

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA  
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

**VINICIUS MAREZE CRAVEIRO**

**BEACH TUR: UMA ANÁLISE DO EVENTO E DOS IMPACTOS NA  
PRAIA DE CANASVIEIRAS**

**PONTA GROSSA  
2008**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA  
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

**BEACH TUR: UMA ANÁLISE DO EVENTO E DE SEUS IMPACTOS  
NA PRAIA DE CANASVIEIRAS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à disciplina de  
Orientação de Trabalho de  
Conclusão de Curso, como  
requisito para a conclusão do  
curso de Bacharelado em  
Turismo, Setor de Ciências  
Humanas, Letras e Artes, da  
Universidade Estadual de Ponta  
Grossa

Orientador: Prof. Carlos Alberto  
Maio

**PONTA GROSSA  
2008**

### **Dedicatória**

**Este trabalho é todo dedicado as pessoas mais importantes da minha vida e que por elas possuo amor incondicional. Paulo e Regina, orgulho-me de chamá-los de Pai e Mãe. Sou eternamente grato pelos ensinamentos que me passam todos os dias. Amo muito vocês!**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a realização deste trabalho a todas as pessoas que de forma direta ou indireta me acompanharam e me ajudaram a concluir o mesmo.

Primeiramente aos meus 4 bons amigos de classe que durante esses anos de faculdade, vivenciaram e compartilharam comigo emoções, alegrias e tristezas. Natália, Nogueira, Flávia e Simone, pessoas maravilhosas que considero e quero muito bem, valeu turma!

À Bruna, que ajudou na escolha do tema do meu trabalho com uma simples pergunta: “Vi, por que você não fala do Beach Tur?” Obrigado pela idéia Bru.

Ao Professor Maio, que sempre participou das confraternizações, festas e reuniões da turma e pelo orientador presente que se mostrou.

À equipe organizadora do Beach Tur, em especial ao Alex, por ter me passado informações de grande valia para a efetivação desse trabalho.

## **RESUMO**

Este trabalho tem por objetivo a análise do evento Beach Tur, apontando alguns impactos sócio-econômicos gerados durante a sua realização no ano de 2007 na Praia de Canasvieiras. Para isso, foram feitas entrevistas com os participantes, organizadores e residentes do local. Como resultado, verificou-se que a presença de universitários de diferentes lugares, gerou o aumento de divisas para o comércio local. Sendo assim, verificou-se que a organização do evento deve estar vinculada também à comunidade local de modo que ambos possam se beneficiar do mesmo.

Palavras-chave: Turismo de Eventos. Comunidade local. Impactos.

## **ABSTRACT**

This study aimed at examining the Beach Tour event, pointing to some socio-economic impacts generated during its completion in year 2007 on the beach of Canasvieiras. To do so, made interviews with participants, organizers and the local residents. As a result, it was found that the presence of academics from different places generated an increase in local currencies for trade. Thus, it appeared that the organization of the event should also be linked to the local community so that they can both take advantage of it.

**KeyWords:** Tourism of events. Local community. Impacts

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01	-	ÁREA VERDE CAMPING COSTA DO SOL.....	20
FIGURA 02	-	BEACH TUR 2006 – <i>FLYER</i> DE DIVULGAÇÃO.....	25
FIGURA 03	-	BEACH TUR 2006 – IATE CASA BLANCA.....	27
FIGURA 04	-	BEACH TUR 2006 – <i>EL DIVINO LOUNGE</i> .....	28
FIGURA 05	-	CIRCUITO <i>FULL BEACH</i> 2007 – <i>FLYER</i> DE DIVULGAÇÃO (FRENTE).....	29
FIGURA 06	-	CIRCUITO <i>FULL BEACH</i> 2007 – FACHADA DO HOTEL ILHA MAR NA PRAIA DE CANASVIEIRAS. ....	31
FIGURA 07	-	CIRCUITO <i>FULL BEACH</i> 2007 – FOLIANÓPOLIS – SAMBÓDROMO DE FLORIANÓPOLIS.....	32
FIGURA 08	-	CIRCUITO <i>FULL BEACH</i> 2007 – ARENA DE JOGOS.....	33
FIGURA 09	-	CIRCUITO <i>FULL BEACH</i> 2007 – LOGOMARCA EL DIVINO CLUB.....	34

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	8
<b>2. O CURSO DE TURISMO NO BRASIL</b> .....	11
<b>3. OS EVENTOS COMO FORMA DE ATRATIVO TURÍSTICO</b> .....	15
3.1 O <i>BEACH TUR</i> .....	18
3.1.1 Histórico.....	18
<b>4. O BEACH TUR: IMPACTOS E POTENCIALIDADES</b> .....	23
4.1. A PARTICIPAÇÃO DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA .....	23
4.2. ORGANIZAÇÃO DO EVENTO .....	35
4.3. OS IMPACTOS DO EVENTO NA PRAIA DE CANASVIEIRAS .....	37
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	41
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	43



## 1. INTRODUÇÃO

O *Beach Tur*, Olimpíadas de Verão dos Acadêmicos de Turismo, surgiu no ano de 2002 e foi realizado, primeiramente, no litoral norte do Estado de São Paulo, envolvendo algumas faculdades do Estado.

Com o aumento dos cursos de Turismo pelo país, o evento, a partir de 2005, começa a ser realizado na Ilha de Santa Catarina - Florianópolis - e passa a integrar o calendário dos acadêmicos de turismo, principalmente do Sul e Sudeste do país.

Realizado na praia de Canasvieiras, ao norte da Ilha de Santa Catarina, o *Beach Tur*, teve duração de 04 dias e aconteceu, na maioria das vezes, no feriado de novembro, com exceção do ano de 2004 que ocorreu em abril.

A presente pesquisa tem como objetivo uma análise do evento *Beach Tur* procurando demonstrar o crescimento do evento ao longo de suas cinco edições, bem como apontar alguns impactos na Praia de Canasvieiras durante os quatro dias de sua realização.

A pesquisa se desenvolveu de forma qualitativa e se procedeu em três etapas distintas e complementares, sendo a primeira etapa caracterizada pela identificação da área do tema escolhido e o levantamento bibliográfico, no qual se objetivou o embasamento necessário para a fundamentação teórica.

A segunda etapa compreendeu na elaboração de questionários sócio-econômicos à comunidade local da Praia de Canasvieiras e aos participantes do evento no ano de 2007.

A terceira etapa consistiu na organização da excursão a Florianópolis para a participação nas Olimpíadas de Verão, sendo a verificação *in*

*loco* fundamental para a aplicação do questionário pré-elaborado e a observação da infra – estrutura utilizada durante os quatro dias do evento.

Autores que discorrem sobre o segmento de eventos, como Bahl e Canton (2002), fomentaram a compreensão da influência dos eventos na atividade turística e a importância destes no cotidiano das pessoas.

A evolução turística de Florianópolis relatada por Ouriques (1994) auxiliou a compreensão do aumento da estrutura turística no norte da Ilha de Santa Catarina, especificamente na Praia de Canasvieiras a partir da década de 80 devido ao aumento da demanda turística na região e o reconhecimento do governo do Estado de Santa Catarina do potencial turístico da Ilha.

O trabalho, no entanto, está dividido em duas partes sendo que na primeira, foi realizado um panorama histórico do curso de Turismo no Brasil relacionando-o com a criação de eventos para o público universitário. Fechando a primeira parte, é apresentado o evento em estudo, o *Beach Tur*, relatando previamente o seu surgimento e crescimento ao longo das cinco edições realizadas.

Na segunda parte, fez-se o resgate da participação da Universidade Estadual de Ponta Grossa, por meio de depoimentos de participantes que integraram o evento a partir de 2005. A organização do evento e os impactos por ele provocados são a parte complementar do segundo capítulo, onde se utilizou informações obtidas durante a realização do Beach Tur 2007, por meio do questionário e conversando diretamente com alguns participantes e a comunidade local.

Com base nesses estudos e na vivência prática nos jogos anteriores, percebeu-se que os eventos para o público jovem demandam de um

planejamento sério, em que a organização e a comunidade receptora devem estar integrados a fim de que ambos possam se favorecer do acontecimento.

## 2. O CURSO DE TURISMO NO BRASIL

O primeiro curso superior de Turismo no país passou a existir a partir do Parecer n. 35/71, do Ministério da Educação e Cultura - MEC, elaborado pelo relator Conselheiro Roberto Siqueira Campos e aprovado em 28/01/71. Esse parecer deu base à Resolução s/n de 28/01/71, do Conselho Federal de Educação, que fixou o conteúdo mínimo e a duração do curso superior de Turismo.

De acordo com MATIAS 1999, a implantação do curso superior de Turismo no país teve início na década de 1970 em pleno “milagre brasileiro”. Isto é, em meio à euforia de modernização, os cursos de Turismo surgem como mais uma opção de elevação econômica e social para uma classe média disposta a se especializar em setores da economia caracterizados pelo dinamismo e pela “modernidade”.

Houve no primeiro momento uma grande demanda pelo curso, especialmente no Estado de São Paulo, despertando o interesse de empresários da educação a investirem na abertura de outros cursos.

Porém, quando a economia não está estável, os reflexos são sentidos diretamente no turismo. A partir de 1976, ocorreu uma queda sensível no número de ingressantes devido a uma série de fatores socioeconômicos. A conjuntura nacional encontrava-se em crise, provocando desemprego, queda do poder aquisitivo das classes média e baixa e aumento das mensalidades escolares.

Todavia, tal fato não foi um fenômeno isolado no curso de Turismo. Grande parte dos cursos superiores no Brasil apresentou um decréscimo de formandos nessa época, ou seja, não se pode atribuir a redução ao pequeno interesse pelo curso.

O processo de regulamentação da profissão do “turismólogo” teve início nos anos 80, com um grupo de recém formados do curso de turismo que acreditava que as dificuldades enfrentadas no mercado de trabalho eram provenientes da desregulamentação da profissão. Desde o início do processo, os bacharéis em Turismo sabiam que não seria uma empreitada fácil, pois teriam de vencer muitos obstáculos que estavam por vir. Para prosseguir nessa caminhada que estava apenas começando, os mesmos sentiram a necessidade de se organizarem para obter uma melhor representação dos profissionais de turismo.

Assim foi criada a organização da categoria em alguns estados brasileiros onde havia o curso de Turismo. Com a ausência de uma unidade nacional, essa representação estava fragmentada, ocasionando prejuízos para a categoria. Foi quando se decidiu criar a Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo.

Um segmento profissional precisa ter identidade, memória e respeito pela sua categoria. Sem cair no corporativismo, na falta de criticidade ou na obsoleta concepção de “reserva de mercado”. Nós, bacharéis em Turismo (ou Turismólogos), precisamos entender que estamos vivendo um período revolucionário dessa profissão no Brasil. Nossa categoria surgiu e se desenvolveu no contexto nacional e internacional das sociedades pós – industriais que marcaram, ao longo da década de 1990, a inserção do Brasil no mundo globalizado, com novas possibilidades profissionais e acadêmicas. Áreas como lazer, recreação, entretenimento, gastronomia, meio ambiente, arquitetura e planejamento físico hoteleiro, hospitalidade em geral e uma grande segmentação do turismo ofereceram uma nova visão do imenso potencial de trabalho e pesquisa destinado aos estudantes e profissionais das áreas afins. (TRIGO, *apud* MATIAS, 2001, p.14)

Ainda de acordo com Matias 2001 após 1992 com a retomada do crescimento da atividade turística e da sua importância econômico social como geradora de renda, as instituições de ensino superior voltaram a se interessar pela

implantação do curso superior de Turismo, visando atender às necessidades do setor, carente de profissionais qualificados.

Para muitos empresários do setor de turismo a formação acadêmica e a profissionalização eram caminhos opostos, e um excluía o outro. Aos poucos essa situação está se modificando e atualmente o mercado apresenta sinais de que percebeu que essas experiências se complementam. O profissional de turismo já encontra mais espaço e alternativas no mercado de trabalho, isso aliado ao reconhecimento da importância da formação que os cursos de Turismo oferecem e o constante crescimento da atividade turística no país.

O turismo brasileiro, depois de meados da década de 1990, conquistou avanços consideráveis e apresenta-se hoje como um importante fenômeno cultural, social, político e econômico. As mais relevantes conquistas foram a sensibilização da necessidade de preservação ambiental, o respeito às culturas regionais a modernização e ampliação da infra – estrutura e a formação profissional. As pessoas perceberam que a melhoria do nível de qualidade do turismo no Brasil (ainda distante do ideal) deve-se, principalmente, à multiplicação dos cursos de Turismo e Hotelaria. O aumento do número de estudantes e graduados em nível superior permite um aprimoramento seletivo que se reflete no mercado de trabalho e na sociedade em geral. Com cerca de 400 cursos superiores (dados de final de 2001), as áreas de Turismo e Hotelaria estão conseguindo um crescente respeito acadêmico, institucional e profissional, além de possibilitar uma formação mais apurada e competente. São professores, profissionais, pesquisadores e estudantes preocupados em entender e transformar o turismo nacional.

Com a evolução do curso de Turismo, surge a necessidade da troca de informações e idéias entre acadêmicos, profissionais e pesquisadoras de

diferentes universidades. Nesse contexto, cada vez mais são criados eventos para dar subsídio aos profissionais de Turismo e para os estudantes do curso.

Portanto, a participação do público nos eventos ligados ao Turismo, pode ser uma maneira de ampliar as relações profissionais e ainda possibilitar futuras parcerias, uma vez que o contato humano no Turismo deve ter a ética e o respeito como premissas.

Turismo é feito por pessoas e ao longo de nossa história ficam as amizades, os namoros, as brigas, as risadas, as disputas, os casos e as fofocas. Somos seres humanos e, como tais, procuramos o sentido e o significado da vida, porém, jamais podemos nos esquecer da importância e do respeito ao outro que deram origem às preocupações com a ética, com a discussão democrática e com a lealdade e solidariedade. (TRIGO, 2001, p.15)

Anualmente pode-se verificar a existência de inúmeros eventos ligados ao setor turístico e suas diferentes segmentações. Não somente eventos técnico–científicos, mas também os de lazer, desportivo e de entretenimento que objetivam a integração, a aproximação e o contato pessoal entre os participantes.

Para TRIGO 2003, a diversão deixou de ser separada do mundo do trabalho para se tornar uma parte significativa da existência, sob a forma de esporte, cultura, turismo ou educação. O entretenimento passou a ser um componente importante para atrair o consumo e oportunidades de negócios. É preciso informar e divertir, criar estilos de vida, gerar novas experiências para o consumidor.

O *Beach Tur* se encontra nessa esfera, em que acadêmicos de Turismo provindos de diferentes regiões do país, passam 04 dias em convívio comum, trocando experiências por meio de conversas informais, atividades desportivas, festas e diversão. Diante desse contexto, o estudante de Turismo tem a oportunidade de observar também a organização do evento, dar sua opinião crítica e discutir com outros participantes, quais melhorias para a melhor realização dos

Jogos. A acadêmica Simone Bauer <sup>1</sup>, aponta que além de fazer novos contatos e novas amizades, o evento possibilita a análise da estrutura turística utilizada e toda a logística que a organização precisa harmonizar para solucionar qualquer tipo de imprevisto. No ano de 2007, por exemplo, com a não realização do passeio de late, os organizadores deveriam ter compensado a ausência do barco com outra atividade ou então o reembolso de parte do dinheiro pago no pacote, argumenta Simone<sup>1</sup>.

### **3. OS EVENTOS COMO FORMA DE ATRATIVO TURÍSTICO**

Mundialmente, a atividade de Eventos cresce notavelmente, mostrando que podem desempenhar um importante papel para a atividade turística como um todo. No Brasil o número de eventos é cada vez maior, com um registro de expansão média anual de 7%, de acordo com a Associação Brasileira de Empresas Organizadoras de Eventos. De acordo com estudo realizado em 2002 pelo SEBRAE e pela Federação Brasileira dos Conventions & Visitors Bureaux, os eventos, que somam 330 mil por ano, geram negócios superiores a R\$ 45 bilhões, o que representa 3,1% do PIB brasileiro. Os eventos atraem cada vez mais participantes ou visitantes. Segundo o mesmo estudo, este número ultrapassa os 79,9 milhões de participantes por ano.

---

<sup>1</sup> Simone Bauer é acadêmica do 4º ano de Turismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa e participou do Beach Tur nos anos de 2006 e 2007 em Florianópolis



Inúmeras organizações do setor de serviços, no qual se insere o turismo, estão hoje envolvidas com o planejamento e na execução dos mais diversos tipos de eventos, que se consolidam como atrações turísticas.

Para Silva (1999) os eventos em geral constituem – se numa poderosa força para a atração de turistas, já que se tornam um forte centro de atração para onde gravitam os interesses de todos aqueles que se deslocaram para participar ou que, de algum modo, estão envolvidos no evento.

Entende-se, no entanto que um evento pode atrair turistas e movimentar somas relevantes para a rede hoteleira, bem como para empresas ligadas ao turismo receptivo, visto que, mesmo com o mérito principal de reunir pessoas cujas aspirações se assemelham, geram emprego e renda para a comunidade receptora através de oportunidades que o evento proporciona, fazendo circular o dinheiro, gerando riquezas motivando investimentos significativos em diversos setores da economia. Portanto pode-se afirmar que o evento – no Dicionário Aurélio é definido como:

Acontecimento ou sucesso que tem como característica principal propiciar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas com finalidade específica, a qual constitui o “tema” principal do evento e justifica a sua realização. (Dicionário Aurélio 2001)

Devido ao seu caráter multidisciplinar, os eventos sofrem influência das mais diversas áreas do conhecimento, criando, conseqüentemente, inúmeras oportunidades de negócios.

Assim, os eventos não podem ser um fenômeno isolado, uma vez que devem estar integrados às políticas de planejamento turístico de forma a agregar valor e trazer à comunidade receptora os benefícios e os resultados sócio – econômicos.

Para Gastal apud Lemos 2002, p. 84 a política de eventos deve mobilizar os valores sociais autênticos da localidade, a fim de que sejam sustentáveis e permanentes, não só o evento em si, mas o processo turístico de agregação de valor.

O processo de agregação de valor apresenta-se no sentido de que o valor turístico é permanentemente elaborado pelo trabalho humano, por um somatório de elementos que se imbricam ao gerar valor. Os elementos in natura (recursos naturais) e os objetos da ação social do ser humano (igrejas, aeroportos, parques temáticos, meios de hospedagem, centros de convenções, história, informação etc.) passam a agregar valor desde que elaborados para a finalidade de atrair e servir ao turismo.

No entanto, pode-se definir ainda de acordo com LEMOS (2002) que o núcleo de elaboração de eventos como forma de valor turístico são as pessoas, ou seja, são elas que produzem, é nelas e em suas relações que o valor turístico tem origem.

No evento em estudo, o Beach Tur, nota-se que a atratividade, a partir de 2005, foi à cidade de Florianópolis. Porém, de que adiantaria belas praias em um cenário de belezas naturais inigualáveis se não houvesse a infra-estrutura necessária para a realização de um evento como os Jogos de Verão? Pois bem, são os profissionais do turismo que produzem e depois agregam valor sob a forma de temática, conteúdo e organização do evento. O turismo, no entanto, necessita de capacitação profissional para que a atividade se desenvolva de forma equilibrada, levando em consideração as questões sociais, econômicas e culturais do meio que está inserido.

### 3.1 O *BEACH TUR*

#### 3.1.1 Histórico

O *Beach Tur* – Olimpíadas de Verão dos Estudantes de Turismo – foi idealizado e organizado por dois acadêmicos do curso de Turismo da Faculdade Barão de Mauá, localizada na cidade de Ribeirão Preto, São Paulo.

Alex Manhas e Daniel Leal de Oliveira, após participarem de outros jogos realizados no interior de São Paulo, resolveram criar um evento que tivesse como objetivo, reunir e integrar os estudantes do curso de Turismo de diferentes faculdades.

O primeiro *Beach Tur* foi realizado em Ubatuba, litoral norte do estado de São Paulo, na praia de Ubatubamirim no ano de 2002. O evento aconteceu no feriado de novembro e teve duração de 04 dias. Segundo Alex Manhas, o evento teve a participação de 800 acadêmicos, sendo 25% da Universidade Barão de Mauá e o restante das Universidades Anhembí Morumbi, Senac Águas de São Pedro, Moura Lacerda, Estácio de Sá, PUC Campinas, Unimep, e UNAERP.

De acordo com Daniel de Oliveira, cada acadêmico gastou uma média de R\$ 200,00 a R\$ 270,00, sendo que o valor das inscrições, em 2002, variou de R\$ 40,00 para hospedagem no camping a R\$ 120,00 para os quatro dias em hotel. A maior parte do dinheiro investido pelos universitários durante o evento foi com alimentos e bebidas, aumentando significativamente o movimento dos bares, restaurantes, mercados e parte do comércio de Ubatuba.

No ano seguinte, a realização do segundo *Beach Tur* não foi possível devido à ausência do feriado no mês de novembro, forçando os organizadores a transferirem o segundo *Beach Tur* para abril de 2004.

A segunda edição continuou no litoral de São Paulo, mas dessa vez foi realizado na cidade de Ilha Bela, a 210 km da capital do estado. Nesse ano, porém, a organização registrou um decréscimo no número de participantes caindo de 800 para 500 inscrições. Para Alex, tal fato se deu pela proximidade, tanto do carnaval como do início das aulas nas universidades. “Os acadêmicos não teriam tempo suficiente para se organizarem e nem mesmo dinheiro, uma vez que muitos já haviam viajado no carnaval.”

A partir de 2005 o *Beach Tur* passou a ser realizado na Ilha de Santa Catarina. A capital catarinense ofereceu as melhores condições de estrutura turística e o apoio de organismos públicos – o que não aconteceu nas praias anteriores – para a realização da terceira edição do evento.

Localizada a 27 km do centro de Florianópolis, a Praia de Canasvieiras foi o local escolhido pela organização. A grande maioria dos participantes nesse ano optou pela hospedagem extra-hoteleira. Um camping com 15 mil m<sup>2</sup> com capacidade para 2000 pessoas foi escolhido para hospedar os 700 acadêmicos inscritos enquanto que pouco mais de 150 pessoas optaram pela hospedagem hoteleira. O principal fator sem dúvida foi a diferença de preços entre as hospedagens. Os quatro dias no camping custaram para cada participante R\$ 80,00, já no hotel o custo foi de R\$ 180,00.

Segundo Jaime Fernando Nogueira<sup>2</sup> “o camping aproxima as pessoas e permite um maior contato com cada participante, possibilitando, quem

sabe, futuras parcerias profissionais ou simplesmente bons relacionamentos de amizade.”

**FIGURA 01 – ÁREA VERDE CAMPING COSTA DO SOL**



FONTE: <http://www.campingcostadosol.com.br>

Durante toda a manhã e a tarde, aconteciam na arena na frente do camping, as disputas esportivas entre as universidades nas modalidades de *beach soccer*, vôlei de praia, caiaquismo e natação. Todas essas modalidades eram disputadas tanto na categoria masculina quanto feminina. Pela noite os participantes eram convidados para as festas de confraternização conforme o cronograma pré-estabelecido e divulgado pela organização. A campeã geral desse ano foi a Universidade Barão de Mauá, da cidade de Ribeirão Preto, que possuía também o maior número de participantes.

A partir de 2006 o curso de Odontologia passou a integrar os Jogos de Verão.

<sup>2</sup> Jaime Fernando Nogueira é acadêmico do 4º ano de Turismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa e participou do Beach Tur nos anos de 2005, 2006 e 2007 em Florianópolis

A divulgação foi feita da mesma forma do ano anterior, com *flyers*, *banners* e site na internet, porém cada curso possuía a sua logomarca e seu nome fantasia. Turismo manteve o *Beach Tur* e Odontologia recebeu o nome de *Odonto Beach*. O aumento de participantes já era esperado, 1800 inscritos sendo que quase 70% dos participantes foram acadêmicos do curso de Turismo. Nesse ano o evento contou com a presença de várias universidades; PUC – Minas de Poços de Caldas e FUMEC de Belo Horizonte, UNIP Universidade Paulista e Barão de Mauá de Ribeirão Preto, UNIARA de Araraquara, UNAERP Universidade de Ribeirão Preto, FATEC de Sorocaba e UNESP de São José do Rio Preto, UFPR Universidade Estadual do Paraná, PUC Curitiba além da UFSC Universidade Estadual de Santa Catarina, UNIVALI Universidade do Vale do Itajaí e UNISUL Universidade do Sul de Santa Catarina, ambas do mesmo Estado.

Basicamente a mesma estrutura do ano anterior foi utilizada. Os hotéis, no entanto, registraram um aumento no número de ocupantes envolvidos no evento em relação ao ano de 2005. Segundo o idealizador Alex Manhas, 30% dos inscritos optaram pelo hotel. O preço das inscrições foi de R\$ 120,00 para o camping e de R\$ 200,00 para o hotel. O gasto médio de cada aluno na Praia de Canasvieiras foi de R\$ 350,00 além da taxa de inscrição e o transporte, que variou de acordo com a origem de cada universidade.

Assim como 2005, as disputas aconteceram nos 03 primeiros dias do evento, nos períodos da manhã e da tarde. Enquanto eram realizados os jogos, os outros participantes podiam optar em permanecer na praia integrando a torcida ou fazer passeios pela Ilha de Santa Catarina em um ônibus ou outros passeios não inclusos na inscrição, como o passeio de escuna que custava R\$ 35,00 por pessoa e passava pelas praias da região norte da Ilha.

Em 2007 com a criação de uma nova agência de Turismo, a Aloha Turismo Jovem, os Jogos de Verão de Turismo e Odontologia passaram por mais uma mudança. Além dos dois cursos que já participavam do evento, houve a inclusão dos cursos de Biologia, Biomedicina e Fisioterapia dando origem ao Circuito *Full Beach*.

O Circuito *Full Beach* 2007 reuniu aproximadamente 2500 estudantes dos cinco cursos envolvidos, registrando um aumento de geração de divisas, tanto para a organização como para a Praia de Canasvieiras. Com 25 hotéis mobilizados exclusivamente para o evento, o setor de prestação de serviços vê no evento uma alternativa de renda extra, uma vez que o mês de novembro ainda é considerado de baixa temporada.

## **4. O BEACH TUR: IMPACTOS E POTENCIALIDADES**

### **4.1. A PARTICIPAÇÃO DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA**

As duas primeiras edições das Olimpíadas de Verão dos acadêmicos de Turismo, como já mencionado, aconteceram no litoral norte do estado de São Paulo. No ano de 2002, em Ubatuba, na praia de Ubatubamirim e em 2004 na cidade de Ilha Bela. No entanto somente a partir do ano de 2005 é que a Universidade Estadual de Ponta Grossa participou do evento.

Com 28 acadêmicos de Turismo inscritos, a UEPG foi até Florianópolis coordenada pelos acadêmicos, Marco Aurélio Bonilha e Bruno Martins Heidrich, ambos acadêmicos do 4º ano de Turismo.

Segundo Marco Aurélio, coordenar os 28 acadêmicos exigiu paciência e disposição, pois mesmo com a divulgação sendo realizada quase 4 meses antes do feriado de novembro, poucos estudantes demonstraram interesse devido ao fato da própria falta de entrosamento entre os mesmos.

A maior participação, no entanto, foi do primeiro ano de Turismo, turma 2005 – 2008 com 12 alunos inscritos.

Todos os 28 acadêmicos optaram pela acomodação no camping, o que aproximou ainda mais as relações entre “calouros e veteranos”, além de outros estudantes de outras universidades.

O evento obedecia a um cronograma pré-estabelecido pela organização que era passado no primeiro dia aos coordenadores de cada universidade que, por sua vez, comunicava os participantes. Para o organizador Marco Aurélio, os coordenadores precisavam saber todas as informações para



poder esclarecer quaisquer dúvidas dos participantes e solucionar os imprevistos. Por ser realizada na praia, também havia a preocupação com a integridade do grupo, completa Bonilha.

De acordo com um dos coordenadores da UEPG, Bruno Martins, além do gasto com a inscrição (R\$ 120,00) e o transporte (R\$ 50,00), cada estudante gastou em média, no ano de 2005, cerca de R\$ 300,00 entre alimentação, bebidas entre outros gastos.

O Beach Tur 2005 foi considerado pela grande maioria que participou nos anos seguintes, como sendo o melhor ano do evento. Tal fato se deu pelas mudanças que viriam nos anos de 2006 e 2007.

Em 2006 a Universidade Estadual de Ponta Grossa mais uma vez participou do evento e na condição de acadêmico do curso de Turismo, coordenamos a excursão para Florianópolis. Juntamente com o turismólogo Marco Aurélio Bonilha, na ocasião já estava formado, nos encarregamos de montar, divulgar e vender o pacote para o *Beach Tur* 2006. Além das festas e dos jogos que aconteceram durante o evento, o que motivou Marco a continuar na coordenação da viagem foi a possibilidade de mais uma vez poder conhecer novos contatos e observar como o evento de fato havia se tornado um produto turístico. De acordo com o turismólogo, nos primeiros anos, o interesse em participar das competições e representar o nome da universidade era o que levava grande parte dos estudantes a participarem do evento. Era obrigatório o uso de uniformes durante a disputa dos jogos e a torcida deveria estar presente com o 'bandeirão' do curso. A esportividade, aliada ao clima festivo durante os 04 dias, possibilitava o contato amistoso entre as universidades.

Sendo assim, notamos que a partir de 2006, os organizadores, com a intenção de aumentar a lucratividade e concretizar as Olimpíadas de Verão como sendo um grande evento universitário, resolveram incluir o curso de Odontologia nos jogos. “Com a diminuição de inscritos nas faculdades de Turismo a partir de 2005, a participação de outros cursos foi fundamental para a permanência do evento”, argumenta Alex. Sendo assim, 2005 foi o último ano em que o evento foi exclusivo dos acadêmicos de Turismo.

Em 2006, o Beach Tur juntamente com o Odonto Beach, atraiu para a praia de Canasvieiras cerca de 2100 estudantes, sendo que 1500 foram inscritos como estudantes de Turismo. Apesar do aumento do número de participantes, não ocorreram grandes mudanças na infra-estrutura. De acordo com o núcleo organizador, a Fundação de Esportes de Florianópolis mais uma vez disponibilizou o material para a realização dos jogos. A arbitragem e a arquibancada estavam disponíveis para os quatro dias de realização dos jogos.

**FIGURA 02 – BEACH TUR 2006 – FLYER DE DIVULGAÇÃO**



Fonte: Arquivo pessoal

Após o primeiro ano de participação, para 2006 planejamos nossa participação com mais tempo, o que possibilitou melhores negociações e condições de pagamento das despesas pré-viagem. Com isso, conseguimos dobrar o número de participantes em relação ao ano anterior e reunimos ao curso de Turismo, os cursos de Economia, Farmácia e Direito. O curso de Odontologia da UEPG esteve presente com 15 estudantes que tiveram a preferência de efetuar individualmente as inscrições para o Odonto Beach.

A abertura oficial do Beach Tur aconteceu na primeira noite, em uma festa realizada no camping e reuniu a maioria dos participantes, até mesmo os que estavam hospedados no hotel. De acordo com Daniel de Oliveira, idealizador parceiro de Alex, o hotel oferecia mais conforto, porém era no camping que todos os participantes acabavam se encontrando.

As competições começavam às dez da manhã e se estendiam até o entardecer. Futuros turismólogos e odontólogos disputaram nas modalidades de *beachsoccer*, vôlei de praia, natação e caiaquismo. A equipe de Turismo de UEPG conquistou o vice-campeonato no vôlei de praia masculino nesse ano.

Os que não estavam competindo, o dia era livre para realizar qualquer outra atividade ou simplesmente ficar à beira da praia degustando uma bebida e interagindo com outros participantes.

Na segunda noite foi realizada a festa no late Casa Blanca. Um late de médio porte com capacidade para até 400 pessoas que navegou ao redor da Ilha, em um passeio de aproximadamente três horas. Devido à sua capacidade limitada, foi preciso dividir as saídas. Na segunda noite do evento, os estudantes de Odontologia foram divididos em dois grupos. Já o curso de Turismo foi para o late na

terceira noite, divididos em três saídas. A UEPG estava na última saída, prevista para as duas da manhã e com retorno as cinco.

**FIGURA 03 – BEACH TUR 2006 – IATE CASA BLANCA**



Fonte: <http://www.iatecasablanca.com.br>

Após a festa do late, conversamos com alguns participantes e constatamos que a divisão dos cursos, fez com que aumentasse a rivalidade entre “turismólogos e odontólogos” durante os jogos. Porém a organização preferiu manter o curso de Turismo integrado, já que eram os idealizadores do evento.

A festa de encerramento do evento aconteceu no El Divino Lounge, uma das mais bem conceituadas casas noturnas da Ilha e que está localizada no centro de Florianópolis, distante 27 km da praia de Canasvieiras. A excursão da

UEPG, assim como a maioria das outras universidades, utilizou o próprio ônibus para chegar ao local.

**FIGURA 04 – BEACH TUR 2006 – EL DIVINO LOUNGE**



Fonte: [http:// www.eldivinobrasil.com.br](http://www.eldivinobrasil.com.br)

Na última manhã do evento aconteceram as disputas finais e em seguida a premiação e o desfile para eleger a Garota e Garoto *Beach Tur* 2006. Os jurados eram acadêmicos ou profissionais que já tinham participado de pelo menos uma edição dos jogos. A eles coube julgar a beleza e a animação dos concorrentes que no final foi para Garota de Barão de Mauá de Ribeirão Preto e Garoto para a UNISO de Sorocaba.

A transformação do *Beach Tur* em um produto turístico veio a se confirmar, de fato em 2007. Com a abertura de uma nova operadora de viagens, a Aloha Turismo, o evento passou a ser reconhecido em âmbito nacional com a

participação dos cursos de Biologia, Biomedicina e Fisioterapia. A inclusão desses cursos, além de Turismo e Odontologia, dá origem ao Circuito *Full Beach* 2007.

A dimensão do Circuito Full Beach 2007 é o principal foco do presente trabalho, já que nessa ocasião, na condição de acadêmico, representamos a Universidade Estadual de Ponta Grossa pelo terceiro ano consecutivo e coordenamos a segunda excursão para Florianópolis.

**FIGURA 05 – CIRCUITO *FULL BEACH* 2007 – FLYER DE DIVULGAÇÃO (FRENTE)**



Fonte: Arquivo pessoal

Com 25 hotéis mobilizados exclusivamente para o evento, além do camping, o Circuito Full Beach 2007 reuniu, no feriado de 15 a 18 de novembro, 2500 universitários de faculdades de diferentes estados, como Rio de Janeiro, Minas Gerais, Goiás, São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Em 2007, como a UEPG já estava familiarizada com o evento, a procura pelas inscrições ocorreu logo a partir do segundo semestre. Os Flyers e cartazes foram distribuídos pelo campus central da instituição, possibilitando a participação de estudantes de outros cursos além de Turismo e Odontologia.

A excursão começou a ser montada quatro meses antes do mês de novembro, permitindo o parcelamento do pacote em quatro vezes a que foram pagos todo o dia 12 de cada mês.

Os valores, como nos anos anteriores, variaram de acordo com o tipo de hospedagem; a inscrição no camping custou R\$ 180,00 e para o hotel o custo foi de R\$ 270,00.

De acordo com o flyer de divulgação, estavam inclusos nos preços:

- 04 dias no camping ou hotel
- Inscrição nos jogos
- Ingresso para a Folianópolis (festa no sambódromo de Florianópolis com trio elétrico)
- Festa no late e Luau Havaiano
- Encerramento do evento no El Divino Club

O custo total da viagem por participante, incluindo o transporte e a inscrição, foi de R\$ 270,00 no camping e de R\$ 350,00 no hotel.

Nesse ano, 18 estudantes optaram pela acomodação no hotel, enquanto os outros 35 representantes da UEPG permaneceram no camping.

O cronograma do evento permaneceu como nos anos anteriores. Enquanto aconteceram as disputas, os dj's, em uma estrutura armada ao lado da arena dos jogos, tocavam a fim de manter os participantes integrados no mesmo ambiente.

**FIGURA 06 – CIRCUITO FULL BEACH 2007 – FACHADA DO HOTEL ILHA MAR NA PRAIA DE CANASVIEIRAS.**



Fonte: <http://www.hotelilhamar.com.br>

Pela grande demanda de hotéis gerada pelo evento na praia de Canasvieiras, alguns participantes ficaram dispersos do núcleo dos jogos. A concentração de hotéis localizava-se na parte central da praia, já o camping estava a aproximadamente 1500 metros do centro. Para Fernanda Anderle Rocha<sup>3</sup>, o hotel ficou muito distante do camping, ocasionando a separação dos participantes. Para a estudante, tal distância atrapalhou o acompanhamento dos jogos isolando-os dos demais participantes.



A primeira noite de festa estava prevista para começar as 20:00 horas no sambódromo de Florianópolis. Porém, não foi uma festa exclusiva dos participantes do Full Beach. A Folianópolis aconteceu nos mesmos dias da realização do circuito, atraindo quase 45 mil pessoas. No entanto a UEPG juntamente com os demais participantes do Full Beach, tinham acesso apenas ao primeiro dia, que teve como atrações, bandas de renome nacional; Banda Eva e Rapazzola.

**FIGURA 07 – CIRCUITO FULL BEACH 2007 – FOLIANÓPOLIS-SAMBÓDROMO DE FLORIANÓPOLIS**



Fonte: [http://: www.folianopolis.com.br](http://www.folianopolis.com.br)

<sup>3</sup> Fernanda Anderle Rocha, que em 2007 na condição de acadêmica do primeiro ano do Curso de Turismo pela UEPG, foi umas das participantes entrevistadas durante a realização do evento.

Com a inscrição de mais equipes para disputar os jogos, em 2007 a Universidade Estadual de Ponta Grossa não obteve bons resultados nesse ano. A equipe de *beachsoccer* e vôlei de praia acabaram sendo eliminadas nas quartas de final contra as PUC-Campinas e UNISO.

**FIGURA 08 – CIRCUITO FULL BEACH 2007 – ARENA DE JOGOS**



Fonte: Arquivo pessoal

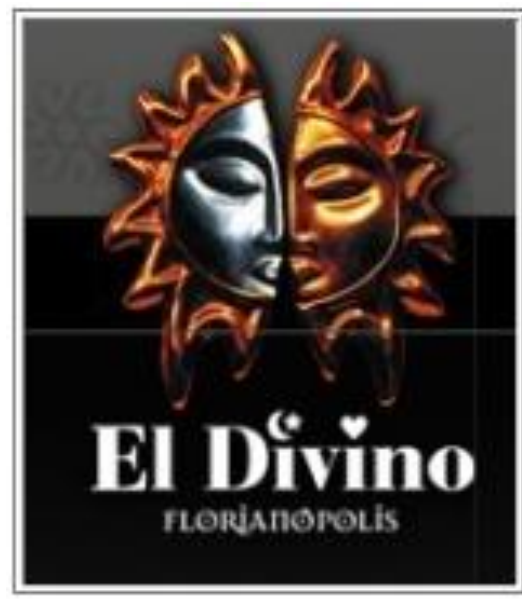
Após o encerramento da participação da UEPG nos jogos, ficaram livres para aproveitar a praia e conhecer o centro de Canasvieiras.

Com a presença da chuva na segunda noite, as últimas turmas que iriam participar da confraternização no late, tiveram que ser canceladas. De acordo com Daniel de Oliveira, o mar agitado e a euforia de alguns estudantes, já havia ocasionado um pequeno incidente no barco em uma das saídas anteriores. Com o imprevisto, as universidades Unicastelo, PUC Curitiba, UFPR, UNISO e a UEPG,

participaram somente da confraternização no camping, o que gerou certa insatisfação para alguns que preferiram nem mesmo sair do hotel. Para Fernanda, a organização deveria estar atenta a eventuais imprevistos e preparado uma alternativa para compensar a ausência do late, uma vez que já tínhamos pago pelo passeio.

O encerramento, no entanto, mesmo com a insistência da chuva, ocorreu normalmente. Com início para as 23:00 horas do dia 17 de novembro, o El Divino Club recebeu os 2500 participantes do Full Beach mantendo a programação habitual, ou seja, a casa noturna foi aberta para a comunidade local e demais turistas que estavam na Ilha de Santa Catarina.

**FIGURA 09 – CIRCUITO FULL BEACH 2007 – LOGOMARCA EL DIVINO CLUB**



Fonte: [www.eldivinobrasil.com.br](http://www.eldivinobrasil.com.br)

Ao longo das três edições que aconteceram em Florianópolis, a UEPG levou 137 acadêmicos de diversos cursos. Após o evento, no entanto, o ciclo de amizades se estendeu na instituição, contribuindo com a sociabilidade entre os cursos e até mesmo o fim de desavenças anteriores.

## 4.2. ORGANIZAÇÃO DO EVENTO

Um bom evento deve mostrar algo inusitado, desafiante e inovador, a fim de se tornar uma oportunidade de vivenciar diferentes experiências e experimentar diferentes sensações antes não provocadas.

Os eventos são hoje o principal atrativo do lazer extradoméstico dos moradores das cidades e por isso mesmo são atividades de lazer controladas pelo mundo dos negócios e da gestão. Em outras palavras: a festa colocou-se a serviço de outros objetivos, comerciais, promocionais, institucionais e outros (CANTON, 2003, p. 294)

Portanto, percebe-se que os eventos, principalmente aqueles relacionados ao entretenimento, exercem um importante papel na conduta da sociedade contemporânea, tornando-se cada vez mais necessários para o desenvolvimento social e econômico de determinadas comunidades.

Os eventos direcionados ao público jovem vêm acompanhando o crescimento do Turismo a cada ano. Prova disso, foi a criação da Operadora de Turismo Jovem Aloha em 2007, que esteve presente na formatação do projeto do Circuito Full Beach.

A equipe de trabalho contou com o apoio de 10 pessoas, sendo que 2 trabalharam no pré-evento na produção do material gráfico e no marketing divulgando o evento para as universidades, 2 pessoas para cuidar da organização e montagem do cronograma dos jogos, 1 pessoa na parte financeira e 5 organizadores que ficaram responsáveis pela contratação e reservas dos hotéis e do camping. Além dessas 10 pessoas que faziam parte da Operadora, a mão-de-obra local também foi utilizada, de forma que a Fundação de Esportes do Município de Florianópolis disponibilizou a montagem da estrutura onde foram realizadas as competições.

Cada universidade deveria ter o seu representante responsável pela organização do grupo de alunos para a participação dos jogos.

A Operadora elaborou o projeto do Circuito Full Beach 2007 para atender aproximadamente 3000 estudantes. Foram fechados exclusivamente para o evento 25 hotéis além do camping. Sendo assim, os representantes trabalhavam como “agências de viagens”, uma vez que a operadora negociava diretamente com os hotéis, restaurantes, casas noturnas e empresas de transporte, repassando o preço para cada coordenador.

Os coordenadores, assim como nas agências de viagens, foram comissionados pelas vendas efetuadas, sendo que a cada 15 inscrições feitas no camping 01 foi cortesia. No hotel o coordenador precisou vender 20 inscrições para obter a comissão.

A equipe de divulgação, além da mala direta (*flyers* e cartazes), utilizou a internet como importante ferramenta na difusão do evento. A página na web, além de disponibilizar informações, permitiu a interatividade dos participantes no pré-evento.

Para Bahl (2002) a *web* é um meio extremamente informal de comunicação, em que as pessoas estão geralmente à vontade quando navegam.

Portanto, deve-se salientar que na etapa de organização de um evento, o emprego de ferramentas tecnológicas otimizam as atividades e o atendimento dos participantes, seja no pré-evento, na execução ou no pós-evento.

#### 4.3. OS IMPACTOS DO EVENTO NA PRAIA DE CANASVIEIRAS

Os efeitos sociais e econômicos do turismo relacionam-se com a maneira pela qual as viagens e o turismo afetam as pessoas e sua comunidade.

Esses efeitos são normalmente menos tangíveis que os efeitos econômicos e, portanto, mais difíceis de ser mensurados.

Entender o impacto do turismo sobre as pessoas e suas conseqüências é um aspecto importante do treinamento da carreira de um profissional da área de turismo.

Visando a análise dos impactos do Circuito Full Beach 2007 na praia de Canasvieiras ao norte da Ilha de Santa Catarina, elaboramos dois questionários. (simples.) O primeiro direcionado à comunidade local e comerciantes de Canasvieira, o segundo para os participantes do evento.

##### Questionário Full Beach – Comunidade Local/Comerciantes

- 1) O Beach Tur traz benefícios à praia de Canasvieiras?
- 2) Quais os setores são mais beneficiados pelo evento?
- 3) Reconhece a importância do Turismo para a cidade?
- 4) O Beach Tur é um evento bem visto pela comunidade?

##### Questionário Full Beach - Participantes

- 1) Estado de Origem
- 2) É universitário?
- 3) Como ficou sabendo do evento?
- 4) Idade: menor de 18 ( ) de 19 a 24 ( ) 25 a 30 ( )

5) Das cinco edições do Beach Tur, em quantas vezes participou do evento?

6) Quanto pretende gastar durante o evento? ( fora a inscrição no evento e o transporte? Até R\$ 100,00 ( ) de R\$ 200,00 a R\$ 500,00 ( ) Acima de 500,00.

7) Que hospedagem está utilizando?

8) Qual o meio de transporte utilizado para chega até o evento?

9) Durante o evento, pretende visitar os pontos turísticos da cidade?

Com base nos dados obtidos por meio das entrevistas ao longo dos jogos pudemos constatar que a movimentação na praia de Canasvieiras aumentou consideravelmente o comércio local, afetando principalmente os hotéis, bares, lojas de conveniências, mercados e casas noturnas.

Além da geração de renda extra, o evento contribui com a difusão do destino Florianópolis, uma vez que inúmeros participantes migraram de diferentes Estados. O pós evento também se torna de suma importância, quando então os que participaram, fazem seus relatos a amigos e contam o quão bom ou ruim o evento se processou.

O questionário revelou também que houve a aceitação do evento no local, porém com algumas contestações. De acordo com os comerciantes próximos do local de realização do evento, os turistas podem ser bons gastadores e trazer-lhes renda extra, mas, em contrapartida, podem exigir uma postura incômoda e distinta.

Por se tratar de uma concentração grande de jovens, alguns moradores locais próximos a área do camping, tiveram problemas com o barulho ocasionado pelo som utilizado já que o mesmo estava situado em uma área residencial.

Os impactos ao ambiente natural foram percebidos quando observada a faixa de areia onde aconteceram as competições. O acúmulo de lixo na praia é proveniente não só da realização do evento, mas também quando há o aumento da população durante o período de veraneio

É inegável que o consumo excessivo de álcool, também tenha gerado alguns inconvenientes. Nos 25 hotéis fechados para o evento, pelo menos na metade deles houve reclamações por parte dos funcionários.

Em relação ao gasto médio de cada participante, a maioria informou que gastaria nos 04 dias uma média de R\$ 400,00 a R\$ 500,00 principalmente em bebidas e alimentação.

A sazonalidade é um dos principais problemas encontrados no turismo. Assim como a grande maioria do litoral brasileiro, em Canasvieiras também encontramos a variação de demanda entre a alta e baixa temporada. Sendo assim os Jogos de Verão aliado ao feriado nos meses de novembro, atraiu ainda mais divisas para a comunidade local nesses três anos de realização. Em especial o ano de 2007 quando o evento tomou proporções ainda maiores, mobilizando grande parte do setor hoteleiro local.





## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Beach Tur se constitui em um evento esportivo e de lazer organizado inicialmente por acadêmicos do curso de Turismo, realizado no litoral paulista e catarinense entre os anos de 2002 à 2007.

Com o crescimento do evento, a partir de 2006, além dos estudantes do curso de Turismo, a praia de Canasvieiras na Ilha de Santa Catarina, passou a receber no mês de novembro milhares de universitários em busca do sol, da praia, dos jogos, festas e da possibilidade de interação entre si.

Considerando-se as relações sociais e econômicas vinculadas pelo evento, torna-se plausível o comprometimento do núcleo organizador não somente com a infra-estrutura do evento, mas também com questões de impacto na comunidade

Objetivando entender a contribuição que um evento universitário oferece aos seus participantes e os impactos do mesmo na comunidade local, tentou-se coletar, antes, durante e após o evento informações e autores que pudessem dar suporte à pesquisa.

Para os participantes, de modo geral, o foco principal foi a diversão e o lazer oferecidos durante os quatro dias do evento. Aos estudantes de turismo interessados no segmento de eventos, foi possível analisar a organização de um grande evento observando a movimentação dos organizadores e dos envolvidos na realização.

Por meio da presença *in loco* em três, das cinco edições das Olimpíadas de Verão dos Acadêmicos de Turismo, percebeu-se a formatação de um produto turístico em um atrativo já reconhecido pelo potencial turístico. A praia de

Canasvieiras recebe todo ano milhares de turistas de todo o país e do MERCOSUL. Porém, no mês de novembro quando o evento é realizado, houve certa tranquilidade no local por se tratar de baixa temporada. Com a análise específica do ano de 2007 o Beach Tur foi uma alternativa para a economia local, pois mobilizou o setor de prestação de serviços além do próprio trade turístico.

Com base nos estudos e com o suporte da obra de Beni 1997, podemos dizer que o Beach Tur é produto turístico por ser resultado da soma de recursos naturais e culturais e serviços, produzidos por uma pluralidade de empresas.

Já a praia de Canasvieiras é um atrativo turístico, que Ruschman 2001 define como sendo os elementos de utilização turística efetiva, com potencial de atração já aproveitado, total ou parcialmente. Caracterizam-se pelo fluxo turístico significativo e pela estrutura receptiva ao menos minimamente desenvolvida.

Assim, é importante que se realizem eventos dessa natureza, seja pela sua contribuição econômica local ou por possibilitar as relações pessoais entre os participantes de culturas e lugares diferentes.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Renato Brenol. **Manual de Eventos**. Caxias do Sul: Educus, 2007
- BAHL, Miguel. **Eventos: A importância para o Turismo do Terceiro Milênio**. São Paulo: Roca, 2003.
- BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo Senac, 1997
- CANTON, Antonia Marisa. **Eventos: ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro Setor**. São Paulo: Roca, 2002.
- CANTON, A.M. Turismo de Eventos nas Organizações do Terceiro Setor: ação política e socioeconômica. In: REJOWOSKI, M.; COSTA, B. K. **Turismo Contemporâneo**. São Paulo: Atlas, 2003
- GASTAL, Susana. **Turismo e Investigação Crítica**. São Paulo: Contexto, 2002
- LAGE, Beatriz H. Gelas, MILONE, Paulo César. **Economia do Turismo**. São Paulo: Atlas, 2001, 158p.
- MATIAS, Marlene. **Turismo: Formação e Profissionalização**. São Paulo: Manole, 2001
- OURIQUES, Helton Ricardo. **Turismo em Florianópolis: Uma crítica à indústria Pós-Moderna**. Florianópolis: UFSC 1994
- REVISTA Salão do Turismo – Roteiros do Brasil 2008.
- SECRETARIA ESPECIAL DE TURISMO, PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO; **Turismo internacional cresce o mundo**. Informe Turístico. Rio de Janeiro: Plano Maravilha, 2(4), 4, 1999.
- SILVA, F. P. S. Eventos e turismo: turismo de eventos. In: \_\_\_\_\_. **Turismo: Tendências e Debates**. II: (2), 1999.
- RUSCHMAN Doris. **Marketing Turístico Um Enfoque Promocional**. Campinas. Papirus 2001
- TRIGO, LUIZ GONZAGA GODÓI. **Entretenimento: Uma Crítica Aberta**. São Paulo: SENAC, 2003.
- <<http://www.campingcostadosol.com.br>>. Acesso em: 10 out. 2008.
- <<http://www.folianopolis.com.br>>. Acesso em: 03 out. 2008.
- <<http://www.iatecasablanca.com.br/foto-iate04.htm>>. Acesso em: 09 set. 2008
- <<http://www.guiafloripa.com.br>>. Acesso em: 09 set. 2008

