesso que demorava 15 minutos, já chegou até 40 minutos para acessar esse bairro. Então é um constrangimento para quem vem e fica

” D

construir uma ponte que facilite o acesso a esse bairro, o projeto já existe e já foi levado a instâncias superiores para avaliação. A zona azul é ponto polêmico no carnaval, os visitantes reclamam do preço cobrado para se estacionar nesses locais, o entrevistado comenta que essa medida foi tomada como forma de restringir o público, que sobe a cada ano deixando a equipe

“

não é caro, porque o pessoal vem do mesmo jeito, vem cinco pessoas em um carro, eles

R\$5 00

” D

deveria ser cobrado algum tipo de pedágio na entrada da cidade, dessa maneira todas as pessoas que entrassem na cidade no período de carnaval iriam pagar uma taxa, os veículos licenciados na cidade de São Luiz do Paraitinga seriam isentos. Seria um pedágio para

“

ô

cidade essa quantidade de gente. Em Ilha Bela se usa um pedágio dessa maneira e me parece que é alguma coisa de patrimônio ambiental. Então, eu acho que seria uma das formas de se arrecadar mais dinheiro para poder fazer um carnaval melhor e além de pagar esse pedágio, pagar a zona azul. Parece que a gente não quer que ninguém venha para São Luiz, não é isso, porque o público que vem de carro para São Luiz já está ciente que tem que pagar, nós temos um problema muito grande com as vans que vem, param na rodovia e esse povo vem tudo para São Luiz, ele paga R\$10,00 para vir, R\$10,00 para voltar, com R\$10,00 ele compra um litro de pinga, enche a cara, briga na cidade e não trás nada para cidade. Então, a gente tem que vem um meio junto com o órgão responsável e fazer uma ação conjunta com prefeitura, polícia

” O

se fazer um calçadão no Centro Histórico, diminuindo ainda mais o trânsito na cidade, com essa medida nenhum carro passaria no Centro Histórico definitivamente. Diego defende que esse projeto seria propício para a estética da cidade, proporcionaria um ambiente mais limpo para os turistas. O entrevistado defende que, apesar do carnaval ser o evento mais conhecido pelos turistas, deve-se buscar medidas que possibilitem divulgação dos demais eventos e da cidade como um todo. Assim como deve-se buscar parceiros/ patrocinadores que possibilitem uma geração de renda que não esteja baseada somente nos investimentos da prefeitura. O gasto público é muito grande, comprometendo a renda do município, pro isso comércio e pousadas devem atuar junto a prefeitura em planejamento e investimento nas atividades turísticas, visto que esses setores são beneficiados pelas festas. Em relação ao patrocínio fechado para o ano de 2013, Diego tem a ideia de que o carnaval de São Luiz do Paraitinga é conhecido através das marchinhas e que o sucesso se deve a cultura e a tradição da cidade, fechar contrato com um patrocinador que queira mudar o carnaval significa mudar festa de grande sucesso e, de certa forma, desagradar o folião que vai a cidade em busca do tradicional carnaval. A festa muito baseado nos ritmos locais deve continuar a valorizar os músicos locais, que por anos construíram esse carnaval que ganhou fãs, primeiramente, no Vale do Paraíba, depois em todo país e atualmente, tem encantado até turistas estrangeiros. Em alguns anos houve a necessidade de fechar a entrada da cidade, pois não se comportava mais gente dentro da cidade. Outro ponto debatido é a criação dos bolsões de estacionamento, porém Diego salienta que não há espaço para criações de bolsões próximos a festa, é preciso criar bolsões em locais mais afastados, o motorista precisa entender isso, deve-se também criar alternativas de transporte para quem parar seu carro em um bolsão a 2 ou quilômetros do local de realização da festa. Atualmente novas placas indicativas foram instaladas na rodovia, o objetivo dessas placas, de acordo com Diego é a divulgação da cidade como Estância Turística e não apenas divulgação do carnaval, essa medida é parte de uma série de medidas que tentam divulgar a cidade o ano todos, todos os seus eventos e, também, chamar o turista que está de passagem para o litoral, por exemplo. Em relação a Praça de Eventos e restrição do horário da festa, Diego se mos

tem bastante área, dá para o povo ter mais tranquilidade, porque o centro nosso é muito

”

D

residências, para ele isso traz problemas de segurança e também transtorno para os vizinhos, que são, em sua maioria, moradores locais. O entrevistado defende que as casas deveriam ser alugadas através de um órgão competente, que traçaria regras gerais para a locação, regras essas que seriam totalmente elaboradas pelo proprietário, diminuindo diversos transtornos,

principalmente me relação a superlotação. Esse órgão competente facilitaria também a fiscalização do cumprimento das regras pré-estabelecidas.

### **Pessoa que aluga sua casa durante o carnaval – Elaine Ferreira Salgado**

Elaine<sup>26</sup> ressalta que o aluguel de casas é bastante lucrativo, atualmente ela aluga sua própria casa e ainda auxilia outras pessoas a alugarem as suas. Elaine faz divulgação das casas que aluga através de redes sociais, ela explica que tira fotos das casas e coloca algumas características e deixa a disposição de interessados. Algumas pessoas escolhem as casas de acordo com a quantidade de pessoas, mas outras preferem escolher pelo preço do aluguel, segundo Elaine. Algumas pessoas visitam as casas antes de fechar o negócio, mas há casos em que as casas são alugadas sem visita prévia, a referência são as fotos encontradas nas redes sociais. Porém, Elaine redige contrato com cláusulas sobre pagamento, utilização de móveis e regras gerais, como devolução do dinheiro caso haja algum problema com qualquer parte, ela acredita que seja de fundamental importância essa negociação com transparência. Além de contrato são feitas vistorias quando Elaine entrega a chave para os contratantes, juntos eles inspecionam a casa e assinam o termo de conferência, assim como na entrega da chave no fim do carnaval, Elaine faz a inspeção antes que os contratantes deixem o local, “

”

“

da enchente era muita moçada e muita crianças, muito universitário, tivemos muito problema com universitário, problemas assim de fazer xixi dentro de tanquinho e fechar, fazer cocô em panela e deixar dentro da geladeira, quebrar janela, tirar vaso do banheiro e sair pro carnaval, mas era uma moçada mais nova. Depois da enchente deu uma caída e agora está um pessoal mais maduro, mais selecionado, com a cabeça melhor, aquela molecada já não vem, aquela molecada era pinga com coca, não tem dinheiro compra pinga com coca, em meia hora está bêbado e faz arruaça. O pessoal fazia sexo no meio da rua, nas beiras das casas, saía pelado as sete horas da manhã, mas pelo menos por enquanto esse pessoal não está vindo mais, desde a

” Elaine salienta ainda que algumas vezes, durante o carnaval, passa nas casas para ver como está a situação dos inquilinos, principalmente quando o público é mais jovem e ela percebe que as pessoas alojadas não se conhecem, estão ali apenas para dividir os custos, segundo ela, esses casos precisam de atenção especial. Economicamente a entrevistada garante

“ ê

carnaval bom, você consegue ganhar de R\$12.000 para mais, depende das casas que você

---

<sup>26</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jan. 2013.

pega. A média é assim, no mínimo R\$500, no máximo R\$1.500 que o pessoal põe em cima, por ca ” Q Elaine passa o carnaval na casa dos pais, que também residem em São Luiz do Paraitinga, essa é uma forma da família angariar uma renda extra. Elaine acredita que os moradores que alugam suas casas devem se unir e se auxiliar uns aos outros nessa atividade, orientando quanto ao contrato, quanto a práticas melhores de fechar negócio, porém não é a favor de que a prefeitura ou o poder público participem dessa movimentação, ela acredita que os moradores alugam suas casas por necessidade e por isso

“

”

Elaine ressalta que o aluguel também gera despesas de água, luz, limpeza, carros, pois algumas pessoas querem alugar casas sem móveis dentro e, em seu caso particular, hospedagem de seus cães durante o carnaval, eles vão para um canil particular. Por isso ela acredita que questões como valores e quantidade de pessoas devem ser administradas pelos proprietários, sem nenhuma intervenção do poder público. Sobre a participação do morador local como folião, Elaine acredita que ainda há espaço para o luizense brincar o carnaval e que manter a cultura e tradição local depende da vontade do luizense em sair as ruas, com suas fantasias e dar continuidade a tradição, mesmo com as ruas lotadas de turistas, ela defende que o cidadão local deve se esforçar em continuar participando do carnaval.

#### **Secretária de planejamento – Cristiane Bittencourt**

A secretária de planejamento, Cristiane Bittencourt<sup>27</sup>, diz participar do carnaval desde a

L

“

muito caseiro, com as famílias aqui de São Luiz, então a gente que é daqui, cresceu fazendo fantasia e a partir de 2001 só que eu fui ver o outro lado do carnaval, que é o lado da

” C

evento mais forte de São Lu

x

“

de 2001 era um grupo de pessoas da prefeitura, que se reuniam, e a gente praticamente fazia contratação de uma banda de carnaval e nós mesmos, que éramos gestores do município, fazíamos uma lista de compra e íamos para São Paulo e depois sentávamos para fazer o enfeite e na época do carnaval colocávamos o enfeite na rua. Nossa tarefa era contratar uma

”

impulsionava o carnaval, cada um se dedicava a uma atividade, costurar fantasias ou

x

“

<sup>27</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jan. 2013.

mundo aqui cresceu bordando fantasia, pensando na fantasia para ser destaque no ano que

” C

festa oferecida pela cidade. Ano a ano a festa foi crescendo, conforme relata Cristiane, ela acredita que o próprio morador da cidade foi responsável pela divulgação da festa, sempre alegando que São Luiz tinha o melhor carnaval. Até 2004 pode-se notar esse cenário, denominada pela entrevistada de um carnaval caseiro, depois disso o volume de público aumenta consideravelmente e o planejamento da festa precisa ser revisto. O sucesso do carnaval começa a ser noticiado pela mídia pouco depois do título de Estância turística e a cada ano chegam mais turistas. A partir de 2006, Cristiane diz notar que a cidade não tem mais estrutura para receber o número de públi

“

sensação de que perdemos o controle da situação, porque era um carnaval de casa e de repente

”

:

a segurança dos foliões, não se podia permitir que o excesso de público transformasse a essência do carnaval e nem que oferecesse risco a população e aos visitantes. Por isso decide-se colocar a marchinha como produto cultural da cidade, um ponto forte e tesouro, isso porque não se permite que as pessoas coloquem música para tocar em carros ou aparelhos de som pela cidade, assim a marchinha impera como único ritmo, relata Cristiane, porém, mesmo com certos cuidados, notam-

“

começou a notar a depredação dos casarios tombados, xixi, um público muito jovem e muito uso de droga na rua, coisa que as famílias luizenses tradicionais que gostavam de curtir o carnaval com crianças na rua perderem esse espaço. Como o maior problema, além de você tem um controle público para garantir que a cultura local prevaleça, é a questão de você ter a estrutura necessária para receber esse público. Mesmo que São Luiz contratasse mil banheiros químicos, mil policiais militares e vigilantes e tivesse a valorização dos músicos locais, São

L

x

” O

é visto como benéfico para a cidade, na opinião de Cristiane, isso porque São Luiz é uma cidade pequena, que comporta pequeno número de turista que devem ser espalhados em diversos eventos, por isso a cidade vem investindo num calendário festivo diluído ao longo do ano todo. A entrevistada ressalta ainda que é o turismo de massa que traz os outros problemas, o grande público faz com que se perca o controle do evento. A preocupação com essas questões leva o poder público a iniciar as pesquisas durante o carnaval, com turistas e com a população, conforme relata a entrevistada e com isso pode-se notar que o posicionamento do poder público é igual ao posicionamento da população. Para Cristiane a população ama o seu carnaval, ama os blocos de rua e não quer que acabe, mas há preocupação com a violência,

com o lixo na rua, a falta de controle. A entrevistada relata que em 2009 cria-se a comissão de carnaval com representantes da sociedade civil e a estratégia dessa comissão era preservar a cultura local com limitação de público, porque essa medida precisava ser tomada, era necessária, por isso começa-se a se pensar na divulgação da festa para um público mais responsável e relacionado com a cidade, com sua cultura e tradição. Outra questão levantada por Cristiane é o gasto da prefeitura com o carnaval, segundo ela a prefeitura onera sua arrecadação do ano todo para criar a estrutura demandada pelo evento, esse é um ponto negativo. Por isso Cristiane defende parcerias com patrocinadores, mas acredita que ressalvas devem ser feitas, primeiramente deve-se encontrar um patrocinador que seja condizente com a proposta da cidade, a divulgação em massa não é foco do evento, o foco é atrair um público que valorize cultura e tradição, então o patrocinador deve ser parceiro da cidade, fazer a divulgação condizente e, principalmente, respeitar as diretrizes da cidade. Para Cristiane um evento diferente do apresentado, que tenha outros tipos de música e eventos fechados, nem daria certo, pois os turistas que frequentam a cidade querem ver os desfiles de blocos e querem ouvir as marchinhas. A partir de 2009, com a realização das pesquisas, começa-se a se pensar mudanças na realização da festa, essas mudanças começam a ser implantadas em 2011, visto que em 2010 não houve realização do evento devido a enchente. Sendo assim, em 2011 é inaugurada a Praça de Eventos e instituído um novo horário para realização do evento, a entrevistada participa do planejamento dessas mudanças e acredita que tenha sido de fundamental importância para que a festa pudesse preservar suas características e continuar sendo um evento nos moldes daqueles passados, que conquistaram o público. A Praça de Eventos vem como local para realização de shows e retira o grande movimento do Centro Histórico e a redução de horários diminui índices de violência. As mudanças que começaram a ser implantadas em 2011 foram entendidas para o ano de 2012 e Cristiane acredita que o evento realizado em 2012 seja o ideal, utilizando a praça de eventos, com limitação de horário, limitação de carros dentro da cidade, regras de fiscalização de ambulante e vigilância privada. Essas regras atraem para a cidade um público que respeita e conhece cultura e tradição local, sendo o público ideal para a entrevistada. Cristiane ressalta ainda a importância da valorização da cultura local durante o ano todo, com um vasto calendário festivo, é essencial que seja de conhecimento do público os outros atrativos e não apenas o carnaval. Quanto ao aluguel de casa, a entrevistada acredita que seja um assunto delicado, mas defende que deve haver conscientização da prefeitura, ela cita uma cartilha que foi distribuída em 2009, onde ha x x ' para os moradores que o ideal seria alugar a casa para uma quantidade de pessoas que fossem

x ' C

essas são a única maneira de se conseguir mudar o pensamento das pessoas quanto a essa atividade. Os moradores tem que ser conscientizados que é possível alugar casas para poucas pessoas e continuar obtendo lucro, porque legalmente a prefeitura não pode taxar ou obrigar o morador a nada. Em relação a participação do luizense como folião, a entrevistada acredita

“ 2008

no Juca Teles e não consegui pular no Juca Teles, por falta de espaço, porque você está com uma fantasia, você borda uma fantasia um mês, dois meses antes, a fantasia linda, a pessoa vem e joga um barro, porque não entendeu o propósito da sua fantasia. O luizense no carnaval procura a tribo dele, é difícil você encontra-lo no meio da massa, mas se você for do lado do palco, ele procura alternativas para curtir, mas tem o saudosismo de pensar que o carnaval era melhor antes. Mas ainda temos que pensar no luizense que ganha dinheiro com o carnaval, tem esse outro lado, da geração de renda, o luizense ganha, todo comércio ganha, tem todo

ô ” C

aproveitar o carnaval economicamente, segunda ela o poder público dá suporte para que o morador local se insira nas regras da vigilância sanitária e consiga participar das licitações, porém ela ressalta que o morador local precisa se planejar a longo prazo, que não basta iniciar os trabalhos no carnaval, mesmo que seu negocio vá funcionar somente nesse data o planejamento precisa começar antes, para que na ocasião da licitação esteja tudo pronto e adequado. A entrevistada acredita que a cultura carnaval ainda está preservada e que ao longo do tempo o carnaval se mantém nos mesmos moldes, ainda que com novas influências, isso faz parte da criatividade do luizense e vem a somar e a manter a cultura e a tradição. O morador local é fundamental na manutenção da cultura e da tradição, é o morador local que o longo do ano trabalha com música, preserva a tradição e luta para que o carnaval seja cada mais um evento característico da cidade.

**Diretor de cultura** – Benedito Filadelfo de Campos Netto

Atuando como diretor de cultura de São Luis do Paraitinga, Neto Campos<sup>28</sup>, diz que participa do carnaval desde criança, sendo filho de Benito, a festa sempre presente em sua vida, sendo tradição familiar a data preferida para ele. Em 1997 Neto Campos funda, junto com um tio e com seu pai, o Bloco Cruz Credo e em 2001 funda o Bloco Espanta Vaca, na verdade ele remonta o bloco que havia sido criado por seu avô a anos atrás. Atualmente esses dois blocos fazem parte da programação oficial do carnaval de São Luiz do Paraitinga e é Neto que cuida

---

<sup>28</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jul. 2012.

“  
om o  
carnaval, com meu tio Galvão que é do grupo Paranga, que trouxe essa musicalidade das  
L ” O

entrevistado diz acredita que a festa tenha muitos pontos positivos, entre eles é citada a  
“  
L

diferencial do carnaval aqui, porque a gente aqui trocou a Colombina e o Pierro por personagens que são da cidade, como o próprio Juca Teles, trazemos as lendas locais para o carnaval, como a lenda do Cabá, a lenda do Saci, a lenda do Juca Espanta, da Mulher de Branco, diversas lendas que fazem parte desse contexto nosso aqui durante o carnaval se materializam, foi uma forma de trazer essas coisas que estavam se perdendo no tempo e  
”

fantasias que foram criadas na cidade, utilizando os retalhos, o chitão, que são característicos de São Luiz, o colorido, as tiaras, as cartolas, são todos elementos locais. A questão da musicalidade é mencionada por Neto como característica importante da cidade, e a marchinha foi escolhida como ritmo da cidade devido as bandas já existentes, desde o século passado. Essas bandas tinha forte tradição na marcha militar, nos dobrados e naturalmente a marchinha ficou como música predileta da cidade, e isso, para Neto é benéfico porque ajuda na criação da identidade cultural, inclusive o fato da cidade ter podido escolher o seu ritmo característico é o que mantém a produção musical atual, o entrevistado acredita que um número próximo a 2

“U

carnaval é exatamente que, apesar da mídia vender outro tipo de produto a cidade resistir a esse mercado que a mídia vende e as pessoas comprarem essa ideia, porque hoje as pessoas vem aqui exatamente atrás das marchinhas, ela já vem aqui sabendo o que esperar do carnaval, ela sabe que aqui ela não vai encontrar outra coisa senã ” N

x

“ 2000

conhecida no estado, no Brasil e o carnaval começou a abrir essas portas, trazer essa  
” N a visibilidade gerada através do evento do carnaval gerou auxílio até mesmo o processo de reconstrução da cidade após a enchente de 2010 “C

carnaval mesmo, as autoridades, de certa forma, não tinha muita saída, a não ser ajudar São  
L L ”

partir do carnaval que se começou a pensa em atividades turísticas para a cidade, foi a partir da visibilidade atingida através do carnaval que se percebeu o potencial turístico de São Luis do Paraitinga e o turismo como saída econômica. Mesmo com tantos pontos positivos Neto

que pode descaracterizar toda a festa, porém atualmente trabalha-se muito nessa questão, como a busca de um público que valorize a cultura e que tenha interesse em dar continuidade a tradição. Antes da enchente vinha para cá o público universitário e agora passamos a trabalhar com um público mais velho, com família e passou-se a pensar nesse caso e Neto

usar, inclusive não tenho medo de afirmar que o carnaval de 2012 foi um dos melhores dos últimos anos de São Luiz e com certeza um dos mais coloridos, que as pessoas se fantasiaram

falando de pontos negativos, Neto acredita que eles podem ser minimizados através de um

que passaram anos tentando encontrá-las, uma equipe parou seis meses antes para pensar no carnaval de São Luiz e a gente viu que deu muito certo, resolvemos o problema do trânsito que era um problema muito grande, conseguimos uma solução super simples com a ajuda do Donizete, juntando cabeças a coisa acontece, tínhamos um problema sério com a questão das urinhas na rua, acho que é uma questão mundial, as pessoas quando estão em grandes eventos tomam muito líquido e acaba que na hora da necessidade, senão tem algum banheiro por perto acabam fazendo em qualquer lugar, a gente solucionou isso com mais banheiros, a gente aboliu os banheiros químicos e trouxe alguns contêineres, que tem uma infraestrutura muito mais bacana, é ligado na rede de esgoto, é bem iluminado, tem vários repartimentos, consegue ter um fluxo maior de pessoas utilizando, com a Praça de eventos conseguimos melhorar o problema da superlotação e descentralizar o público, em 2011 a gente criou os blocos infantis de manhã, essas pequenas ações vem dando resultado e amenizando os problemas que a gente

tocando durante o carnaval, o trio elétrico foi deixado de lado e as bandas voltaram a tocar de maneira tradicional, o que incentiva tanto os músicos quanto a cultura local. Neto ressalta que a ida dos blocos e bandas da cidade para fora demonstra o quanto São Luiz do Paraitinga ficou conhecida e valorizada através do carnaval, em outras cidades tem muito público, todos

sai as cinco da tarde em Pindamonhangaba com mais 20, 25 mil pessoas, então é muito legal

e bandas para as cidades vizinhas diminui a vinda desse público para a cidade, esse público, turístico por trazer poucos benefícios, o foco é o público que se hospeda na cidade, sendo

mais benéfico para economia. Para finalizar o entrevistado cita que essa é uma excelente oportunidade de geração de renda para os blocos e para os músicos da cidade. Neto cita que

“ ”

festas também sejam conhecidas, porém é importante manter o carnaval bem organizado e com qualidade, para que as características culturais tradicionais sejam mantidas. O turismo deve ser alternativa de renda, aliás é importante fonte de renda para a cidade, já com um produto pronto devem haver investimentos em melhorias para que eles possam ser oferecidos ao turista com qualidade, mas não pode ser o foco de todas as atividades, é importante fortalecer diversos setores da economia local, na visão de Neto.

### **Diretor de agricultura – Donizete José Galhrado**

O secretário de agricultura da cidade, Donizete<sup>29</sup>, acredita que o carnaval seja de fundamental

T ”

” D

durante o carnaval “O a população, embora não para a prefeitura, pois ainda é uma despesa muito grande, a

” N D ta é

uma maneira de manter a tradição da cultura local, além de ser possibilidade de propagar essa cultura nacionalmente. Responsável pelo planejamento da segurança da festa, Donizete se diz a favor de medidas restritivas em relação ao número de público, isso porque um grande volume de pessoas faz da segurança fator vulnerável. Favorável a Praça de Eventos e a mudança no horário de realização da festa, Donizete alega haver melhorias depois que parte do evento passou a ser realizado fora do Centro Histórico, as pessoas não estão aglomeradas em pequenos espaços, estão mais seguras em relação ao espaço físico e fica mais fácil a atuação da polícia e dos seguranças contratados. Sendo mais de 10 horas de festa por dia, Donizete acredita que deve-se apostar em eventos que acabam mais cedo, por volta da meia noite, mais uma vez, ele ressalta a facilidade de se garantir a segurança no local de realização dos eventos e acredita que essa medida garanta maior qualidade do público visitante. A falta de estacionamento é vi

D “

estacionamento em torno da cidade, vale a pena lembrar que nesse último carnaval conseguimos solucionar um grande problema de trânsito que foi criar uma alternativa de entrada pela Várzea dos Passarinhos, passando por debaixo da ponte, não houve nenhum momento de congestionamento, embora o volume de carro tenha sido o mesmo dos outros

<sup>29</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jul. 2012.

anos. Os veículos também não devem passar pelo Centro Histórico, não devem atravessar a

” a da festa é garantida pela polícia militar e por seguranças contratados pela prefeitura especialmente para o carnaval. Mesmo sendo o carnaval o maior evento da cidade, o entrevistado acredita que outros eventos devem ser realizados para que as atividades turísticas ocorram o ano todo, não deixando comércio, pousadas, restaurantes terem como fonte de renda apenas um evento. O turismo é visto por Donizete como um bom investimento, porém ele ressalta que é preciso oferecer alternativas a essas atividades, deve-se fortalecer as atividades na zona rural, que tem grande potencial na cidade, inclusive a cultura local tem origem na zona rural. Donizete defende que um ponto fraco do carnaval é a não valorização

“ de e não conhece nossa cultura, em

ê ”

**Presidente da Associação Comercial e proprietário de Restaurante – Roberto José da Silva**

O presidente da Associação Comercial é também proprietário do Restaurante Cantinho dos Amigos, Roberto<sup>30</sup>, diz acreditar que o carnaval seja um evento benéfico para o comércio local, o entrevistado acredita que a forma com que o carnaval vem sendo planejado nos últimos anos proporcionou melhorias de espaço físico dando condições aos empreendimentos de trabalhar com mais qualidade. Portanto Roberto se coloca favoravelmente a criação da Praça

físico, sobrou mais espaço no Centro Histórico para quem quer descansar um pouco, tomar um sorvete sossegado, sentar um pouco. Com relação ao horário, se acabar o carnaval a meia noite, eu acredito que ainda será melhor para a qualidade do carnaval, se deixarmos de ganhar um pouco uma coisa insignificante, se o folião vai deitar mais cedo, ele acorda mais cedo e

” O

reconstrução após a enchente foi realizada de maneira planejada e que isso foi benéfico para as atividades turísticas da cidade. Roberto acredita que o grande número de pessoa impossibilita garantir a segurança do público e oferecer serviços de qualidade e esses fatores geram a insatisfação do público, e para ele, não se pode saber do que um cliente insatisfeito é capaz, alguns turistas preferem ir embora, quando mal atendidos, outros podem querer se vingar, essa é a preocupação. O entrevistado coloca ainda que todas as festas do calendário festivo tem sua importância e que a não existência do carnaval seria tão impactante quando a exclusão de qualquer outra festa, apesar do carnaval oferecer renda extra, porém ele acredita

---

<sup>30</sup> Em entrevista concedida a Ana Luisa Leite, São Luiz do Paraitinga, jul. 2012.

que a grande perda seria na cultura luizense, que está viva através do carnaval, que se mantém através do carnaval. O carnaval trouxe sucesso para São Luiz do Paraitinga, mas Roberto relata que feriado de sexta-feira ou de segunda-feira proporcionam grandes fluxos de caixa para o comércio, pois são três dias em que o turista se mantém na cidade para descansar e gasta mais na cidade, pois almoçam, jantam, fazer rafting, fazem trilha, querem andar a cavalo, compram artesanato, é um público diferente do carnaval e que também tem benefícios para oferecer. No carnaval o público jovem opta por gastar pouco, é um público que faz uma refeição só por dia e por isso a cidade não pode viver só do carnaval, segundo Roberto. O entrevistado vê o turismo como importante fonte de renda para a população local e defende investimentos nessa área, mesmo porque São Luis do Paraitinga oferece o turismo rural, que chama o público de grandes centros e grandes capitais, a cidade tem muita a oferecer com esse serviço e investimentos nessa área seriam benéficos para toda a cidade.

## ANEXO D – Íntegra das pesquisas com turistas

A seguir serão apresentados os resultados do *Survey* de cada pesquisa realizada na cidade.

### Carnaval 2009

O objetivo principal dessa primeira pesquisa realizada durante o carnaval no ano de 2009, era traçar um perfil do turista visitante, entender quem é esse turista, de onde ele vem, onde costuma ficar, onde costuma comer e quanto gasta na cidade. Foram entrevistados 507 turistas durante cinco dias de festa. As respostas coletadas foram:

#### Região do visitante

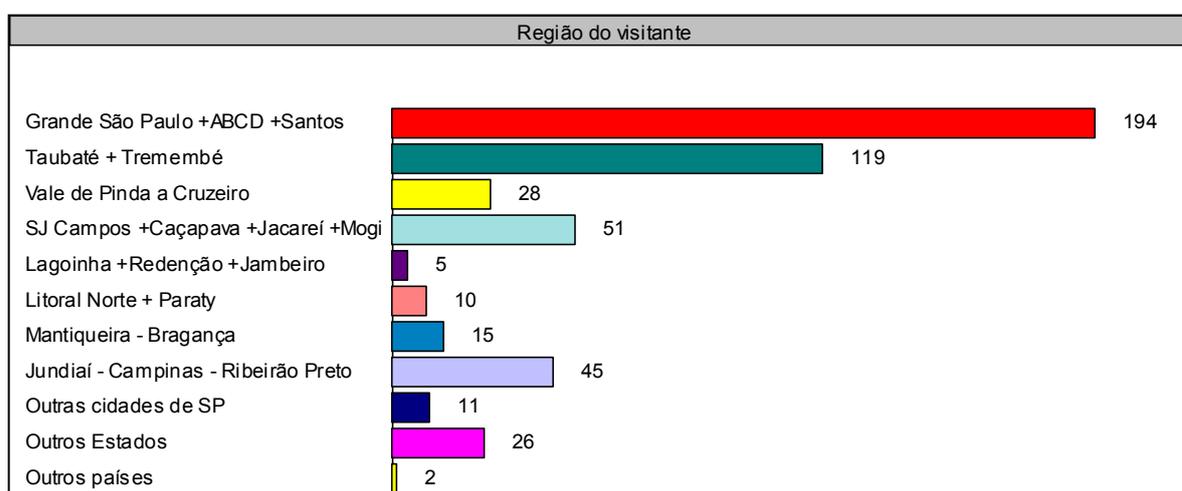


Figura 6 – Região do Visitante / Carnaval 2009

#### Idade e Escolaridade do visitante

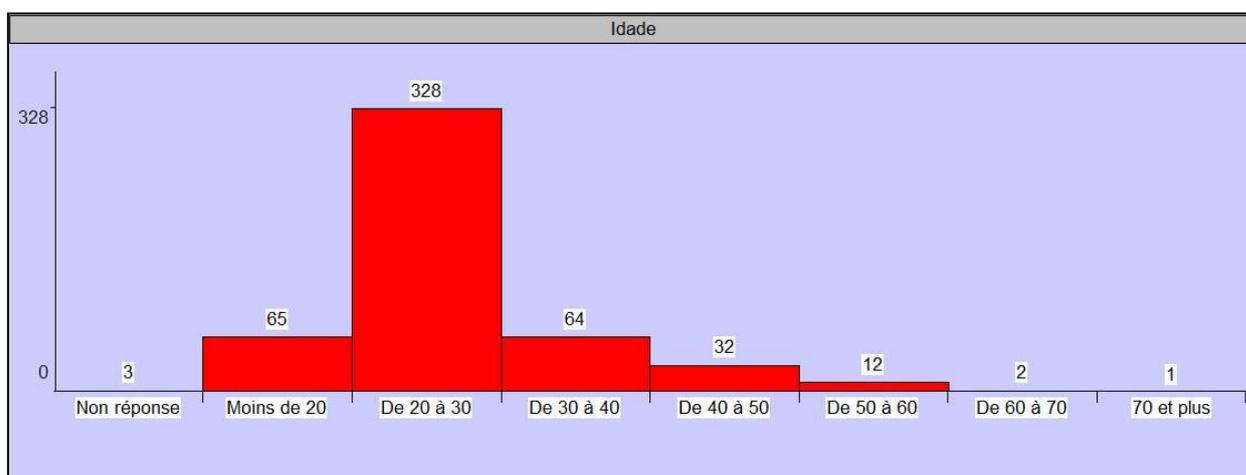


Figura 7 – Idade do visitante / Carnaval 2009



Figura 8 – Escolaridade do visitante / Carnaval 2009

### Ocupação do Visitante

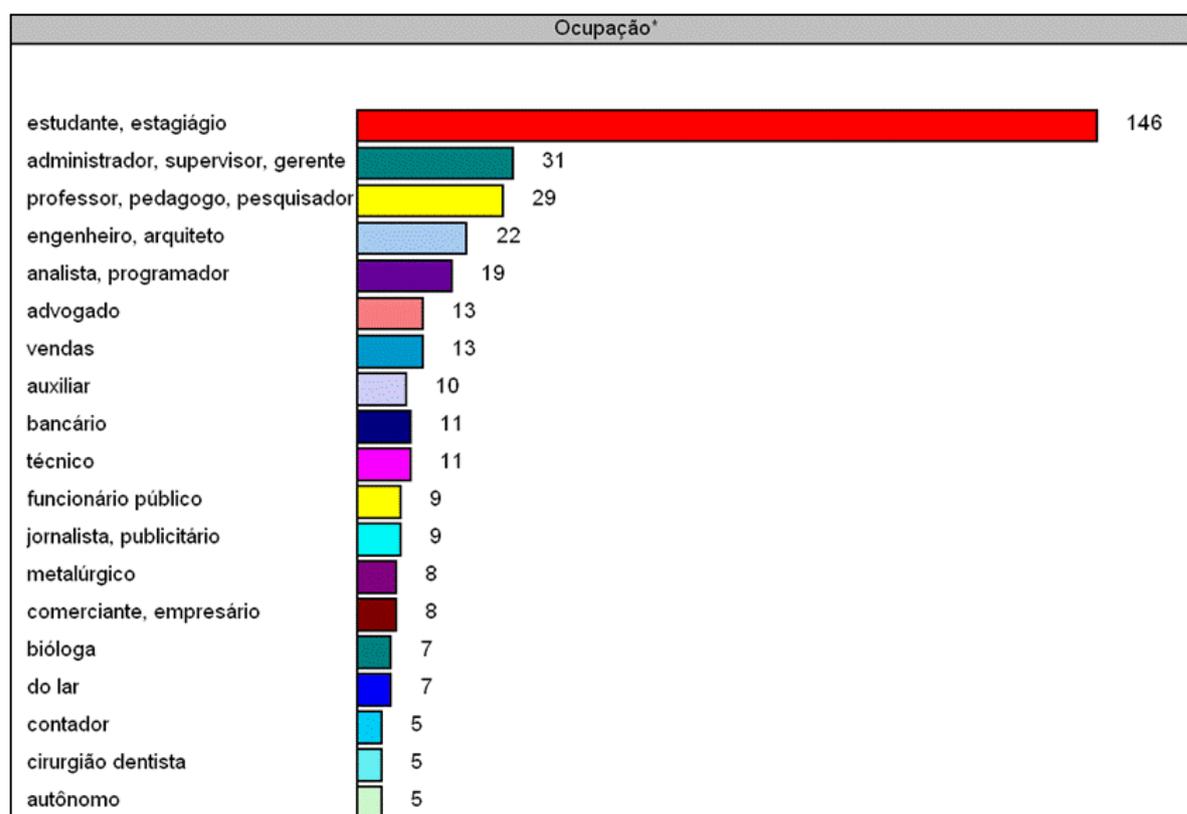


Figura 9 – Ocupação do visitante / Carnaval 2009

### Características da viagem

A seguir serão apresentados os dados que caracterizam a viagem, são eles: com quem o turista entrevistado está viajando, se há alguma criança no grupo, tipo de transporte utilizado e tipo de hospedagem utilizada.

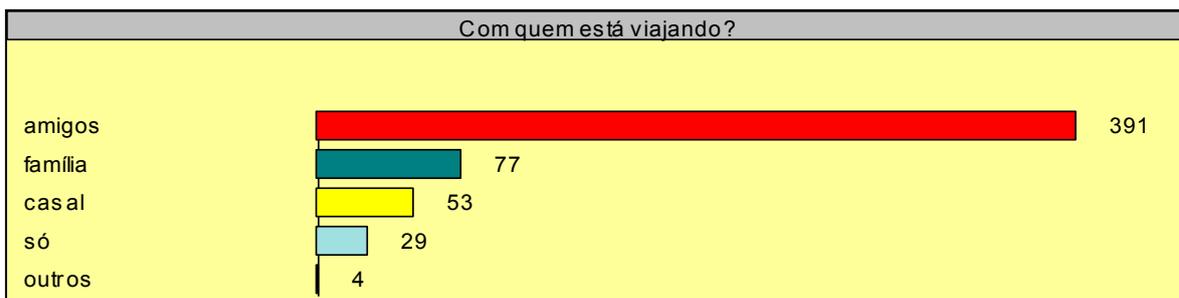


Figura 10 – Com quem está viajando / Carnaval 2009

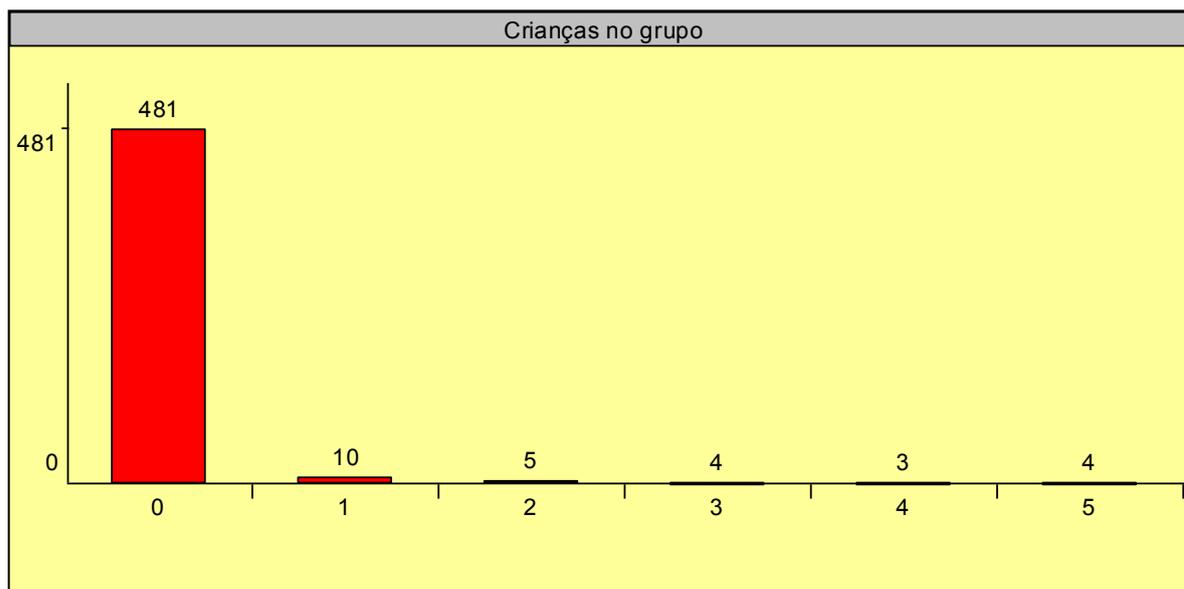


Figura 11 – Crianças no grupo / Carnaval 2009

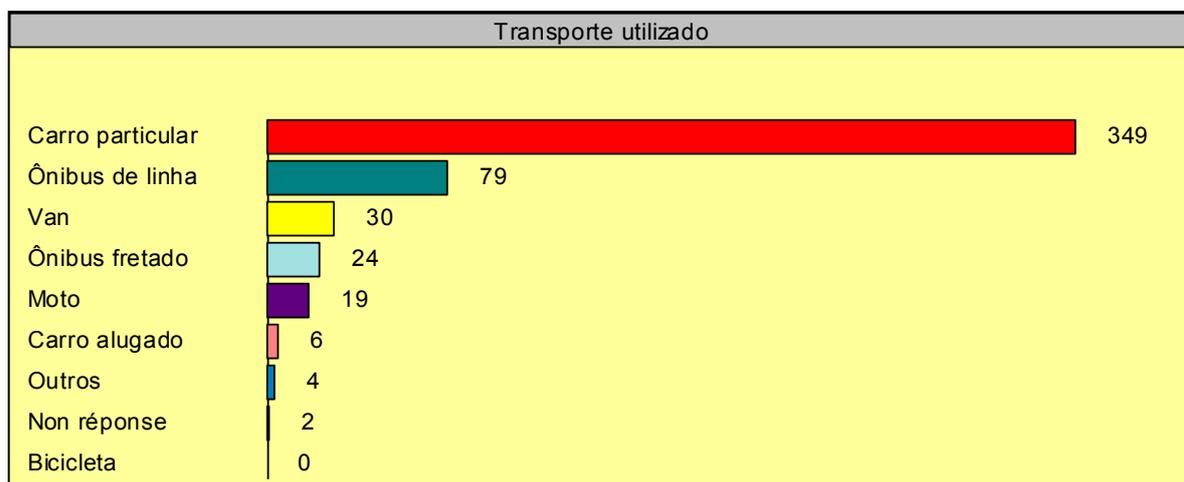


Figura 12 – Transporte utilizado / Carnaval 2009

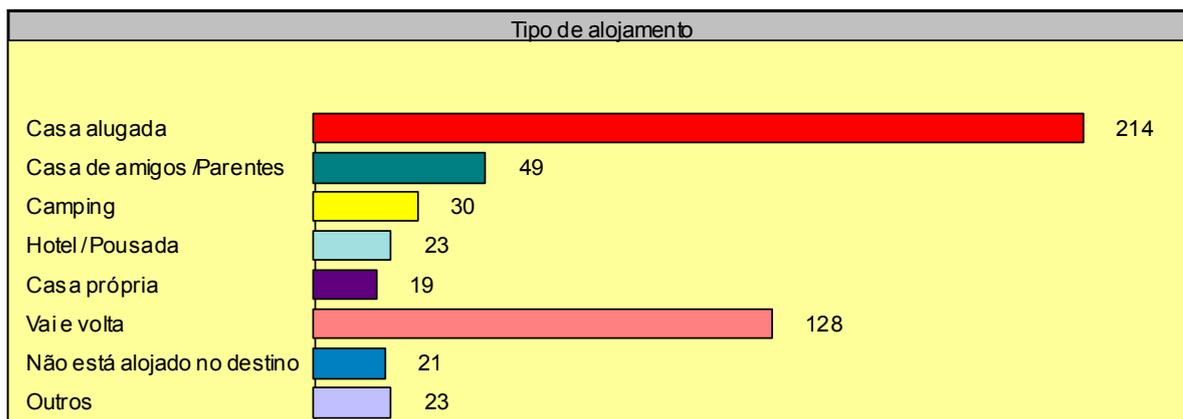


Figura 13 – Tipo de alojamento / Carnaval 2009

### Local das refeições

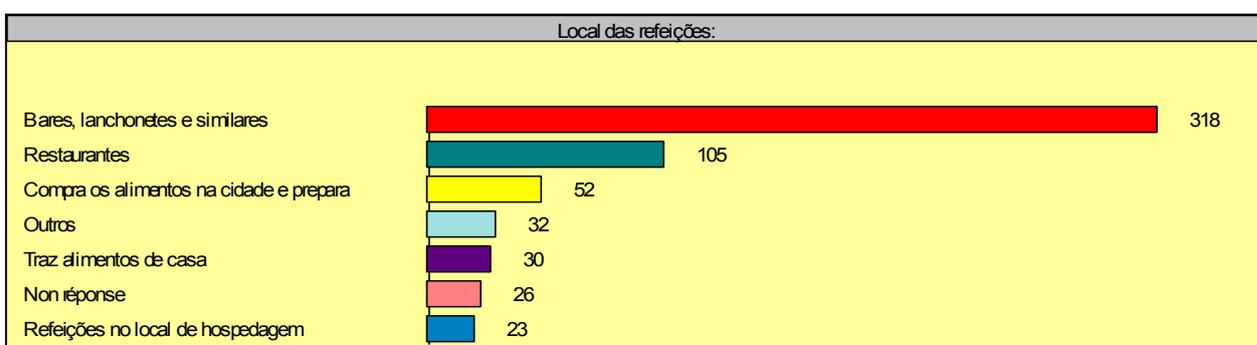


Figura 14 – Local das refeições / Carnaval 2009

### Meio de comunicação



Figura 15 – Meio de comunicação / Carnaval 2009

### Frequência de visitas

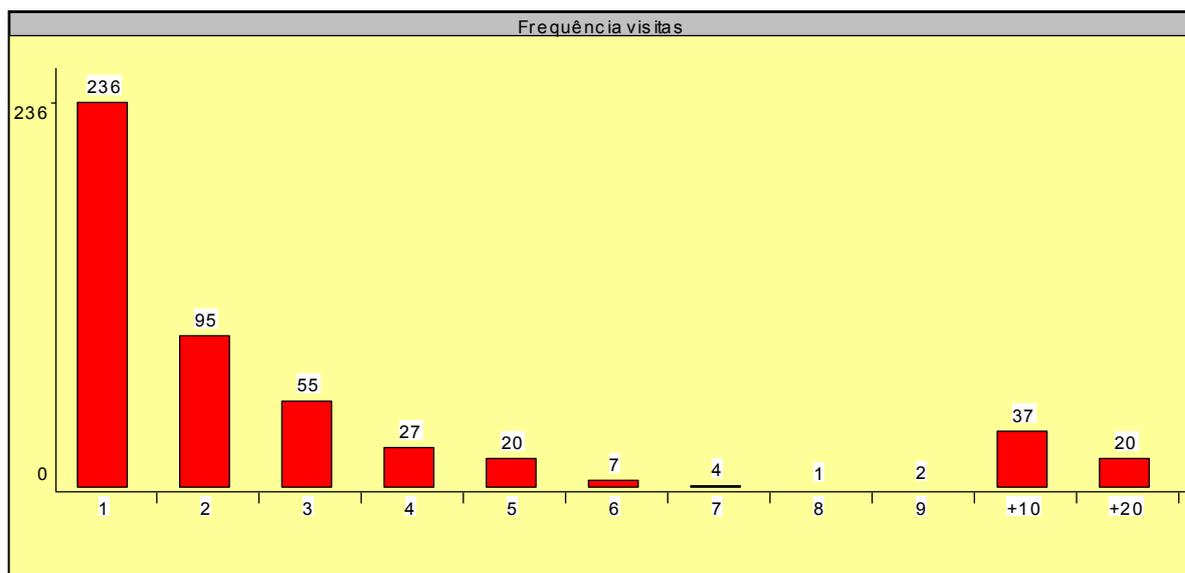


Figura 16 – Frequência de visitas / Carnaval 2009

### Tempo de permanência

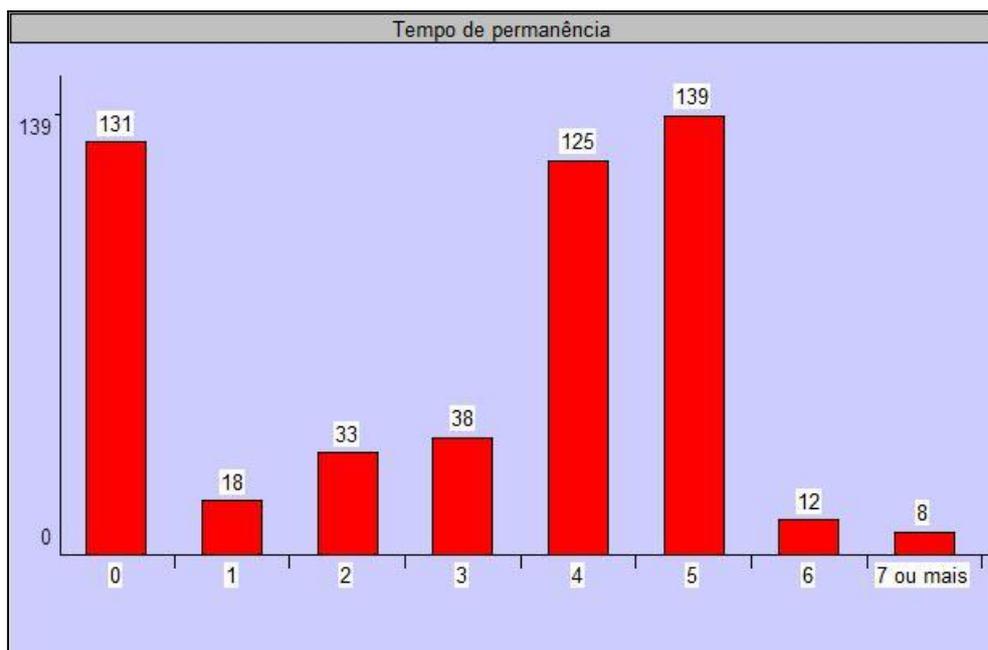


Figura 17 – Tempo de permanência / Carnaval 2009

### Gasto por pessoa/por dia

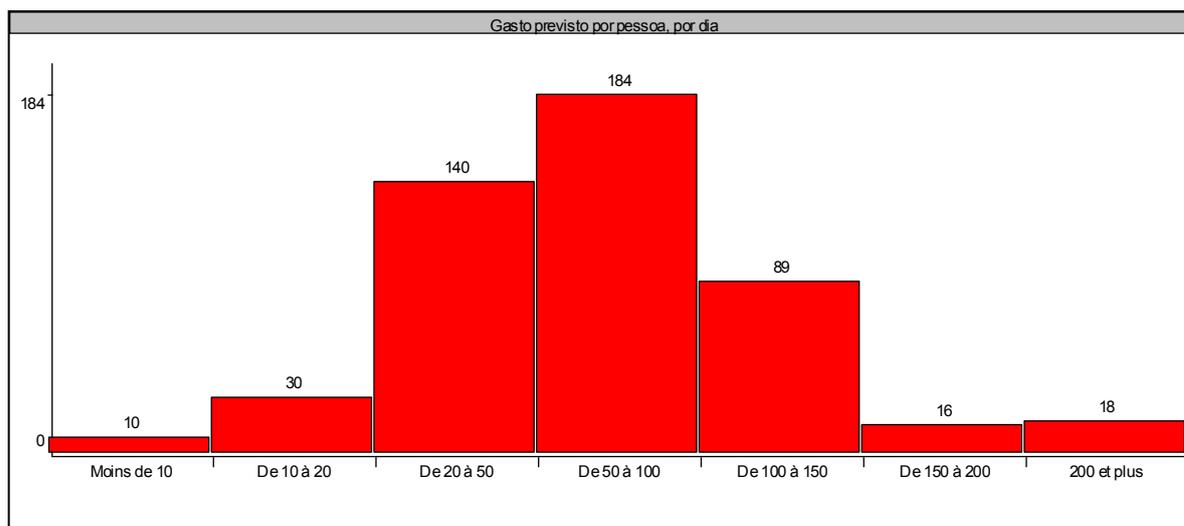


Figura 18 – Gasto por pessoa / Carnaval 2009

### Nível de satisfação com a viagem

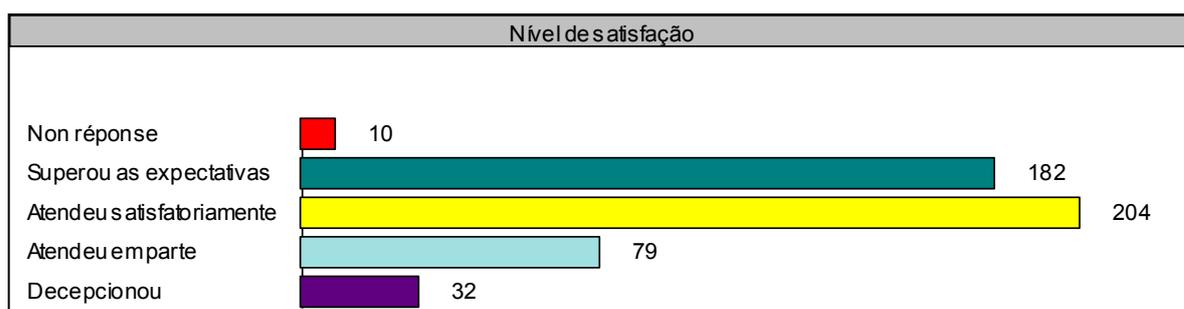


Figura 19 – Satisfação com a viagem / Carnaval 2009

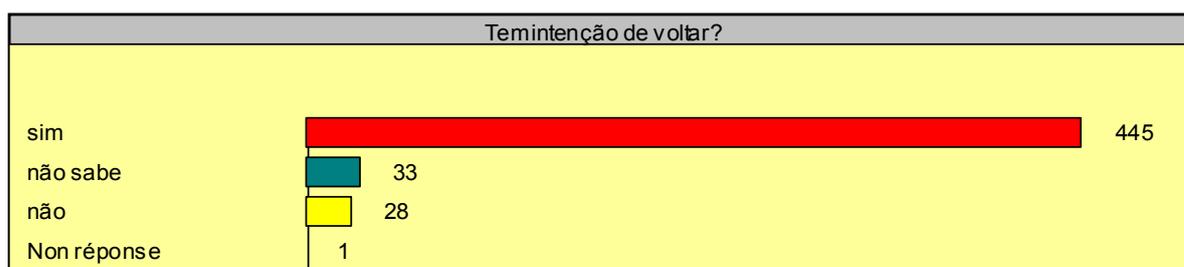


Figura 20 – Tem intenção de voltar / Carnaval 2009

## Motivo de decepção

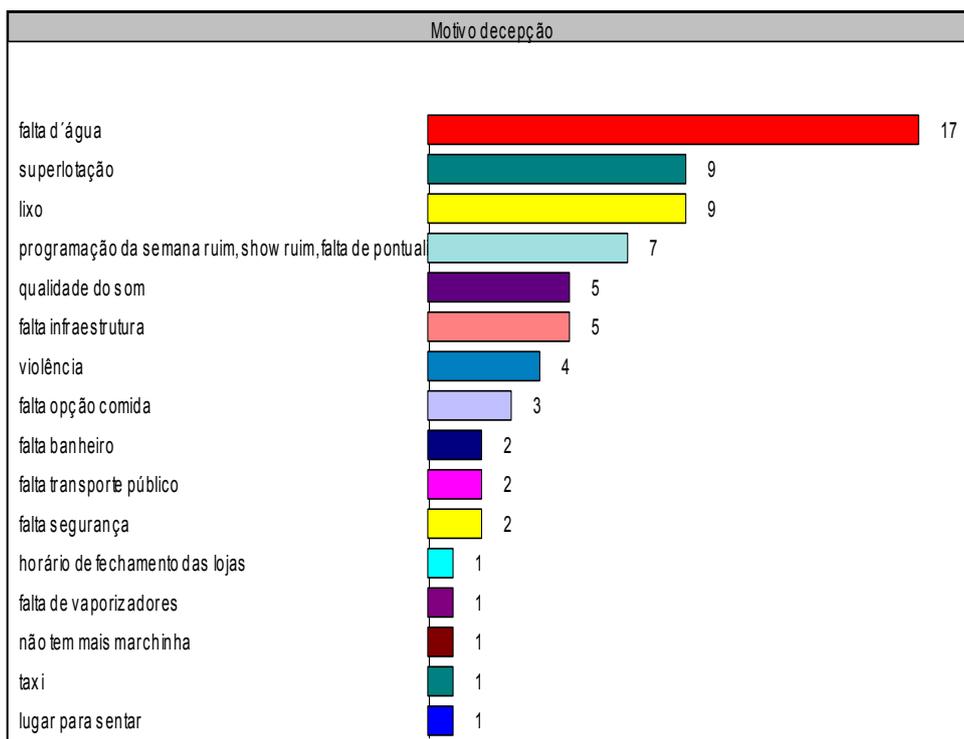


Figura 21 – Motivo de decepção / Carnaval 2009

## Avaliação dos serviços

### Segurança

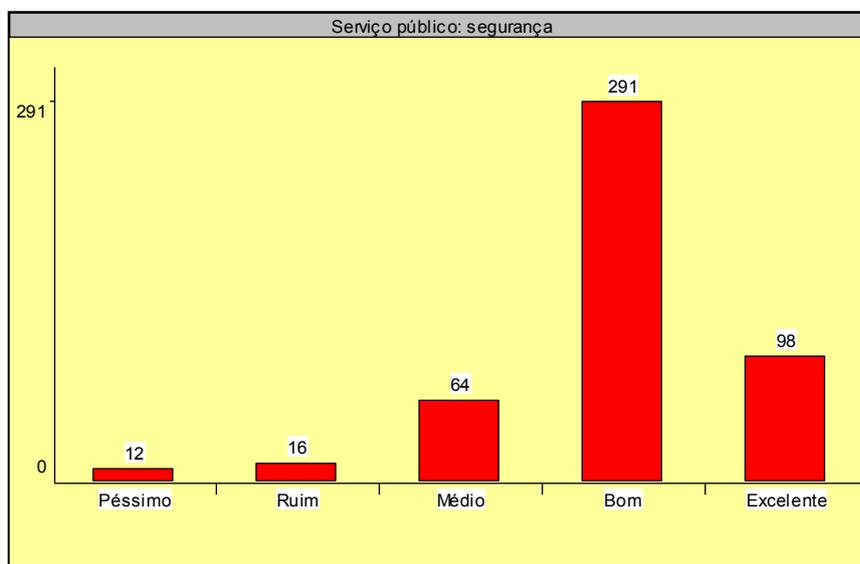


Figura 22 – Avaliação da segurança pública / Carnaval 2009

## Serviço de Limpeza

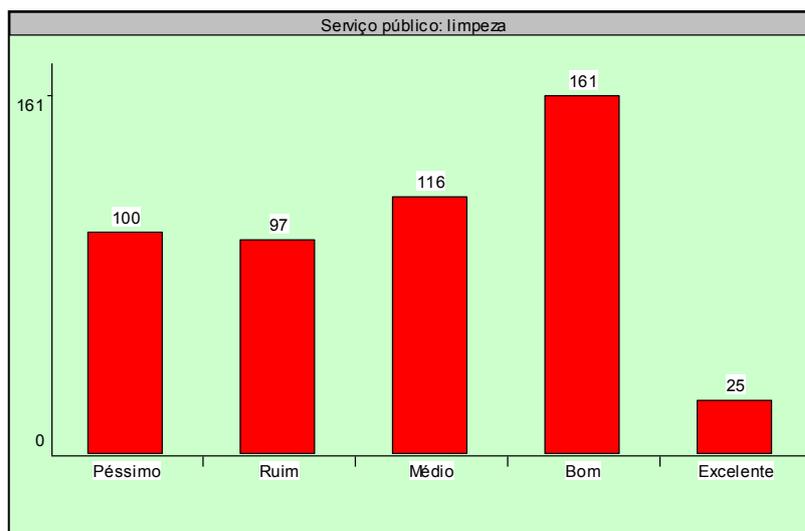


Figura 23 – Avaliação da limpeza / Carnaval 2009

## Atendimento Médico

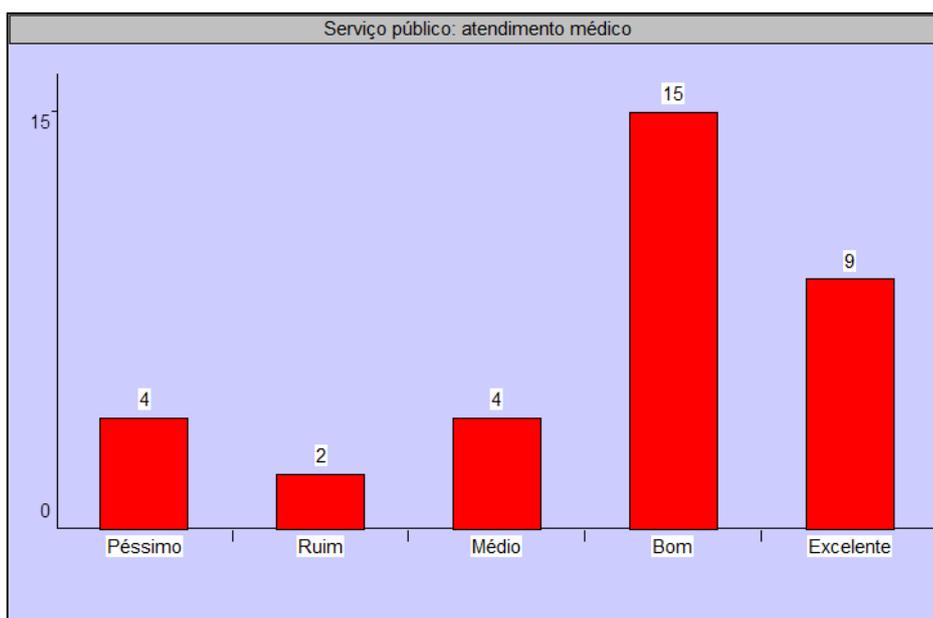


Figura 24 – Avaliação do atendimento médico / Carnaval 2009

## Avaliação de Serviços de Hospedagem e Alimentação

A pesquisa contemplou avaliação de serviços de hospedagem e alimentação em relação a higiene e limpeza, qualidade e preço e atendimento. Na média todos os serviços foram

“B ” “ x ”

do cliente em relação aos serviços oferecidos pela cidade é elevado.

## Pesquisa com a população em 2009

### Idade dos participantes

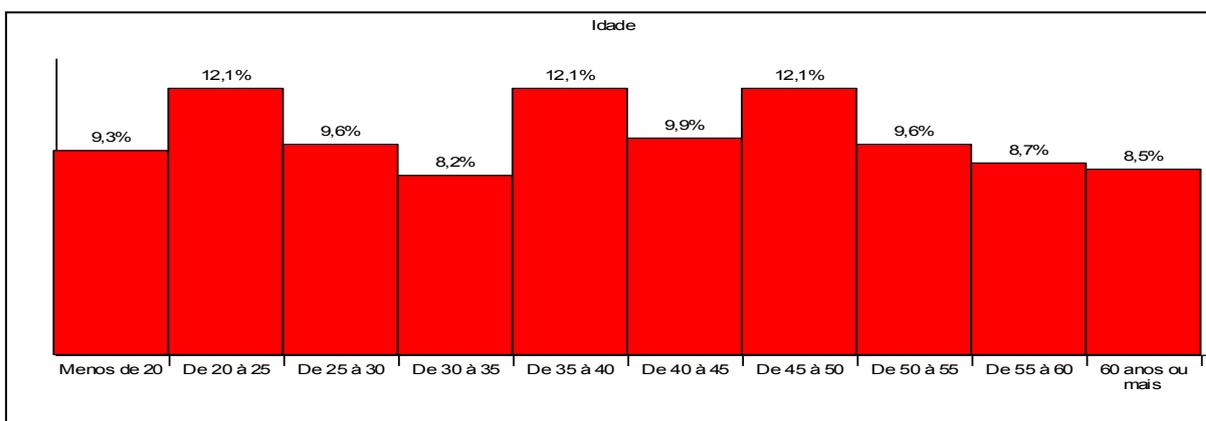


Figura 25 – Idade dos participantes da pesquisa com a população / Consulta pública 2009

### Escolaridade dos participantes

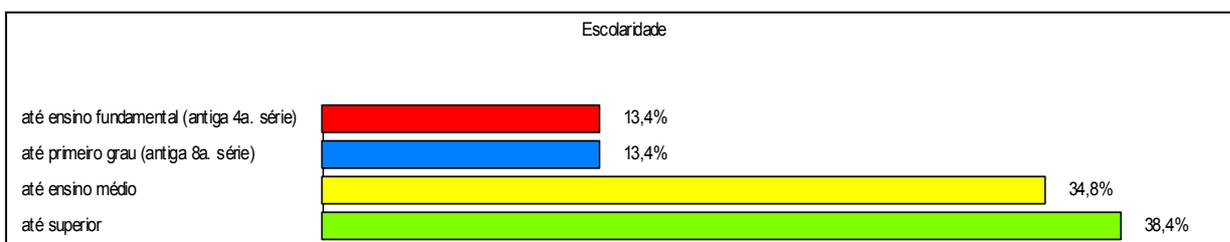


Figura 26 – Escolaridade dos participantes da pesquisa com a população / 2009

### Exerceu atividade durante o carnaval

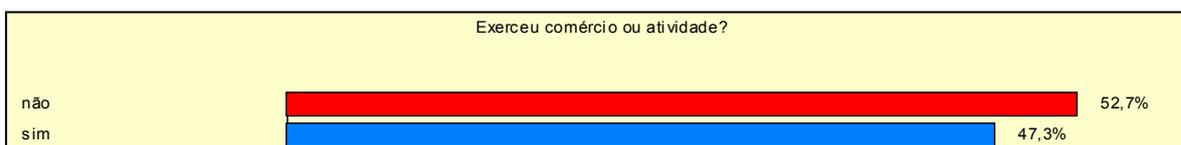


Figura 27 – Exerceu atividade econômica durante o carnaval / Consulta pública 2009

### Tipo de atividade

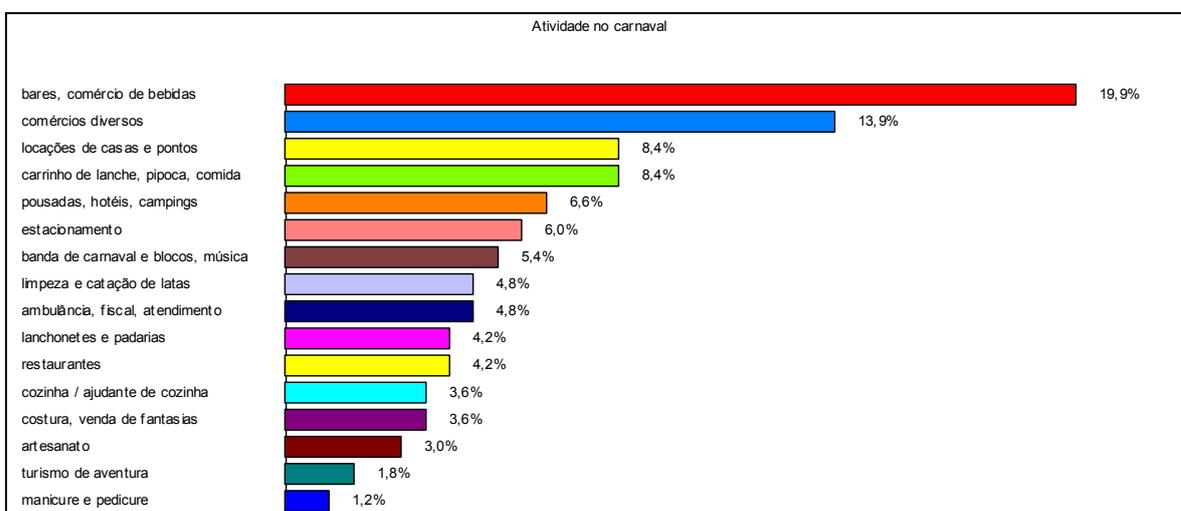


Figura 28 – Tipo de atividade econômica exercida / Consulta pública 2009

## Informações sobre a residência

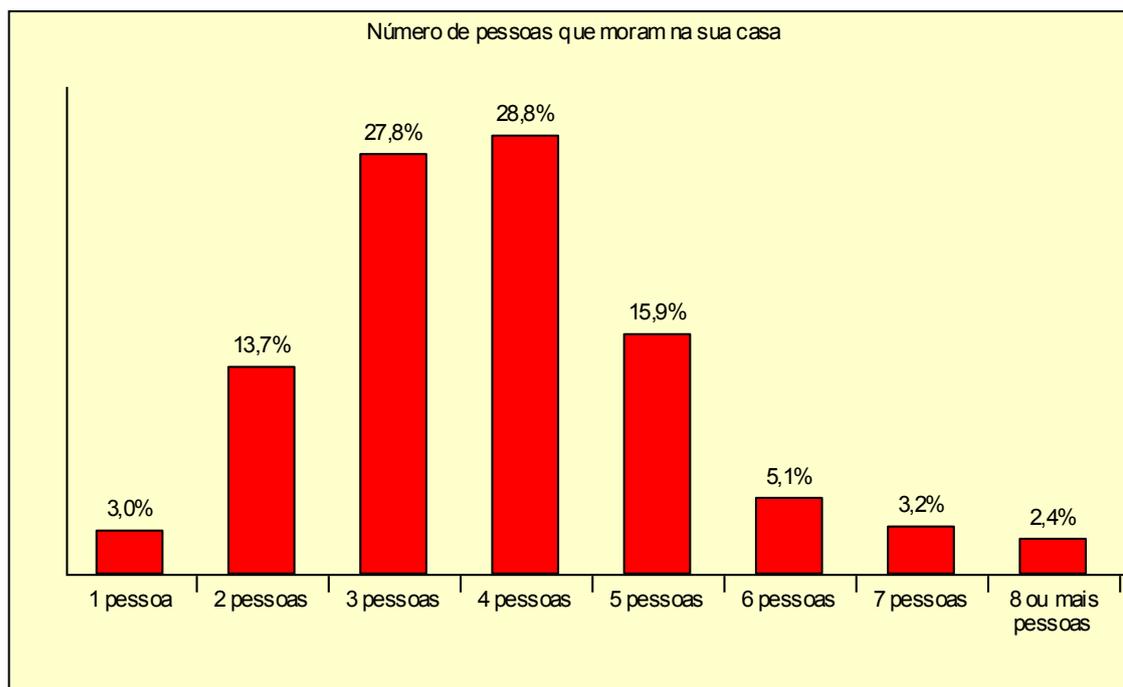


Figura 29 – Número de pessoas que moram na casa / Consulta pública 2009

## Aluga sua casa ou cômodos da sua casa.

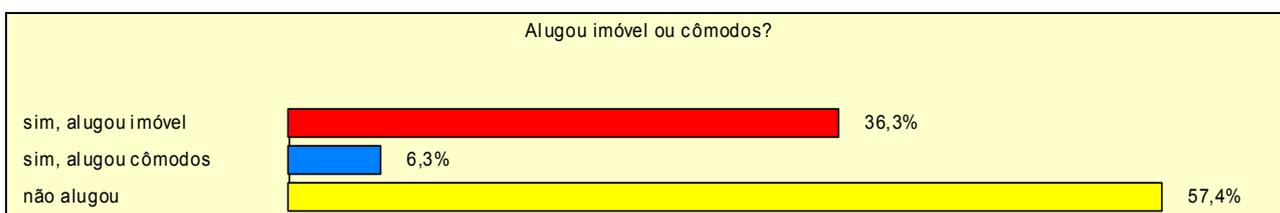


Figura 30 – Alugou ou não seu imóvel no carnaval / Consulta pública 2009

## Opinião Geral

Opinião geral	Nb. cit.	Fréq.
Negativo - houve sujeira, bagunça, desordem, desrespeito	208	55,2%
Aceitável - houve desordem, mas com alegria e vantagens para a cidade	119	31,6%
Positivo - houve alegria e vantagens que superaram em muito as coisas negativas	50	13,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Figura 31 – Opinião geral / Consulta pública 2009

## Transtorno principal

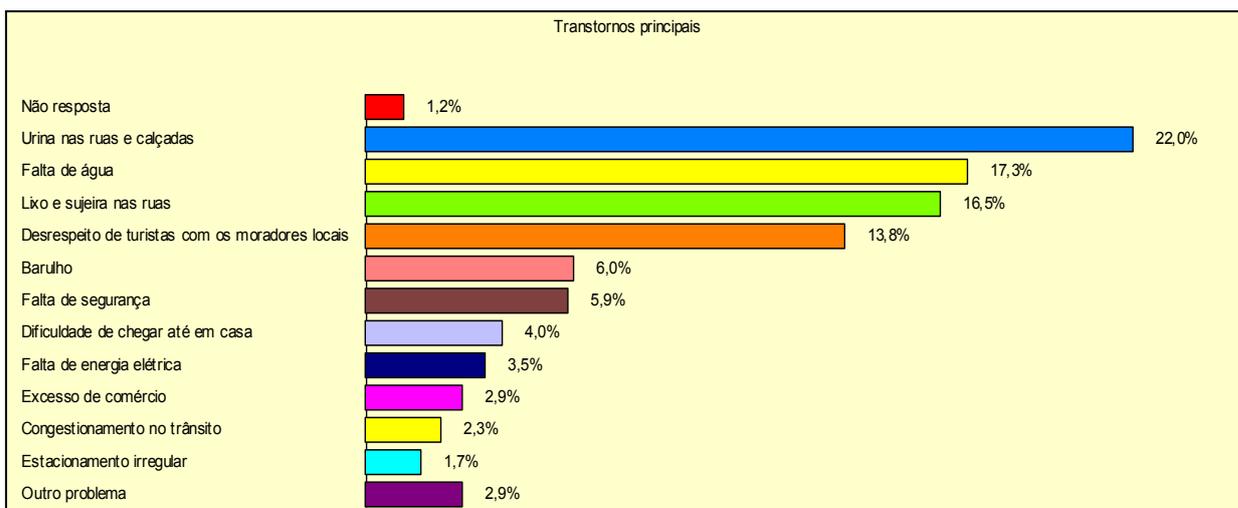


Figura 32 – Principais transtornos / Consulta pública 2009

## Futuro da festa

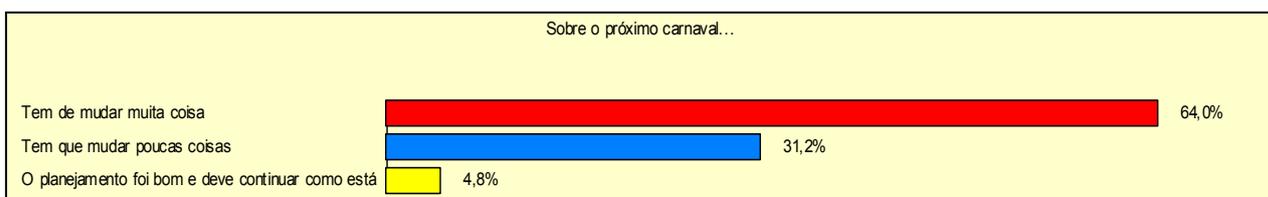


Figura 33 – Como deveria ser o próximo carnaval / Consulta pública 2009

## Possíveis Mudanças

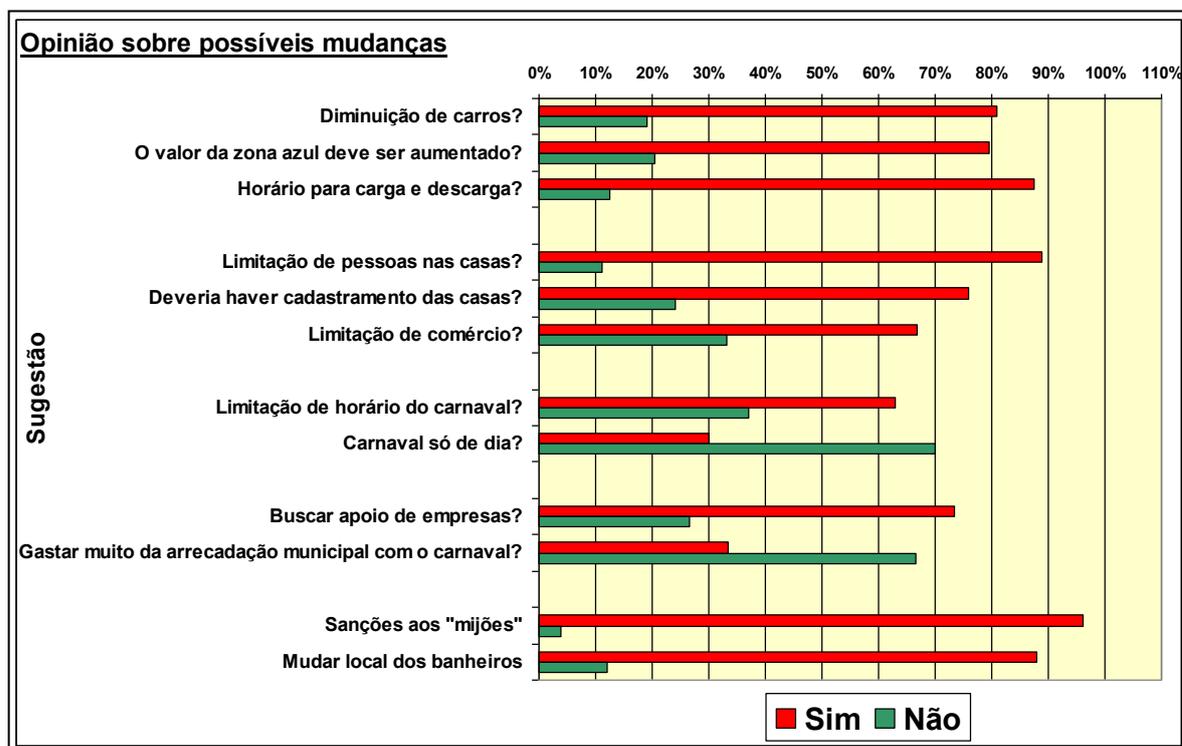


Figura 34 – Possíveis mudanças / Consulta pública 2009

## Carnaval 2011

### Região do visitante

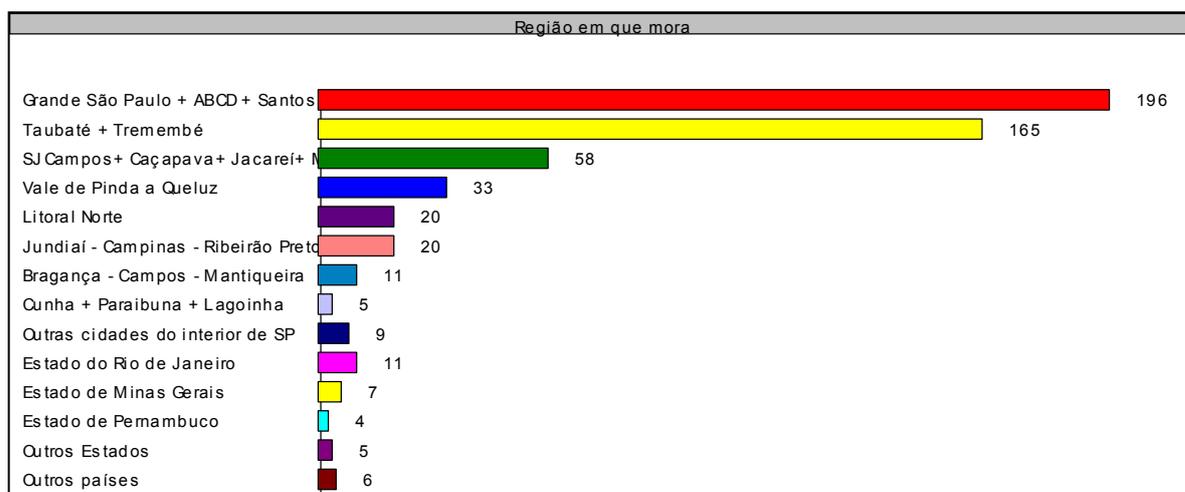


Figura 35 – Região do visitante / Carnaval 2011

### Idade e escolaridade do visitante

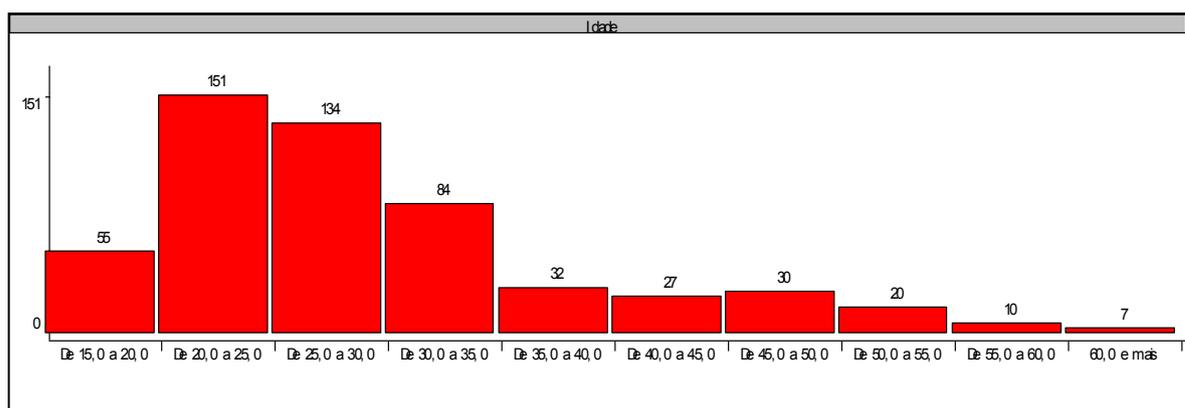


Figura 36 – Idade do visitante / Carnaval 2011

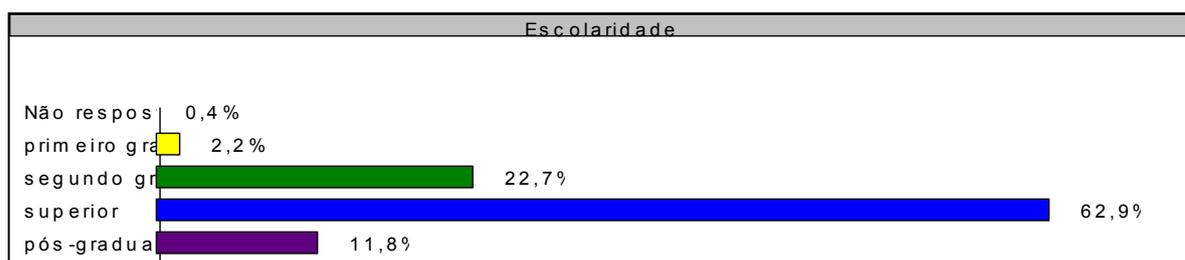


Figura 37 – Escolaridade do visitante / Carnaval 2011

## Ocupação do visitante

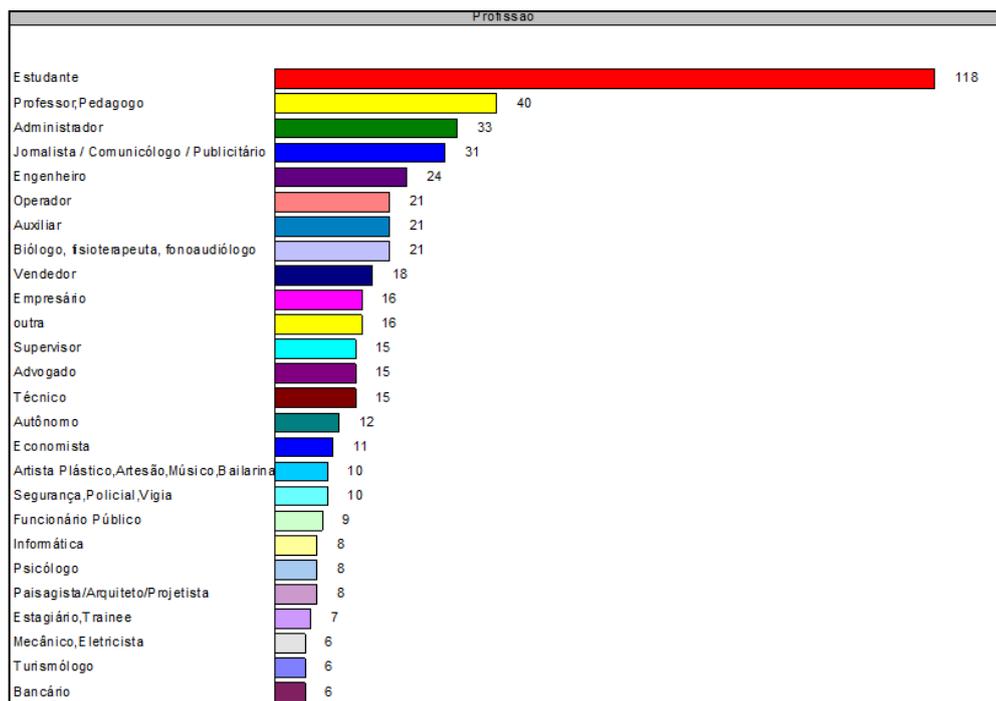


Figura 38 – Ocupação do visitante / Carnaval 2011

## Características da viagem

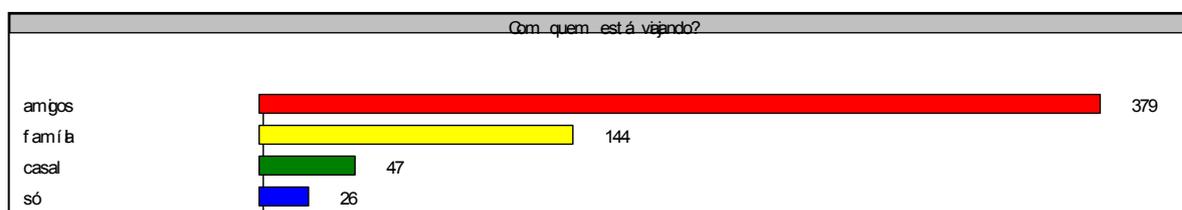


Figura 39 – Com quem está viajando / Carnaval 2011

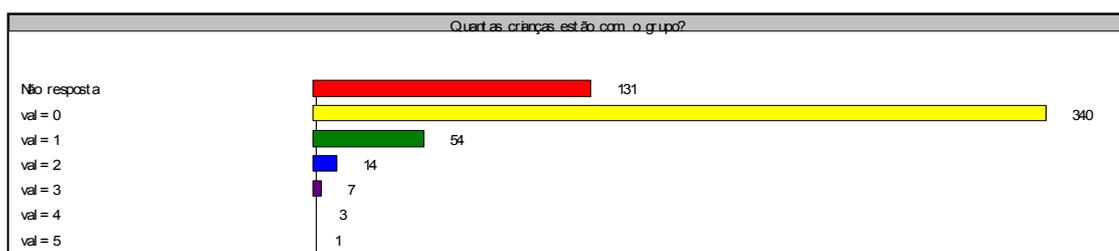


Figura 40 – Crianças no grupo / Carnaval 2011

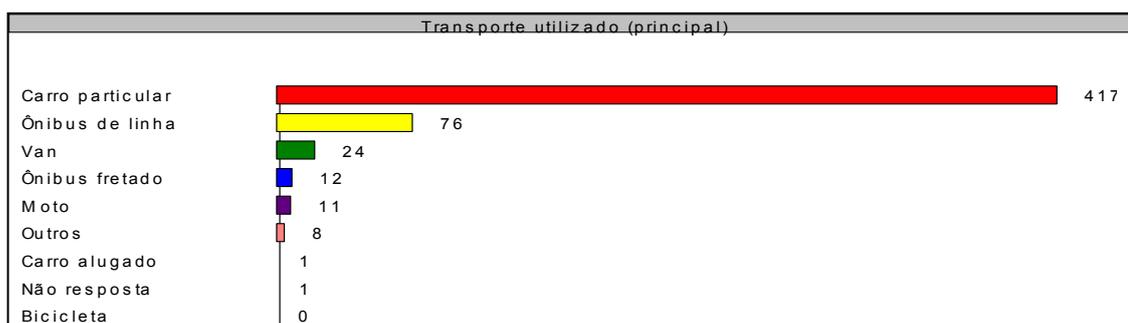


Figura 41 – Transporte utilizado / Carnaval 2011

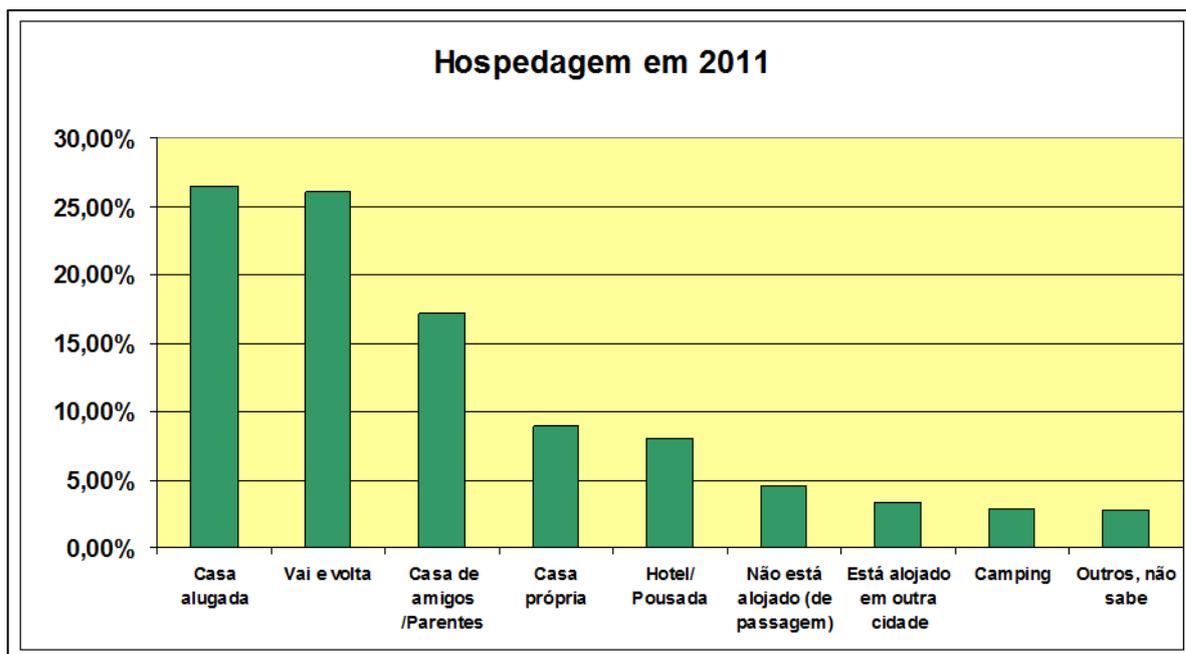


Figura 42 – Tipo de alojamento / Carnaval 2011

### Local das refeições

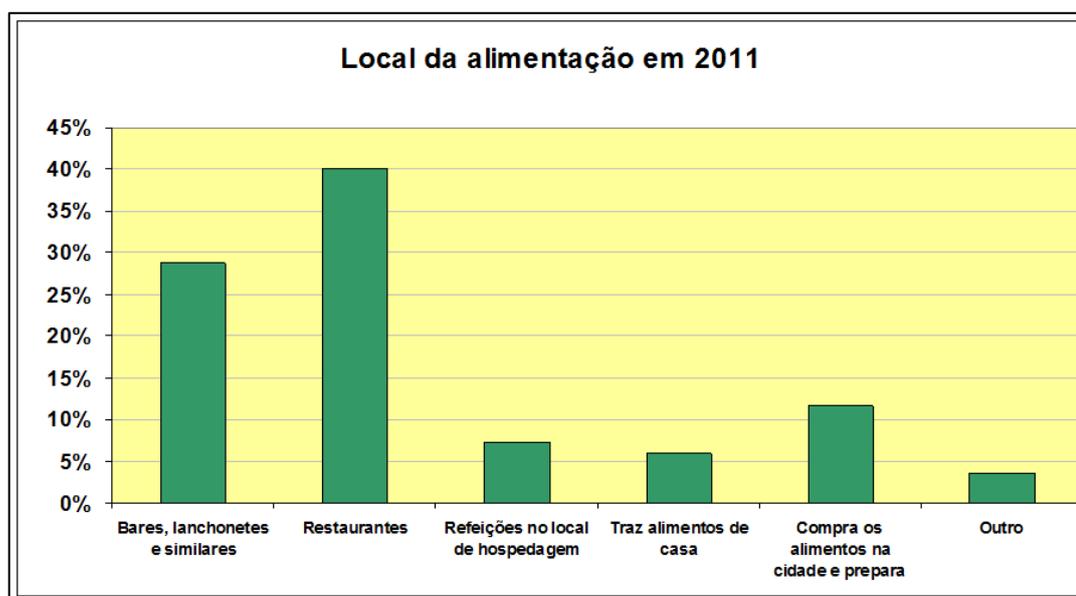


Figura 43 – Local das refeições / Carnaval 2011

### Meio de comunicação

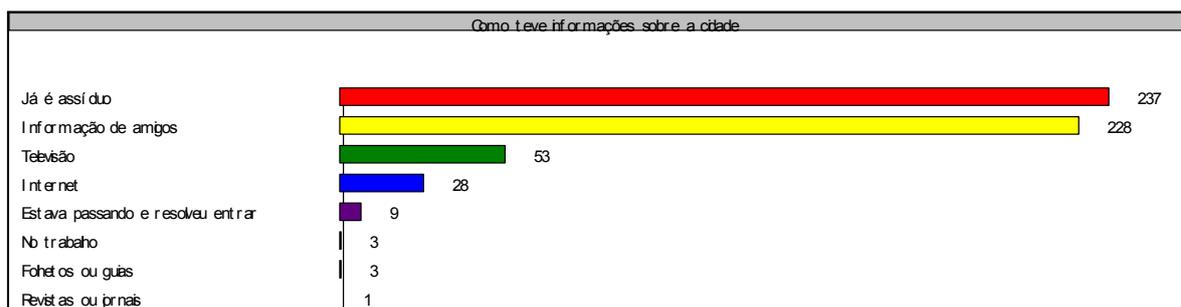


Figura 44 – Meio de comunicação / Carnaval 2011

### Frequência de visitas

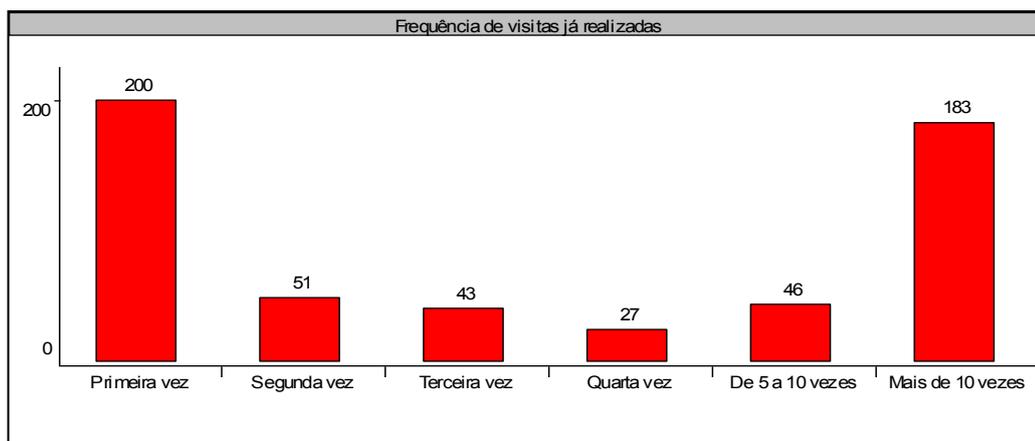


Figura 45 – Frequência de visitas / Carnaval 2011

### Tempo de permanência

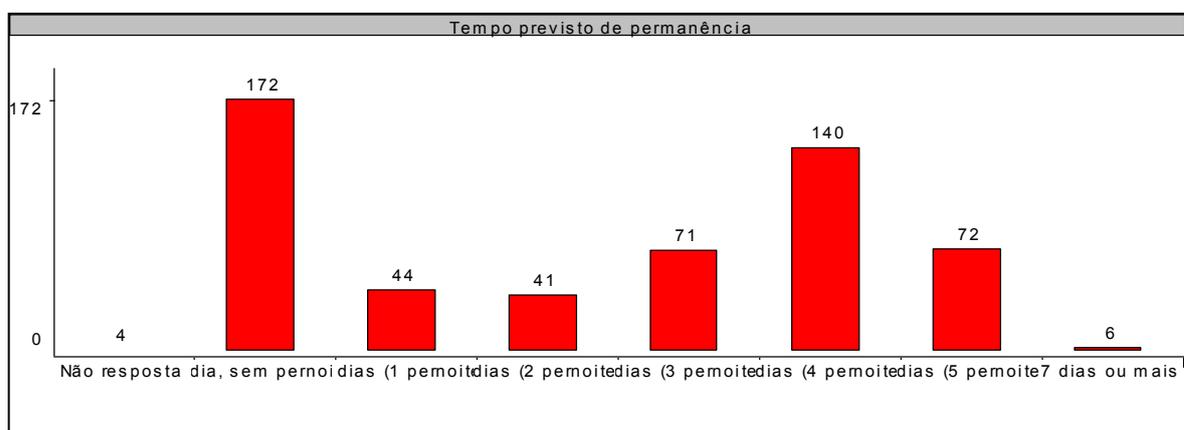


Figura 46 – Tempo de permanência / Carnaval 2011

### Gasto por pessoa

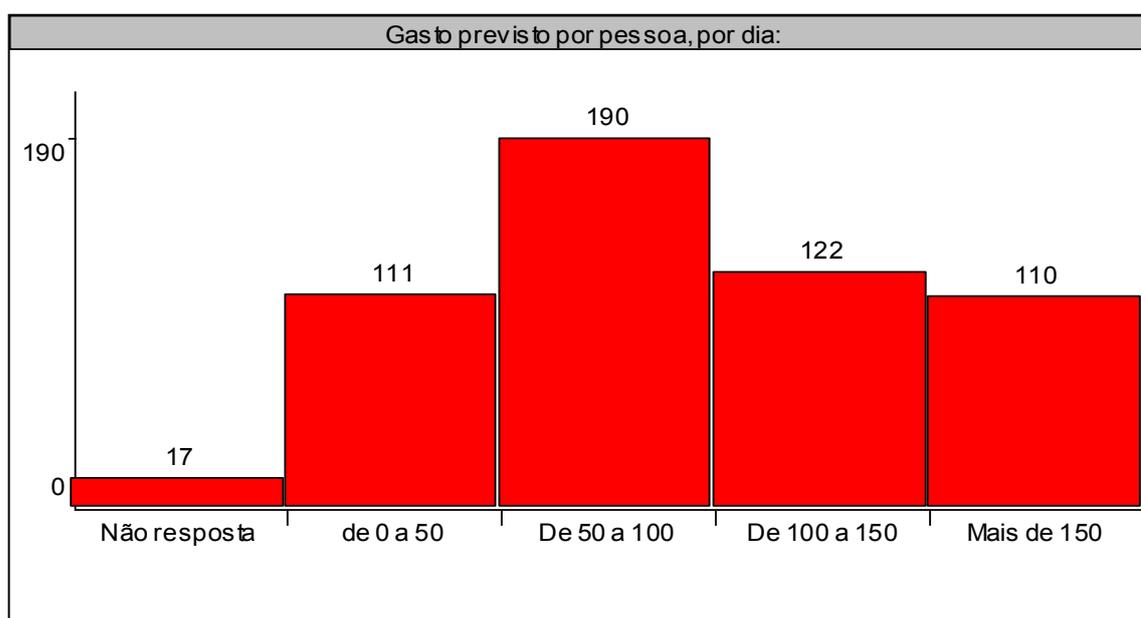


Figura 47 – Gastos por pessoa / Carnaval 2011

## Nível de satisfação com a viagem

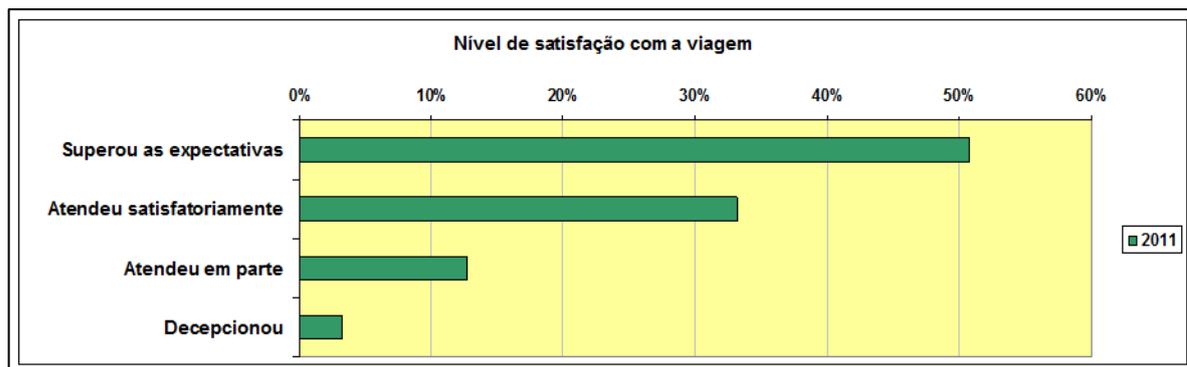


Figura 48 – Satisfação com a viagem / Carnaval 2011

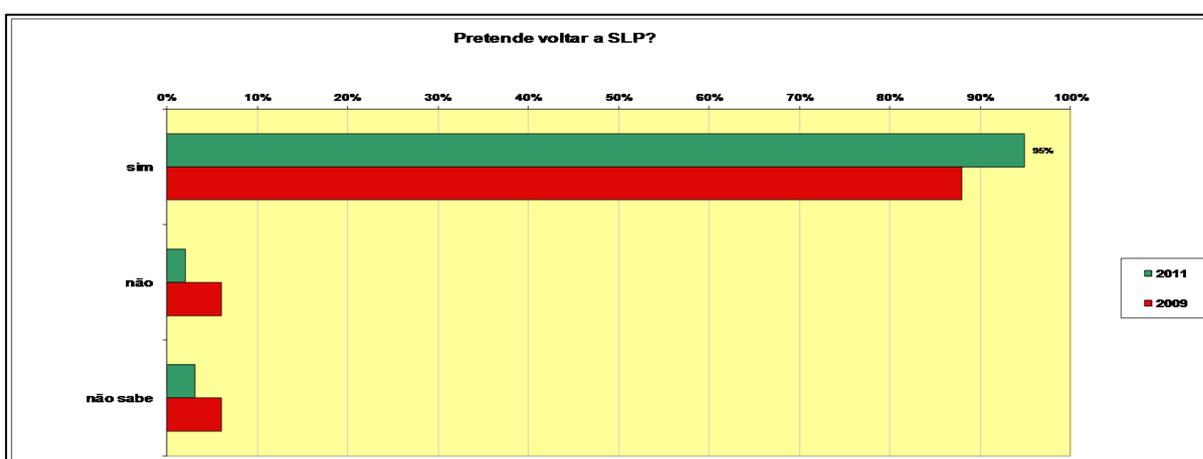


Figura 49 – Tem intenção de voltar / Carnaval 2011

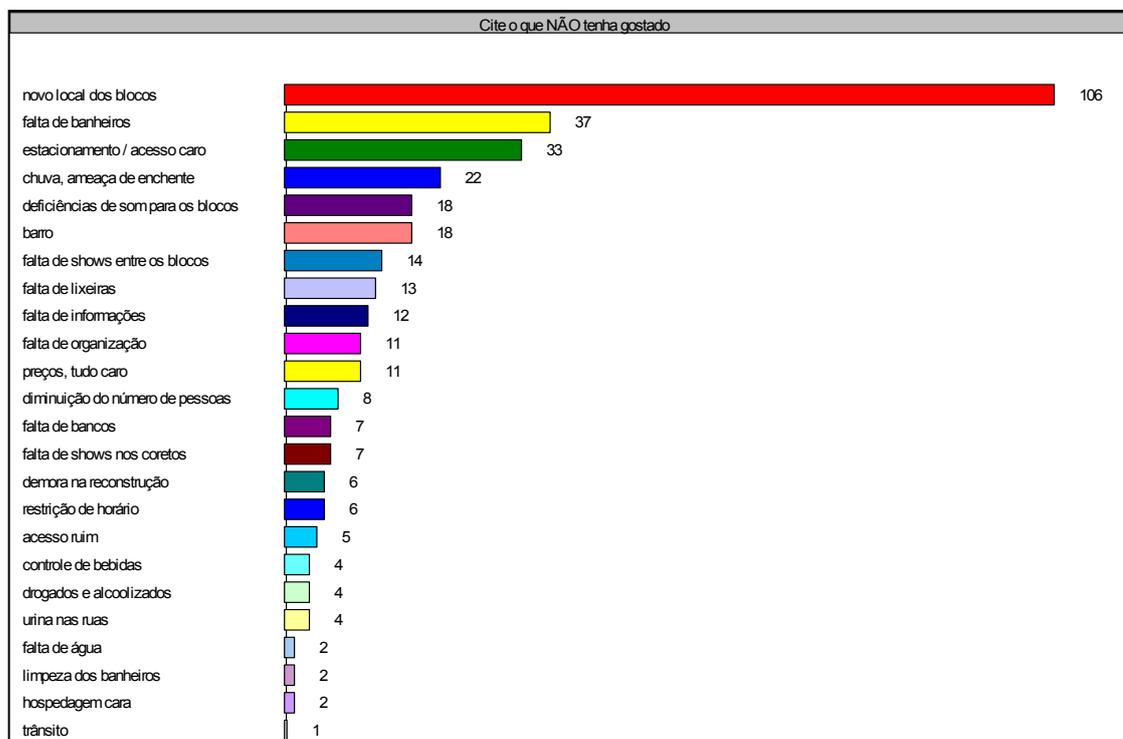


Figura 50 – Motivo de decepção / Carnaval 2011

## Avaliação dos serviços

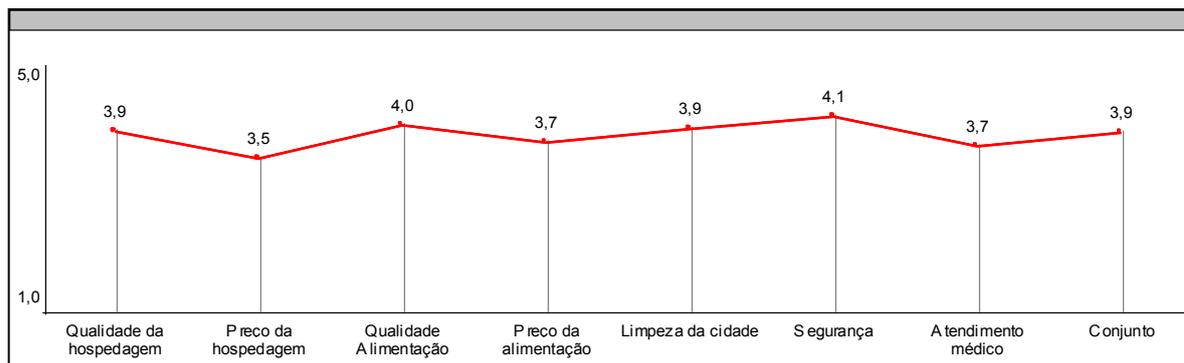


Figura 51– Avaliação dos serviços / Carnaval 2009

## Carnaval 2012

### Região do Visitante

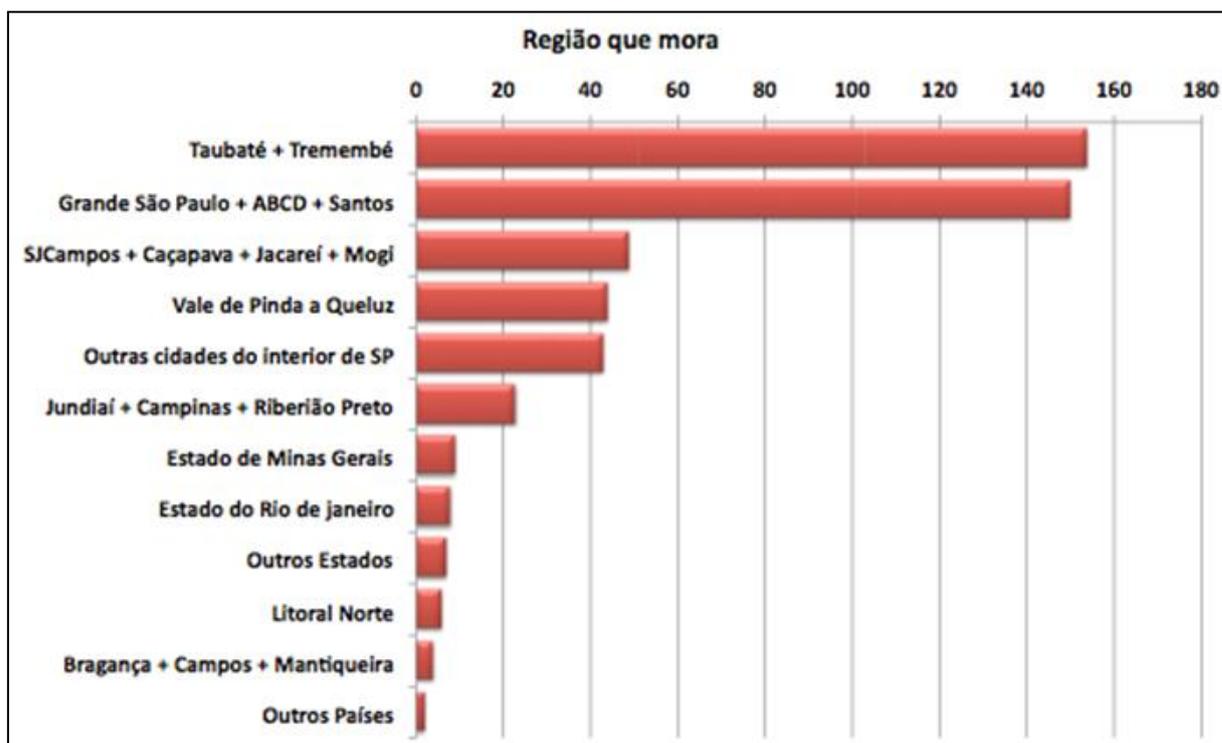


Figura 52 – Região do visitante / Carnaval 2012

### Idade do visitante

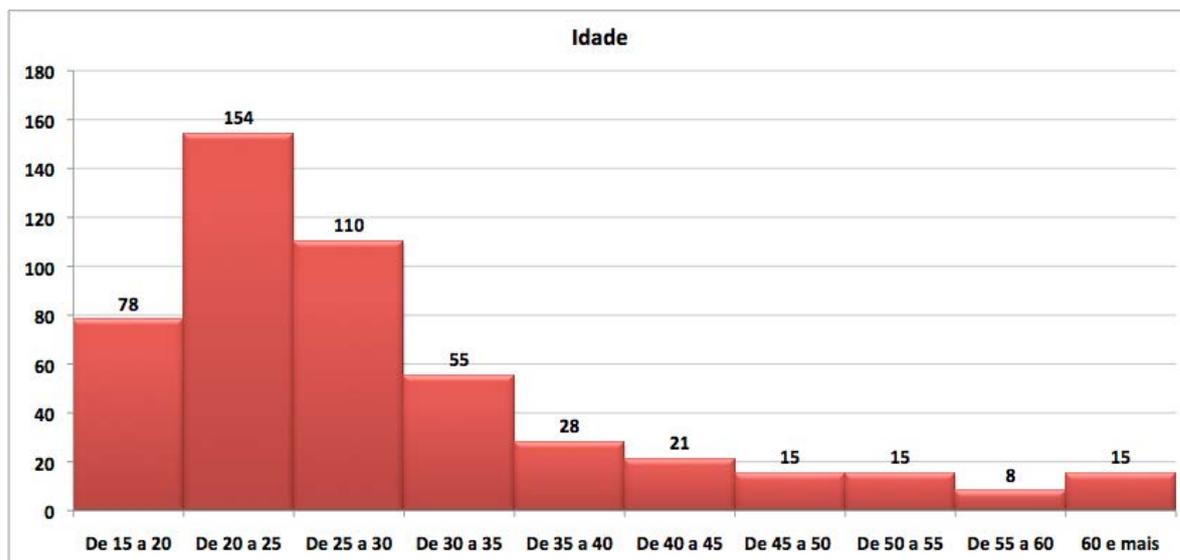


Figura 53 – Idade do visitante / Carnaval 2011

### Escolaridade do visitante

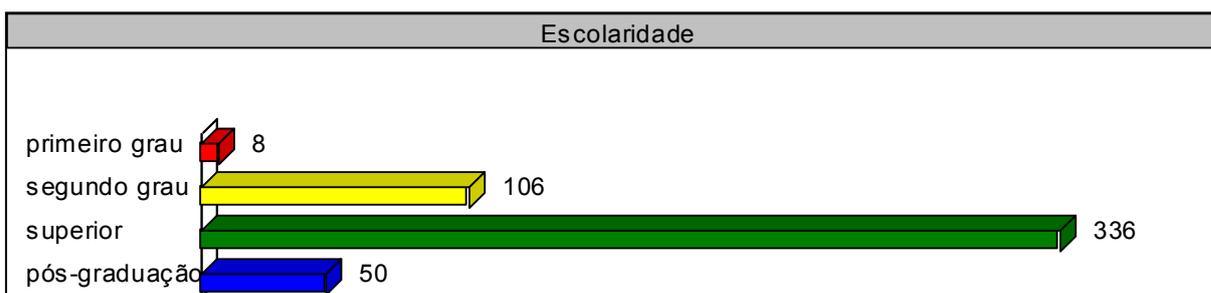


Figura 54 – Escolaridade do visitante / Carnaval 2012

### Ocupação do Visitante

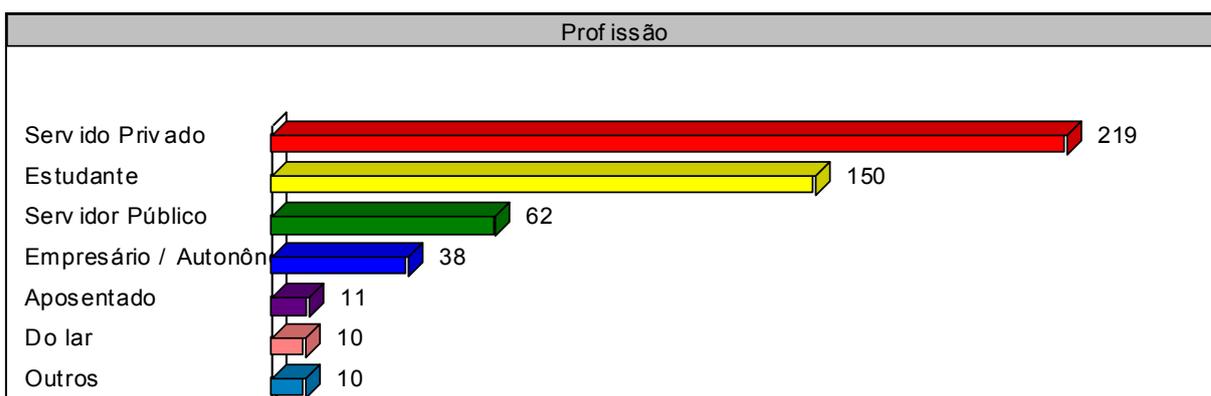


Figura 55 – Ocupação do visitante / Carnaval 2012

## Características da viagem

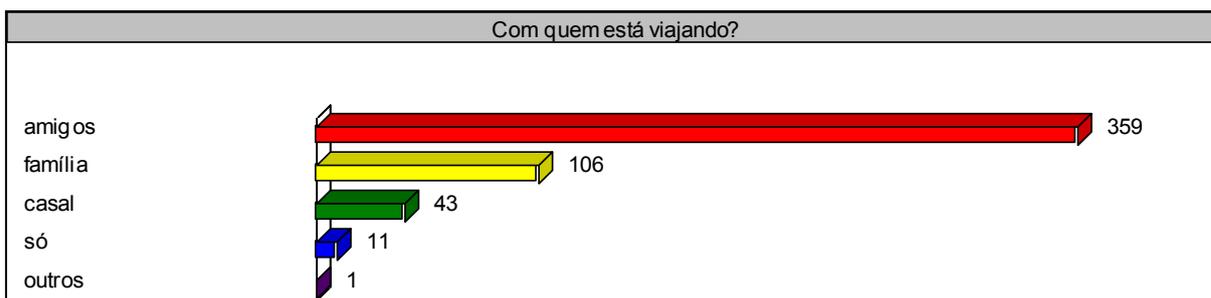


Figura 56 – Com quem está viajando / Carnaval 2012

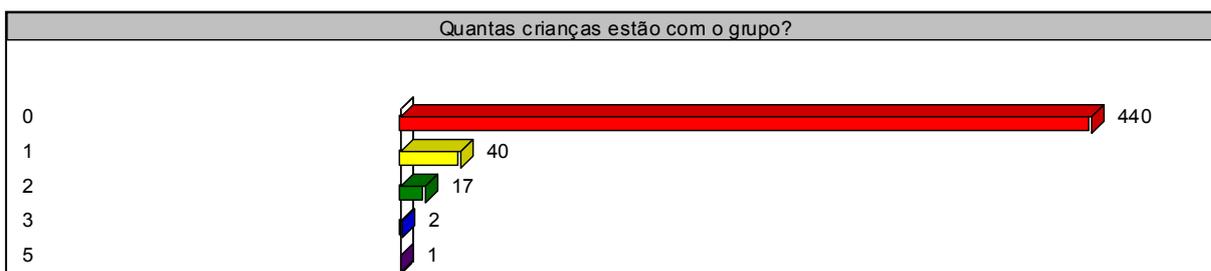


Figura 57 – Crianças no grupo / Carnaval 2012

Transporte utilizado (principal)	Freq.	%
Carro particular	360	72,0%
Van	56	11,2%
Ônibus de linha	52	10,4%
Moto	12	2,4%
Ônibus fretado	9	1,8%
Outros	9	1,8%
Carro alugado	2	0,4%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>500</b>	<b>100%</b>

Figura 58 – Transporte utilizado / Carnaval 2012

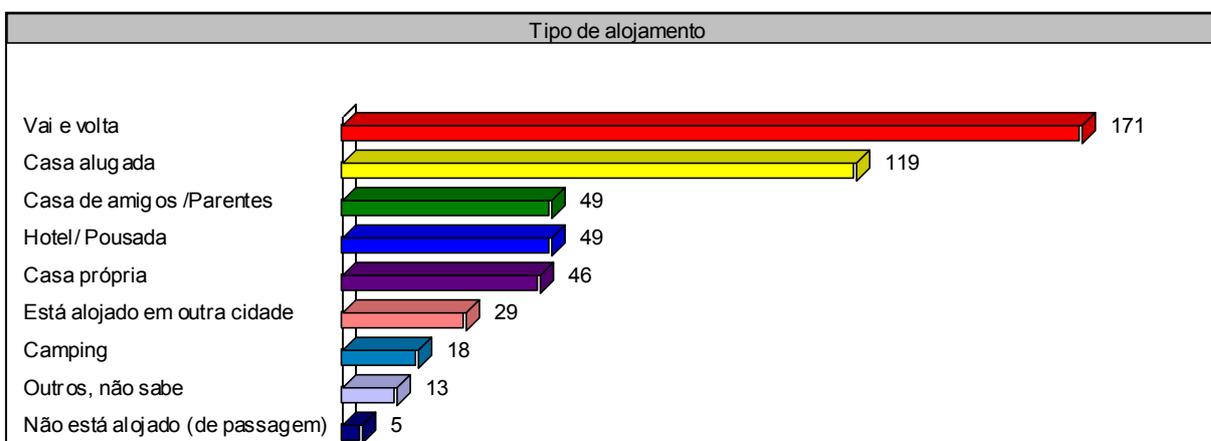


Figura 59 – Tipo de alojamento / Carnaval 2012

## Local das refeições

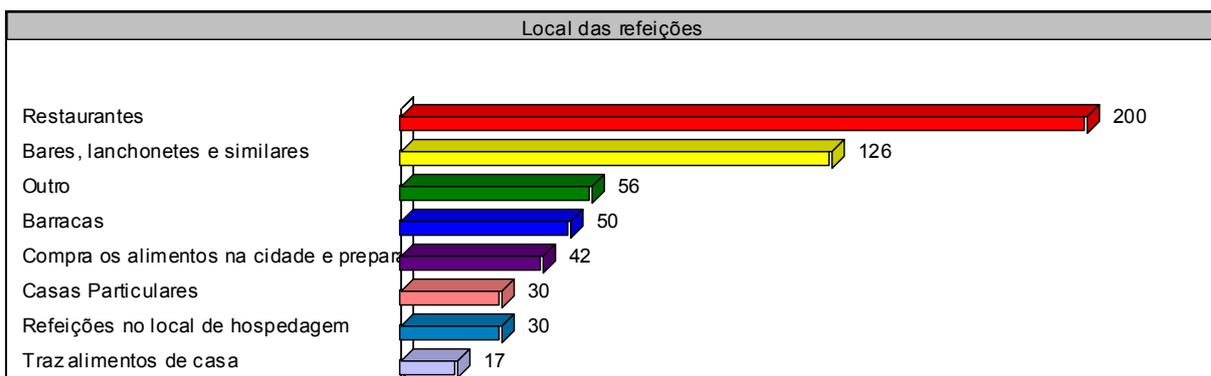


Figura 60 – Local das refeições / Carnaval 2012

## Meio de comunicação



Figura 61 – Meio de comunicação / Carnaval 2012

## Frequência de visitas

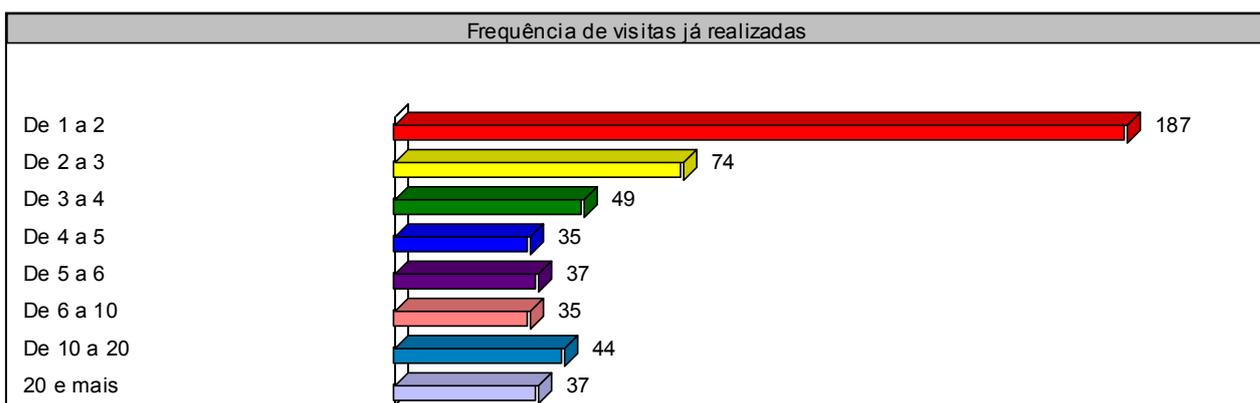


Figura 62– Frequência de visitas / Carnaval 2012

### Tempo de permanência



Figura 63 – Tempo de permanência / Carnaval 2012

### Gasto por pessoa

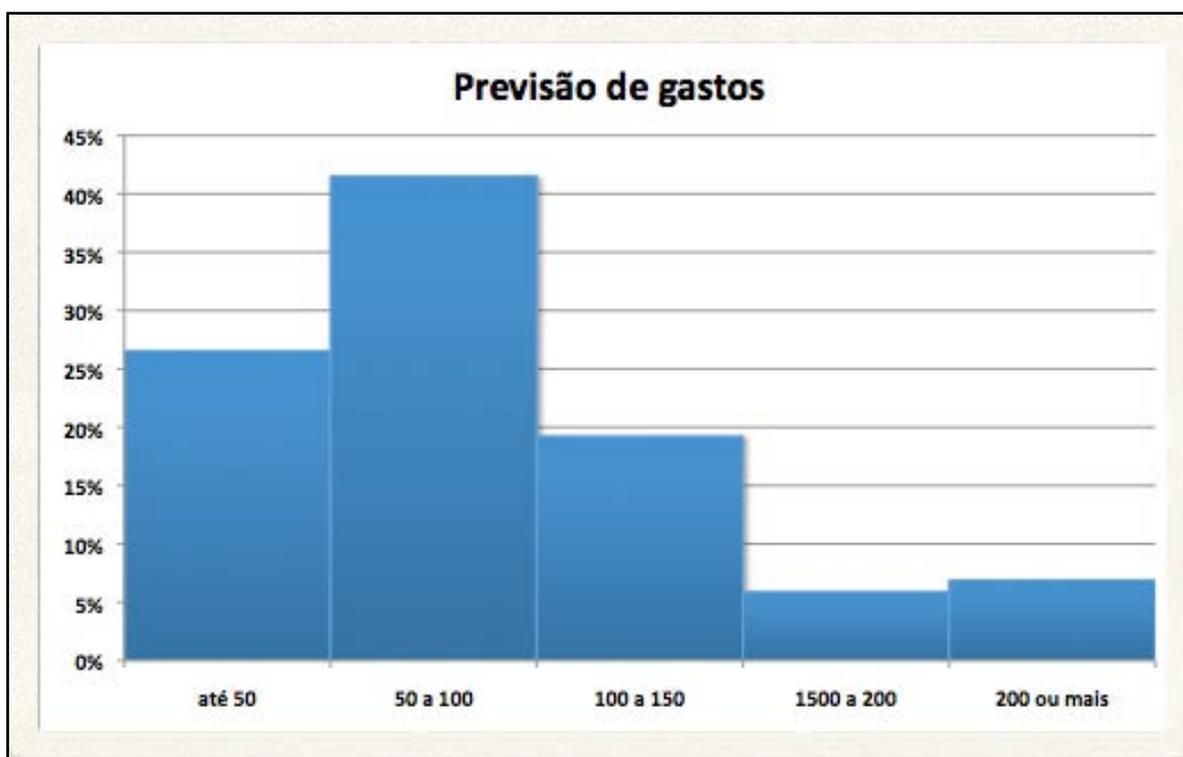


Figura 64 – Gastos por pessoa / Carnaval 2012

## Satisfação com a viagem

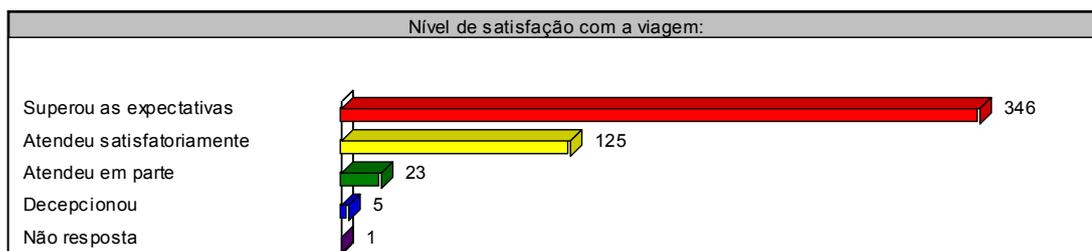


Figura 65 – Satisfação com a viagem / Carnaval 2012

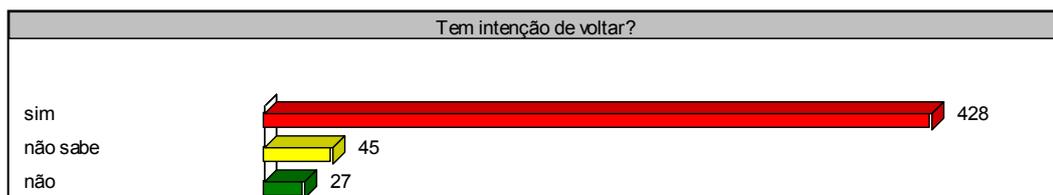


Figura 66 – Tem intenção de voltar / Carnaval 2012

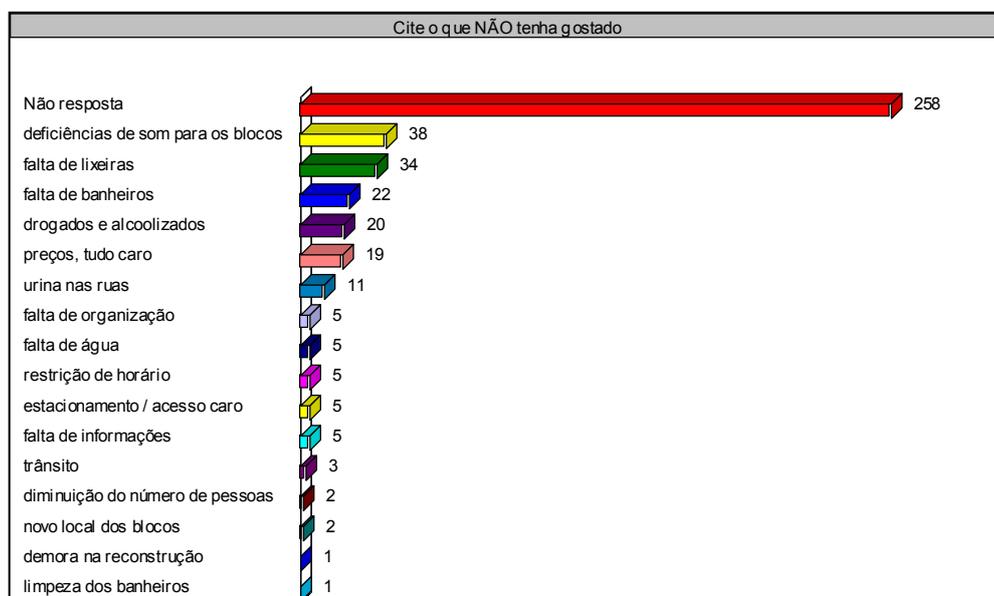


Figura 67 – Motivo de decepção / Carnaval 2012

## Avaliação dos serviços

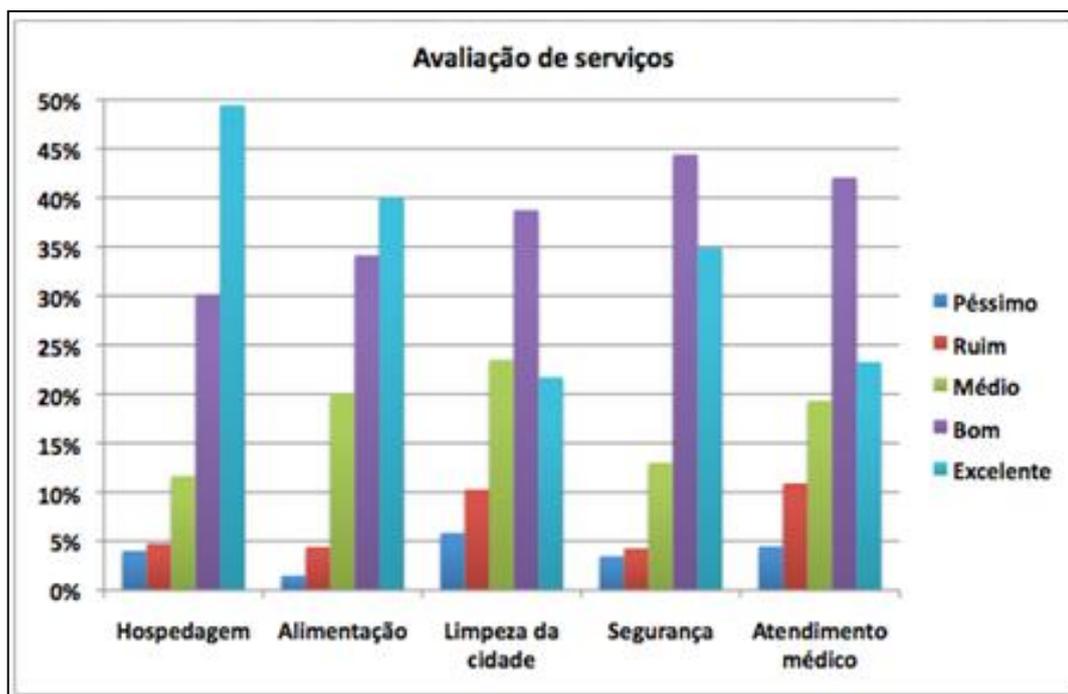


Figura 68 – Avaliação dos serviços / Carnaval 2012

## Festival de Marchinhas 2013

### Região do visitante

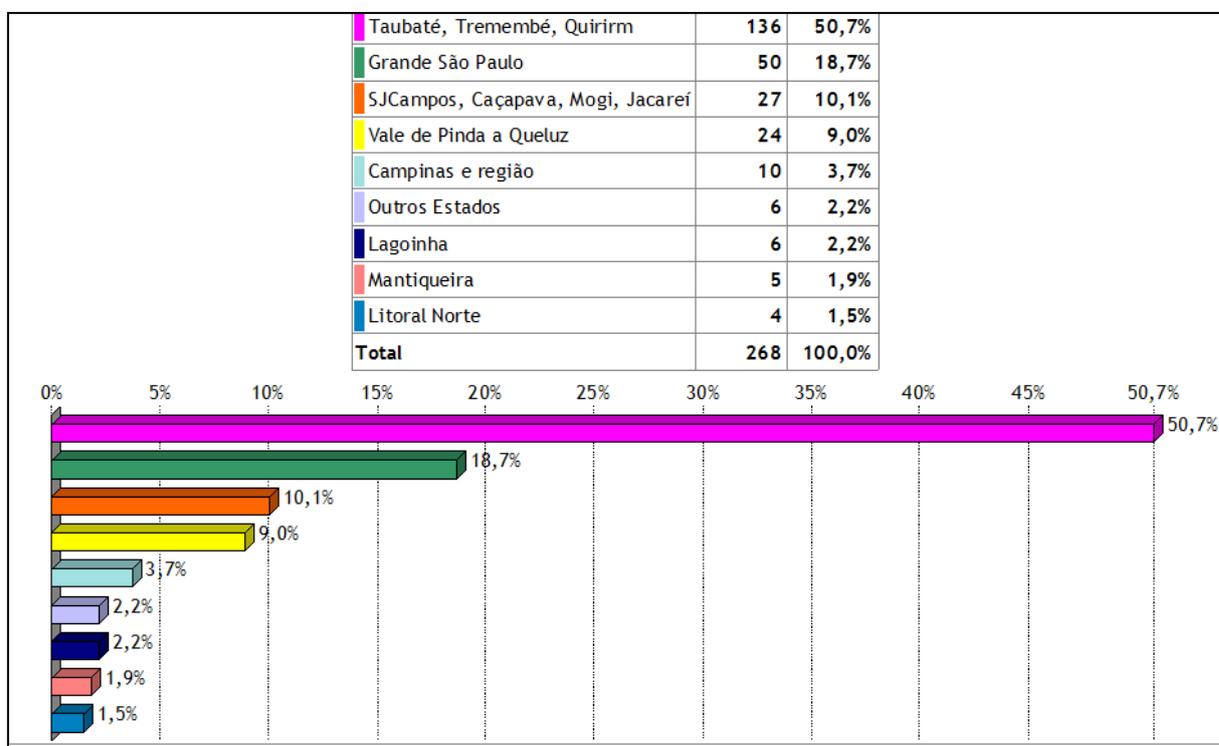


Figura 69 – Região do visitante / Festival de Marchinhas 2013

### Idade do visitante

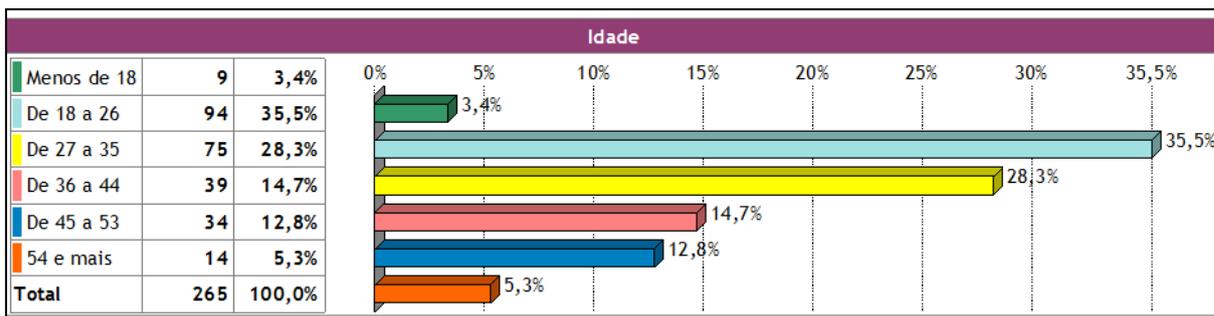


Figura 70 – Idade do visitante / Carnaval de Marchinhas 2013

### Escolaridade do visitante

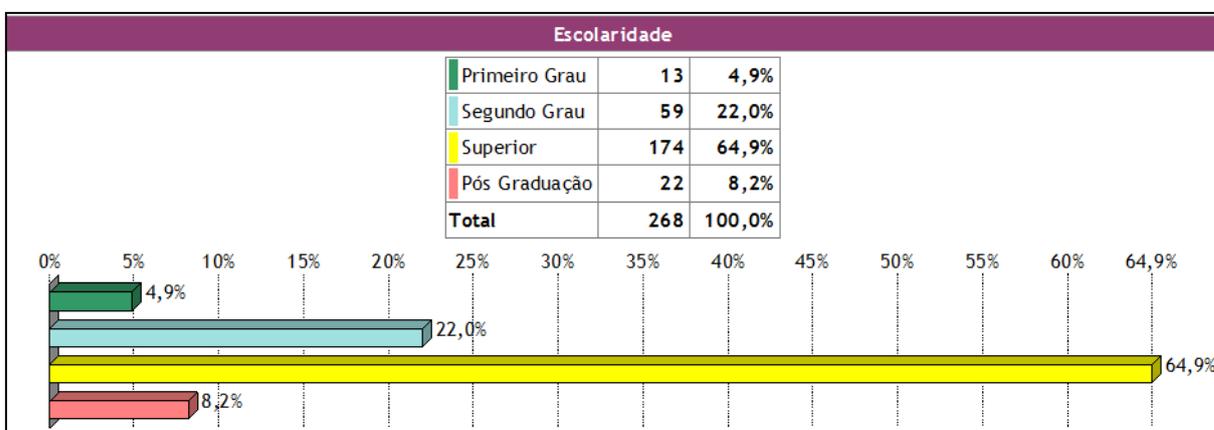


Figura 71 – Escolaridade do visitante / Carnaval 2012

### Ocupação do visitante

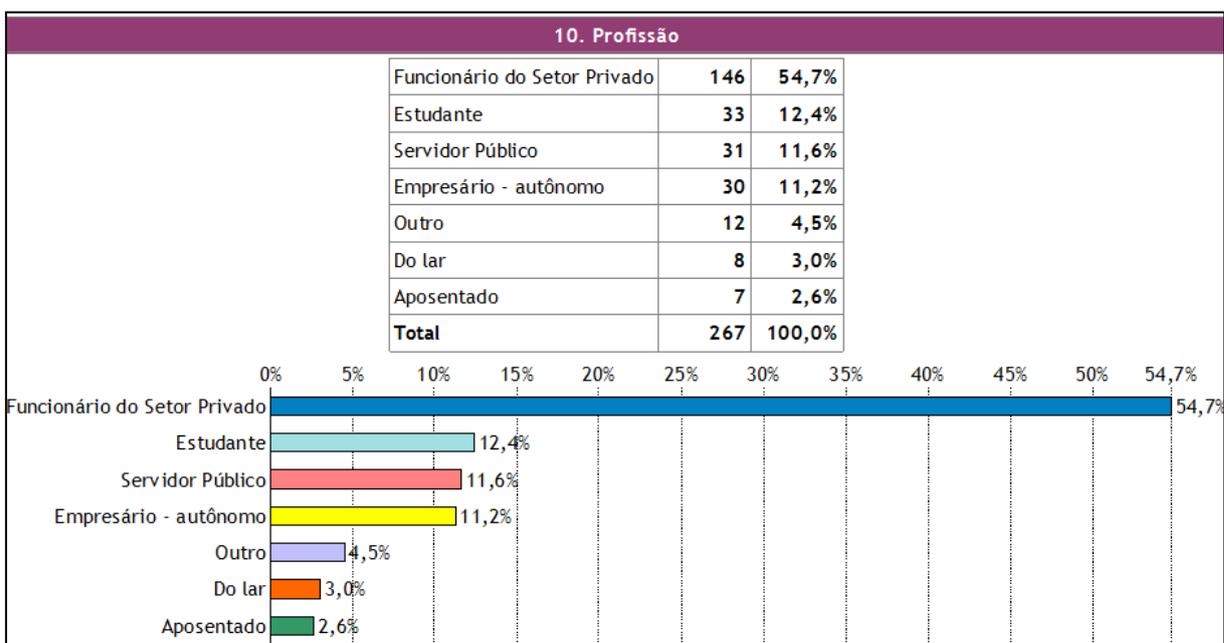


Figura 72 – Ocupação do visitante / Festival de Marchinhas 2013

## Características da viagem

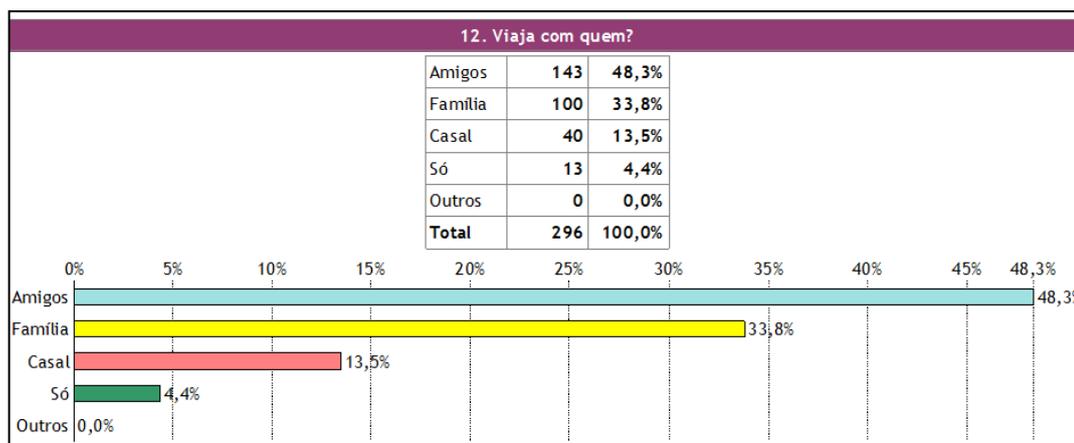


Figura 73 – Com quem está viajando / Festival de Marchinhas 2013

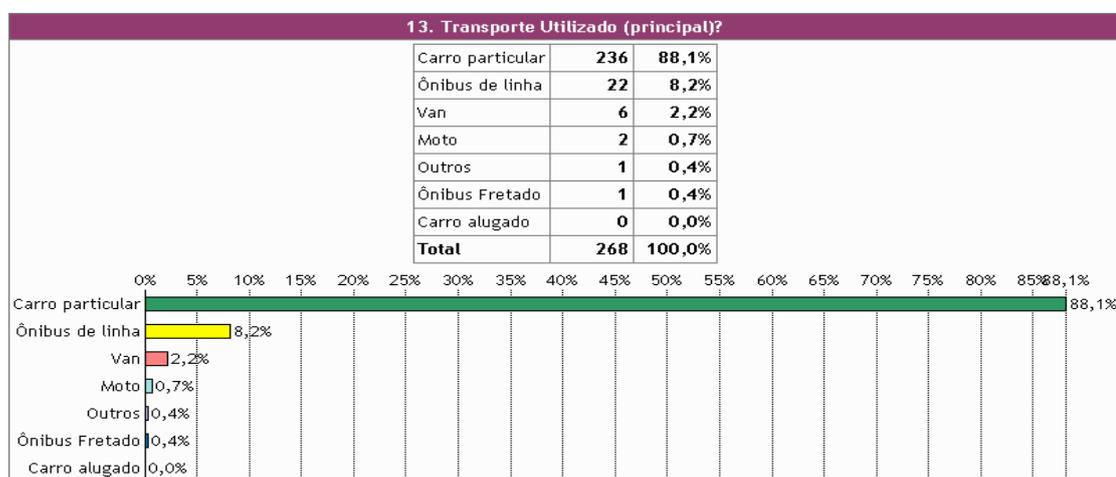


Figura 74 – Transporte utilizado / Festival de Marchinhas 2013

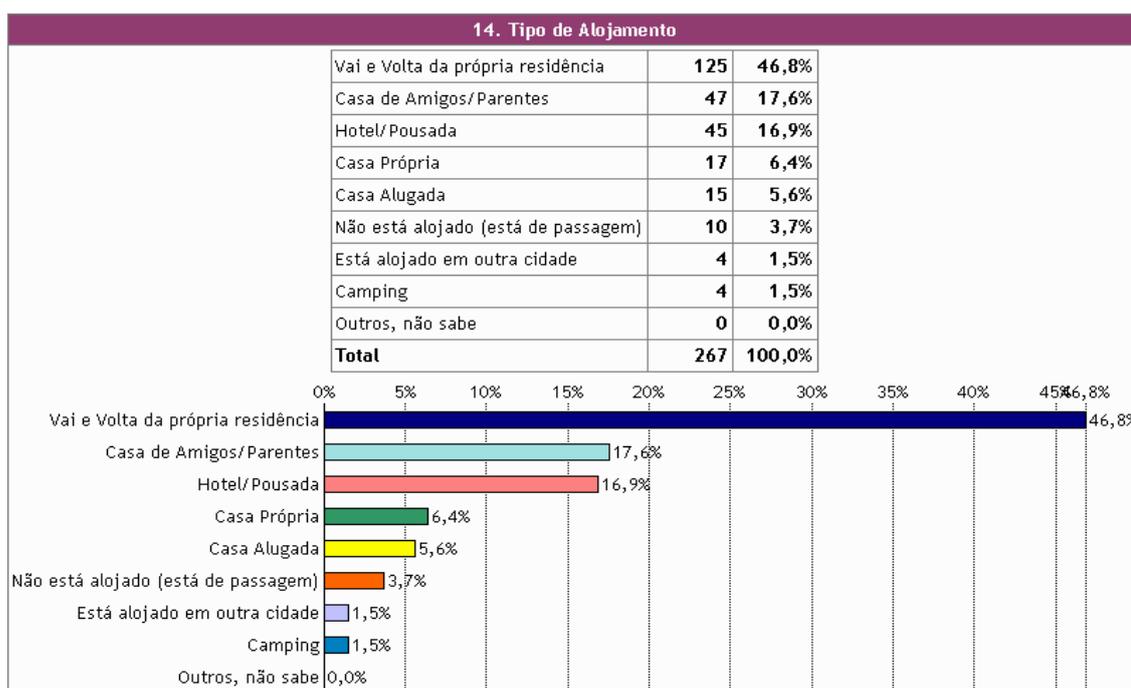


Figura 75 – Tipo de alojamento / Festival de Marchinhas 2013

## Local das refeições

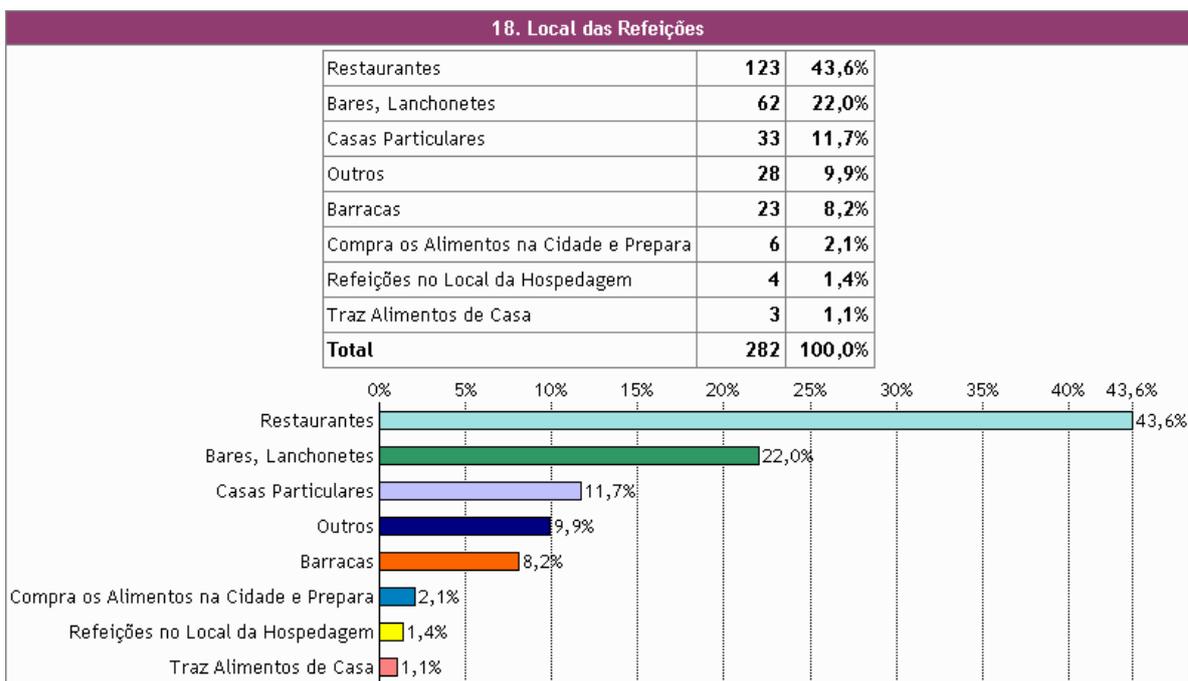


Figura 76 – Local das refeições / Festival de Marchinhas 2013

## Meio de Comunicação / Festival de Marchinhas 2013

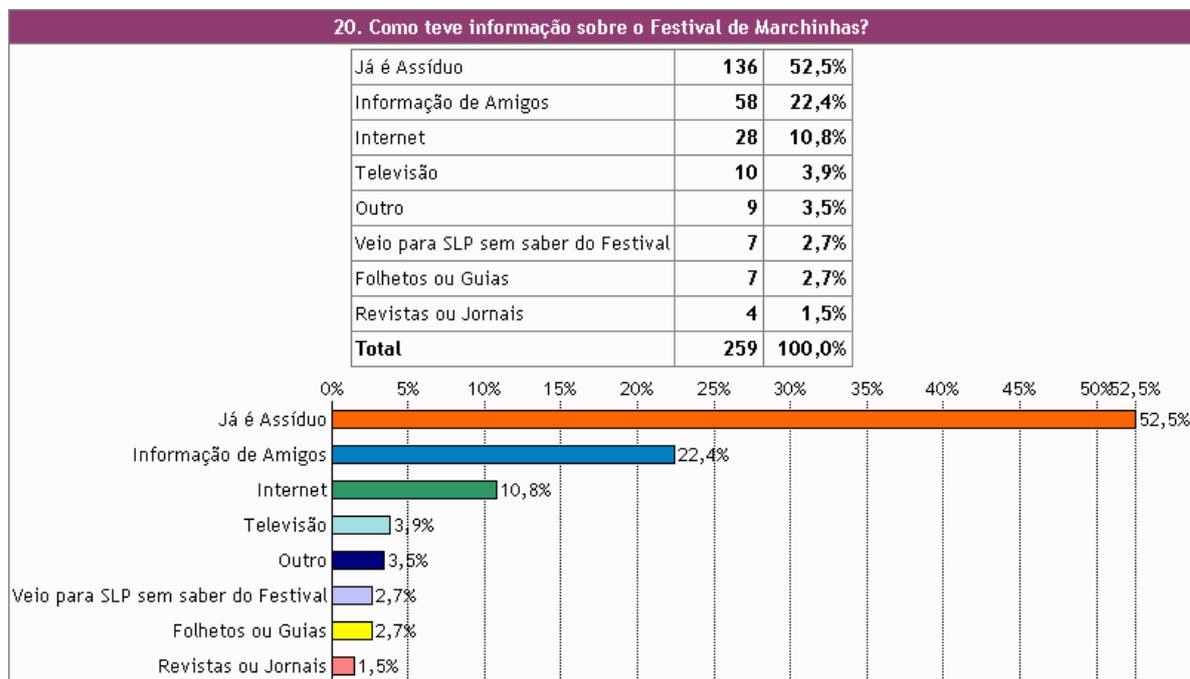


Figura 77 – Meio de comunicação / Festival de Marchinhas 2013

## Frequência de visitas

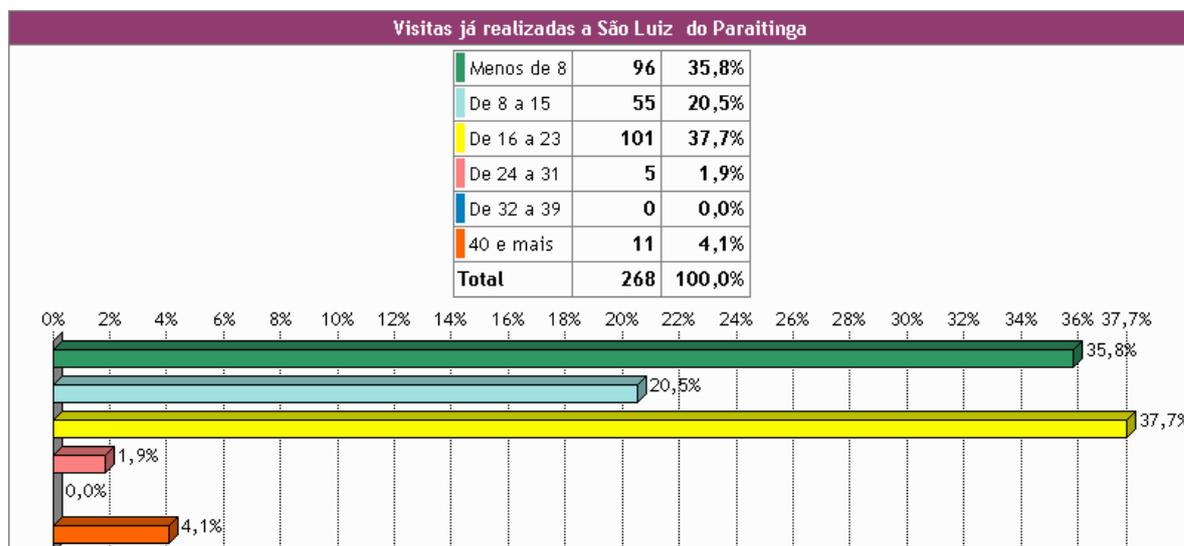


Figura 78– Frequência de visitas / Festival de Marchinhas 2013

## Gasto por pessoa/por dia

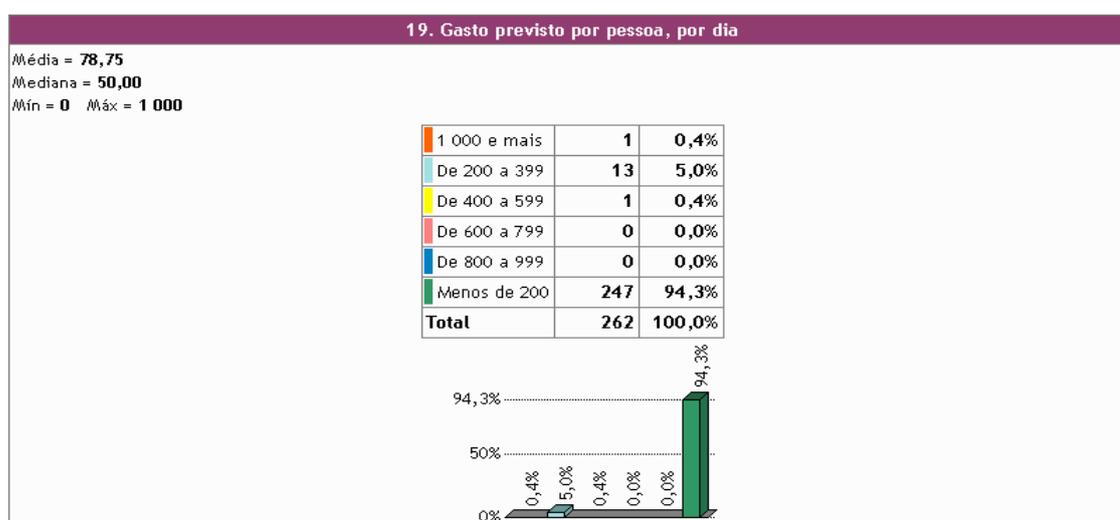


Figura 79 – Gasto por pessoa / Festival de Marchinhas 2013

## Satisfação com a viagem

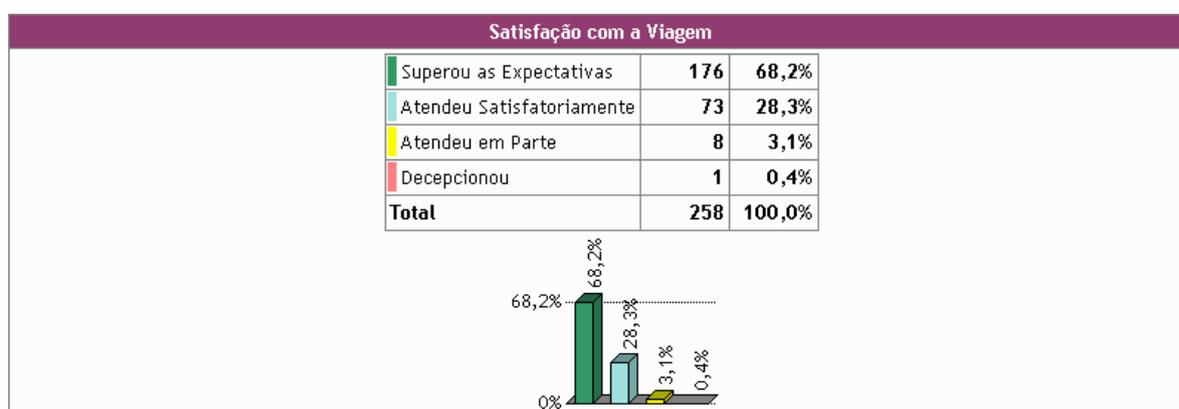


Figura 80 – Satisfação com viagem / Festival de Marchinhas 2013

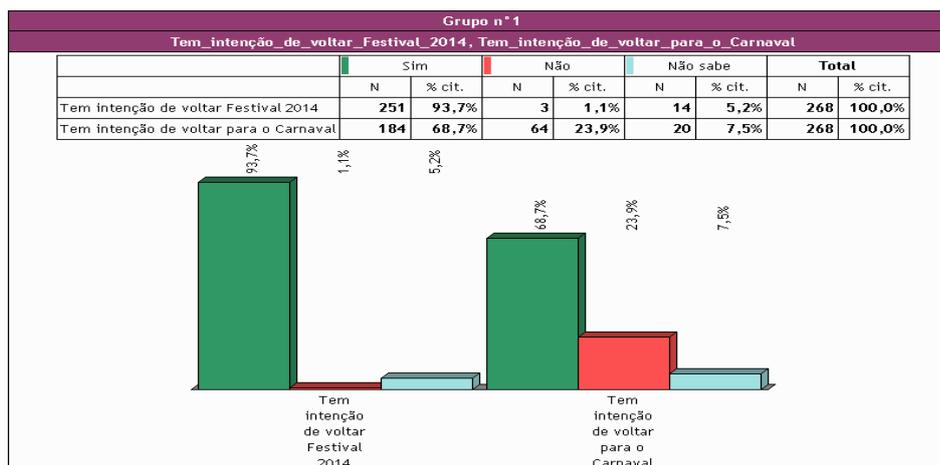


Figura 81 – Tem intenção de voltar / Festival de Marchinhas 2013

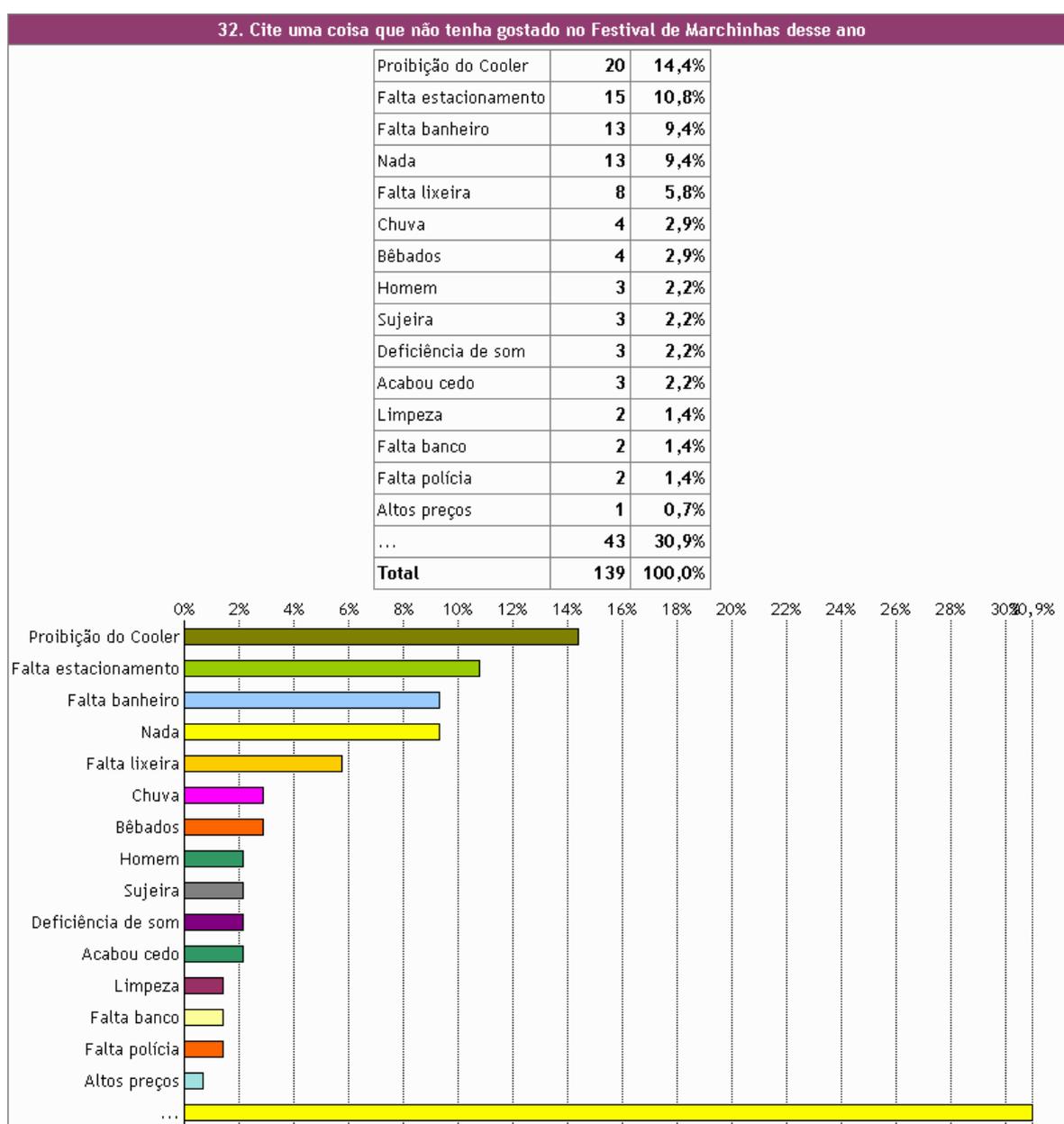


Figura 82 – Motivo de decepção / Festival de Marchinhas

## Avaliação dos serviços

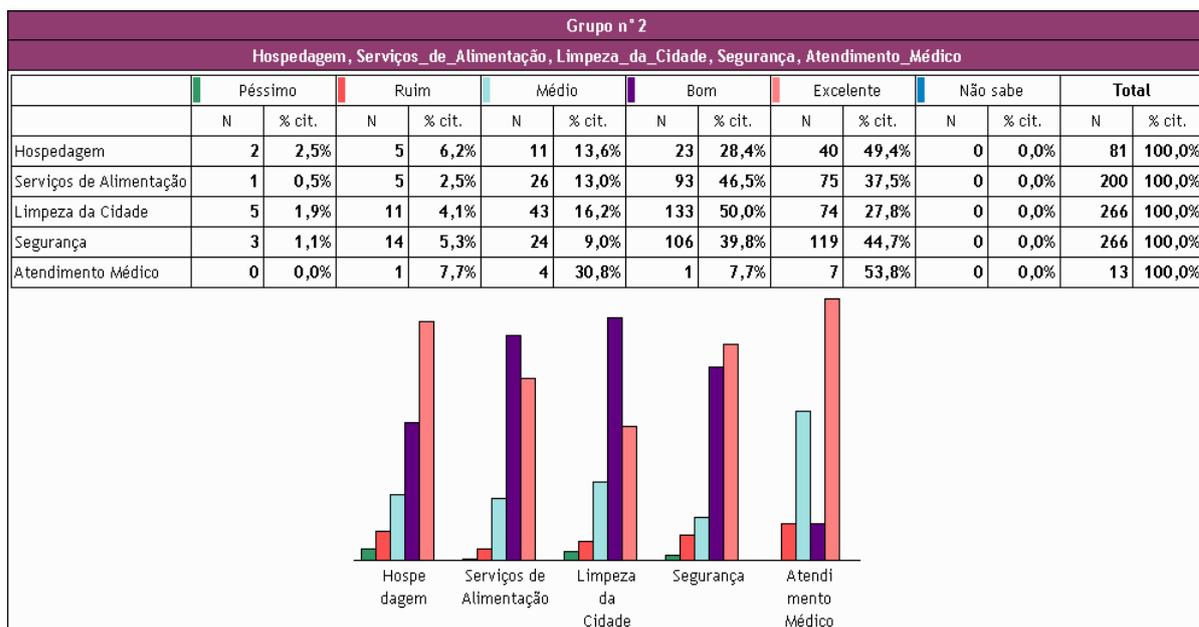


Figura 83 – Avaliação dos serviços

## Patrocínio

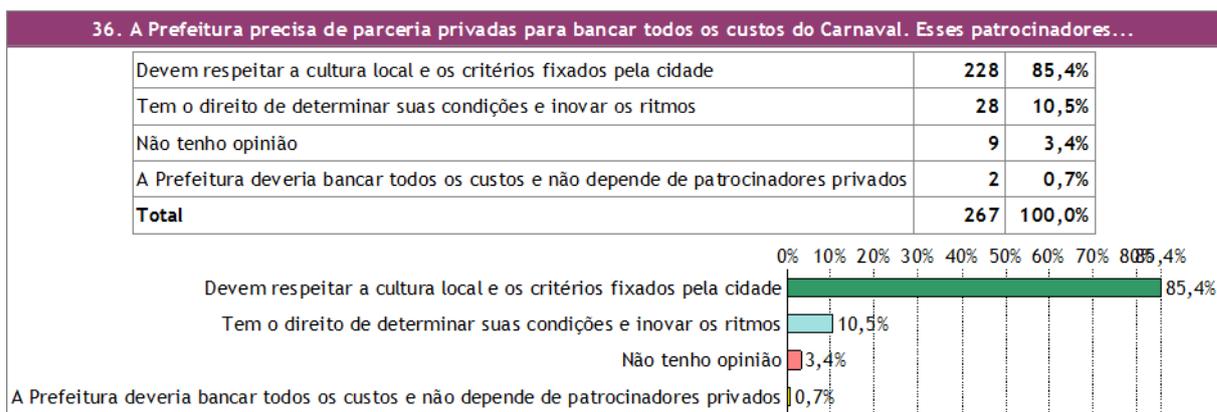


Figura 84– Necessidade de parceiras / Festival de Marchinhas 2013

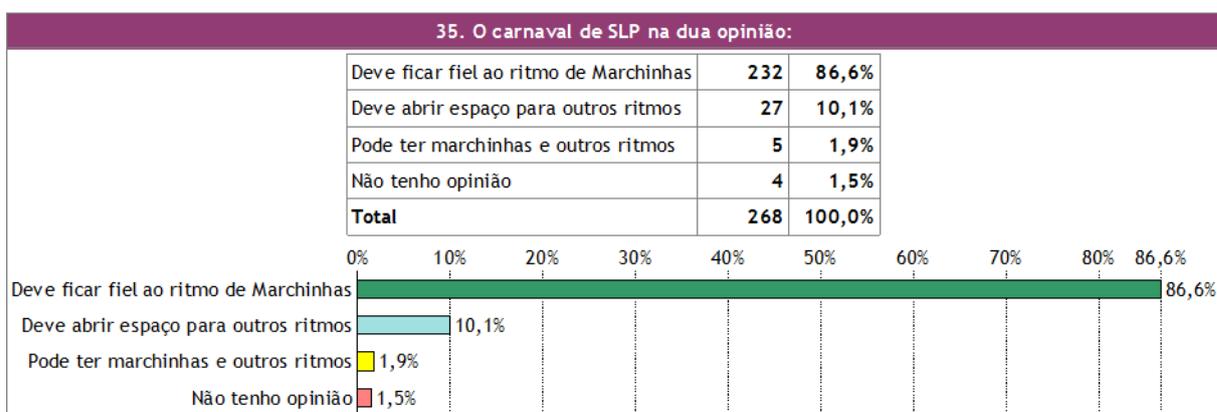


Figura 85 – Ritmo musical / Festival de Marchinhas 2013

## Carnaval 2013

### Região do visitante

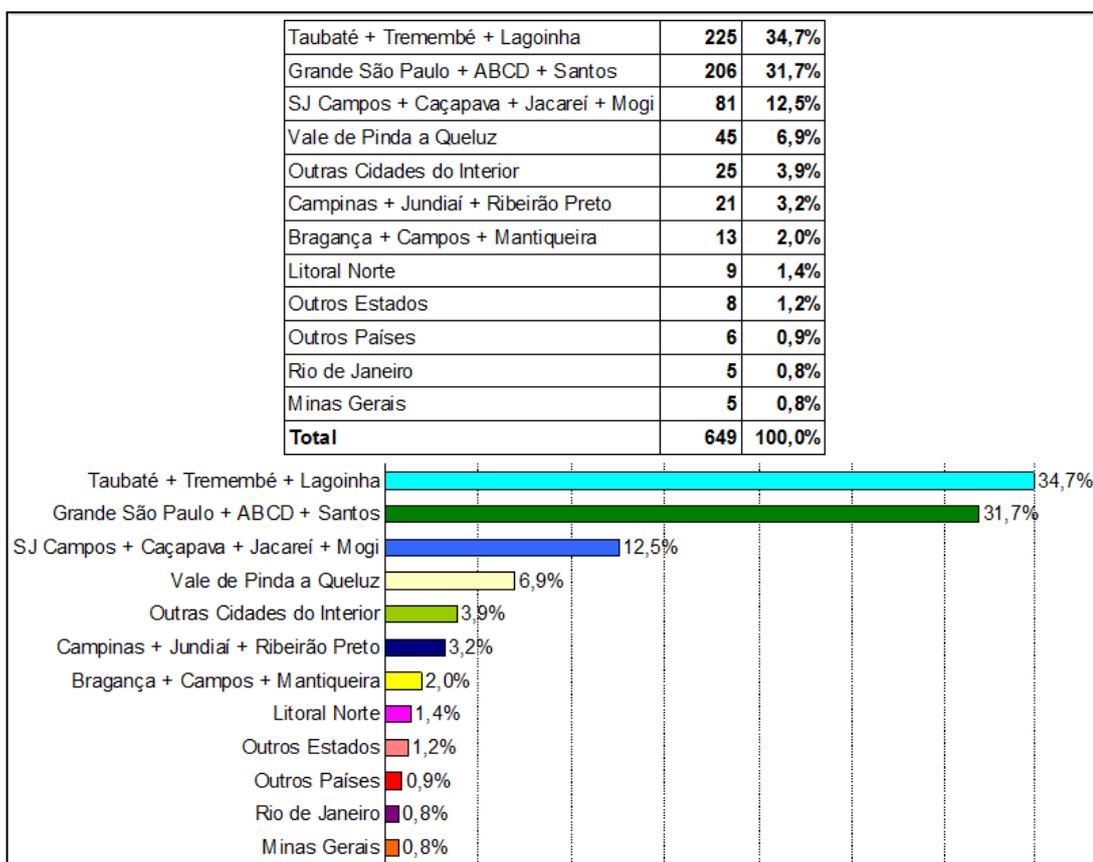


Figura 86 – Região do visitante / Carnaval 2013

### Idade do visitante

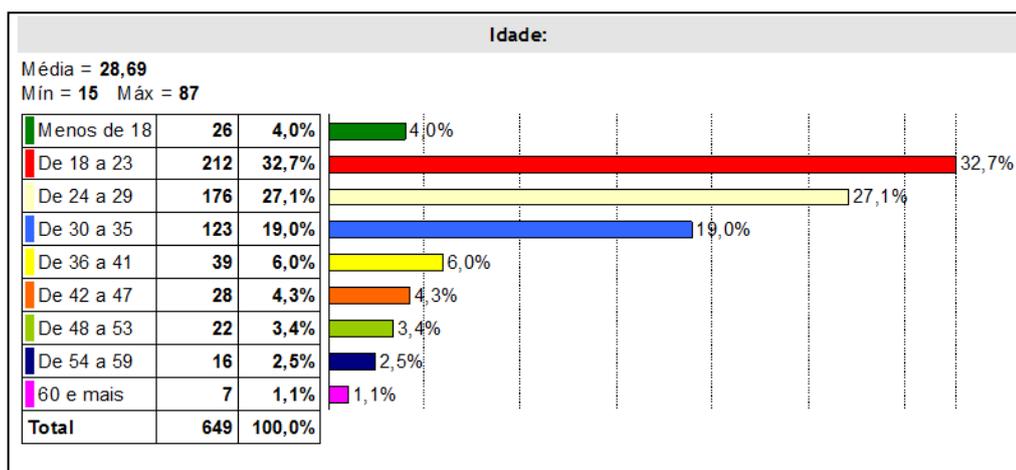


Figura 87 – Idade do visitante / Carnaval 2013

## Escolaridade do visitante

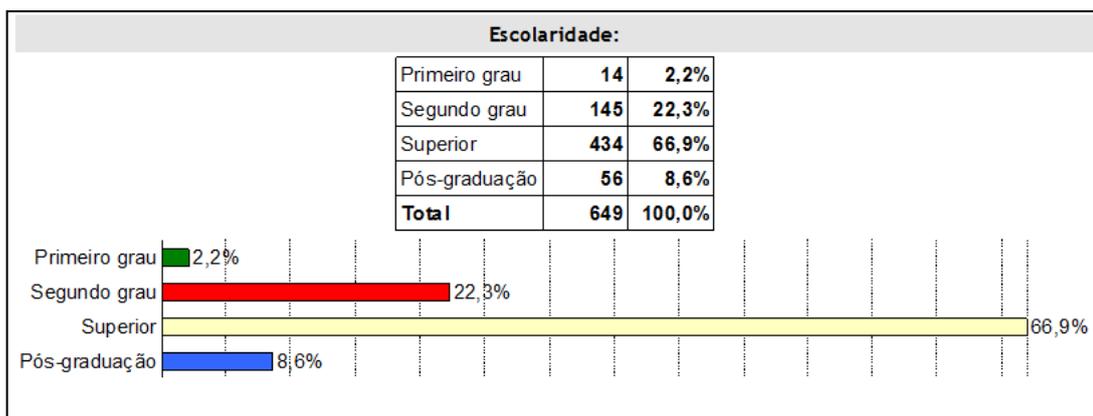


Figura 88 – Escolaridade do visitante / Carnaval 2013

## Ocupação do visitante

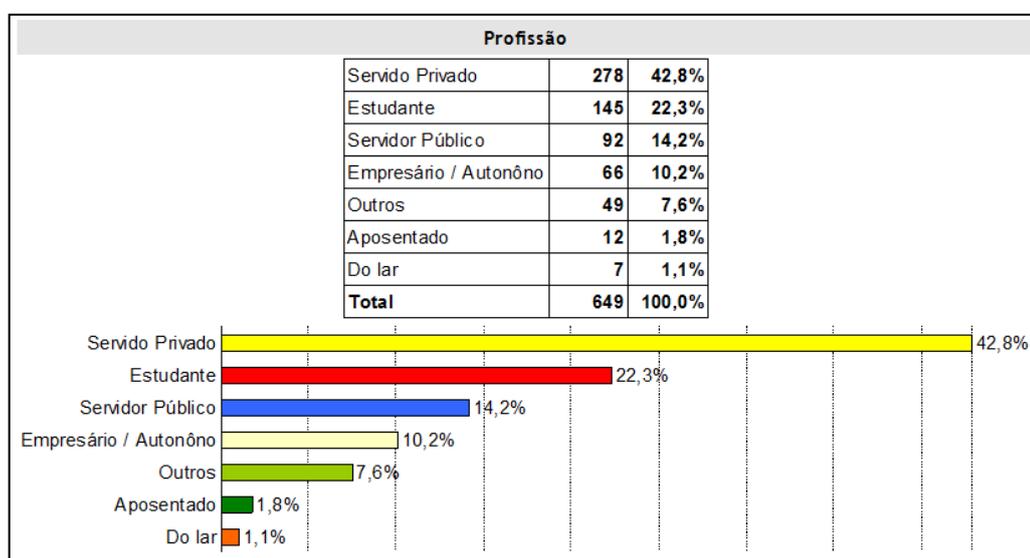


Figura 89 – Ocupação do visitante / Carnaval 2013

## Características da viagem

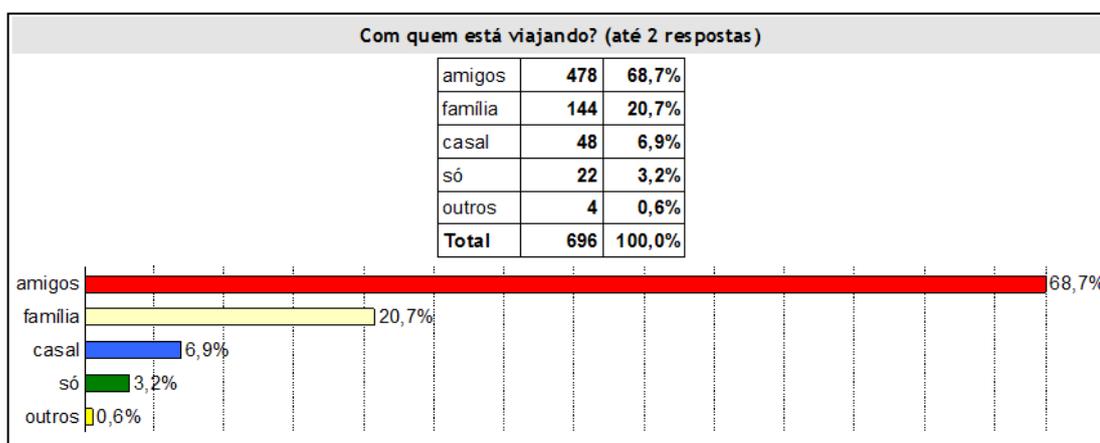


Figura 90 – Com quem está viajando / Carnaval 2013

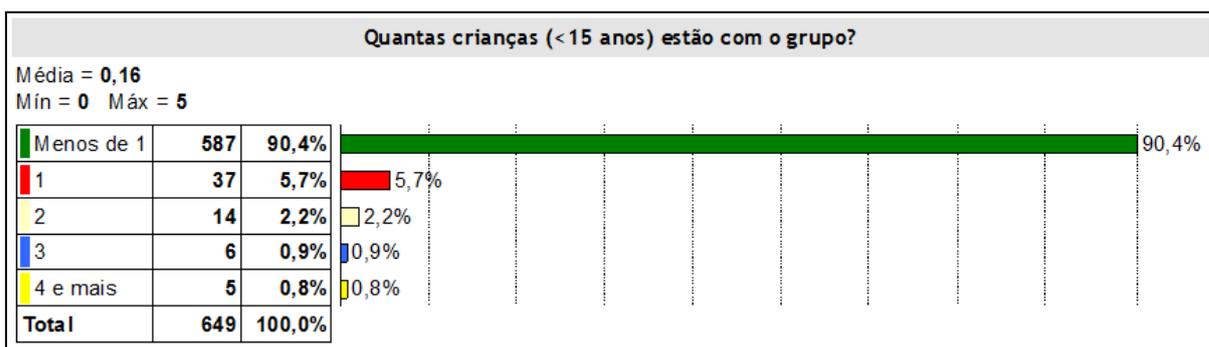


Figura 91 – Crianças no grupo / Carnaval 2013

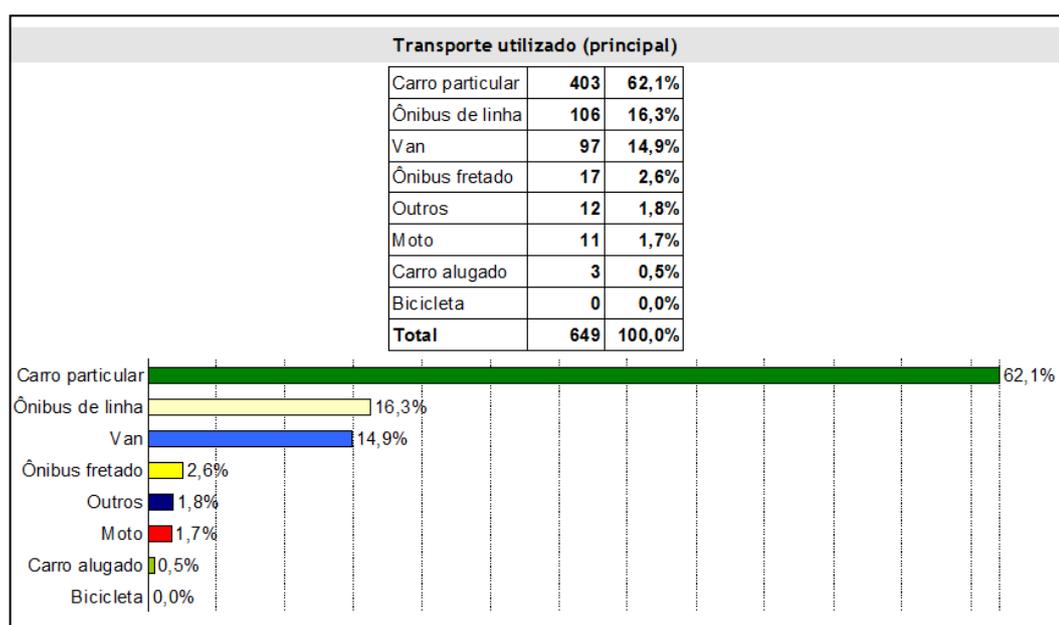


Figura 92 – Transporte utilizado / Carnaval 2013

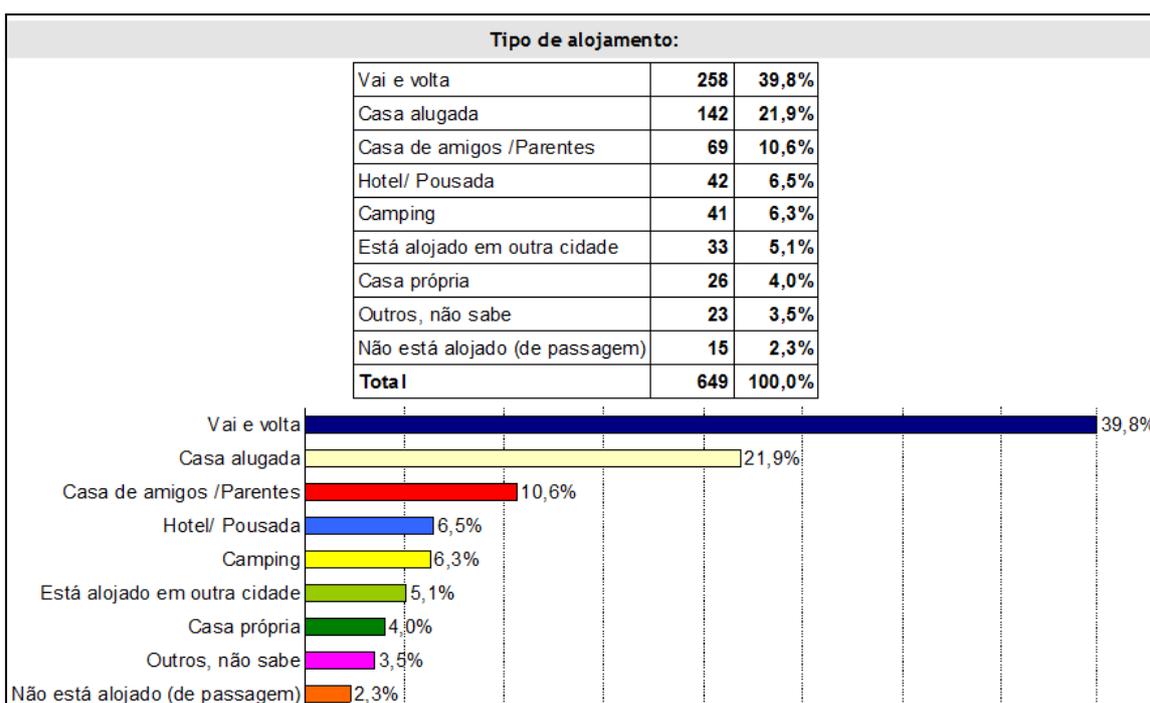


Figura 93– Tipo de alojamento / Carnaval 2013

## Local das refeições

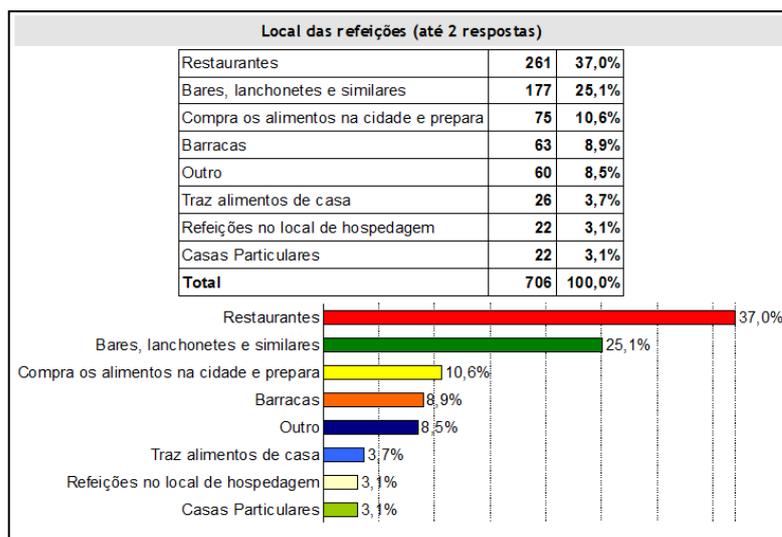


Figura 94– Local das refeições / Carnaval 2013

## Meio de comunicação

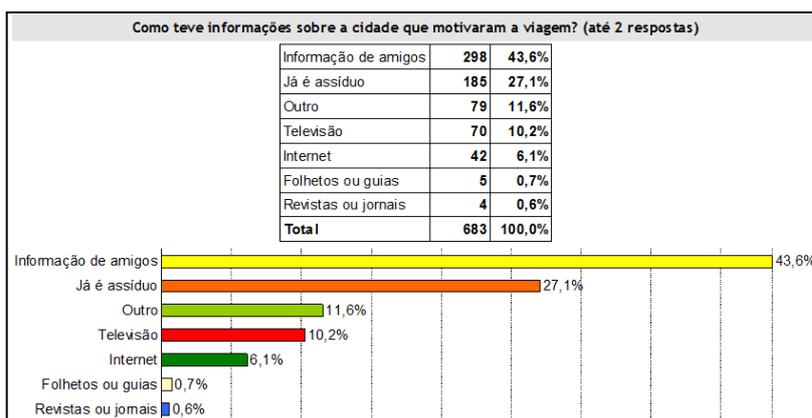


Figura 95 – Meio de comunicação / Carnaval 2013

## Frequência de visitas

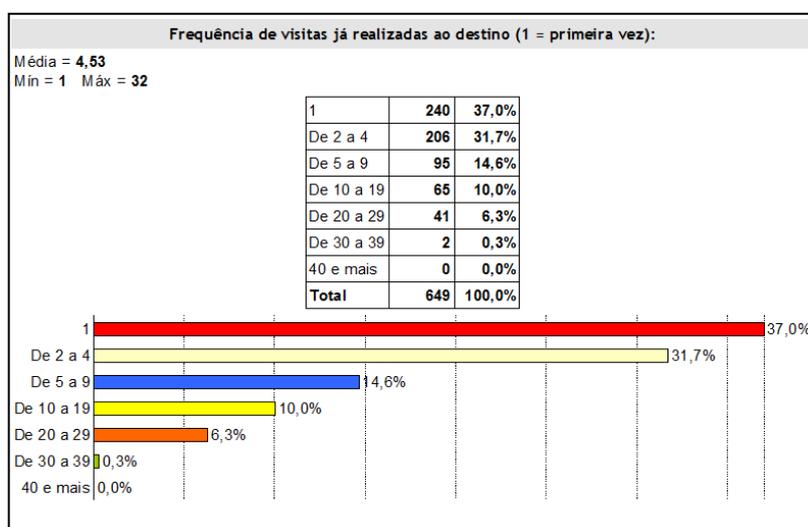


Figura 96 – Frequência de visitas / Carnaval 2013

## Tempo de permanência

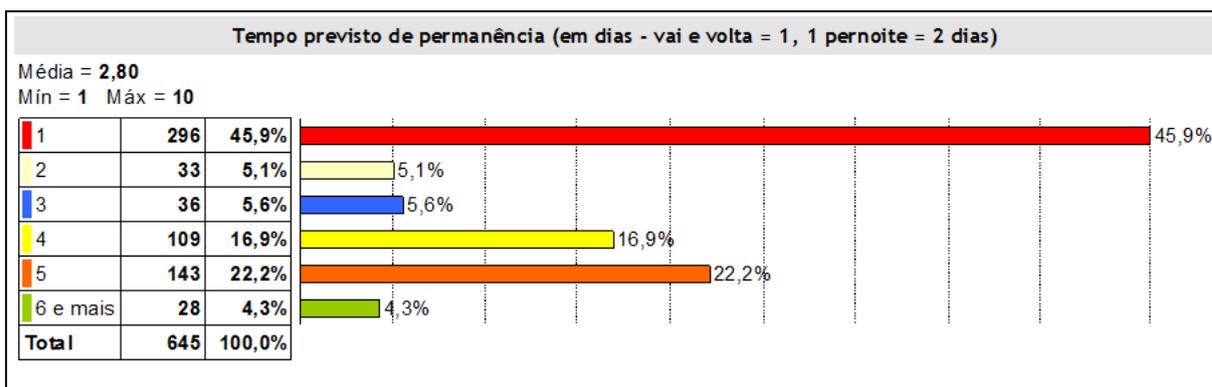


Figura 97 – Tempo de permanência / Carnaval 2013

## Gasto por pessoa/por dia

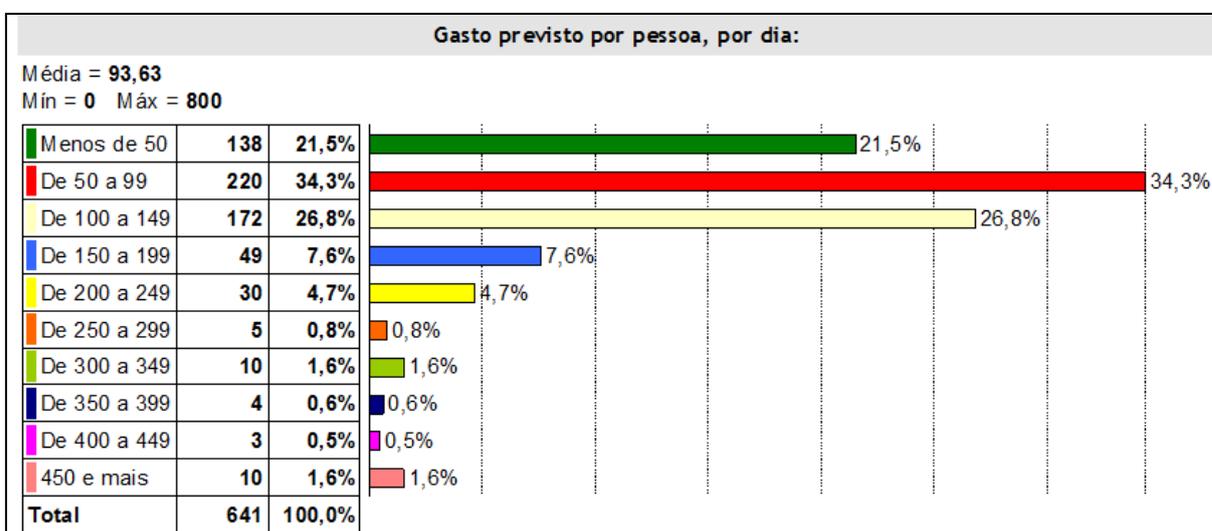


Figura 98 – Gasto por pessoa / Carnaval 2013

## Satisfação com a viagem

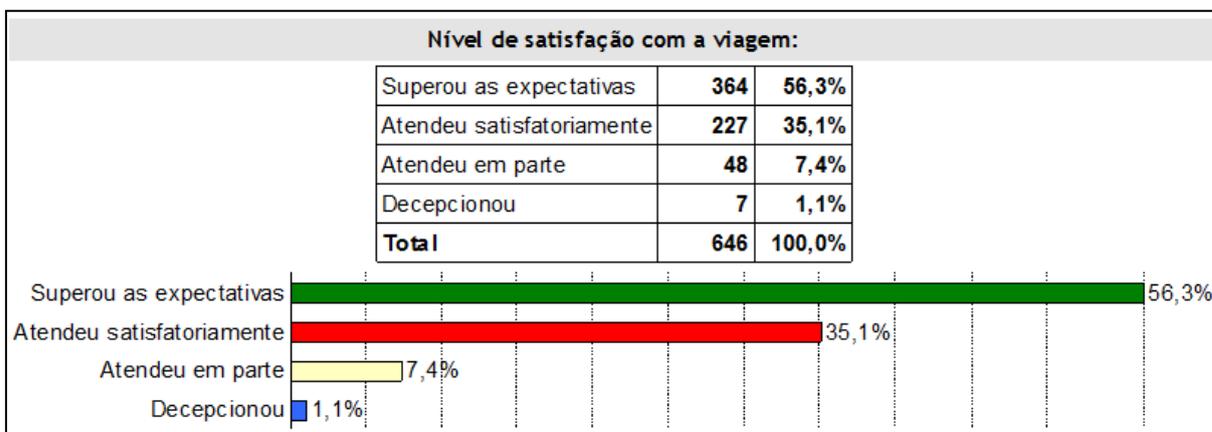


Figura 99– Satisfação com a viagem / Carnaval 2013

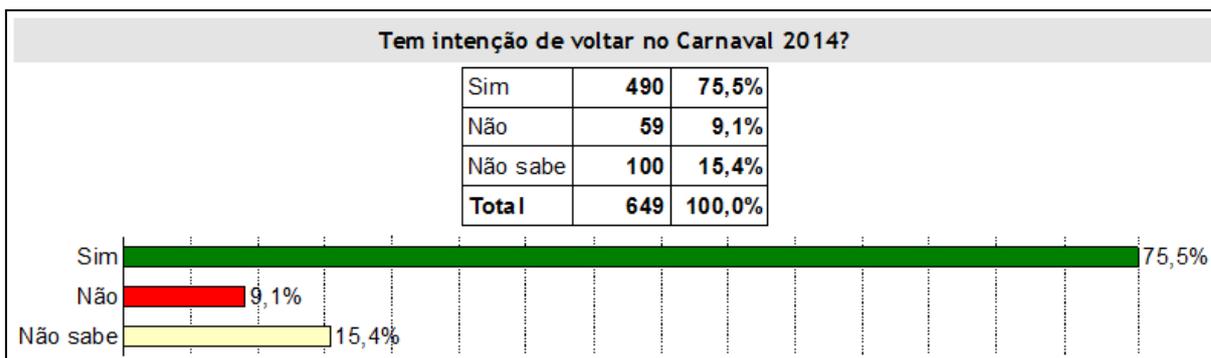


Figura 100 – Tem intenção de volta / Carnaval 2013

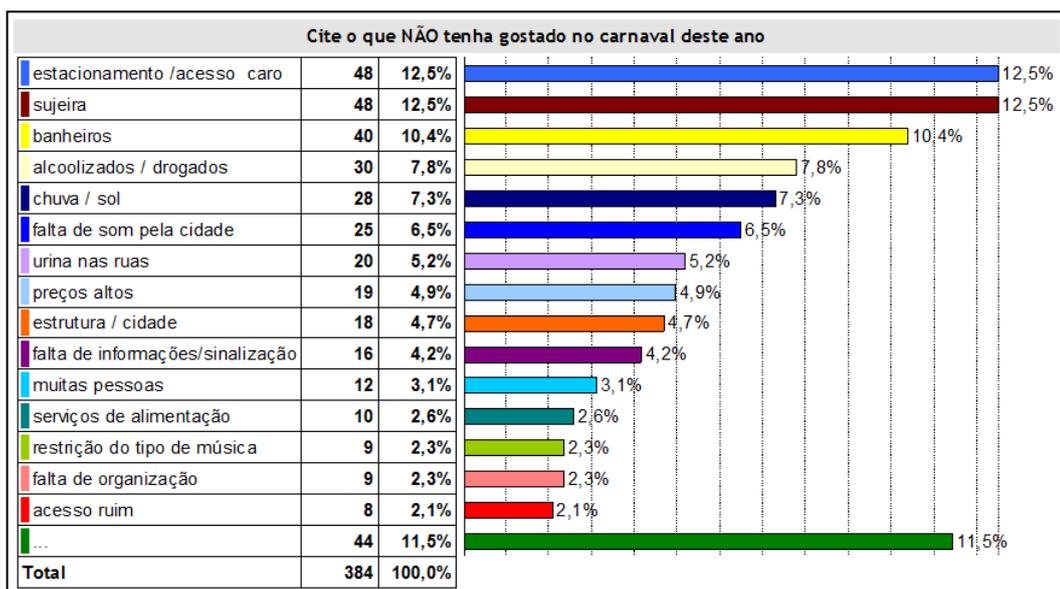


Figura 101 – Motivo de decepção / Carnaval 2013

### Avaliação dos serviços

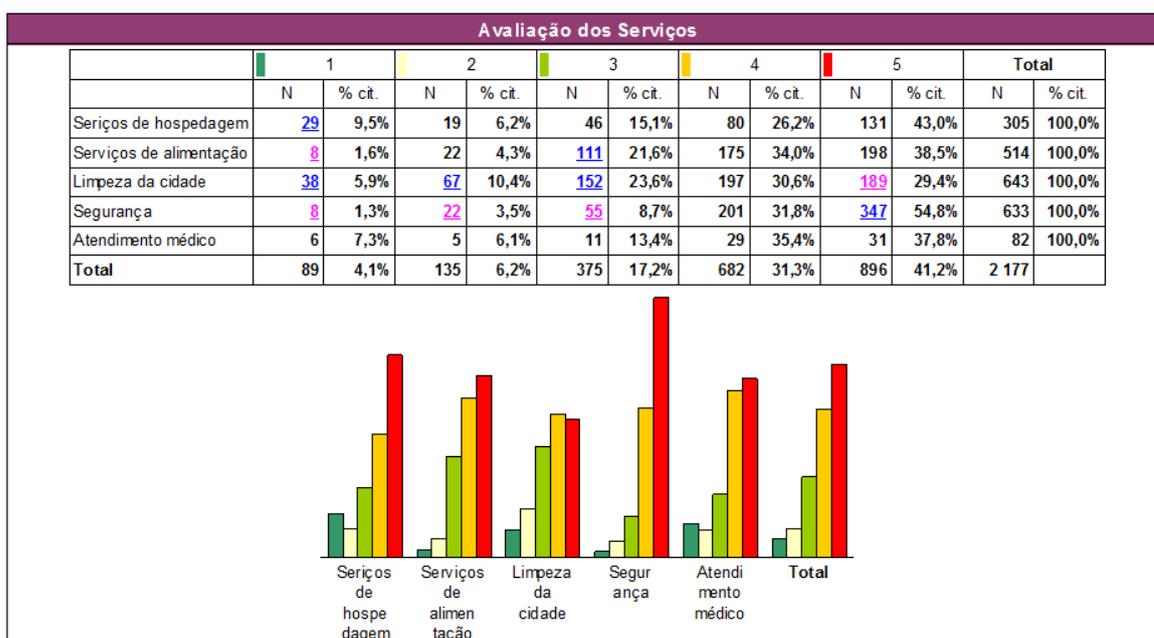


Figura 102 – Avaliação dos serviços / Carnaval 2013

## Patrocínio

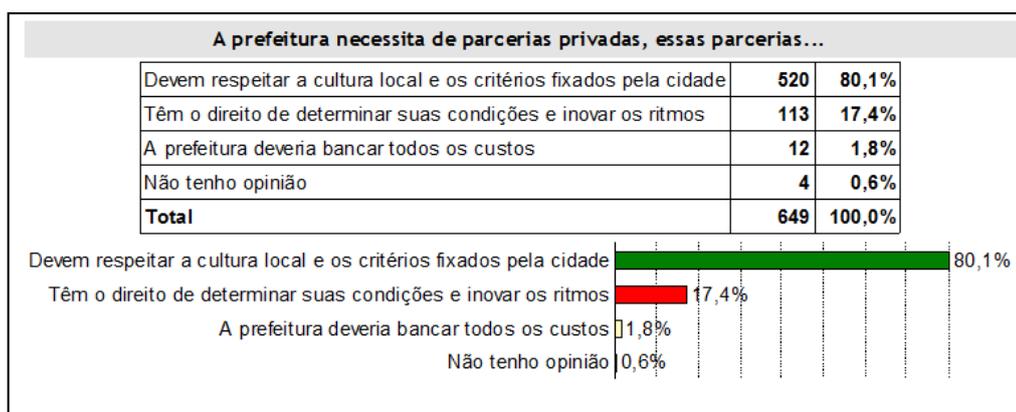


Figura 103 – Necessidade de parcerias / Carnaval 2013



Figura 104– Ritmo musical que deve tocar / Carnaval 2013