



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

ANA PAULA ARAÚJO MACIEL

**GESTÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS EM EVENTOS: UMA ANÁLISE  
COMPARATIVA DO FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS/AM E DO DESFILE  
DAS ESCOLAS DE SAMBA DO RIO DE JANEIRO/RJ ATRAVÉS DA TÉCNICA  
MOMENTO DA VERDADE.**

NATAL  
2015

ANA PAULA ARAÚJO MACIEL

**GESTÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS EM EVENTOS: UMA ANÁLISE  
COMPARATIVA DO FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS/AM E DO DESFILE  
DAS ESCOLAS DE SAMBA DO RIO DE JANEIRO/RJ ATRAVÉS DA TÉCNICA  
MOMENTO DA VERDADE.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito obrigatório para a obtenção do título de Mestre em Turismo na área de Gestão.

Orientador: Carlos Alberto Freire Medeiros, Dr.

NATAL

2015

Catálogo da Publicação na Fonte.  
UFRN / Biblioteca Setorial do CCSA

Araújo-Maciel, Ana Paula.

Gestão da qualidade dos serviços em eventos: uma análise comparativa do festival folclórico de Parintins/AM e do desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro/RJ através da técnica momento da verdade / Ana Paula Araújo Maciel. - Natal, 2015.  
188f: il.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Alberto Freire Medeiros.

Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Programa de Pós-graduação em Turismo.

1. Turismo de evento – Brasil – Dissertação. 2. Gestão - Qualidade dos Serviços - Dissertação. 3. Festival Folclórico - Parintins/AM - Dissertação. 4. Desfile - Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ – Dissertação. I. Medeiros, Carlos Alberto Freire. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BS/CCSA

CDU 338.48-61(81)

ANA PAULA ARAÚJO MACIEL

**GESTÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS EM EVENTOS: UMA ANÁLISE  
COMPARATIVA DO FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS/AM E DO DESFILE  
DAS ESCOLAS DE SAMBA DO RIO DE JANEIRO/RJ ATRAVÉS DA TÉCNICA  
MOMENTO DA VERDADE.**

Natal, 11 de dezembro de 2015.

Banca Examinadora:

---

Prof. Carlos Alberto Freire Medeiros, Dr.  
Orientador  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Natal-RN-Brasil

---

Prof.<sup>a</sup> Lissa Valéria Fernandes Ferreira, Dra.  
Examinador- Interno  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Natal-RN-Brasil

---

Prof. Sílvio José de Lima Figueiredo, Dr.  
Examinador-Externo  
Universidade Federal do Pará  
Belém-PA-Brasil



Este trabalho foi desenvolvido com o apoio do Governo do Estado do Amazonas, por meio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (FAPEAM), com a concessão de bolsa de estudo do Programa RH Mestrado-Fluxo Contínuo.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus nosso Pai e Jesus Cristo nosso Senhor, por permitirem esse milagre que foi o mestrado na minha vida. Na verdade foi um mestrado de vida. Aprendizado contínuo, dia após dia, de autoconhecimento e renovação da minha fé.

Foram dois anos de muitas alegrias, conquistas e de muitas tristezas, além da dor, solidão e saudade. Mistura de sentimentos que me fizeram refletir, repensar e perdoar. Aliás, perdoar alguém de verdade é como se você tirasse um “fardo de areia” das costas. Perdoei alguém que havia prometido que jamais perdoaria em hipótese alguma por causa de sua ausência a vida inteira, meu pai biológico. Ele nem sabe, mas o perdoei. Faço questão de registrar aqui esse perdão porque perdoar faz bem pra alma e pro coração.

Quando estamos longe de casa tudo acontece. Adoecei e quase ninguém soube, nem mesmo meu orientador. Aproximei-me mais de Deus e estou muito feliz por isso. Eu te amo Jesus!

À minha mãe-avó Nair Maciel (*in memoriam*) que não está presente de corpo para me dá um abraço, mas que com certeza está muito feliz por essa vitória.

À minha rainha, minha mãe Rose Maciel a quem amo muito e que nunca mediu esforços para me apoiar em tudo que fiz e que planejei para minha vida. Obrigada por ter custeado quase todos os gastos que tive em todas as fases da pesquisa de campo, minha “mãetrocínio”. Obrigada principalmente por suas orações, por seu amor, carinho e confiança. Eu te amo muito mãe!

Ao meu noivo Carlos Júnior pelo companheirismo, amor e paciência para esperar a conclusão do mestrado e a toda sua família que sempre me tratam como filha.

A todos os meus familiares, tios e tias, primos e primas, por terem contribuído com muito carinho, amor, força e ajuda financeira que custearam o transporte do meu carro para Natal no primeiro ano do mestrado. Além das passagens aéreas para Parintins na segunda fase da pesquisa de campo, especialmente a tia Antônia Sampaio, Conceição Sampaio, Luís Maciel, Grace Maciel, Ana Lúcia Maciel.

Ao meu orientador Prof. Dr. Carlos Alberto Freire Medeiros ao qual serei eternamente grata por sua confiança, paciência, ensinamentos e carinho em todas as orientações.

A toda equipe do PPGTUR da UFRN, ao coordenador Wilker Nóbrega, Vice Coordenadora Valéria, e aos demais professores do programa que pude conhecer, conviver e aprender muito, em especial ao meu orientador Carlos Alberto Medeiros, ao Professor Mauro Lemmuel que desde o início demonstrou muito carinho por minha pessoa e que no início nos recebeu de braços abertos, a Professora Kerlei Sonaglio que também desde o início nos deu muita força e apoio, ao Professor Sílvio Figueiredo pela parceria e orientações fundamentais em alguns trabalhos, à professora Leilianne Barreto que me orientou no estágio de docência, à professora Lissa Valéria sempre muito atenciosa e carinhosa, aos demais professores que tive a honra de conhecer e aprender muito, Professor Sérgio Marques, Luís Mendes e à Secretária Juliane Medeiros que sempre se mostrou prestativa e atenciosa e a quem tenho um carinho enorme.

A todos os colegas do mestrado da turma 2014.1 mais conhecida como “*templates*” que mesmo com as diferenças pessoais, mas com união, foram fundamentais para chegar até aqui, em especial a minha eterna chefinha e irmã de coração Jenniffer Ribeiro, se não fosse por ela não teria chegado até aqui, afinal ela me convidou para participarmos da seleção do mestrado. Aos demais *templates*: Juliana Rodrigues e sua família, Amada Tavares, Ivanise Borges, Andressa Ramalho, Iracy Wanderley, Débora Urano, Jailson Medeiros, José da Paz, Islaine Cristiane, Angélique Cochand, Pedro Brito, Luciléia Moraes, Ednaja Moura e ao nosso querido Lord Wilton Nobre, amo muito cada um de vocês.

Ao doutorando em Turismo da UFRN e grande amigo Cleber Augusto e seu companheiro Breno Rodrigues pelo incentivo, carinho, força e apoio fundamental na reta final do mestrado.

Aos meus amigos de Manaus que mesmo distantes de corpos, não deixaram enviar via *whatsapp* mensagens de carinho e apoio: minha amiga Michelle Sales que foi praticamente minha “secretária” em Manaus, resolvendo alguns probleminhas que apareceram; grande amiga e muito querida Santana Duarte, que com muito carinho topou ser minha procuradora oficial para resolver todas as situações que surgissem durante todo esse tempo do mestrado; minha mana Jane Gato por suas orações e torcida; Sandra Santos que carinhosamente me ajudou na construção da

proposta do projeto da seleção do mestrado; ao meu grande amigo Walter Saldanha, o “cabeção”, que todos os dias lembrou-se de mim, mandando “bom dia” e muitas mensagens de apoio e força.

As amigas de Manaus mais que especiais Aline Santana (minha Xuxuuuuu) e a Jeane Pereira (Je querida), que começaram juntas conosco essa história do mestrado e que infelizmente não vieram as quatro. Amo vocês.

A todas as pessoas que me acolheram durante toda essa jornada do mestrado, a tia Fátima de Natal e sua família, Tyeme Ribeiro e família. Na pesquisa de campo do Rio de Janeiro, agradeço a Célia Gadelha que me recebeu em sua residência, Sueli Moraes e Carlos de Moraes que me deram todo apoio no Sambódromo. Em Parintins, Lourdes Rodrigues que articulou minha estada na primeira fase da pesquisa de campo, a Clírley Glória e sua família por me receberem em sua casa, ao Aldo Albuquerque pelo apoio na logística. A querida amiga Nazaré de Águila pelo apoio e torcida, carinho e atenção na segunda fase da pesquisa de campo, sem seu apoio não teria conseguido.

A toda equipe dos bois-bumbás Caprichoso e Garantido que me receberam em Parintins e em Manaus e, que com muito carinho gravaram as entrevistas.

Um salve especial a todos os Parintinenses, que durante essa jornada da pesquisa me ensinaram muito sobre Parintins e o Festival, pude sentir o sentimento de cada um que conversei a respeito da festa. Povo guerreiro, batalhador e muito, muito criativo. Viva os Parintinenses! Viva o Amazonas! Viva o boi de Parintins!

A todo o time da Secretaria de Cultura do Estado do Amazonas, o qual tenho muito orgulho de já ter feito parte, em especial ao Dr. Robério Braga, Mimosa Paiva, Elizabeth Cantanhede, Cristiana Brandão, Nazarene Maia, Luciana Baltar, Rosa Capote, Lucy Santos, Suzy Osaqui, Cristian Pio e Thaís Vasconcelos, Andressa Oliveira, Nestor Ribeiro, à toda equipe da Diretoria de Eventos, Liceu de Artes e Ofícios Cláudio Santoro - Unidades Manaus e Parintins. Cultura! Cultura! Cultura!

Às professoras da Universidade Estadual do Amazonas (UEA) Cláudia Menezes e Cristiane Barroncas pela força, torcida e carinho.

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Amazonas (FAPEAM) pelo apoio com o aporte financeiro, fundamental para com a pesquisa, a colaboradora Srta. Thiane Santos pela atenção e carinho durante todo o acompanhamento para com os bolsistas desta fundação.

E a todos que direta ou indiretamente contribuíram para este estudo.

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a Deus, à minha mãe e avó Nair Araújo Maciel (in memoriam), à minha mãe Rose Mary Araújo Maciel, ao meu noivo Carlos Júnior e sua família e, a todos os meus familiares pelo apoio incondicional.

À minha amiga, companheira para todas as horas e eterna chefinha que amo muito, Jenniffer Ribeiro da Silva.

Aos meus amigos que se fizeram presente nos momentos mais importantes da minha vida durante essa jornada do mestrado.

E a todos que direta ou indiretamente contribuíram para este estudo.

*“Para os campeões do serviço, o cliente é tudo – o alfa e o ômega, o começo e o fim”.*

(Karl Albrecht)

## RESUMO

Os eventos no mundo são motivadores no turismo e figura relevante no desenvolvimento e comercialização dos planos da maioria dos destinos. Para sua realização, necessitam de infraestrutura específica, e têm como contrapartida promover benefícios à localidade receptora. Para o sucesso dos mesmos, contam com serviços essenciais oferecidos aos clientes. O objetivo central deste estudo é Analisar a gestão da qualidade dos serviços no Festival Folclórico de Parintins – AM e no Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro – RJ e mostrar como se encontra o nível da qualidade dos referidos eventos na visão dos participantes que consumiram os serviços. Como objetivos específicos, foram traçados 3 objetivos: a) Caracterizar o Festival Folclórico de Parintins/AM e o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ; b) Identificar e analisar os atributos de qualidade de serviços do Festival Folclórico de Parintins/AM e Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ, utilizando-se a técnica Momento da Verdade; c) Comparar o Festival Folclórico de Parintins/AM com o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (RJ), de acordo com os atributos de qualidade dos serviços identificados e analisados. A metodologia está disposta por um estudo de caráter exploratório-descritivo, de abordagem qualitativa, com observação participante, utilizando-se do ciclo do serviço da técnica Momento da Verdade para observar cada etapa do mesmo. O instrumento de coleta de dados utilizado foi análise de conteúdo. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com os atores envolvidos no planejamento, organização e operacionalização dos dois eventos, além das entrevistas com o público presente. Como resposta aos objetivos estabelecidos, pode-se concluir que o nível de qualidade dos serviços oferecidos no Festival Folclórico de Parintins encontra-se insatisfatório em alguns pontos dos momentos da verdade analisados. Observou-se ainda que há limitações que dificultam a prestação do serviço com o nível de qualidade.

**Palavras-chave:** Qualidade dos Serviços. Eventos. Festival Folclórico de Parintins/AM. Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ.

## ABSTRACT

Events in the world are significant motivators in tourism and relevant figure in the development and marketing plans of most destinations. For its realization, requires specific infrastructure, and promote benefits are offset to the receiving location. For the success thereof, they have essential services offered to customers. The main objective of this study refers to examine the attributes of service quality in the Folkloric Festival of Parintins / AM and show how the event is the level of quality as perceived by participants who consumed the services. Specific goals were set three objectives: a) Characterize the Folkloric Festival of Parintins / AM and the Samba Schools Parade of Rio de Janeiro / RJ; b) Identify and analyze the Folk Festival of the quality of service attributes of Parintins / AM and Samba Schools Parade of Rio de Janeiro / RJ, using the Moment of Truth technique; c) Compare the Folkloric Festival of Parintins / AM with Samba Schools Parade of Rio de Janeiro (RJ), according to the quality attributes of the identified and analyzed services. The methodology is prepared for qualitative analysis, descriptive exploratory, direct observation, using the Moment of Truth technical service cycle to observe every step of it. Semi-structured interviews were conducted with actors involved in the planning, organization and operation of the two events, in addition to interviews with the local public. As response to stated objectives, it can be concluded that the level of quality of services offered in Parintins Folklore Festival is unsatisfactory in some points of the analyzed real time. It was also observed that there are limitations that hinder the provision of the service to the level of quality.

**Keywords:** Events. Quality of Services. Folk Festival of Parintins/AM. Samba Schools Parade of Rio de Janeiro/RJ

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|  |     |
|--|-----|
| <b>Gráfico 01:</b> Posição do Brasil no ranking mundial dos países que realizaram eventos internacionais (2010-2014)                     | 37  |
| <b>Figura 01:</b> Mapa de localização do município de Parintins/AM   | 47  |
| <b>Tabela 01:</b> Investimentos do Festival Folclórico de Parintins no período de 2011 a 2015  | 50  |
| <b>Tabela 02:</b> Investimentos da empresa Coca-Cola (patrocinadora máster) no período de 2013 a 2015                                    | 51  |
| <b>Figura 02:</b> Ciclo do Serviço   | 74  |
| <b>Figura 03:</b> Mapa de acesso ao Bumbódromo   | 91  |
| <b>Figura 04:</b> Mapa do Sambódromo e arredores do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ                                    | 105 |
| <b>Fluxograma 01:</b> Ciclo dos serviços observados no Festival Folclórico de Parintins e Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro | 136 |

## LISTA DE IMAGENS

|   |     |
|---|-----|
| <b>Imagens 01 e 02:</b> Apresentação dos Bois Caprichoso e Garantido  | 49  |
| <b>Imagens 03 e 04:</b> Logomarcas dos patrocinadores do evento   | 52  |
| <b>Imagens 05, 06 e 07:</b> Logomarca dos patrocinadores (Coca-Cola, Bradesco e Brahma)                                 | 52  |
| <b>Imagens 08 e 09:</b> Bumbódromo de Parintins antes e depois da reforma   | 54  |
| <b>Imagem 10:</b> Relógio de marcação do tempo de apresentação no Bumbódromo  | 99  |
| <b>Imagem 11:</b> Alegorias dos Bois Garantido e Caprichoso   | 100 |
| <b>Imagens 12, 13 e 14:</b> Cabine dos jurados no Bumbódromo de Parintins   | 102 |
| <b>Imagem 15:</b> Relógio de marcação do tempo de apresentação no Sambódromo  | 109 |
| <b>Imagem 16:</b> Cabine dos jurados no Sambódromo do Rio de Janeiro  | 113 |
| <b>Imagens 17 e 18:</b> Site da LIESA e link de vendas dos ingressos  | 116 |
| <b>Imagens 19, 20 e 21:</b> Sites confiáveis para compra de ingressos do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro | 117 |
| <b>Imagens 22 e 23:</b> Sites dos Bois Caprichoso e Garantido   | 118 |
| <b>Imagens 24 e 25:</b> Site da Tucunaré Turismo (agência e operadora oficial do Festival de Parintins)                 | 120 |
| <b>Imagens 26, 27 e 28:</b> Procedimento de entrega dos ingressos do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro     | 124 |
| <b>Imagens 29, 30 e 31:</b> Procedimento de entrega dos ingressos do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro     | 124 |
| <b>Imagens 32 e 33:</b> Procedimento de entrega dos ingressos do Festival Folclórico de Parintins                       | 125 |
| <b>Imagens 34 e 35:</b> Entrada no Sambódromo do Rio de Janeiro/RJ e Bumbódromo de Parintins/AM                         | 128 |
| <b>Imagens 36 e 37:</b> Local de acomodação do público nas arquibancadas do Sambódromo e Bumbódromo                     | 129 |
| <b>Imagens 38 e 39:</b> <i>Fast Food</i> do Bob's   | 133 |
| <b>Imagens 40, 41 e 42:</b> Bares do Bumbódromo de Parintins  | 134 |
| <b>Imagem 43:</b> Equipe de limpeza na arena do Bumbódromo de Parintins   | 143 |
| <b>Imagens 44 e 45:</b> Áreas de concentração das Galeras dos Bois Caprichoso e Garantido                               | 144 |
| <b>Imagens 46, 47 e 48:</b> Lixeiras e equipe de limpeza no Sambódromo do Rio de Janeiro                                | 145 |
| <b>Imagens 49 e 50:</b> Placas de sinalização da entrada principal do Bumbódromo de Parintins                           | 146 |
| <b>Imagens 51, 52 e 53:</b> Sinalização dos camarotes e toaletes do Bumbódromo de Parintins                             | 146 |
| <b>Imagens 54, 55 e 56:</b> Placas de sinalização da entrada principal do Sambódromo do Rio de Janeiro                  | 147 |
| <b>Imagens 57 e 58:</b> Placas de sinalização dentro do Sambódromo no desfile do Rio de Janeiro                         | 148 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Imagem 59:</b> Segurança no Bumbódromo de Parintins   | 149 |
| <b>Imagens 60, 61 e 62:</b> Placas indicativas de saída de emergência no Bumbódromo de Parintins | 149 |
| <b>Imagens 63, 64 e 65:</b> Esquema de segurança do Sambódromo do Rio de Janeiro                 | 150 |
| <b>Imagens 66 e 67:</b> Policiamento no entorno do Sambódromo do Rio de Janeiro                  | 151 |
| <b>Imagem 68:</b> Sistema de iluminação e sonorização do Bumbódromo de Parintins                 | 152 |
| <b>Imagens 69, 70 e 71:</b> Acessibilidade do Bumbódromo de Parintins                            | 153 |
| <b>Imagens 72 e 73:</b> Aeroporto Júlio Belém em Parintins/AM                                    | 156 |
| <b>Imagens 74 e 75:</b> Aeroporto Júlio Belém em Parintins/AM                                    | 156 |
| <b>Imagens 76 e 77:</b> Sistema de iluminação e sonorização do Sambódromo do Rio de Janeiro      | 159 |

## LISTA DE QUADROS

|  |     |
|--|-----|
| <b>Quadro 01:</b> Cidades brasileiras que realizaram até dois eventos internacionais em 2014                 | 37  |
| <b>Quadro 02:</b> Escolas de Samba do Grupo: série A   | 43  |
| <b>Quadro 03:</b> Escolas de Samba do Grupo Especial e data de fundação                                      | 44  |
| <b>Quadro 04:</b> Eventos em nível municipal e estadual realizados no Estado do Amazonas                     | 46  |
| <b>Quadro 05:</b> Evolução do conceito de qualidade  | 57  |
| <b>Quadro 06:</b> Dimensões iniciais e finais da qualidade dos serviços                                      | 60  |
| <b>Quadro 07:</b> As cinco dimensões da qualidade e suas características                                     | 61  |
| <b>Quadro 08:</b> Fatores que levaram os clientes a mudarem de empresa prestadoras de serviços               | 62  |
| <b>Quadro 09:</b> Conceitos de serviços  | 67  |
| <b>Quadro 10:</b> Características dos serviços   | 68  |
| <b>Quadro 11:</b> Cinco níveis de comprometimento das empresas com a qualidade dos serviços                  | 68  |
| <b>Quadro 12:</b> Sete pecados em serviços   | 69  |
| <b>Quadro 13:</b> Três momentos da verdade vivenciados pelos clientes e suas possíveis consequências         | 73  |
| <b>Quadro 14:</b> Características especiais das empresas campeãs de qualidade em serviços                    | 74  |
| <b>Quadro 15:</b> Universo da pesquisa   | 79  |
| <b>Quadro 16:</b> Relação dos órgãos envolvidos na realização do festival de Parintins e suas funções        | 93  |
| <b>Quadro 17:</b> Ordem de apresentação e horário de cada boi-bumbá em 2015                                  | 96  |
| <b>Quadro 18:</b> Tempo mínimo e máximo de apresentação dos bois bumbás                                      | 98  |
| <b>Quadro 19:</b> Critérios estabelecidos para alguns itens de julgamento                                    | 99  |
| <b>Quadro 20:</b> Itens de julgamentos e suas definições   | 101 |
| <b>Quadro 21:</b> Blocos de julgamento e suas especialidades   | 102 |
| <b>Quadro 22:</b> Ordem de apresentação e horário do Desfile das Escolas de Samba da Série A                 | 106 |
| <b>Quadro 23:</b> Ordem de apresentação e horário do Desfile das Escolas de Samba do Grupo Especial          | 106 |
| <b>Quadro 24:</b> Tempo do desfile das agremiações   | 108 |
| <b>Quadro 25:</b> Critérios obrigatórios das Escolas de Samba da Série A                                     | 109 |
| <b>Quadro 26:</b> Critérios obrigatórios das Escolas de Samba do Grupo Especial                              | 110 |
| <b>Quadro 27:</b> Critérios, definições e concepção de julgamento dos Jurados                                | 111 |
| <b>Quadro 28:</b> Membros representantes da comissão integrada para apuração do Desfile das Escolas de Samba | 114 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Quadro 29:</b> Sistematização comparativa dos serviços oferecidos no Festival Folclórico de Parintins e o desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro                        | 137 |
| <b>Quadro 30:</b> Comparativo das características do Bumbódromo de Parintins e o Sambódromo do Rio de Janeiro  | 159 |
| <b>Quadro 31:</b> Comparativo das particularidades do Festival de Parintins e o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro   | 160 |
| <b>Quadro 32:</b> Evolução do Festival Folclórico de Parintins e o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro  | 161 |
| <b>Quadro 33:</b> Expressões utilizadas para identificar os elementos do Festival Folclórico de Parintins e o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro                       | 162 |
| <b>Quadro 34:</b> Comparativo dos valores para participação no Festival Folclórico de Parintins e o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro                                 | 163 |
| <b>Quadro 35:</b> Sistematização das recomendações ou sugestões para a qualidade dos serviços do Festival Folclórico de Parintins e Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro | 169 |

## LISTA DE SIGLAS

**ABEOC** - Associação Brasileira de Empresas de Eventos

**AMAZONASTUR** – Empresa Estadual de Turismo do Amazonas

**BVEP** - *Business Visits & Events Partnership* / Associação Internacional de Congressos e Convenções

**EMBRATUR** – Instituto Brasileiro de Turismo

**IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

**ICCA** - *International Congress and Convention Association* / Associação Internacional de Congressos e Convenções

**IFAM** - Instituto Federal do Amazonas

**G.R.E.S** – Grêmio Recreativo Escola de Samba

**LAENA** - Laboratório de Análises Espaciais Prof. Dr. Thomas Peter Hurthienne

**LIERJ** – Liga das Escolas de Samba do Rio de Janeiro

**LIESA** – Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro

**OMT** – Organização Mundial do Turismo

**RIOTUR** - Empresa de Turismo do Município de Rio de Janeiro

**SEC** – Secretaria de Estado de Cultura do Amazonas

**SECTUR** – Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Parintins

**SETUR** – Secretaria de Estado de Turismo do Rio de Janeiro

**TURISRIO** – Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro

**UNISINOS** - Universidade do Vale do Rio dos Sinos

## SUMÁRIO

|  |     |
|--|-----|
| <b>1 INTRODUÇÃO</b>  | 19  |
| 1.1 APRESENTAÇÕES DO TEMA E QUESTÃO PROBLEMA   | 19  |
| 1.2 JUSTIFICATIVA  | 25  |
| 1.3 OBJETIVOS  | 33  |
| <b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>   | 34  |
| 2.1 TURISMO, EVENTOS E FESTIVAIS   | 34  |
| 2.2 GESTÃO DA QUALIDADE  | 56  |
| 2.3 SERVIÇOS E A TÉCNICA MOMENTO DA VERDADE  | 67  |
| <b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>   | 77  |
| 3.1 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO   | 77  |
| 3.2 UNIVERSO DA PESQUISA   | 78  |
| 3.3 COLETA DE DADOS  | 80  |
| 3.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS   | 85  |
| 3.5 ANÁLISE DE DADOS   | 86  |
| <b>4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b>  | 88  |
| 4.1 OS FESTIVAIS FOLCLÓRICOS BRASILEIROS   | 88  |
| <b>4.1.1 O Festival Folclórico de Parintins/AM</b>   | 88  |
| <b>4.1.2 O Desfile das Escolas de Samba – Carnaval do Rio de Janeiro/RJ</b>  | 103 |
| 4.2 A QUALIDADE DOS SERVIÇOS NOS EVENTOS   | 115 |
| 4.3 SISTEMATIZAÇÃO DA COMPARAÇÃO DOS SERVIÇOS OFERECIDOS NO FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS E NO DESFILE DAS ESCOLAS DE SAMBA DO RIO DE JANEIRO | 137 |
| <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>  | 166 |
| <b>REFERÊNCIAS</b>   | 172 |
| <b>APÊNDICES</b>   | 179 |
| <b>ANEXOS</b>  | 185 |

## 1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo introdutório está inserida a apresentação da temática proposta, a partir da contribuição de autores que abordam questões relativas aos temas turismo, eventos, festivais e a gestão da qualidade, dando ênfase aos aspectos da qualidade dos serviços em eventos. Nesta seção estão inseridos ainda o problema de pesquisa e os objetivos delineados para o trabalho.

### 1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA E QUESTÃO PROBLEMA

Os eventos no mundo tem sido um dos aspectos que contribuem para o desenvolvimento turístico das localidades. São motivadores importantes no turismo e figura representativa no desenvolvimento e comercialização dos planos da maioria dos destinos. Para sua efetivação, necessitam de infraestrutura específica, e têm como contrapartida promover benefícios à localidade receptora.

Os papéis e impactos do planejamento e realização de eventos dentro do turismo são cada vez mais importantes para a competitividade do destino, sendo vistos como diferencial na decisão dos turistas sobre que lugares a visitar (Getz, 2008).

Com os avanços tecnológicos, a sociedade habituou-se a lidar com transformações resultantes do processo de globalização. O ambiente de negócios tem sido mais dinâmico, as empresas estão mais exigentes e têm adotado métodos administrativos novos (Santos, 2010; Zucco, 2012). As organizações têm investido no aprimoramento de seus produtos e serviços e aplicado técnicas de gestão que envolve a utilização de uma série de estratégias de marketing para obter vantagens competitivas.

O surgimento da internet intensificou esse processo, devido à difusão da informação e da comunicação em tempo real. Os equipamentos e aparelhos sofisticados de fácil acesso como computadores, celulares, satélites e entre outros facilitaram nesse processo (Rocha, Magalhães & Paiva, 2012).

No setor de turismo não é diferente e requer um nível mais elevado de profissionalização nas atividades refletindo na competência dos gestores, para perceber as diferentes variáveis que determinam a oferta de produtos e serviços com excelência e enfrentar as mudanças da concorrência.

O turismo por ser uma atividade diretamente ligada à interação social acompanha a evolução tecnológica que está inserida na sociedade (Krippendorf, 2009). Assim, as mudanças no comportamento e no estilo de vida tendem a provocar profundo impacto na evolução do turismo, pois pressionam a diversificação das ofertas turísticas e indicam a necessidade de desenvolver novas estratégias de atração para responder às expectativas dos turistas.

Os eventos culturais e os festivais têm proporcionado aos destinos sedes a oportunidade de promover a atividade turística, haja vista que os participantes também são consumidores dos serviços turísticos das localidades que visitam para participar de um evento, demonstrando, assim, a profunda integração entre esses eventos e o turismo (Melo, Araújo-Maciel & Figueiredo, 2015).

Diante dessa visibilidade, o tema festival está atrelado aos eventos e, também estimula o interesse dos pesquisadores da temática, principalmente por renovar periodicamente o fluxo de visitantes e o ciclo da vida de uma comunidade que vem sendo observada com uma longa trajetória histórica a incorporar as tradições. Têm florescido novamente na sociedade contemporânea e se proliferado de maneira evidente devido seu potencial turístico (Prentice & Andersen, 2003; Gürsoy, Kim, Kendal & Uysal, 2004; Quinn, 2009).

Também denominados de eventos programados, os festivais, objeto deste estudo, além de ser importante para a dinâmica social dos lugares onde ocorrem, destacam-se porque são desenvolvidos na perspectiva da promoção da cultura da localidade, tornando-se atração turística e estabelecendo uma oportunidade de mostrar as particularidades étnicas e culturais do destino (McKercher, Mei e Tse 2006).

Os festivais têm aumentado cada vez mais o número de turistas dos destinos sede, estão consolidados em nível regional e acabam transformando-se em megaevento em nível nacional e internacional. Pereira (2013, p. 98) explica que isso ocorre “na medida em que particularidades regionais alavancam a produção e o desenvolvimento de centros receptores” e a partir do momento em que “eventos como festivais e celebração – atrelados à tradição e aos costumes locais, por serem diferenciados, transformam-se em valores referenciais, constituindo-se em catalisadores para a movimentação de visitantes”.

Os festivais, enquanto eventos programados e parte das manifestações culturais de uma sociedade, promovem, valorizam e preservam os patrimônios

turísticos, culturais, históricos e ambientais de uma determinada localidade, cidade, estado, região, ou até mesmo um país. (Zucco, 2012).

As empresas e os profissionais da área de eventos precisam estar atentos às novas tecnologias lançadas no mercado, já que os consumidores do produto turístico a cada dia estão mais exigentes, e a todo o momento procuram informações sobre as novidades do mercado (Araújo-Maciel, Souza, & Mendes-Filho, 2015).

O acesso e o compartilhamento das informações via internet, por meio de comentários, vídeos e fotos empoderam o cliente e potencializam sua capacidade decisória, ao ponto das empresas e os serviços turísticos se adequarem as suas vontades (O'Connor, 2001; Mendes Filho & Tan, 2008; Mendes Filho, 2014).

A liberdade que a internet trouxe, possibilitou ao usuário criar mecanismos para expressar opiniões e relatos a respeito de suas experiências, sobretudo no que se refere a sua satisfação e frustrações com os serviços turísticos, através dos chamados "Comentários Gerados pelo Usuário (CGU)". (Mendes Filho & Tan, 2008; Ayeh, Au & Law, 2013; Mendes Filho, 2014; Mendes Filho & Carvalho, 2014; Silva & Mendes Filho, 2014).

Diante disso, as empresas de uma forma geral, estão focadas nas expectativas dos clientes, tendo preocupação constante de procurar as melhores formas de atendê-los, criando e tentando manter vínculos duradouros com seu público (Zucco, 2012).

Considerando o cenário exposto, o modo de como esses festivais são realizados e operacionalizados não podem ser esquecidos. A atenção deve ser voltada para o gerenciamento das etapas do planejamento, organização e operacionalização de um evento, visando como resultado o serviço oferecido com qualidade para o sucesso do evento como todo.

As cinco dimensões do modelo SERVQUAL, foram estudadas neste trabalho, como: aspectos tangíveis, confiabilidade, sensibilidade, segurança e empatia que são identificadas para comparação entre o serviço esperado e o recebido (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) e serão desenvolvidos ao longo do trabalho.

Diante desse contexto, mostra-se relevante analisar as cinco dimensões da qualidade dos serviços em eventos, para compreender a dinâmica de gestão de eventos.

Os destinos no mundo inteiro tem se preparado para o planejamento e organização de eventos, tanto para a captação como para realização de eventos programados como o caso dos festivais por exemplo.

No Brasil não tem sido diferente, prova disso é o caso de São Paulo que no ano de 2014 ganhou o prêmio da *World Festival & Event City* (IFEA) na cidade de Kansas (EUA), tendo o reconhecimento de destino que não mede esforços para proporcionar um ambiente propício para eventos e festivais bem sucedidos. Este selo IFEA reconhece cidades exemplares no mundo inteiro que superam as expectativas. Além de São Paulo outros destinos também foram premiados, como Dubai nos Emirados Árabes, Dublin, Ohio e Filadélfia nos Estados Unidos, Newcastle e Sydney na Austrália, segundo a Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC, 2014).

A cidade do Rio de Janeiro tem sido apontada como uma das maiores produtoras de espetáculos e grandes eventos, com resultados positivos e expressivos sobre a economia da localidade. Este impacto resulta principalmente no turismo, com aumento significativo na taxa de ocupação dos hotéis. O *réveillon* e as versões do *Rock in Rio* corroboram para a vocação carioca para a realização de grandes eventos musicais (Matos e Britto, 2014).

O carnaval carioca que possui mais de 100 anos de existência, se destaca não só devido ao desfile das escolas de samba, mas também por conta do calendário de eventos nesse período, o qual conta com mais de 100 blocos de carnaval de rua, proporcionando grande visibilidade ao país. Evento este já consolidado como de excelência, a cada ano o fluxo de turistas é ampliado, ultrapassando 1 milhão de visitantes por ano.

No Amazonas, o mês de junho marca o calendário festivo do Estado por realizar uma das maiores festas folclóricas da Região Norte do Brasil, o Festival Folclórico de Parintins, cuja realização acontece no último final de semana do mês de junho, durante três dias no município de Parintins, localizado a 369 km em linha reta da cidade de Manaus. Os bois bumbás Garantido (vermelho) e Caprichoso (azul) se apresentam na arena do Centro Cultural Amazonino Mendes – o Bumbódromo.

O Festival Folclórico de Parintins é uma das manifestações mais expressivas na divulgação da cultura amazonense, especialmente por seu valor imaterial

representativo da cultura local, sendo o ano de 2015 comemorado a 50ª edição do evento.

Mesmo com a grandiosidade que o Festival de Parintins se tornou, o mesmo é promovido atualmente e, muitas questões referentes à sua realização na perspectiva de serviços precisam ser analisadas e melhoradas. Diante de entrevistas informais realizadas com os turistas presentes no município e residentes, na fase exploratória dessa pesquisa, foram relatadas situações como: a insatisfação com a qualidade de diversos serviços oferecidos no evento, questões ligadas diretamente a logística do próprio evento, infraestrutura da cidade e do aeroporto, o preço elevado das passagens aéreas, dos ingressos, das bebidas e alimentos comercializados dentro do bumbódromo e outros.

Dessa forma, tornou-se necessário realizar um estudo comparativo entre o Desfile do Rio de Janeiro e o Festival de Parintins, referenciando o Desfile carioca como um caso de sucesso e excelência, a fim de verificar como se encontra a qualidade dos serviços no Festival de Parintins. Para posteriormente, em outros estudos, o festival aprimorar seus atributos existentes e agregar valor com o aprendizado destas melhores práticas do desfile. As duas festas possuem semelhança no que diz respeito a estrutura física do local onde ambos são realizados, na operacionalização e logística e, nos serviços oferecidos aos visitantes, como os relacionados à venda de ingressos, traslado ao Sambódromo e Bumbódromo, tickets de consumo, venda de fantasias, entre outros.

Entende-se que os dois eventos possuem formatos diferentes, o desfile passa pela avenida do samba, ou seja, é corrido e, o Festival de Parintins acontece em formato de espetáculo, em uma arena. No entanto, mesmo com as diferenças de formato, necessitou-se dessa comparação devido às demais características serem semelhantes, como por exemplo, a espetacularização do evento, uma vez que ambos são eventos culturais, folclóricos e consolidados no Brasil, movimentam a economia do destino, são injetados investimentos de valores expressivos nos mesmos, tanto por parte do setor público quanto por parte dos patrocinadores privados, contribuem para com a sociedade dos seus destinos, além dos atributos dos serviços oferecidos serem também semelhantes.

A comunidade parintinense participa somente na construção do espetáculo, ou seja, na preparação do boi de arena do festival. Os artesãos, alegoristas, figurinistas, cenografistas do município e demais artistas e profissionais são

contratados pelos bois para fazerem esse trabalho. São contratados ainda pelas empresas que atuam na operacionalização do evento para trabalhar nos serviços de limpeza do Bumbódromo, recepção, segurança e outros. O fato é que no planejamento, na organização e na realização do evento, a comunidade não participa diretamente. Inclusive isso tem sido pauta de discussão em audiências públicas no município. Relatam que não são ouvidas, criticam a organização do festival e a empresa licitada para venda dos ingressos. Descrevem ainda que os serviços básicos de saúde, de segurança, de abastecimento de água e de energia só melhoram a partir dos 15 dias que antecedem o evento, durante a realização da festa e até 10 dias após o evento.

Com base no exposto, surgiram inquietações na pesquisadora para investigar mais a fundo os serviços do Festival de Parintins, levando em consideração todo investimento no evento e mobilização desses serviços. Surgiram alguns questionamentos fundamentais para investigação: Como e por quem os serviços do Festival de Parintins são organizados? Por quê? Quem são as pessoas que executam esses serviços? Como esses serviços estão sendo executados? E qual a avaliação dos clientes, visitantes e/ou turistas do festival sobre o serviço que está sendo prestado?

Dessa maneira, formulou-se a questão problema que norteou todo este estudo: **Qual o nível de qualidade dos serviços percebidos pelos consumidores (colaboradores, usuários) do Festival Folclórico de Parintins –AM e do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro?**

## 1.2 JUSTIFICATIVA

A qualidade dos serviços prestados é o que diferencia um evento no mundo cada vez mais competitivo e globalizado. Para se obter um bom resultado exige-se planejamento, organização e dinamismo.

Em países como a Austrália, o “fazer eventos” já virou tradição e os estudos nesta temática estão avançados, conforme destaca Lohmann e Panosso Neto (2012).

Várias universidades estão oferecendo o curso de “gestão de eventos”, como é o caso da *Victoria University*, em Melbourne, da *Southern Cross University*, na *Gold Coast* e na *University of Technology Sydney*, em Sydney.

No Brasil não tem sido diferente, com o crescimento da captação de eventos nacionais e internacionais para o país, as empresas estão cada vez mais exigentes e o sucesso do evento depende do desempenho de cada colaborador no serviço designado.

Embora a qualidade de um serviço seja no mínimo “obrigatória”, os serviços ainda deixam a desejar. As empresas de serviços de eventos ainda têm a necessidade de contratar uma mão-de-obra qualificada e capacitada para realizarem seus serviços com resultados de qualidade e manter o padrão de excelência dos mesmos.

Essa necessidade está mencionada no relatório do II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil (ABEOC, 2013; SEBRAE, 1992) aonde as empresas relatam a dificuldade em obter atendimento qualificado para suas demandas, principalmente em serviços de tecnologia, devido às limitações de compreensão, pelos fornecedores, acerca das atividades relacionadas ao setor de eventos. Está mencionada ainda no relatório a constatação de que os clientes estão mais experientes e exigentes, aumentando a busca por qualidade.

As empresas estão percebendo os eventos como negócios de alta rentabilidade, logo os serviços automaticamente estão atrelados a isso. Esses serviços podem ser divididos em etapas, formando um ciclo. Cada etapa deste ciclo significa um momento da verdade vivenciado pelo cliente. O ciclo do serviço constitui-se numa espécie de mapa de todos esses momentos da verdade (Gianesi & Correa, 1996).

Na gestão de um evento não é diferente, cada etapa do serviço forma um representação de todos os momentos da verdade vivenciados pelo cliente ao receber o serviço. Visando minimizar as dificuldades na gestão dos eventos, muitas instituições privadas e públicas tem se preocupado em oferecer cursos de capacitação para o público que tem interesse em se qualificar nesta área.

A Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), as universidades, as faculdades tem oferecido cursos para capacitação e formação profissional nesta área de gestão de eventos, em nível de graduação e cursos de extensão. A ABEOC/RS, por exemplo, oferece o curso, e é uma parceria com a Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) sob a coordenação da presidente da ABEOC/RS, Ana Cláudia Bitencourt.

Os Institutos Federais do Brasil possuem o curso técnico de turismo e dentro da grade curricular estão inseridas as disciplinas de eventos. Nos institutos federais que não possuem o curso de turismo, como é o caso do Instituto Federal do Amazonas (IFAM), há apenas cursos de curta duração de organização de eventos, mas nada diretamente ligado a gestão do mesmo.

O segmento de eventos está atrelado ao turismo e vem apresentando cada vez mais um crescimento contínuo e expressivo nos últimos anos, sendo fonte de receita desejada e planejada por muitos destinos turísticos internacionais e nacionais.

O desenvolvimento desse setor proporciona a entrada de novas receitas, geração de postos de trabalho, refletindo diretamente na movimentação econômica do turismo no país e nas cidades. No Reino Unido, por exemplo, o setor de eventos de negócios tem sido uma potência econômica, principalmente em termos de geração de emprego e receita fiscal do governo (ABEOC, 2015).

De acordo com o *Business Visits & Events Partnership* (BVEP<sup>1</sup>, 2015), os gastos anuais das pessoas que frequentam eventos corporativos, juntamente com os organizadores de eventos do Reino Unido, além das conferências, festivais, concertos, exposições, espetáculos esportivos, e outros programas de viagens de incentivo, são de aproximadamente £ 39.100.000.000 (Trinta e nove milhões e cem mil libras esterlinas). O setor de eventos é o 16º maior empregador do Reino Unido,

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://www.businessvisitsandeventspartnership.com/>

possuem 530 mil pessoas diretamente empregadas, sendo mais que o dobro da indústria de telecomunicações.

No Brasil os eventos de negócios movimentaram nos últimos anos R\$ 209,2 (Duzentos e nove bilhões e duzentos milhões de reais) em 2013, representando participação do setor de 4,32% do PIB, tem um crescimento de 14% ao ano (ABEOC, 2013). Isso tem instigado cada vez mais os pesquisadores para entendimento do fenômeno, não só os estudiosos do turismo, mas de outras áreas do conhecimento como a economia, antropologia, geografia, administração e outras.

Quatro destinos do país concentram pouco mais da metade dos eventos internacionais realizados, a maioria na região sudeste, onde São Paulo é a capital que mais capta e sedia esses eventos.

Os dados da *International Congress and Convention Association* (ICCA<sup>2</sup>, 2015) mostram que o Brasil foi colocado em 10º lugar como um dos principais destinos no mundo para esse tipo de turismo, tendo um total de 256 eventos internacionais realizados em 2014.

O levantamento do ICCA mostra que o número de cidades brasileiras que receberam eventos internacionais em 2014 cresceu em relação a 2013, mesmo que timidamente. No ano de 2014 foram 61 eventos internacionais e em 2013 foram 55, apenas 6 eventos a mais que no ano anterior.

Um dos motivos que vem destacando o Brasil no cenário internacional nos últimos anos é a realização dos megaeventos esportivos, como a Copa do Mundo realizada em 2014 e as Olimpíadas que acontecerão em 2016, desde quando foram escolhidas como cidades sedes.

Outros eventos internacionais também contribuem para essa visibilidade internacional do país, como é o caso dos festivais de música. O *Rock in Rio*<sup>3</sup>, por exemplo, foi criado em 1985, tendo seis edições realizadas na capital Rio de Janeiro e outras edições realizadas na Europa (Portugal e Espanha, Lisboa e Madrid). Neste ano de 2015 comemorou 30 anos de realização.

---

<sup>2</sup> Associação Internacional de Congressos e Convenções - representa os principais especialistas em organizar, transportar e acomodar reuniões e eventos internacionais, e compreende quase 1.000 empresas e organizações associadas em mais de 90 países em todo o mundo.

<sup>3</sup> Festival de Música criado no Brasil, em 1985, na cidade do Rio de Janeiro, no bairro de Jacarepaguá. O festival foi criado logo após a ditadura militar, época que o país passava por transformações, rumo a democracia. Foi a primeira vez um país da América do Sul sediou um evento musical desse tipo. Disponível em: <http://rockinrio.com/rio/>

O Festival de música *LollaPalooza*<sup>4</sup> Brasil chegará em sua quinta edição no ano de 2016. Surgiu em Chicago, em 1991, percorreu várias cidades norte-americanas e no ano de 2011 o Chile recebeu a primeira edição fora dos Estados Unidos. Em 2012, Brasil e Argentina entraram na rota do festival.

Neste ano de 2015 a quarta edição foi realizada no Brasil, na cidade de São Paulo, no Autódromo de Interlagos. Contou com mais de 50 atrações musicais, com um total de 56 horas de shows. O público presente foi de 136 mil pessoas em dois dias de festival, sendo 66 mil no sábado e 70 mil no domingo.

O *LollaPalooza* Brasil além da música, conta ainda com a participação de *Chefs* com comidas de todos os tipos e já virou tradição no festival. Possui ainda dentro do festival, o *Kidzapalooza*, um espaço especialmente criado para as crianças, com apresentação de bandas e artistas. O festival em 2015 aconteceu ainda na Alemanha e em 2016 a Colômbia será o sexto país a receber a versão do *LollaPalooza*.

O *Tomorrowland*<sup>5</sup> Brasil é outro festival de música eletrônica internacional que ganhou versão brasileira. Foi criado na Bélgica em 2005, na cidade de Boom em Bruxelas e já ganhou o prêmio de melhor evento musical em 2012, 2014 e 2015. O festival continua tendo sua edição principal na Bélgica, mas ganhou a versão brasileira no ano de 2015 para celebrar os 10 anos do evento.

Na celebração dos 10 anos do *Tomorrowland* em 2014, na Bélgica, 400 mil ingressos foram vendidos, e esgotaram-se em apenas cinco minutos. Foram registrados 68 mil ingressos vendidos no Brasil em menos de 47 segundos. Talvez esse fato deve ter chamado a atenção dos organizadores para a realização da versão brasileira.

Sua versão brasileira foi realizada no mês de maio de 2015, na cidade de Itú/São Paulo, com a presença de mais de 150 artistas. A próxima edição já está marcada para o mês de abril de 2016, no Parque Maeda, novamente em Itú/SP.

Todos os três festivais de músicas explicitados anteriormente contam com a montagem de uma megaestrutura de serviços para realização dos mesmos. São montados geralmente em parques ou em uma área verde distante dos grandes centros.

---

<sup>4</sup> Festival de Música criado em Chicago em 1991. Disponível em: <http://www.lollapaloozabr.com/>

<sup>5</sup> Festival de Música criado na Bélgica em 2005. Disponível em: <http://www.tomorrowlandbrasil.com/>

Além dos festivais internacionais de música, acontecem ainda no Brasil eventos culturais na maioria das regiões que possuem grande força e contribuem para a visibilidade do país e que são de grande relevância para os destinos.

Esses eventos culturais, como as festas tradicionais, mostram para o mundo as potencialidades de um país em desenvolvimento, assim como seus atrativos culturais e naturais, a gastronomia, o artesanato, a diversidade de folclore, as festas populares e outros.

Na região sudeste e sul concentram-se os eventos culturais mais conhecidos internacionalmente, mas isso não quer dizer que nas outras regiões não sejam, é que nessas regiões possuem maior força, como é o caso do Carnaval do Rio de Janeiro e de São Paulo. Acontecem ainda o Rodeio de Barretos, a *Oktoberfest* em Blumenau e outros. Nas demais regiões acontecem o São João em Campina Grande, o Círio de Nazaré em Belém, o Festival Folclórico de Parintins no Amazonas e outros.

A realização de todos estes eventos explicitados movimenta diretamente todo o *trade* turístico no destino, principalmente o setor de serviços básicos do local, contribui para o aumento de investimentos nas cidades, movimenta a economia, gera empregos diretos e indiretos mesmo que somente no período do evento, além de aumentar o número visitante e turista.

O Festival Folclórico de Parintins é o evento de maior visibilidade do Estado do Amazonas e vem sendo bastante discutido não somente nos estudos turísticos, mas em outras áreas do conhecimento, como a geografia, economia, administração, sociologia, ciências sociais, e tem instigado os pesquisadores.

Patrício (2007) investigou uma reportagem de tema amazônico – Festival Folclórico de Parintins. Sua tese foi intitulada *Na ilha do boi de pano: uma reportagensaio para além do dogma da objetividade jornalística*.

Azevedo Filho (2013) dando ênfase na geografia, Amazônia, comunidade, folclore e espaço, elaborou a tese foi intitulada *A produção e a percepção do turismo em Parintins, Amazonas*. Nogueira (2013), fez na sua tese uma abordagem sobre a espetacularização do imaginário amazônico no boi-bumbá de Parintins.

Já França (2014) abordou em sua dissertação intitulada *Festival Folclórico de Parintins: impactos socioambientais na percepção dos atores locais*, questões sobre eventos, turismo, sustentabilidade e impactos socioambientais.

Além de teses e dissertações outros estudos referentes ao Festival de Parintins foram publicados em formatos de artigos com ênfase no folclore, no espaço, território, desenvolvimento local, religiosidade, a inserção da marca Coca-Cola no evento, análise das toadas como promoção ambiental, comparação das alegorias e análise cultural do festival com as do desfile das escolas de samba carioca, relação da cultura popular com a mídia, articulação de festas populares da Amazônia que possuem características em recorrências do festival (Cavalcanti, 2002; Fernandes, 2002; Biriba, 2008; Brito & Ribeiro, 2009; Pasini, 2010; Oliveira, 2011; Cavalcanti, 2011; Furlanetto, 2011; Souza & Anjos, 2012; Furlanetto & Filizola, 2012; Catalão & Nogueira, 2013; Souza, Farina, Costa, Silva & Romeiro, 2014) e outros.

Mesmo com as pesquisas acima citadas, este estudo se faz necessário e relevante porque apesar ter como objeto de estudo o Festival de Parintins, trata de aspectos diferentes do que vem sendo pesquisado ao longo dos anos, uma vez que discute a qualidade dos serviços oferecidos no festival, com o enfoque voltado a gestão, ao funcionamento do evento e a relação da expectativa do cliente com o serviço prestado, usando a técnica de outra área, como o Momento da Verdade, muito utilizada na área temática da administração.

Na verdade são poucas as pesquisas que contemplam a qualidade dos serviços no turismo ou em eventos. Zucco (2012) abordou em sua tese intitulada *As relações entre as dimensões motivação para viajar, fontes de informação utilizadas e qualidade percebida dos serviços por turistas de festivais: um estudo sobre a Oktoberfest de Blumenau e de Munique*, um estudo com enfoque em marketing de serviços, controle de qualidade no turismo e aspectos econômicos do turismo.

Vasconcelos (2014), com objetivo criar dimensões, componentes e itens para avaliar a gestão da qualidade em serviços turísticos, defendeu sua tese cujo título foi *Dimensões, componentes e itens de avaliação da Gestão da Qualidade em serviços turísticos*. A relevância teórica deste estudo pôde proporcionar mais alcance no delineamento do turismo de eventos. Está relacionada com a perspectiva de melhorar as ações gerenciais direcionadas aos serviços dos eventos. Teve como diferencial a utilização da técnica Momento da Verdade durante a observação, o experimento de cada etapa do ciclo de um serviço, permitindo a percepção da relação entre fornecedor e cliente.

Uma das relevâncias sociais apoiadas na pesquisa é a de que as mesmas

contribuem para o embasamento em fortalecer o direcionamento no setor eventos cultural do Estado do Amazonas, pois possui um calendário anual de eventos, melhorando a qualidade dos serviços nesses eventos, de acordo com sua necessidade.

Contribui com os planejadores e organizadores destes festivais, no que se refere à questão da gestão do serviço oferecido, a importância de como alcançar e manter o sucesso do evento.

A motivação para escolha do tema surgiu a partir da relação profissional entre a experiência na execução do Festival nos anos de 2012 e 2013, e de trabalhos realizados na implantação e instalação do Liceu de Artes e Ofícios Claudio Santoro – Unidade Parintins, por meio da Secretaria de Cultura do Estado do Amazonas. Além disso, devido a elaboração de um estudo sobre o evento na conclusão da especialização em Gestão e Produção de Eventos pela Universidade do Estado do Amazonas.

O presente trabalho se justifica com base nas inquietações que surgiram sobre a satisfação do cliente do festival, a manutenção da imagem positiva do destino Parintins e a possibilidade da festa sair do cunho regional e se consolidar em nível nacional, principalmente por existir poucos trabalhos científicos com os aspectos da temática desta proposta, uma vez que a academia tem papel relevante na problemática e solução de questões deste tipo, fazendo um diagnóstico do ambiente em estudo e em seguida propondo soluções para possíveis problemas. Pretendeu-se com este estudo contribuir para o aprimoramento da qualidade de serviço prestado em eventos culturais, como o caso do Festival de Parintins.

Este estudo está dividido em cinco capítulos. O primeiro capítulo contempla a introdução, fundamental para apresentação da temática e contextualização do problema da pesquisa, as justificativas para o desenvolvimento e os respectivos objetivos.

O segundo capítulo reúne a fundamentação teórica que embasaram as etapas do estudo. Inicia-se com a seção Turismo, Eventos e Festivais. Na sequência será abordado o contexto teórico de Gestão da Qualidade, dando ênfase em qualidade de serviços. Posteriormente, na seção seguinte, a teoria dos serviços, dando ênfase na técnica Momento da Verdade.

O terceiro capítulo apresenta os procedimentos metodológicos utilizados para realização da pesquisa.

No quarto capítulo estão expostos os resultados do estudo com as análises da pesquisa de campo do Festival Folclórico de Parintins e Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro, informações gerenciais e relativos à organização dos mesmos, além da análise e comparação dos dois eventos.

O quinto e último capítulo está destinado às considerações finais, conclusões analíticas, recomendações para as duas festas aprimorarem seus serviços, as lacunas do estudo e na sequência as referências, apêndices e anexos.

### 1.3 OBJETIVO

Nesta seção estão estabelecidos os objetivos da pesquisa.

#### OBJETIVO GERAL

Analisar a gestão da qualidade dos serviços no Festival Folclórico de Parintins – AM e no Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro – RJ e mostrar como se encontra o nível da qualidade dos referidos eventos na visão dos participantes que consumiram os serviços.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

a) Caracterizar o Festival Folclórico de Parintins/AM e o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ;

b) Identificar e analisar os atributos de qualidade de serviços do Festival Folclórico de Parintins/AM e Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ, utilizando-se a técnica Momento da Verdade;

c) Comparar o Festival Folclórico de Parintins/AM com o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (RJ), de acordo com os atributos de qualidade dos serviços identificados e analisados.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo apresenta-se o referencial teórico da pesquisa mediante a consulta a vários autores do turismo, eventos, festivais, gestão da qualidade, qualidade dos serviços, serviços e técnica momento da verdade, elaborado após a leitura de múltiplas fontes.

### 2.1 TURISMO, EVENTOS E FESTIVAIS

O turismo, nas localidades onde se instala, tem se apresentado como uma expressiva atividade no âmbito econômico e social. Se planejado de forma coesa, proporciona benefícios significativos. Porém, pode também causar problemas de caráter social. Mas independente disso, a atividade turística têm relevância no mundo (Melo, Araújo-Maciel, & Figueiredo, 2015).

Independente das inseguranças no cenário econômico mundial nos últimos anos, segundo dados da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2015), no ano de 2014, foi registrado um crescimento de 4,7 % no número de turistas que viajaram pelo mundo em comparação ao ano de 2013. Ao todo foram 51 milhões de pessoas a mais em busca de conhecer novos lugares, visitar locais e sabores, ou descobrir outras culturas, até mesmo visitar amigos ou fazer compras, totalizando cerca de US\$ 1 trilhão de dólares no ano passado.

No Brasil, independentemente das escassas ações de planejamento que conseguiram resultado, a atividade turística vem possibilitando aos destinos, uma alternativa de desenvolvimento social e econômico (Melo, Araújo-Maciel, & Figueiredo, 2015).

O turismo tem sido organizado no Brasil, como uma significativa atividade econômica e social. Considerando-se que o país possui em sua ampla extensão, constitui-se de ambientes naturais e culturais que cativam qualquer indivíduo a conhecê-las, dessa forma, o turismo está se apoderando desses espaços (Melo, Araújo-Maciel, & Figueiredo, 2015).

Entretanto, não basta ter apenas elementos atrativos aos olhos dos visitantes para o desenvolvimento da atividade turística, necessita-se de política pública que garanta esse desenvolvimento de uma forma sustentável, tendo em

conta que, com a consolidação do turismo como atividade de caráter relevante economicamente, inicia-se o surgimento de contratempos aos envolvidos no seu desenvolvimento, havendo a necessidade da criação e implantação de diretrizes específicas para a atividade, de forma que haja uma regulação com vistas a proporcionar melhores condições aos indivíduos direta ou indiretamente ligados a ela (Azevedo, Figueiredo, Nóbrega, & Maranhão, 2013).

Apesar de o turismo poder causar impactos negativos aos espaços turísticos, ele tem mostrado que é um recurso reprodutor de riquezas. Segundo o Ministério do Turismo (MTUR, 2013), a atividade turística tem se destacado com participação de 3,7% no produto interno bruto, com uma taxa de crescimento de 32,4% entre os anos de 2003 e 2009, maior do que a taxa de crescimento da economia do país com 24,6%.

Não se pode pensar no turismo somente como gerador de receitas, principalmente devido a fragilidade dessa economia apoiada somente no setor turístico, do que em uma economia multisetorial, como apontada por Krippendorf (2001). É mais do que isso, é promover uma atividade que satisfaça os anseios de todos os envolvidos, principalmente da comunidade receptora do local, promovendo e executando políticas que envolvam os residentes nos debates e decisões ligados a gestão dos destinos turísticos (Melo, Araújo-Maciel, & Figueiredo, 2015).

O Brasil tem estudado meios de fomentar o desenvolvimento do turismo em sua totalidade, independente das suas fragilidades. Uma comprovação disso é a criação do MTUR em 2003. Vêm sendo implantados planos e programas para atender as exigências de todos os atores do cenário turístico nacional. Pode-se destacar como uma das principais ações, a implementação do Plano Nacional de Turismo (PNT) e do Programa de Regionalização do Turismo (PRT). Porém, necessita-se ainda de resultados que tenham eficiência mais notória e, que priorize o turismo como uma atividade de desenvolvimento do bem-estar da sociedade e não apenas como mecanismo de geração de renda (Melo, Araújo-Maciel, & Figueiredo, 2015).

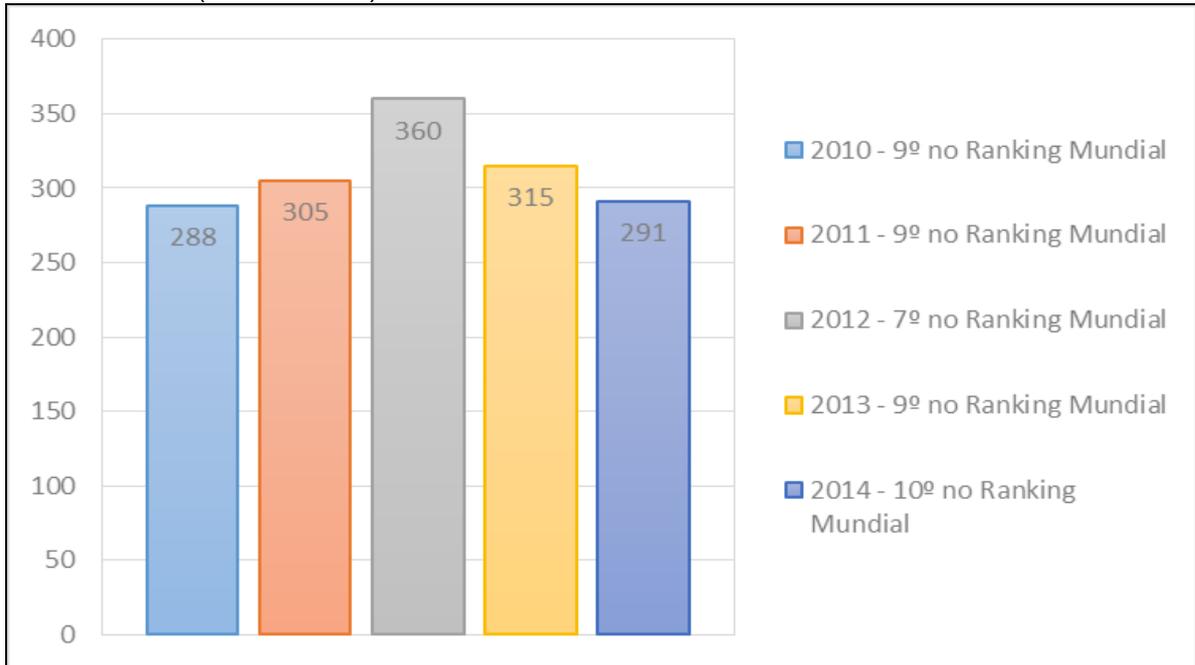
Os eventos têm contribuído para o desenvolvimento do turismo. Tem possibilitado aos destinos sedes a oportunidade de impulsionar a atividade turística, uma vez que os participantes ou espectadores dos eventos também são os consumidores dos serviços turísticos nas localidades onde acontecem. Pois além de

participar do evento, podem ainda participar de outras atividades paralelas a aquela que efetivamente motivou sua viagem (Melo, Araújo-Maciel, & Figueiredo, 2015).

Independente de qual seja o tipo do evento, um destino turístico deve concordar que os eventos são mecanismos de subsídio no fomento à atividade do turismo, independente de qual seja o tipo de evento (Melo, Araújo-Maciel, & Figueiredo, 2015). Com a relevância deste segmento, o governo federal incluiu os eventos nas políticas de turismo, cujo objetivo é a captação de eventos internacionais como elemento estratégico para diminuir os efeitos da sazonalidade turística nas localidades (Amorim, 2003).

Os eventos internacionais e as manifestações que se evidenciem como consumidora dos elementos que formam o turismo, seja de estrutura ou de serviços, contribuem para minimizar os impactos da sazonalidade. Deve-se fortalecer a política nacional de turismo no que diz respeito aos eventos, festivais, dentre outras manifestações em nível nacional. Uma vez que são eles que movimentam o país durante os doze meses do ano, apesar de reconhecer os eventos internacionais projetam ainda mais o destino Brasil (Melo, Araújo-Maciel, & Figueiredo, 2015). O número de eventos internacionais vem crescendo no país e, segundo dados do ICCA (2014), o Brasil tem ficado há quatro anos entre os dez primeiros países que realizam eventos (como congressos, feiras, seminários e outros) a nível internacional, conforme pode ser observado no gráfico 1 a seguir.

**Gráfico 01** - Posição do Brasil no ranking mundial de países que realizam eventos internacionais (2010 – 2014)



Fonte: ICCA, 2012; 2013; 2014.

No gráfico anterior, é possível verificar que a política pública de captação de eventos internacionais vem mostrando resultados positivos, sendo o ano de 2012, a melhor colocação do Brasil nesse levantamento de dados.

Brito e Fontes (2002) contribuem também dando ênfase a importância dos eventos para atividade turística. Para as autoras:

Qualquer evento que reúna clientela de diferentes localidades cria oportunidade de viagens na medida em que as pessoas se deslocam para participar de um congresso ou exposição, por exemplo, geralmente aproveitando a ocasião para passeios e compras, o que favorece a utilização mais ampla dos bens, atrativos e serviços da cidade (Brito & Fontes, 2002, p. 74).

Dentre as cidades brasileiras, também segundo os dados do ICCA (2014), São Paulo e Rio de Janeiro têm sido as cidades que mais realizaram eventos, sendo até dois eventos internacionais, conforme pode ser verificado no quadro 01 a seguir.

**Quadro 01:** Cidades brasileiras que realizaram até dois eventos internacionais em 2014

| Ranking | Cidade         | Estado | Número de Eventos (ano) |
|---------|----------------|--------|-------------------------|
| 1       | São Paulo      | SP     | 66                      |
| 2       | Rio de Janeiro | RJ     | 64                      |
| 3       | Foz Do Iguaçu  | PR     | 16                      |
|         | Brasília       | DF     |                         |
| 4       | Salvador       | BA     | 14                      |
| 5       | Fortaleza      | CE     | 11                      |
|         | Natal          | RN     |                         |

|        |                |    |   |
|--------|----------------|----|---|
| 6      | Florianópolis  | SC | 9 |
|        | Porto Alegre   | RS |   |
| 7      | Recife         | PE | 6 |
| 8      | Curitiba       | PR | 4 |
| 9      | Belo Horizonte | MG | 3 |
|        | Campinas       | SP |   |
|        | Gramado        | RS |   |
|        | João Pessoa    | PB |   |
| 10     | Belém          | PA | 2 |
|        | Búzios         | RJ |   |
|        | Goiânia        | GO |   |
|        | Londrina       | PR |   |
|        | Manaus         | AM |   |
|        | Ouro Preto     | MG |   |
|        | Pirenópolis    | GO |   |
|        | Santa Maria    | RS |   |
| Santos | SP             |    |   |

Fonte: ICCA, 2014.

Do ponto de vista conceitual, Albar (2014) discorre que os eventos são aqueles acontecimentos que surgem da necessidade e motivação concreta, que pode ser profissional, social, cultural e a partir daí surgem os festivais, as cerimônias, as celebrações de casamento, as feiras de turismo e outras. Para autora, os estes eventos são ferramentas estratégicas usadas nos planos de marketing das empresas e das organizações, com o objetivo comercial final de obter benefícios.

Getz (2008) classifica os eventos em diferentes tipos, sendo suas principais categorias de eventos, as celebrações culturais (como festivais, carnavais, paradas, religiosas), artísticas e de entretenimento (concerto e outras performances, exposições, cerimônias de premiação), de negócios e comerciais (feiras, exposições, convenções, reuniões e conferências), de competições esportivas (profissionais e amadoras), educacionais e científicas (seminários e workshops, congressos e conferências), políticas e comemorativas do Estado (inaugurações, investiduras, visitas de personalidades importantes), recreacionais (esporte ou jogos para diversão), e eventos privados (casamentos e festas sociais).

Em relação ao número de participantes os eventos podem ser classificados em: Pequeno – até 150 participantes; Médio – entre 150 e 500 participantes; Grande – acima de 500 participantes; Megaevento – acima de 5.000 mil participantes. Para ser considerado um megaevento, além dos números de participantes, deve

apresentar características e peculiaridades que esse tipo de evento possui (Matias, 2010, p.107).

Os eventos ganham realce como estimuladores do desenvolvimento turístico e instigam pesquisadores interessados em compreender seus impactos e desdobramentos no cosmo socioeconômico contemporâneo. Considerando que esses eventos constituem um mix de marketing, entretenimento, lazer, artes e negócios, Funari e Pinsky (2003, p. 53) enfatizam que, pela “sua importância no contexto social, cultural, econômico e político da cidade e região e, em alguns casos até mesmo do país, podemos denominá-los de agentes do patrimônio histórico-cultural”.

Os eventos programados ou planejados são fenômenos espaço-temporais e cada um é particular em virtude das interações que se travam entre a configuração, as pessoas e os elementos de gestão, incluindo design e programa. Alguns são realizados para a celebração pública (esta categoria inclui as chamadas “festas da comunidade”, que normalmente contêm uma variedade de atividades em sua programação, cujo objetivo é promover o orgulho cívico e o sentimento de coesão), enquanto outros são previstos para fins de concorrência, diversão, entretenimento, negócios ou socialização. Um dos mais importantes diferenciais dos eventos alude ao fato de que os apelos nunca são os mesmos e as pessoas simplesmente têm que “estar lá” para desfrutar a experiência totalmente única (Getz, 2008).

Entre os diferentes tipos de eventos programados, McKercher, Mei e Tse (2006) destacam os festivais, objeto de estudo desta pesquisa que, regra geral, são desenvolvidos com objetivo de promoção da cultura local como atração turística, constituindo uma oportunidade para mostrar a herança do destino, as tradições locais, as peculiaridades étnicas e culturais. Quinn (2009), quando destaca o fato de que os festivais renovam periodicamente o fluxo de vida de uma comunidade, observa que, com uma longa trajetória histórica a incorporar as tradições de vários passados, eles têm florescido também na sociedade contemporânea e se proliferado de maneira evidente. Em função do potencial turístico dos festivais, essa comprovação também é feita por Gürsoy, Kim, Kendal e Uysal (2004), e Prentice e Andersen (2003).

Os três motivos mais óbvios para a popularidade dos festivais como espaço de promoção turística são acentuados por Felsenstein e Fleischer (2003): 1) a capacidade de aumentar a demanda para o turismo local; 2) festivais de sucesso

ajudam a recriar a imagem de um lugar ou contribuir para sua inserção no mapa do turismo; e 3) o posicionamento estratégico de um festival no calendário do turismo local colabora para aumentar a capacidade turística.

Com resultado, essa modalidade de turismo é potencializada por festas e festivais que vêm maximizando seu poder de atrair turistas, a ponto de se tornarem megaeventos de sucesso nacional e internacional. Segundo Pereira (2003, p. 98), isso acontece “na medida em que particularidades regionais alavancam a produção e o desenvolvimento de centros receptores” e quando “eventos como festivais e celebração – atrelados à tradição e aos costumes locais, por serem diferenciados, transformam-se em valores referenciais, constituindo-se em catalisadores para a movimentação de visitantes”.

Os eventos culturais são aqueles que se organizam com a finalidade de estimular e proporcionar a cultura, quer um concerto ou uma exposição de obras de arte. Tem como finalidade preservar os costumes, as tradições, e o conhecimento de uma cultura particular (Albar, 2014).

Vivenciar a cultura de um povo no interior do Brasil significa a observar as manifestações dos diversos padrões culturais do país. Quando a cultura aparece como festa ligada ou não a religiões populares, absolutamente tem-se o aspecto do acontecimento cultural, do evento cultural, do festival (Melo, Araújo-Maciel, & Figueiredo, 2015).

A cultura de um povo, seu modo de vida, os afazeres do cotidiano, resultam nas questões históricas que se constroem, incluindo as ações intangíveis do pensamento e sentimento de cada indivíduo (Santos, 1994; Valle; Queiroz, 1988), é nessa perspectiva que diferencia os indivíduos e os lugares. Assim, a cultura proporciona a particularidade da raça de uma comunidade, sendo a formadora de identidade destes, tornando-se fator de atratividade no turismo.

As festas, celebrações e rituais sempre estiveram presentes em diferentes culturas, desde as mais primitivas épocas. A explicação usada por Contrera e Moro (2008: 1-12) referente à “mega” dos eventos é designada como uma solução publicitária que seduz o público à concentração massiva em um mesmo espaço. A estrutura e a intensidade das festas e celebrações foram modificadas na Modernidade, dentro do contexto da cultura de massa e da estética por ela imposta.

Uma nova percepção de mundo consolidou-se no século XX por uma proposta repleta de urgências cotidiana. O homem contemporâneo recebe

estimulações nervosas e mergulha numa profusão de imagens e textos, “hiperestímulo da nova dinâmica da vida humana urbana, permeada pela velocidade associada à multiplicação desenfreada dos contatos mediatizados” (Contera & Moro, 2008: 2).

Na verdade, há uma interferência da atividade turística nas festas, que se dá quando transforma o brincante em atrativo turístico, produto turístico, ou seja, como mercadoria. Com isso, alguns rituais começam a desaparecer, além de outros estarem prestes a acabar e os que ainda estão sendo alterados, devido a relação dos brincantes da festa com o público. São justamente nesses momentos que ela começa a atrair mais pessoas para assistir seus ritos (Figueiredo, 1999).

Um exemplo representativo no Brasil é o Carnaval do Rio de Janeiro, por meio do Desfile das Escolas de Samba cariocas que se tornou de fama internacional há anos, dando grande visibilidade ao país, que será o evento de padrão de excelência deste estudo.

É uma das capitais que mais recebe eventos em todo o mundo, tanto de pequeno quanto de megaeventos, eles podem ser de ordem política, acadêmica, esportiva, artística, entre tantas outras. Além da oportunidade de confraternização, esses eventos representam importante fonte de divisas e de negócios. Nos últimos tempos também têm sido utilizados para consolidar políticas públicas de segurança, como vemos nas coberturas jornalísticas dos jornais impressos entre os últimos meses de 2009 e os primeiros de 2010 (Barbosa, 2011).

O Rio de Janeiro é representado em todo o mundo por uma série de características da ordem do belo e, ao mesmo tempo, por uma variedade de questões ligadas à violência. Reconhecida como uma “cidade” de festas e com um povo sorridente, é comumente associado a eventos como o *Réveillon* e o Carnaval. Atualmente, esses são dois momentos da cidade em que ela reencontra sua autoestima, tão em baixa no resto do ano devido aos problemas de miséria, violência urbana, habitação, trânsito. Nesses dois períodos, a metrópole recebe milhares de visitantes e se alegra com isso.

Através de uma perspectiva cultural, o desfile festivo foi o centro articulador da formação das escolas de samba no Rio de Janeiro. As escolas surgem na década de 1920, e no início dos anos 30, o desfile as agregava numa competição em cujo contexto era definir uma forma artística própria. Durante o século XX, o desfile propiciou à cidade um canal de expressão e mediação de processos

sociológicos importantes tais como a expansão da cidade rumo aos subúrbios e à periferia, a expansão das camadas médias e populares e sua interação, a importância crescente do jogo do bicho nas camadas populares (Cavalcanti, 2002).

Sob a perspectiva organizacional, pelo ângulo das relações estabelecidas entre o rito e a cidade, a competição carnavalesca gerou, com o correr dos anos, um sistema ritual apto a incorporar novas escolas (surgidas em diferentes bairros da cidade e seus arredores) e a eliminar escolas antigas (que, ou combinaram-se formando novas, ou simplesmente desapareceram) (Cavalcanti, 2002).

Segundo Da Matta (1997), a escola de samba é uma organização coletiva mas que permite o destaque, essa forma extrema de individualismo. Nesse mundo carnavalesco, a fantasia, segundo Costa (2001, p.206) “é mais que o disfarce que esconde, é o ato que revela a vastidão do imaginário, usando o material mais vulgar, mais inesperado, e transformando-o em objetos de comovente beleza”. Para o autor, a fantasia é como fazer resplandecer de uma sucata o brilho inesperado de uma joia rara, destacando alguns elementos que se transformam em coisas imagináveis, como por exemplo, as rolhas de garrafa, tampinhas, bacias, latas vazias, serragem, sacos plásticos, caixas de sapatos.

O autor descreve ainda que o barracão, é o lugar onde o carnaval das escolas de samba toma forma, na verdade não só uma forma, mas o perfil do próprio carnaval. Para Costa (2001), todas as informações ancestrais grande caldo cultural que anima a arte popular do país, são juntadas no barracão.

O primeiro concurso oficial das escolas de samba aconteceu em 1935, e a Portela, antigamente denominada “Vai como Pode”, venceu com o enredo “O samba dominando o mundo” (Costa, 2001).

Costa (2001) discorre sobre o trajeto das escolas de samba. Esse trajeto foi criado nas senzalas, entre lembranças de uma terra distante, do sofrimento e humilhação dos impostos na travessia não desejada, na impiedade dos leilões, e na saga que começava a ser vivida naquela época. Tudo isso teria que ter sido contado depois na forma de canto e dança. Sua existência sintetiza o resultado de todas as manifestações que foram-se somando ao longo dos anos, com a organização social e artística.

A escola de samba nasceu nos arredores do morro de São Carlos, no largo do Estácio de Sá, no final da década de 1920. Costa (2001) relata que era ponto de encontro de compositores, bons malandros, bambas que não levavam desaforo para

casa, e lá “batiam o ponto” (expressão da época) e curtiam suas noites boêmias. Um sujeito importante dessa época, foi Ismael Silva, declarando em diversas entrevistas que tinha sido o criador da expressão “escola de samba”, sempre afirmando que “Quem inventou a expressão escola de samba fui eu”, explicando que dali saem os professores, os professores do samba.

O surgimento das escolas de samba passou a ser o grande diferencial do carnaval carioca. Foram elaborados conceitos e mudanças, e a visão estética desenvolveu-se seguindo padrões onde diversos valores estão envolvidos.

Do ponto de vista musical, instrumental, coreográfico e plástico, a escola de samba, ao longo do tempo, se separou das noites boêmias vividas por Ismael e outros, como já mencionado anteriormente, e foi passando por significativas transformações.

O desfile é o grande polo de atração do carnaval carioca, afirma Santos (2001), tanto para o bem quanto para o mal, diz o autor. Eleito a condição de melhor espetáculo da Terra, mobiliza os meios de comunicação do Brasil e do exterior, segundo o autor, proporcionando investimentos financeiros, projeta os artistas e modelos que estão iniciando a sua carreira profissional, *socialites* e políticos carentes. Com a decadência das chamadas grandes sociedades na década de 1950, o evento começou a ser consolidado, herdou a importância das alegorias de impacto e dos carros alegóricos críticos da época.

Do ponto de vista artístico, a forma do desfile completou-se na década de 1950. Data de então a definição do perfil atual e característico cuja base é a escolha anual de um “tema”, logo desenvolvido como “enredo”. A transformação do enredo nas linguagens plástica e visual das fantasias e alegorias, e rítmico-musical do samba-enredo, comanda a confecção do desfile. Conforme o ano caminha, esse processo reúne cada vez mais gente, alcançando a plenitude no rito, uma celebração de toda a cidade na qual o círculo social de cada escola alcança o seu máximo.

Com a primeira transmissão pela TV Continental em 1960, iniciou-se um novo ciclo, rompendo com alguns aspectos da formulação vigente no período. Nesta época, a escola Salgueiro, revolucionou a estética da escola, segundo Costa (2001), modificou a cara do desfiles, ousando um novo tipo de enredo, adotando como carnavalescos Marie-Louise e Dirceu Nery, Fernando Pamplona, Arlindo Rodrigues e Newton Sá, grandes nomes do carnaval.

Segundo a história contada por Costa (2001), depois do golpe militar de 1964 e com o fechamento dos partidos políticos, no Rio de Janeiro, o futebol e a escola de samba passaram a ser as válvulas de escape que restaram para explosão do sentimento popular. A classe média que na época era arredia e não iam as quadras e nem desfilavam, passaram a incluir os ensaios nos seus programas de lazer do fim de semana.

Ainda segundo a história contada por Costa (2001), em 1984 foi inaugurada a “passarela do samba”, ou sambódromo, mais conhecido popularmente. Era ideia antiga de um dos fundadores da escola de samba Imperatriz Leopoldinense, chamado Amaury Jório, persistente trabalhador pela causa do samba e das escolas de samba do Rio de Janeiro, mas não viveu para ver seu sonho tornado realidade. Darcy Ribeiro reuniu os traços do arquiteto Oscar Niemeyer e a decisão do então governador da época Leonel Brizola e concretizaram o sambódromo. Para o autor, no despontar do século XXI, as escolas de samba dão uma resposta e uma demonstração de que o destino pode ser modificado, assim como aconteceu com o desfile e a cidade do Rio de Janeiro.

Atualmente, a festa abarca duas divisões, totalizando cerca de vinte e nove escolas de samba, que integram a Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (LIESA) fundada em 24 de julho de 1984 e a Liga das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (LIERJ) fundada após o carnaval de 2012.

A primeira liga, do grupo especial, abrange doze escolas (ver quadro 02) desfilam na passarela do samba nas noites de domingo e segunda-feira. O outro grupo, denominado grupo Série A (que são os antigos grupos de acesso A e B) desfilam nas noites de sexta e sábado, antecedendo o desfile do grupo especial e, conta com 17 escolas de samba (ver quadro 03).

**Quadro 02:** Escolas de Samba do Grupo Especial que desfilaram no ano de 2015 e sua data de fundação

| <b>N.</b> | <b>G.R.E.S</b>   | <b>DATA DE FUNDAÇÃO</b> |
|-----------|------------------|-------------------------|
| <b>01</b> | Portela          | 11/04/1923              |
| <b>02</b> | Mangueira        | 28/04/1928              |
| <b>03</b> | Unidos da Tijuca | 31/12/1931              |
| <b>04</b> | Vila Isabel      | 04/04/1946              |
| <b>05</b> | Viradouro        | 24/06/1946              |
| <b>06</b> | Beija-flor       | 25/12/1948              |
| <b>07</b> | Salgueiro        | 05/03/1953              |
| <b>08</b> | União da Ilha    | 07/03/1953              |
| <b>09</b> | Mocidade         | 10/11/1955              |
| <b>10</b> | Imperatriz       | 06/03/1959              |

|    |              |            |
|----|--------------|------------|
| 11 | São Clemente | 25/10/1961 |
| 12 | Grande Rio   | 22/09/1988 |

Fonte: Adaptado a partir de LIESA<sup>6</sup> (2014).

**Quadro 03:** Escolas de Samba do grupo: Série A que desfilaram no ano de 2015.

| ESCOLAS DE SAMBA GRUPO SÉRIE A |                                    |    |                          |
|--------------------------------|------------------------------------|----|--------------------------|
| 01                             | G.R.E.S. Inocentes de Belford Roxo | 10 | Acadêmicos de Santa Cruz |
| 02                             | Acadêmicos do Cubango              | 11 | Tradição                 |
| 03                             | Em Cima da Hora                    | 12 | União de Jacarepaguá     |
| 04                             | Alegria da Zona Sul                | 13 | Unidos do Porto da Pedra |
| 05                             | Paraíso do Tuiuti                  | 14 | Acadêmicos da Rocinha    |
| 06                             | União do Parque Curicica           | 15 | Unidos de Padre Miguel   |
| 07                             | Renascer de Jacarepaguá            | 16 | Unidos do Viradouro      |
| 08                             | Império Serrano                    | 17 | Caprichosos de Pilares   |
| 09                             | Estácio de Sá                      |    | -                        |

Fonte: Adaptado a partir de LIERJ<sup>7</sup> (2014).

No que se refere ao funcionamento do evento, sobre os ingressos para assistir ao desfile, existem cinco diferentes tipos de ingressos como camarote, boxe especial, frisa, cadeiras, arquibancadas e folia tropical (área VIP). O custo de cada ingresso varia de acordo com o tipo do ingresso escolhido pelo espectador, podendo ser de R\$ 138,00 (arquibancada) para o desfile do grupo A até 120.000,00 (Super Camarotes) com capacidade para 30 pessoas para o desfile do grupo especial.

Segundo informações disponibilizadas no portal da LIESA (2014), no Sambódromo não é permitido a entrada de crianças com menos de cinco anos de idade. É proibido levar isopores, garrafas de vidro, sacolas, armas, objetos cortantes, sinalizadores e fogos de artifícios. Somente é permitido levar até dois vasilhames plásticos de 500 ml com bebida (água, suco, refrigerante ou cerveja) e até dois itens de alimentação (fruta, salgado ou sanduiche).

O Estado do Amazonas também possui a atividade cultural como fator fundamental para o turismo. Várias são as atividades culturais existentes, dentre elas os eventos são de grande relevância para o estado. Há um calendário de eventos culturais que são realizados o ano inteiro todos os anos, tanto a nível estadual, quanto municipal.

O Amazonas possui 62 municípios (IBGE, 2010) e em quase todos, são realizados eventos culturais, no qual cada município destaca sua peculiaridade. Em

<sup>6</sup> Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (LIESA, 2014). Disponível em: <liesa.globo.com> Acesso em: 20.out.2014.

<sup>7</sup> Liga das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (LIERJ, 2014). Disponível em: <http://lierj.com.br/lierj/agremiacoes>. Acesso em: 20.out.2014.

nível estadual, o Amazonas possui ainda um calendário de eventos oficiais organizados pelo Governo do Estado do Amazonas, por meio da Secretaria de Cultura do Estado (SEC) e alguns deles em parceria com demais órgãos públicos do estado (ver quadro 04).

**Quadro 04:** Eventos em nível municipal e estadual realizados no Estado do Amazonas

| <b>Qtd.</b> | <b>Nome do Evento</b>                           | <b>Município ou cidade de realização</b> | <b>Esfera (Organização)</b> |
|-------------|---|--|-----------------------------|
| 01          | <i>Amazonas Film Festival</i>                   | Manaus                                   | Estadual                    |
| 02          | Boi Manaus<br>(Aniversário da cidade de Manaus) | Manaus                                   | Municipal                   |
| 03          | Cantata de Natal                                | Manaus                                   | Estadual                    |
| 04          | Carnaboi  | Manaus                                   | Estadual                    |
| 05          | Carnaval  | Manaus                                   | Estadual                    |
| 06          | Chegada do Papai Noel                           | Manaus                                   | Estadual                    |
| 07          | Concerto de Natal                               | Manaus                                   | Estadual                    |
| 08          | Festa da Banana                                 | Manicoré                                 | Municipal                   |
| 09          | Festa da Laranja                                | Rio Preto da Eva                         | Municipal                   |
| 10          | Festa de Santo Antônio                          | Borba                                    | Municipal                   |
| 11          | Festa do Bodó – Lago do Piranha                 | Manacapuru                               | Municipal                   |
| 12          | Festa do Cupuaçu                                | Presidente Figueiredo                    | Municipal                   |
| 13          | Festa do Guaraná                                | Maués                                    | Municipal                   |
| 14          | Festa do Peixe Ornamental                       | Barcelos                                 | Municipal                   |
| 15          | Festival Amazonas de Dança                      | Manaus                                   | Estadual                    |
| 16          | Festival Amazonas de Música                     | Manaus                                   | Estadual                    |
| 17          | Festival Amazonas de Ópera                      | Manaus                                   | Estadual                    |
| 18          | Festival Amazonas de Rock                       | Manaus                                   | Estadual                    |
| 19          | Festival Amazonas Jazz                          | Manaus                                   | Estadual                    |
| 20          | Festival da Canção – FECANI                     | Itacoatiara                              | Municipal                   |
| 21          | Festival de Ciranda                             | Manacapuru                               | Municipal                   |
| 22          | Festival de Teatro da Amazônia                  | Manaus                                   | Estadual                    |
| 23          | Festival do Leite                               | Autazes                                  | Municipal                   |
| 24          | Festival Folclórico de Parintins                | Manaus                                   | Estadual                    |
| 25          | Festival Folclórico do Amazonas                 | Manaus                                   | Estadual                    |

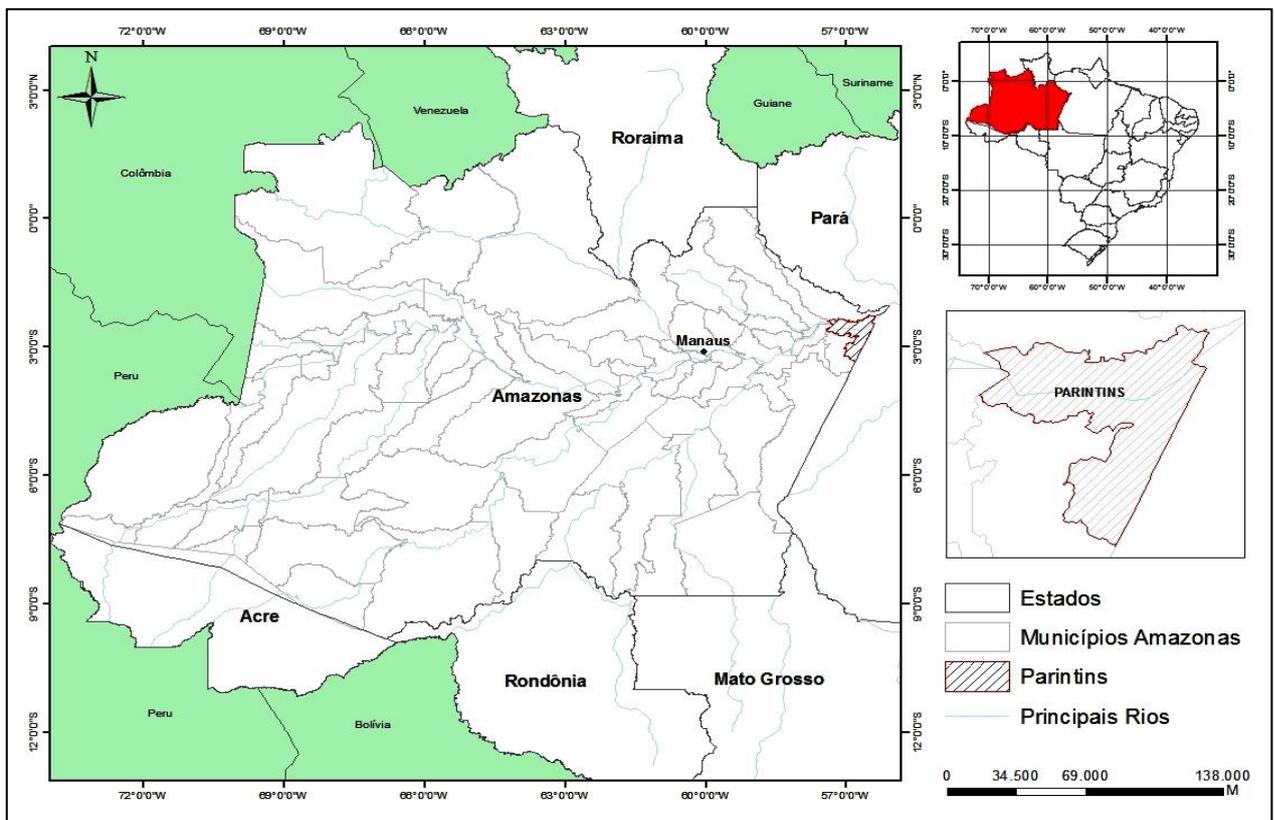
**Fonte:** Elaborado pela autora, a partir de SEC, (2015).

O quadro anterior apresenta todos os eventos culturais oficiais realizados pelo estado e a maioria desses eventos acontece na capital, em Manaus. Alguns

deles dão grande visibilidade ao estado, atraindo um número significativo de turistas nacionais e internacionais como o caso do Festival Folclórico de Parintins que neste ano de 2015 completou 50 anos de realização e, é objeto deste estudo.

O Festival Folclórico de Parintins é realizado no município de Parintins (AM), a 369 km de Manaus, na divisa com o Estado do Pará (ver a seguir figura 01). Parintins é um município de aproximadamente 110.000 habitantes, com área territorial de 5.952,390 km<sup>2</sup>, cujas principais atividades econômicas são agricultura, pecuária, comércio e serviços.

**Figura 01:** Mapa de localização do município de Parintins/AM



Fonte: Elaborado por LAENA<sup>8</sup> (2014)

O festival tem origem na festa do Bumba-meu-boi e Boi-Bumbá, opereta popular que ocorre em vários estados brasileiros, síntese de cultura africana, indígena e europeia. Geralmente segue em dramatização recitada e cantada na qual a personagem Catirina grávida tem desejo de comer a língua do boi, que é morto e depois ressuscitado. Os dramas são apresentados em locais públicos ou em

<sup>8</sup> Laboratório de Análises Espaciais Prof. Dr. Thomas Peter Hurthienne (LAENA) / Núcleo de Altos Estudos Amazônicos – NAEA da Universidade Federal do Pará (UFPA).

cortejos também, associados ao ciclo das festas juninas, mês de junho (Figueiredo, Tavares, 2006).

No Amazonas incorporou ainda mais personagens indígenas (como a Cunhã Poranga e as tribos) e se transformou em espetáculo e também evento de grandes proporções. Os bois amazonenses são mais antigos, mas o Festival teve sua primeira edição em 1965. Na grande arena do Bumbódromo, os bois Caprichoso (azul) com a estrela na testa (ver imagem 01) e Garantido (vermelho) com o coração na testa (ver imagem 02) se apresentam procurando superar um ao outro em três dias de festival, realizado a partir de 2008 sempre no último fim de semana do mês de junho. Protagonizam por meio da competição da dança, da música e da encenação dramática histórias pontuadas por ritmos eletrizantes, figurinos requintados, sofisticadas alegorias, que refletem as características da região, interpretam a Amazônia do índio e do caboclo, contando as lendas, mitos, hábitos e rituais (Melo, Araújo-Maciel, & Figueiredo, 2015).

A rivalidade dos bois torna o Festival mais curioso, pois influencia na geografia do lugar. A cidade é dividida em duas partes: Garantido – na cidade baixa do Garantido, rio acima no bairro de São José, onde as residências e ruas são enfeitadas da cor vermelha; e Caprichoso – próximo ao Centro e nos bairros, rio abaixo, ruas e residências decoradas da cor azul, rivalidade que interfere na visualidade da cidade e no modo de viver e ver de seus habitantes (Melo, Araújo-Maciel, & Figueiredo, 2015). Segundo Valentim (2005) os bois celebravam os santos juninos, saíam às ruas da cidade, onde encontros eram inevitáveis e muitas vezes, violentos. A brincadeira, no entanto, foi se organizando e com o passar dos anos, evoluiu para o grande espetáculo que é hoje. O evento valoriza os artistas da localidade, aperfeiçoando os recursos humanos locais por meio do intercâmbio com outros artistas e, também promovem a mão de obra local: artistas plásticos, costureiros, figurinistas, cenógrafos, iluminadores, cenotécnicos, maquinistas, maquiadores, entre outros.

**Imagens 01 e 02:** Apresentação do Boi Caprichoso (à esquerda) e Boi Garantido (à direita)



**Fonte:** Dados da pesquisa (2015).

Segundo exposto no regulamento do festival de 2015, os objetivos primordiais da festa são: preservar o folclore do boi-bumbá de Parintins; promover a cultura regional e estimular o espírito criativo do povo parintinense; valorizar a diversidade etno-cultural dos povos da Amazônia; defender e estimular o conceito e uso sustentável da biodiversidade na Amazônia e reger a disputa entre as duas Associações folclóricas boi-bumbá caprichoso e boi-bumbá garantido.

O Festival Folclórico de Parintins tornou-se um grande evento ao longo dos anos, e a festa se transformou então na principal atividade econômica do município gerando divisas e diversos impactos socioeconômicos. Um dos problemas durante o festival é a recepção de uma grande massa de visitantes e turistas, e a população praticamente dobra na cidade no período do festival.

Com isso, surgem questões que comprometem a qualidade dos serviços oferecidos e a estada do turista, que conforme salienta Krippendorf (2001), que os turistas estão cada vez mais exigentes. Os hotéis que estão sempre lotados, os preços elevados a cada ano, entre outros e, principalmente, prejudicam os habitantes e a qualidade de vida, mesmo que seja por um curto período de tempo.

Por outro lado, esses efeitos vêm sendo alvo de direcionamentos específicos do planejamento urbano e turístico, para que sejam diminuídos e, dessa forma, garantir que os efeitos positivos aumentem. O festival é de grande relevância para o Estado do Amazonas, que muitas vezes sofre com o efeito da sazonalidade no que diz respeito à atividade turística.

Dentro de uma perspectiva conceitual, o Festival Folclórico de Parintins/AM não se caracteriza como um megaevento, mas sim como um grande evento cultural. Esse tipo de evento contribui para o reforço identitário de um povo, tem suas origens nas festas, são coletivos e públicos, acontecem em espaços públicos ou semi públicos e arregimentam um grande número de pessoas que se caracterizam por se envolverem nas programações planejadas como brincantes, participantes ou públicos assistentes (Melo, Araújo-Maciel & Figueiredo, 2015).

O evento está consolidado e neste ano de 2015 foi comemorado a 50ª edição. Tem o caráter regional, mas com o passar dos anos foi atraindo turistas nacionais e internacionais, em número bem pequeno, porém até hoje também têm participado do Festival.

A festa é oficialmente planejada, organizada e realizada pelo Governo do Estado do Amazonas, por meio da SEC, em parceria com as duas associações folclóricas dos bois, Caprichoso e Garantido. Além de parcerias com demais órgãos públicos do estado da esfera municipal, estadual e federal e, da contratação das empresas prestadoras de serviços licitadas.

Nos últimos cinco anos foram investidos no festival mais de R\$ 74.174.978,22 (setenta e quatro milhões, cento e setenta e quatro mil, novecentos e setenta e oito e vinte e dois centavos de reais), como pode ser verificado na tabela 01 abaixo:

**Tabela 01 – Investimentos do Festival Folclórico de Parintins no período de 2011 a 2015.**

| <b>INVESTIMENTOS (2011-2015)</b>                        |                          |               |               |               |               |
|---|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>ITEM</b>   | <b>ANO</b>               |               |               |               |               |
|   | <b>2011</b>              | <b>2012</b>   | <b>2013</b>   | <b>2014</b>   | <b>2015</b>   |
| <b>Apoio financeiro do governo e dos patrocinadores</b> | 10.780.000,00            | 15.031.506,65 | 18.898.838,38 | 16.944.909,96 | 12.519.723,23 |
| <b>TOTAL</b>  | <b>R\$ 74.174.978,22</b> |               |               |               |               |

**Fonte:** Elaborado pela autora, (2015) a partir da SEC: 2011; 2012; 2013; 2014; 2015.

Pode-se verificar que, os custos para operacionalização do evento, vem aumentando ao longo dos anos. Segundo informações da SEC, as verbas públicas são repassadas por meio de convênios e esse total de investimentos provém da verba do governo do estado, governo federal e das empresas privadas que patrocinam o evento.

Dentre os patrocinadores, neste ano de 2015 patrocinaram o evento, a Coca-Cola Brasil, Brahma, Correio, Eletrobrás, Petrobrás, Governo Federal, Vivo e Hapvida. A empresa Coca-Cola Brasil destaca-se como patrocinador Master, patrocinando o evento há 22 anos. A empresa investiu nos últimos três anos mais de R\$ 13 milhões de reais, sendo mais de 4 milhões por ano (ver tabela 02).

**Tabela 02** – Investimentos da empresa Coca-Cola Brasil, patrocinadora Master do Festival de Parintins (2013-2015)

| <b>INVESTIMENTOS DO PATROCINADOR MASTER (2013-2015)</b>         |                         |                          |                         |
|---|-------------------------|--------------------------|-------------------------|
| <b>ITEM</b>   | <b>ANO</b>              |                          |                         |
|   | <b>2013</b>             | <b>2014</b>              | <b>2015</b>             |
| <b>Apoio financeiro do patrocinador Master Coca-Cola Brasil</b> |                         |                          |                         |
| <b>Boi Caprichoso</b>   | 2.132.842,50            | 2.550.000,00             | 2.040.000,00            |
| <b>Boi Garantido</b>  | 2.132.842,50            | 2.550.000,00             | 2.040.000,00            |
| <b>TOTAL</b>  | <b>R\$ 4.265.685,00</b> | <b>R\$ 5.100.000,00</b>  | <b>R\$ 4.080.000,00</b> |
|   |                         | <b>R\$ 13.445.685,00</b> |                         |

**Fonte:** Elaborado pela autora, a partir da SEC (2013; 2014; 2015).

Os investimentos da empresa no festival ao longo desses 22 anos, ultrapassam os R\$ 76 milhões de reais, tornando-a a maior patrocinadora do evento. Segundo declarações do vice-presidente de Comunicação e Sustentabilidade da Coca-Cola Brasil no site da empresa, Marco Simões, o patrocínio ao Festival de Parintins é um dos mais relevantes patrocínios culturais que fazem no país.

A visibilidade do festival é tão grande para os patrocinadores, que algumas empresas como a própria Coca-Cola, o banco Bradesco, a cerveja Brahma, mudam a cor das suas marcas e de seus produtos para serem comercializados no período da festa, além disso tem a exposição de suas peças promocionais no Bumbódromo, como pode ser observado nas imagens 03 e 04.

**Imagens 03 e 04** – Fotos das logomarcas dos patrocinadores do evento no bumbódromo, lado do Caprichoso (a esquerda) e do lado do Garantido (a direita).



**Fonte:** Dados da pesquisa, (2015).

Nas imagens 05, 06 e 07 (a seguir) é possível observar as mudanças das marcas dos patrocinadores em seus produtos nos aeroportos de Manaus e Parintins, shoppings e supermercados em Manaus.

**Imagens 05, 06 e 07** – Logomarca Coca-Cola na cor azul (a esquerda) na faixa da entrada da sala de desembarque no aeroporto em Parintins, totem do Banco Bradesco fixado no aeroporto de Manaus (no centro) e cerveja Brahma nas cores dos bois garantido e caprichoso em um supermercado de Manaus (a direita).



**Fonte:** Dados da pesquisa, (2015).

A Empresa Estadual de Turismo (AMAZONASTUR) é um órgão oficial que tem como objetivo a promoção do turismo e, portanto, a promoção do festival com a finalidade de divulgar a marca “Amazonas” no mercado turístico internacional e nacional. O Órgão tem a missão de “fomentar o turismo de forma sustentável em consonância com a política Estadual de Turismo”, dessa forma, o evento é divulgado

em todas as ações das quais participam a AMAZONASTUR, como Feiras, Congressos, Seminários e Eventos nacionais e internacionais, em países como Portugal, Espanha, Alemanha, Itália, Estados Unidos, Japão, China, dentre outros. É divulgado ainda em ações nacionais e internacionais com a realização de workshops e roadshows promovidos pelo Governo do Amazonas, pelas embaixadas do Brasil no exterior e pela EMBRATUR no exterior e pelo Ministério do Turismo no Brasil (informações verbais do Chefe do Departamento de Promoção e Marketing Turístico).

Segundo informações do departamento de marketing da AMAZONASTUR em 2014, nesta ação promocional do festival, os investimentos por parte da empresa nos últimos cinco anos tem sido em torno de R\$ 2,5 milhões, sendo aproximadamente R\$ 200 mil gastos por ano em material promocional.

A divulgação é feita também em blogs, sites, programas de turismo em canais abertos e fechados de TV, revistas e jornais de turismo, revistas de bordo de companhias aéreas, e guias bilíngues, todos no âmbito nacional e internacional. Outras ferramentas são utilizadas na divulgação e promoção do festival, como a realização de Familiarization Tours (*Famtours*), com a presença de grupos de operadores, agentes de viagens e formadores de opinião, a realização de Presstrips, com a presença de grupos de jornalistas dos mais variados veículos de comunicação, também no âmbito nacional e internacional. Todas as ações da AMAZONASTUR possuem apoio do trade turístico local, hotelaria de selva e urbana, operadores e agentes de receptivo local, restaurantes, entre outros, além da EMBRATUR e Ministério do Turismo.

O ano de 2013 foi marcante na história do festival e do povo parintinense, ocorreram diversos fatos significativos. Em sua 48<sup>o</sup> edição, em 2013, o Festival Folclórico de Parintins teve seu grande espetáculo artístico na comemoração do centenário dos bois-bumbás Garantido e Caprichoso e ano se tornaram Patrimônio Cultural do Amazonas, conforme o decreto nº 33.684, de 26 de junho de 2013. O decreto é um reconhecimento histórico da importância dos bois-bumbás para a cultura e a economia regional.

Segundo informações da SEC (2014), o Bumbódromo, local de apresentação dos bois, foi reinaugurado. Passou por uma reforma e modernização. Durante muitos anos o Bumbódromo foi adequado para comportar o festival, mas a

feira cresceu. A reforma no ano de 2013 apresentou impacto positivo nos serviços do festival. A estrutura do Bumbódromo foi ampliada, de 15.000 m<sup>2</sup> para 19.000 m<sup>2</sup>.

Nas imagens 08 e 09 (ver abaixo), é possível observar como o Bumbódromo era antes e como ficou após a modernização.

**Imagens 08 e 09:** Bumbódromo em Parintins, antes (a esquerda) e depois da reforma (a direita)



Fonte: SEC, (2014).

Foram instalados recursos tecnológicos de som, luz e informática mais modernos, além da acessibilidade. O Bumbódromo conta com uma área reservada para cadeirantes, serviço de tradução em libras. Os recursos tecnológicos foram instalados num arco na altura de 31 metros de altura.

Foram construídos camarotes climatizados, pois antigamente era madeira e não possuía ar condicionado. Possui maior capacidade de público com aumento de 4.291 lugares. Na arquibancada da galera, aumentou de 7.500 para 10.000 lugares e a capacidade total passou de 12.175 pessoas para 16.446.

No Bumbódromo funciona ainda a escola de artes Liceu de Artes e Ofícios Claudio Santoro – Unidade Parintins. Fora do período do festival, os camarotes funcionam como salas de aulas totalmente adaptadas para os cursos que são oferecidos. São oferecidos cursos de dança, música, teatro, artes visuais, noções de cinema e outros, atendendo mais de 4 mil pessoas, dentre elas crianças, adolescentes e o público da terceira idade.

Na arena, local onde os bois se apresentam, são realizados eventos de pequeno porte como shows, festejos juninos e apresentação de espetáculos do calendário cultural municipal, fora do período do festival. O Liceu de Artes tem sido elemento fundamental para o desenvolvimento do município, foram gerados

empregos diretos para população local, pois os professores e corpo administrativo da escola são da própria localidade, e também diminuiu a ociosidade dos próprios alunos dos cursos regulares municipais e estaduais.

Na próxima seção serão discutidos os aspectos teóricos da gestão da qualidade em eventos culturais.

## 2.2 GESTÃO DA QUALIDADE EM EVENTOS CULTURAIS

O conceito de gestão da qualidade evoluiu bastante durante o tempo, pois segundo Carvalho *In: Carvalho & Paladini et al*, (2005, p.02), expõe que se voltarmos ao tempo no final do século XIX e se perguntar a um artesão, o que significa qualidade, com certeza irá existir notória diferença do conceito atual. Pois no passado, a venda era realizada pela reputação da qualidade que era divulgada através do “boca a boca”, sendo o foco da qualidade no produto (tangíveis), diferente da modernidade que controla a qualidade através do processo.

No período da Segunda Revolução Industrial a gestão da qualidade foi deixada de lado, esquecendo prioridades como os conhecimentos das necessidades dos clientes e a simples participação do trabalhador, demarcando a diante um processo de inúmeras mudanças positivas para a gestão da qualidade, começando com a utilização de dados estatísticos, utilização dos sistemas de medidas e utilização de normas para essa área, a amostragem para inspeção dos produtos, começando a utilizar nesta época os testes da escola das relações humanas questionando a alienação do trabalho e a participação do trabalhador. Nota-se que essas pesquisas e estudos que se seguiram por décadas seguintes tiveram grande importância na montagem de programas de qualidade no pós-guerra.

Foram várias as conquistas no controle estatístico da qualidade, mas tais conceitos só se difundiram e ganharam espaço, na modernidade, assim surgindo novos conceitos para gestão da qualidade. Nos Estados Unidos a área se consolidou, e em 1945 surgiu à primeira associação de profissionais na área de qualidade a partir desse impulso surgem várias outras associações no Japão e outros países do mundo inteiro. Carvalho *In: Carvalho & Paladini et al*, (2005).

Conforme o autor acima aponta, foi a partir daí que vários modelos foram criados, Shewhart em 1939, propôs o ciclo *Plan-Do-Check-Act* – PDCA, que direcionaria a análise e solução de problema, percorrendo o ciclo de planejar, fazer, checar o resultado e depois agir. Em 1951, Juran lançou a publicação *Planning and Practices in Quality Control*, um modelo que envolvia planejamento e apuração dos custos da qualidade. Feigenbaum foi o primeiro a tratar a qualidade de forma sistêmica nas organizações, formulou o sistema de Controle de Qualidade Total (*Total Quality Control - TQC*), o que iria influenciar fortemente a *International*

*Organization of Standardization* - ISO 9000, no final da década. E para que esse sistema seja efetivo, é necessário observar todo o ciclo produtivo, que começa e termina no cliente, para obter produtos e serviços mais econômicos, mas que levem em conta a satisfação total do cliente. Em 1957, Philip B. Crosby lançou elementos que criaram o programa Zero Defeito, e foi muito usado em programas militares e em empresas. No final da década de 1960, Mizuno e Akao colaboraram para resgatar a proximidade com o cliente, e propuseram o método Desdobramento da Função Qualidade (Quality Function Deployment – QFD). Esse resgate da importância dos clientes e a percepção da qualidade como um critério competitivo, trouxe alguns teóricos da área de estratégia e administração para a área da qualidade, como por exemplo David Garvin.

Em outro lado do mundo, o Japão, no período pós-guerra, com influência de Deming e Juran em seu modelo, se preocupava em criar um modelo que tinha uma forte orientação estatística e controle da qualidade especificando e dando mais importância aos processos de construir uma maior participação do trabalhador e uma alta gestão de boa qualidade. Com isso, em 1951, em homenagem ao Deming, foi criado o “Prêmio Deming”, atribuído a empresa que mais se destacasse na área da qualidade em cada ano. No final da década de 1980, surgiu um prêmio similar nos Estados Unidos, o Prêmio Malcom Baldrige em 1987 e na Europa surgiu o “Prêmio Europeu da Qualidade” em 1991 e, no Brasil, o “Prêmio Nacional da Qualidade – PNQ” em 1992 (Carvalho *In*: Carvalho & Paladini *et al*, 2005).

Nota-se através de estudos que cada modelo ou sistema tinha características que poderiam ser temporais ou estar entre as tendências, mas que cada modelo ou sistema tinha uma interseção e complementaridade entre todos da época.

A palavra qualidade possui múltiplos conceitos de qualidade, segundo Carvalho *In*: Carvalho & Paladini (2005) os conceitos são diversos e sua evolução pode ser observada no quadro 05 (a seguir), onde os teóricos afirmam que qualidade é:

**Quadro 05 – Evolução do conceito da qualidade**

| <b>Ano</b>  | <b>Autor</b>       | <b>Conceito</b>  |
|-------------|--------------------|--|
| <b>1939</b> | Walter A. Shewhart | “Qualidade é subjetiva e objetiva”;  |
| <b>1950</b> | W. Edwards Deming  | “Qualidade é a satisfação das necessidades do cliente, em primeiro lugar”; |
| <b>1950</b> | Joseph M. Juran    | “Qualidade é uma barreira de proteção a vida” e                            |

|      |                   |   |
|------|-------------------|---|
|      |                   | “qualidade é adequação ao uso”;   |
| 1951 | Armand Feigenbaum | “Qualidade é a composição total das características de marketing, projeto, produção, e manutenção dos bens e serviços, através dos quais os produtos atenderão as expectativas do cliente”; |
| 1979 | Philip B. Crosby  | “Qualidade é conformidade as especificações”;   |
| 1960 | Kaoru Ishikawa    | “Qualidade é satisfazer radicalmente o cliente, para ser agressivamente competitivo”;   |
| 1990 | Genichi Tagushi   | “Qualidade é a diminuição das perdas geradas por um produto, desde a produção até seu uso pelos clientes”   |

Fonte: Elaborado pela autora, (2015) a partir de Carvalho In: Carvalho & Paladini (2005)

Esses princípios de gestão da qualidade apresentados no quadro anterior tiveram grande repercussão nos meios acadêmicos, empresas e na sociedade de um modo geral, especialmente a partir dos anos 1980. Percebe-se que nem todos os teóricos trabalharam a qualidade na perspectiva da satisfação do cliente. Conforme o conceito foi sendo complementado com o passar dos anos pelos autores, a prioridade da satisfação do cliente foi aparecendo efetivamente nos discursos.

Nas últimas décadas segundo Rotandaro & Carvalho *In*: Carvalho & Paladini (2005), observou-se a evolução do setor de serviços na economia mundial. O crescente número de empregos gerados pelo setor de serviços.

A cronologia do desenvolvimento do conceito de qualidade teve quatro fases antes de 1970 foi denominado, *status quo*, durante 1970 detecções de erros, anos 1980 prevenção de erros, durante 1980 e 1990 qualidade voltada para criativa perpétua, segundo Cameron e Quinn (2006). A área da qualidade se difundiu no período da Segunda Guerra Mundial, mas foi no período de pós-guerra que novos elementos surgem na gestão da qualidade.

A gestão da qualidade na contemporaneidade é realizada com um planejamento estratégico, com objetivos e um alto nível de mobilização, utilizando os treinamentos, consultorias e toda educação voltada para liderança de mercado na prestação do serviço. Norman (1993) relaciona quatro dimensões para o conceito de qualidade: qualidade de produto, qualidade de processo, qualidade do sistema de produção e qualidade como filosofia permeando toda a organização. O autor aponta duas formas de visualizar a qualidade – uma filosofia de ordem mecanicista, estruturas físicas e uma segunda voltada para os serviços baseada em uma

inovação de ser. Já para Crosby (1994), a única diferença na qualidade de serviços, em relação à manufatura, é o contato com o cliente.

Portanto, a gestão da qualidade nada mais é do que a capacidade de administrar, gerir, e colocar em ação práticas de excelência, condição essa que é voltada para a satisfação do cliente. Segundo o SENAC & SEBRAE (1992, p. 3), “Qualidade é algo decorrente de um processo natural de adaptação das empresas às mudanças de comportamentos das pessoas, também influenciado pelas circunstâncias do ambiente externo”.

Os estudos sobre qualidade após um longo período só voltado a qualidade de produtos, migrou para organização de serviços enxergando o potencial existente, mas no início desta mudança houve uma enorme dificuldade, pois existia o fator incerteza, como iria avaliar a qualidade destes serviços, seria de fato uma tarefa muito complicada. No início a gestão foi feita de maneira personalista, ou seja, de acordo com suas intuições e o talento pessoal de dos gerentes ou empresários, até hoje essa característica de ação nas pessoas que trabalham no gerenciamento de serviços e mais alta que nas gerencias de organizações industriais.

Esses estudos e a prática demonstraram que assim como as empresas industriais, os serviços também sofriam com a concorrência, então a ação estratégica aparece para dar credibilidade e vai investindo continuamente em qualidade ou desaparecer. Notoriamente percebe-se que o que pesa agora é a qualidade a partir da diferenciação de mercado, investindo em tecnologia, ampliando a escala de serviços. Descobre-se que a qualidade se adapta perfeitamente as pessoas, pois do mesmo jeito que os produtos e serviços melhoraram as pessoas também se qualificaram muito mais acompanhando essa dinâmica que se faz necessária.

A qualidade nos serviços pode ser avaliada no ambiente interno que é elaborado pelo produtor, a sua visão em relação ao cumprimento de padrões internos definidos pela organização ou pelo ambiente externo que é elaborado pelo consumidor, através da percepção do cliente relacionando com a satisfação, destaca-se a importância de integrar os dois conceitos para conseguir uma avaliação da gestão completa (Moller, 1999; Barros, 1999; Deming, 1990).

Segundo os estudiosos, Cameron e Quinn (2006), a cultura da qualidade é na verdade uma orientação organizada pela empresa para melhorar os comportamentos humanos, experiências, valores em prol da qualidade. Os autores

demonstram que se existir a integração das culturas na gestão haverá qualidade de serviços e conseqüentemente sucesso.

Albrecht (1992) sugere, para a definição da qualidade de serviço, que se identifiquem os momentos da verdade em um serviço, e para cada momento da verdade, que é a menor unidade indivisível de valor entregue ao cliente, um fator específico de qualidade que seja crucial para o cliente. Para cada cliente, ele sugere fazer uma espécie de boletim, um conjunto de critérios de avaliação do pacote de serviços de seu departamento. É preciso estar consciente de que nem todos os Momentos da Verdade são iguais, existem os momentos críticos. O autor utiliza o ciclo do serviço, como a seqüência completa de momentos da verdade que um cliente experimenta para ter satisfeita uma necessidade. Às vezes, o cliente é a única pessoa que vê todo o quadro.

Ainda referente a qualidade dos serviços, Albrecht (1992) argumenta que, como a produção de serviços ocorre momento a momento, milhares de vezes por dia, os métodos tradicionais de controle de qualidade - centralização e inspeção - deixam de ser válidos. Para o autor, "proporcionar qualidade total em serviços é uma situação na qual uma organização fornece qualidade e serviços superiores a seus clientes, proprietários e funcionários". Defende que "a qualidade do serviço está nos detalhes", colocando a importância da avaliação da qualidade nos pontos individualizados do contato entre fornecedor e cliente.

Diversos autores como Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988); identificaram cinco características para avaliar a qualidade do serviço, chamado modelo *Service Quality Gap Analysis* (SERVQUAL), que serve para medir a qualidade do serviço através da comparação entre expectativas antes da compra e as percepções pós – compra na performance da empresa. Conforme Parasuramam, Zeithaml & Berry (1988), a partir disso, vários estudos quantitativos e qualitativos identificaram dez dimensões gerais determinantes da qualidade do serviço e logo depois foram consolidadas em apenas cinco, representando os critérios de avaliação utilizados pelos consumidores, como pode ser observado abaixo no quadro 06.

**Quadro 06** – Dimensões iniciais e finais da qualidade de serviço de Parasuramam, Zeithaml & Berry

| 10 DIMENSÕES INICIAIS | 5 DIMENSOES FINAIS |
|-----------------------|--------------------|
| Tangibilidade         | Tangibilidade      |
| Confiança             | Confiabilidade     |
| Sensibilidade         | Sensibilidade      |

|                                       |           |
|---------------------------------------|-----------|
| Comunicação                           | Segurança |
| Credibilidade                         |           |
| Segurança                             |           |
| Competência                           |           |
| Cortesia                              |           |
| Compreensão / Conhecimento do cliente | Empatia   |
| Acesso                                |           |

**Fonte:** Elaborado pela autora a partir de Parasuramam, Zeithaml & Berry (1988).

A seguir (quadro 07), é possível verificar as características das cinco dimensões do quadro anterior consolidadas.

**Quadro 07:** As cinco dimensões da qualidade e suas características

| DIMENSÕES                 | CARACTERÍSTICAS   |
|---------------------------|---|
| <b>Aspectos tangíveis</b> | Incluem a evidência física do serviço, tais como facilidades físicas, equipamentos e aparência dos funcionários.        |
| <b>Confiabilidade</b>     | Envolve a consistência de desempenho, ou seja, a capacidade de realizar o serviço prometido de forma confiável.         |
| <b>Sensibilidade</b>      | Refere-se à disposição e presteza dos funcionários em prestar o serviço.  |
| <b>Segurança</b>          | Envolve a competência da empresa, sua cortesia e o conhecimento de suas operações.                                      |
| <b>Empatia</b>            | Significa a capacidade de a empresa em compreender e atender às necessidades de seus clientes de forma individualizada. |

**Fonte:** Adaptado a partir de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988).

As dimensões estão entre as características dos modelos destes autores, e que foram fundamentais para melhorar o nível da cultura da qualidade que é na verdade uma orientação organizada pela empresa ou serviço para melhorar o comportamento humano, experiências, valores em prol da qualidade e os diversos autores refletem que se existir a integração das culturas na gestão haverá qualidade de serviços e conseqüentemente sucesso.

Para Maia, Salazar & Ramos (2005) o modelo SERVQUAL é uma escala de vários itens construídos para medir as expectativas e percepções dos clientes face ao serviço prestado. A qualidade resulta da diferença entre a percepção do cliente menos as expectativas. Carmam (1990) destaca que o SERVQUAL é como uma espinha dorsal de que pode ser usada por um longo conjunto de serviços. Maia, Salazar & Ramos (2005) concluem em um estudo realizado sobre a medição dos modelos SERVQUAL e SERVPERF na qualidade do serviço, que a qualidade do serviço é avaliada em quatro vertentes conforme a ordem de importância: pela atenção personalizada e desempenho dos colaboradores, pelo cumprimento dos

prazos, pela aparência física das instalações e dos colaboradores e a resolução dos problemas.

Para Almeida (1995) o problema da má qualidade dos serviços prestados não é regional, nem nacional, e sim um problema mundial. Segundo o autor o que predomina no mundo é o relacionamento inadequado com o cliente. Silva (2004) complementa afirmando que os serviços devem ser estudados, modificados e implantados em cada realidade de determinada região ou conforme o tipo de cliente. Para o autor, somente assim haverá profissionalismo e clientes satisfeitos.

A qualidade dos serviços prestados aos clientes esta intensamente relacionada ao grau de percepção que os funcionários tem da empresa em que trabalham. Para Silva (2004) munir os funcionários ou colaboradores de informações que transmitam competência para atender torna-se uma obrigação das empresas que tem de permanecer atuantes no mercado, mesmo que em alguns momentos os clientes tenham um comportamento extrapolado em função de sentir-se mal atendido, mal assessorado ou prejudicado.

Para o Senac (1997) “a qualidade na prestação de um serviço se faz por intermédio das pessoas, depende do desempenho do trabalhador, consciente do papel que tem que cumprir, comprometido com o sucesso dos negócios em questão”. Portanto, são as pessoas que fazem com que os serviços sejam diferenciados pelo atendimento prestado.

O fato é que o cliente tem sempre a razão, entretanto, Almeida (1995) orienta que se você tiver que dizer um “não” ao cliente, isso deve ser feito com elegância, afinal, tudo há limites.

Keaveney *In*: Spina, Giraldi & Oliveira (2013), afirma que existe mais 800 comportamentos críticos que levam o cliente a mudar de empresa prestadora de serviço e que podem ser agrupados em oito categorias, conforme pode ser verificado no quadro 08 (a seguir).

**Quadro 08** – Fatores que levam os clientes a mudarem de empresa prestadora de serviço.

| N. | FATORES        | MOTIVOS  |
|----|----------------|--|
| 1  | Preço          | - Preço alto<br>- Aumento de preços<br>- Preço injusto<br>- Preço enganoso   |
| 2  | Inconveniência | - Localização ou horário<br>- Espera por uma visita<br>- Espera pelo serviço |

|          |                                    |  |
|----------|------------------------------------|--|
| <b>3</b> | <b>Falha no serviço central</b>    | - Erros no serviço<br>- Erros de cobrança<br>- Serviço desastroso  |
| <b>4</b> | <b>Mudança voluntaria</b>          | - O cliente mudou-se<br>- O prestador encerrou suas atividades     |
| <b>5</b> | <b>Falha na entrega do serviço</b> | - Desatenção<br>- Grosseria<br>- Indiferença<br>- Falta de preparo |
| <b>6</b> | <b>Resposta a falha no serviço</b> | - Resposta negativa<br>- Sem resposta<br>- Resposta relutante      |
| <b>7</b> | <b>Problemas éticos</b>            | - Trapaça<br>- Venda agressiva<br>- Insegurança                    |
| <b>8</b> | <b>Concorrência</b>                | - O cliente encontrou um serviço melhor                            |

**Fonte:** Elaborado pela autora a partir de Keaveney *In*: Spina, Giraldi & Oliveira (2013)

Vavra (1993) complementa afirmando que o clientes tem a expectativas sobre a qualidade de um produto ou serviço que compram, além de terem também expectativas do grau de serviço que desejam e merecem receber. Para o autor, a qualidade e o serviço devem acompanhar cada produto e serviço colocado no mercado. De acordo com Moreira (1996) a qualidade do serviço é a contexto de todos aspectos e atributos do pacote de serviço que se apoia na sua habilidade de satisfazer o cliente.

Berry & Parasuramam (1995), o serviço de qualidade vem da liderança inspirada de toda organização, da cultura voltada para o cliente, do excelente sistema de planejamento do serviço, do uso competente da informação e tecnologia, e ainda de outros fatores que vão surgindo e sendo, aos poucos desenvolvidos em uma empresa.

Em consequência dos avanços da tecnologia, as pessoas passaram a lidar com as transformações resultantes do processo de globalização, na qual tornou-se um produto desse meio (Santos, 2010).

A chegada da internet fortaleceu esse processo devido divulgação da informação e da comunicação em tempo real. Principalmente em razão dos novos equipamentos e aparelhos sofisticados, de fácil acesso, como por exemplo, computadores, celulares, satélites e entre outros (Rocha, Magalhães & Paiva, 2012).

A inovação, seja no produto ou no processo do serviço, refere-se ao processo de trazer algo novo, seja na resolução de problemas, ou no uso de ideias. Ideias estas que contribuam para a reorganização, para a redução de custos e

tempo, colocando novos sistemas orçamentais, a melhora da comunicação ou montagem de produtos em equipe (Kanter, 1983).

Tanto as empresas quanto os profissionais que trabalham na área de grandes eventos que atraem um número expressivo de turistas e visitantes, devem ficar atentos as mudanças que ocorrem nas tecnologias e atentar para as novidades lançadas no mercado. Pois os consumidores do produto turístico, estão a cada dia mais exigentes, e a todo o momento procuram informações sobre as novidades do mercado (Araújo-Maciel, Souza & Mendes-filho, 2015).

O construto qualidade de serviços tem sido amplamente pesquisado na literatura de Marketing em termos de antecedentes, consequentes, dimensões, e mensurações. No entanto, há uma carência na realização de pesquisas sobre a qualidade dos serviços em varejo eletrônico, como também sobre a definição e a dimensionalidade do construto nesse ambiente.

Para Magalhães & Pinheiro (2007), a abordagem qualitativa para o uso econômico, efetivo, eficaz e eficiente da infraestrutura de Tecnologia da Informação - TI, prepara a organização para a redução de custos em função do aumento da eficiência na entrega e no suporte dos Serviços de TI.

O Gerenciamento de Serviços de TI visa alocar adequadamente os recursos disponíveis e gerenciá-los de forma integrada, fazendo com que a qualidade do conjunto seja percebida pelos seus clientes e usuários, evitando-se a ocorrência de problemas na entrega e na operação dos serviços de TI (Magalhães & Pinheiro, 2007) Gerenciamento de Serviços de TI na Prática,

Parasuraman, Zeithaml & Malhotra (2005) no artigo intitulado *E-S-Qual a multiple item scale for assessing electronic service quality*, testaram a escala *E-S-Qual* para medir a qualidade do serviço prestado pelos sites em que os clientes fazem compras online. No artigo é discutido a definição do atributo da qualidade e a mensuração da qualidade de serviços nos ambientes eletrônicos. Na opinião dos autores, a qualidade é “a extensão pela qual o site auxilia, eficiente e efetivamente, a compra e a entrega” do bem ou produto.

Sob esse pretexto, o trabalho dos autores acima, buscou compreender mais a fundo o construto qualidade percebida no varejo eletrônico. Especificamente, este artigo teve por objetivo verificar empiricamente a estrutura da e-S-Qual no varejo eletrônico. Em termos de método, a amostra continha apenas pessoas que já

compraram produtos/serviços no varejo eletrônico, sendo configurada como uma survey do tipo bola de neve por conveniência, perfazendo um total de 515 pessoas.

Na gestão da qualidade dos serviços turísticos devemos analisar diversos fatores começando pelo atendimento. Pois é o diferencial de qualquer empresa comprometida com a satisfação do cliente. Percebem-se dois fatores importantes da qualidade, que segundo (Coutinho, 1994) são formados por características e especificações do produto ou serviço, sempre cumprindo o que o seu funcionamento, a qualidade voltada para o funcionamento. Já o segundo fator, corresponde ao fator humano com certeza mais eficaz quando se pensa nos serviços de turismo, que consiste no contato ou relação pessoal entre cliente e vendedor e no período de pós-venda também dando toda assistência, para superar as expectativas dos clientes. Na gestão da qualidade existe uma grande preocupação com o cliente que segundo Juran (1990): “clientes (...) são todas as pessoas que são afetadas por nossos processos ou nossos produtos”.

O empresário deve estar atento aos detalhes do atendimento oferecido, levando em consideração a flexibilidade e não o automatismo ou um padronizado fixo, pois os desejos, expectativas e gostos são diferentes de pessoa para pessoa, sempre tendo a cautela de capacitar os funcionários para que sirvam bem aos seus clientes observando tais quesitos como: o humor do seu funcionário, saber ouvir e prestar atenção, ter bom senso e ter uma postura de trabalho, e principalmente fazer com que o funcionário conheça muito bem a sua função.

Sendo assim, o turista quando bem atendido pode voltar e ainda fazer a melhor propaganda do mundo à realizada “boca a boca”, estender sua permanência e ainda incentivar as pessoas, mais próximas a viver a mesma experiência, o que movimenta a economia e conseqüentemente o número de empregos.

Nesta perspectiva o estudo se faz presente como uma forma de questionar as relações existentes entre as palavras gestão, qualidade, serviços, turismo, que é uma relação de muita complexidade. Pois gerenciar e planejar um serviço é muito relativo, devido o mesmo ser inconstante e intangível e esta relação deve acontecer com bastante qualidade obedecendo aos processos e procedimentos de características bem diferenciados, e ao fim deste processo de simultaneidade chegamos à parte da ação que vai de encontro aos turistas, geralmente pessoas bem exigentes quanto ao serviço e propriamente aos seus gostos pessoais.

Em uma viagem o turista visualiza todo esse processo de serviços integrados que incrementam e muitas vezes completam o produto, sem esses serviços seria quase impossível fazer com que o turista permaneça e que aumente a qualidade do serviço realizado.

A segurança faz parte da organização geral do evento. Segundo Silveira (2005), a segurança nos eventos tem sido uma das causas para que os mesmos sejam considerados um sucesso ou um fracasso.

Eventos seguros são aqueles em que, os clientes voltam, as pessoas não querem sair de casa para divertir-se preocupada com a sua segurança ou principalmente de seus filhos. Quando participam de eventos em que apenas o divertimento é marcante, o aprendizado, sem a ansiedade e preocupação com a insegurança, é muito mais proveitoso. Zanella (2004 p.108) diz que “as responsabilidades relacionadas com a segurança em relação aos locais nos quais os eventos ocorrem abrangem os seguintes aspectos: segurança e proteção nos locais dos eventos – controlar a movimentação das pessoas na portaria e nos demais locais; proteger e dá segurança pessoal a determinadas pessoas; dirigir as operações de carga e descarga dos veículos nos eventos; supervisionar as áreas de estacionamento; verificar os sistemas e equipamentos de segurança instalados no local”.

Conforme Gilsa (2007) os serviços de iluminação e sonorização são um dos serviços essenciais para o sucessos dos eventos e, normalmente são terceirizados. Esses aspectos são importantes para que o evento ocorra tranquilamente.

Na próxima seção será discutido os aspectos teóricos dos serviços e a técnica momento da verdade.

### 2.3 OS SERVIÇOS E A TÉCNICA MOMENTO DA VERDADE

Os setor de serviços vem ganhando a cada ano mais importância na economia mundial, inclusive no Brasil. Com isso os objetivos centrais das organizações tem sido satisfazer as necessidades dos consumidores (Marchetti & Prado (2001). O setor de serviços pode está vinculado ou não a um produto final. Tornou-se a força motriz da economia global.

Segundo Spina, Giraldi & Oliveira (2013), a utilização dos serviços na sociedade é observada desde um simples uso de telefone, até o jantar em um sofisticado restaurante, ou até mesmo numa consulta médica, realização de cursos e outros. Os serviços estão presentes na vida de toda a sociedade cotidianamente.

Para Spina, Giraldi & Oliveira (2013) afirmam que o conceito (ver quadro 09) de serviços é o que tem menos preocupado os estudiosos do tema.

**Quadro 09 – Conceitos de serviços**

| <b>Autor</b>              | <b>Conceito</b>  |
|---------------------------|--|
| Keller e Kotler (2006)    | Definem o serviço como sendo “qualquer ato ou desempenho, essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer a outra e que não resulta na propriedade de nada”, e complementam: “a execução de um serviço pode estar ou não ligada a um produto concreto”.   |
| Lovelock e Wrigth (2004), | Conceituaram o fenômeno serviço como um ato ou desempenho oferecido por uma parte à outra. Embora o processo possa estar ligado a um produto físico, o desempenho é essencialmente intangível e normalmente não resulta em propriedade de nenhum dos fatores de produção.  |
| Grönroos (2003)           | Um serviço é um processo, consistindo em uma série de atividades mais ou menos intangíveis que, normalmente, mas não necessariamente sempre, ocorrem nas interações entre o cliente e os funcionários de serviço e/ou recursos ou bens físicos e/ou sistemas do fornecedor de serviços e que são fornecidas como soluções para problemas do cliente. |

**Fonte:** Elaborado pela autora a partir de Spina, Giraldi & Oliveira (2013)

Atualmente a preocupação dos estudiosos com a temática é explicar as características básicas dos serviços e verificar como se desenvolvem para melhorar no gerenciamento dos mesmos.

Segundo Keller e Kotler (2006), os serviços possuem quatro características principais: intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade. Grönroos (2003) *In*: Spina, Giraldi & Oliveira (2013), explica essas características (ver quadro 10 a seguir) e afirma que serviços são processos, pois formam atividades que são

utilizados diferentes tipos de recursos buscando solucionar um problema para o cliente. Esses processos consistem em uma série de atividades que são produzidas e consumidas simultaneamente, o que também é chamado de inseparabilidade.

**Quadro 10 – Características dos serviços**

| <b>BENS FISICOS</b>   | <b>SERVICOS</b>  |
|---|--|
| Tangíveis   | Intangíveis  |
| Homogêneos  | Heterogêneos   |
| Produção e distribuição separadas do consumo                | Processos simultâneos de produção, distribuição e consumo  |
| Uma coisa   | Uma atividade ou processo                                  |
| Valor central produzido na fabrica                          | Valor central produzido em interações comprador – vendedor |
| Clientes não participam normalmente do processo de produção | Clientes participam da produção                            |
| Podem ser mantidos em estoque                               | Não podem ser mantidos em estoque                          |
| Transferência de propriedade                                | Não há transferência de propriedade                        |

**Fonte:** Elaborado pela autora a partir de Grönroos (2003) *In:* Spina, Giraldi & Oliveira (2013)

Como pode ser observado no quadro acima a essência do serviço está a intangibilidade do fenômeno em si. Não podem ser estocados e o cliente participa ativamente do processo.

Albrecht (1998) afirma que a melhoria dos serviços começa no topo da organização. Para ele, os administradores devem fazer o que dizem. Segundo o autor, o comprometimento com o serviço de qualidade não aparece do nada, precisa vir do topo da pirâmide da organização, ou seja, dos gestores. O autor complementa ainda que os funcionários precisam ser os primeiros clientes da organização, as organizações tem que convencê-los primeiramente.

Os cinco níveis de grau de comprometimento das empresas prestadoras de serviço com a qualidade dos serviços são apresentados por Albrecht (1998) no quadro 11 a seguir:

**Quadro 11 – Cinco níveis de comprometimento das empresas com a qualidade dos serviços**

| <b>NIVEIS</b>                      | <b>EMPRESAS</b>  |
|------------------------------------|--|
| 1. Fechando                        | Estão fora de contato com seus clientes a ponto de terem há muito passado pela “entrada do cano”; algumas sabem disso e outras não.  |
| 2. Busca obstinada de mediocridade | Talvez sobrevivam, mas a qualidade do serviço não faz parte de seu pensamento.<br>Exemplo: órgãos públicos.  |
| 3. Presentes e em lugar conhecido  | Sabem que estão no ramo de prestação de serviços e tendem a ter um respeito inato pelo menos pelas coisas mais elementares. A qualidade do serviço não desempenha um papel importante em seu posicionamento estratégico. |

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
|                                     | Exemplo: bancos e hotéis.   |
| 4. Fazendo um esforço sério         | Estão avançando e geralmente esforçam-se bastante para descobrir maneiras de fazer do serviço um instrumento de competição. Há muita inovação, muitos riscos e uma boa dose de reformulação da imagem do cliente e da orientação da organização.                |
| 5. O serviço como uma forma de arte | São as empregadas lendárias no ramos dos serviços. Aquelas poucas que se tornaram famosas e chegaram a liderança do mercado devido ao seu comprometimento obsessivo e incansável com a doutrina de máximo impacto positivo junto ao cliente em todos os níveis. |

**Fonte:** Elaborado pela autora a partir de Albrecht (1998).

Muitas empresas esperam transformar o serviço em seu fator de superioridade competitiva e acabam não tendo êxito, segundo Albrecht (1998) por não serem capazes de elevar seus níveis de qualidade de serviço o suficiente para que exista um impacto significativo. Para o autor, a definição de excelência de serviço numa perspectiva de competitividade é:

Excelência de serviço: Um nível de qualidade de serviço, comparado ao de seus concorrentes, que é suficientemente elevado, do ponto de vista de seus clientes, para lhe permitir cobrar um preço mais alto pelo serviço oferecido, conquistar uma participação de mercado acima do que seria considerado natural, e/ou obter uma margem de lucro maior do que a de seus concorrentes (Albrecht, 1998 p.13).

O autor explica que para empresa desfrutar de alguma dessa vantagens descritas acima, ou de todas ela, sua empresa precisa ter nível 5 de qualidade dos serviços aos olhos dos clientes. Não basta apenas esforçar-se. As campanhas publicitárias não resolvem o problema da qualidade. E muito menos isso será conseguido forçando os funcionários a “amar” os clientes. Para ele, o que funcionará é proporcionar um serviço superior e que tenha sucesso no mercado.

Albrecht (1998) identificou sete categorias de fatores que levam à insatisfação do cliente que ele chamou de “Sete Pecados em Serviços”, sendo elas, conforme quadro 12:

**Quadro 12:** Sete pecados em serviços

| TIPOS         | MOMENTOS  |
|---------------|---|
| <b>Apatia</b> | O autor define a apatia como uma atitude de pouco caso, o funcionário não se interessa pelo cliente, “não está nem aí”. Como, por exemplo, a solicitação do cliente à recepcionista do hotel, sobre como conseguir as entradas de uma peça de teatro; a recepcionista o trata de forma apática, |

|                        |   |
|------------------------|---|
|                        | transmitindo que desempenha a sua função por obrigação, não se importando se o cliente vai ou não conseguir as entradas do teatro.  |
| <b>Dispensa</b>        | O funcionário se comporta como se quisesse se livrar do cliente. Dá informações padronizadas que não resolvem a necessidade do cliente, não demonstram o menor interesse de fazer algo especial para atendê-lo.   |
| <b>Frieza</b>          | A seleção de pessoas difíceis no relacionamento humano, geniosas, deprimidas, hostis, na posição de estabelecer o primeiro contato (primeira hora da verdade) é, segundo o autor, uma prática de muitas empresas. Estes atributos pessoais são negativos e geram no funcionário uma atitude de frieza, que refletem um tratamento, ríspido, desatento ou impaciente, dando a nítida impressão de que o cliente é um estorvo, e que ficaria muito feliz se ele desaparecesse. Quanto a este aspecto, Berry (1996) acrescenta: "Excelência em serviços é uma utopia quando existe um descompasso entre o tipo de pessoal que uma empresa contrata e o tipo de pessoal que os clientes desejam".<br>Competir por uma fatia de mercado de talentos requer que a empresa procure ser um empregador preferencial, que tenha objetivos elevados, utilize no recrutamento métodos arrojados e diversificados, abra e segmente o mercado e use métodos múltiplos de seleção. Em suma, requer pensar como um elemento atuante no mercado. |
| <b>Condescendência</b> | Expressão que o autor usou para definir o tratamento ao cliente com atitudes paternalistas, como se ele fosse criança. Exemplifica ao segurar o cliente pelo braço para subir uma escada, carregar objetos sem perguntar se ele deseja o serviço de carregador, entre outros.   |
| <b>Automatismo</b>     | Funcionário automatizado que só faz ou fala, conforme foi "programado", restringindo-se a normas e praticando uma relação desprovida de calor humano. Conforme o autor, mesmo quando ele é do tipo que permanentemente está com um sorriso nos lábios, numa postura autômata, deixa claro que tudo é um processo mecânico e que o funcionário não está pensando no que faz e nem tão pouco está interessado em sua demanda individual. Quando se peca por automatismo, a individualidade do cliente é desprezada.   |
| <b>Livro de regras</b> | As regras da organização estão acima da satisfação do cliente, do bom atendimento, elas não permitem ao funcionário a mínima liberdade de ação, abrindo exceções ou usando o bom senso. Por exemplo, um hóspede que deseja usar a sauna pela manhã, e o hotel só disponibiliza o serviço a partir das 15 horas.   |
| <b>Passeio</b>         | Fazer com que o cliente passe de funcionário em funcionário para obter uma certa informação. Isso pode ocorrer pessoalmente ou por telefone, o que é ainda mais desagradável "(...) quando isso ocorre e ninguém assume as devidas responsabilidades". O cliente é empurrado de um lado para outro sem conseguir resolver o seu problema.   |

Fonte: Adaptado a partir de Albrecht, 1998.

A filosofia da administração e serviços sugere que todos têm um papel a desempenhar no esforço e garantir que as coisas funcionem para o bem do cliente. Toda a organização deve atuar como um grande departamento de atendimento ao cliente (Albrecht, 1998).

A qualidade dos serviços está nos detalhes segundo Albrecht (1998). Ou seja, a relação do entre o fornecedor do serviço e o comprador do serviço está presente em muitos pontos individualizados de contato. É a partir daí que surge o a metáfora "momento da verdade".

Do ponto de vista da administração dos serviços, as pedras fundamentais dos serviços são os “momentos da verdade”. Essa metáfora foi adaptada por Jan Carlzon para “horas da verdade”. Segundo Albrecht (1998), na terminologia da administração de serviços, a hora da verdade (H.D.V.) significa qualquer episódio no qual o cliente entra em contato com qualquer pessoa da organização e obtém uma determinada impressão da qualidade do serviço. O autor explica que a hora da verdade é o átomo básico do serviço, a menor unidade indivisível de valor entregue ao cliente. Para ele, as horas da verdade são o produto.

Uma hora da verdade não é tipicamente positiva ou negativa em si mesma. O que conta é o resultado do que aí ocorre, não envolvem interação direta de seus funcionários com os clientes. Um exemplo representativo disso exposto por Albrecht (1998), é quando um cliente vê uma peça de publicidade de sua empresa, por exemplo, essa é uma hora da verdade, pois gera uma impressão.

Como os administradores não podem estar presentes em todas as horas da verdade para supervisioná-las e terem a certeza de que os seus funcionários agem corretamente, Albrecht (1998) sugere que precisam depender dos seus funcionários que estão diretamente em contato com essas horas da verdade. Seus funcionários são os administradores nesses momentos, pois estão gerindo essas horas da verdade. Para o autor, se o funcionário estiver apático ou frio, suas horas da verdade estão em risco. Mas se o funcionário estiver ativo e agradável e usar de iniciativa para resolver o problema do cliente, então suas horas da verdade serão brilhantes. E o cliente criará uma boa imagem geral do serviço.

Para alguns administradores esse conceito de horas da verdade pode parecer simples, segundo Carl Albrecht (1998), mas talvez, eles tenham passado tantos anos pensando sobre ferramentas e tarefas que a transição para uma orientação de resultados os confundam.

Albrecht (1998) relaciona os elementos fundamentais para o sucesso ou fracasso do serviço que a pessoa responsável pelo mesmo poderá enfrentar de maneira a maximizar o impacto positivo sobre o cliente, ou pelo menos minimizar o impacto. Para enfrentar eficazmente esta hora da verdade a responsável pode, por exemplo: cumprimentar o cliente cordialmente de modo a tranquilizá-lo; apresentar-se; dar atenção total a situação enfrentada; acalmar o cliente com uma conversa leve; explicar a finalidade e o benefício do medicamento, por exemplo; aplicar a

injeção de uma maneira gentil e cuidadosa; certificar-se de que o cliente está confortável e perguntar se há alguma necessidade ou preocupação especial.

Para Carlzon (1990) sobre o conceito de Momentos da Verdade, e referência proposta de Albrecht (1992) no sentido de, ao utilizar o ciclo de serviço, identificar ciclos prioritários, e dentro destes, momentos da verdade prioritários - neles concentrar atenção e recursos. Lobos (1993) questiona quantos ciclos serão necessários desenhar para uma organização. Além disto, o autor inclui a dimensão tempo no ciclo de serviço, tecendo crítica a Albrecht por não ter considerado o tempo no ciclo. Define ciclo do tempo de serviço como o espaço de tempo entre o contato inicial do cliente com a organização prestadora de serviço e o momento do seu último contato, após ter sido atendido.

A relação entre fornecedores e compradores de serviços está presente nesse contato que são os momentos de verdade, e é nesse momento que a diferença entre um produto físico tangível e a intangibilidade do serviço, especialmente no que se refere a qualidade do serviço, se faz presente. São decisivos na relação entre fornecedores e compradores. Carlzon (1990) considera os momentos da verdade comuns a quaisquer encontros de serviços, em que são estabelecidas relações diretas entre servidores e consumidores. Essas situações determinam a percepção dos consumidores acerca do diferencial oferecido pela empresa.

Esse conceito foi desenvolvido por Richard Normann em 1983, consultor organizacional que auxiliou Carlzon na reestruturação da *Scandinavian Airlines* (SAS).

Este termo destaca o caráter único e a importância de cada encontro entre o consumidor e o provedor de serviço. Albrecht (1998) confirma que a expressão “Momento de Verdade” foi usada pela primeira vez quando Normann sugeriu a Carlzon que a utilizasse ao transmitir uma mensagem de qualidade aos funcionários da SAS.

Observa-se esse momento de verdade quando o funcionário da linha de frente serve de elo entre a empresa e o cliente. Wing (1998) especialmente diz que a hora da verdade é “todo ponto de contato” de um cliente com uma empresa, quer seja por telefone, pessoalmente ou através de correspondência, é um ponto de prestação de serviço. É o momento em que o cliente fortalece sua opinião e faz mais um julgamento sobre a empresa.

Na mesma linha de pensamento, Gerson (1997) enfatiza que “cada instante de interação com um cliente é um momento da verdade”. É a chance para a empresa e seus funcionários representarem-se positivamente para satisfazer o cliente. Essas interações terão sucesso, ou não, dependendo do entrosamento estabelecido e de quanto a empresa é eficiente através de seus funcionários, ao se comunicar com o cliente.

É o momento, segundo Almeida (1995), onde tudo começa ou tudo termina, é a chance que a empresa tem de conquistar o cliente ou perdê-lo para sempre. Conclui que se a empresa souber aproveitar essa oportunidade e praticar este conceito, conseguirá resultados surpreendentes na prestação de seus serviços.

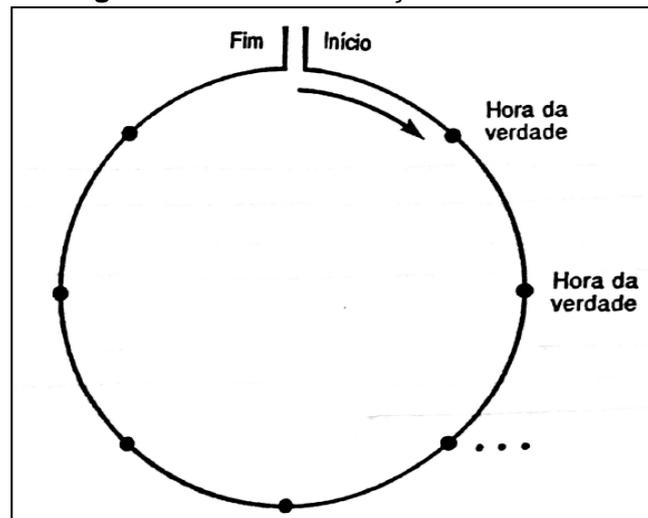
Os clientes podem vivenciar três tipos de momentos da verdade e sofrer suas consequências (ver quadro 13), segundo Almeida (1995):

**Quadro 13** – Três momento da verdade vivenciados pelos clientes e suas possíveis consequências

|                | <b>MOMENTO</b>  | <b>CONSEQUENCIA</b>                    |
|----------------|---|--|
| <b>CLIENTE</b> | <b>Trágicos</b> - São os momentos em que os funcionários exercem as suas criatividade no sentido de expulsar, não tendo consideração com o cliente. O cliente é um inconveniente.   | Momento que a empresa perde o cliente. |
|                | <b>Apáticos</b> - O funcionário não contribui em nada para conquistar o cliente. O tratamento é “frio”, não demonstrando nenhum interesse em conquistar o cliente.  | Momento da possível perda do cliente.  |
|                | <b>Encantados</b> - São aqueles em que o cliente percebe que naquele lugar, naquela empresa, há uma diferença em relação à maioria das outras. Os momentos da verdade encantados são “mágicos” à medida que “enfeitiçam” o cliente. | Momento de manutenção do cliente.      |

**Fonte:** Elaborado pela autora a partir de Almeida (2015).

O autor refere-se à hora da verdade com a preocupação de que se um momento de contato pode influenciar na percepção do cliente, o que dizer de vários momentos juntos, ou seja, um ciclo, o ciclo de serviços, que Albrecht (1998) diz tratar-se “(...) de uma cadeia contínua de eventos pela qual o cliente passa à medida que experimenta o serviço prestado por você (...)”, como por exemplo, uma consulta médica num centro médico (ver figura 02 a seguir).

**Figura 02:** Ciclo do serviço

**Fonte:** Baseado a partir de Albrecht & Bradford (1992)

O ciclo permite as pessoas ajudarem o cliente a reorganizar suas visões mentais do que se passa. “O Ciclo de Serviço seria o mapa de todos os Momentos da Verdade, conforme vivenciados pelo cliente, em sua sequência frequente, ao receber o serviço” (Gianesi & Corrêa, 1996). Os autores afirmam que nem todos os momentos da verdade têm a mesma importância para o cliente, há momentos da verdade críticos ou fundamentais para a percepção do cliente a respeito do serviço prestado. Isso leva o fornecedor do serviço a procurar identificar estes momentos da verdade críticos, para que possa priorizar seus esforços visando gerar uma percepção favorável do serviço para o cliente.

Complementam dizendo que a primeira e a última hora da verdade são as mais críticas, são as que marcarão o cliente, e o cliente terá uma referência sólida da empresa.

Albrecht (1998) aponta que os campeões em termos de serviços possuem certas qualidades especiais que os tornam campeões como pode ser observado no quadro 14 a seguir.

**Quadro 14 – Características especiais das empresas campeãs de qualidade em serviços**

| CARACTERÍSTICAS                        | EMPRESAS   |
|--|--|
| Eles dominam totalmente os fundamentos | Percebem que um produto de qualidade, comercializado a um preço justo e fabricado a um custo aceitável, é um ponto de partida para o êxito em termos de serviço. |
|  | Sabem que não há qualquer quantidade de extras, toques especiais ou embalagem bonita que supere as limitações de um produto inexpressivo.                        |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>Nunca deixam que sua atenção se desvie deles.</p> <p>Constroem a excelência do serviço a partir de uma base firme de aprovação, pelo cliente, da qualidade fundamental do serviço que prestam.</p> <p>Dão atenção aos detalhes</p> <p>Tratam seus clientes como seres humanos e eles sempre voltarão para comprar mais.</p>  |
| <b>Eles acreditam que a qualidade gera lucro</b>            | <p>Partem da qualidade e não do custo.</p> <p>Quando avaliam a eficácia de suas operações</p> <p>Creem que se houver bastante qualidade, os lucros também existirão na hora de fechar o balanço.</p>  |
| <b>Conhecem seus clientes</b>                               | <p>São virtualmente obcecados com o conhecimento da interação do cliente com a organização e se preocupam em fazer com que estejam sintonizados com as necessidades, as atitudes, percepções, os valores e as motivações de compra do cliente.</p> <p>Fazem pesquisas contínuas a respeito das percepções do cliente e certificam-se de que seu pessoal-chave compreende as implicações da pesquisa.</p> <p>Começam e terminam com as percepções do cliente a respeito à definição do “produto” serviço e a sua atualização.</p> <p>Para esses campeões o cliente é tudo, o alfa e o ômega, o começo e o fim.</p> |
| <b>Seu enfoque é baseado em horas da verdade</b>            | <p>Pensam em termos do impacto para o cliente, em vez de funções, tarefas, regras, departamentos e procedimentos.</p> <p>Tendem a ser orientados por resultados e não por ferramentas e tarefas.</p> <p>Não se permitem ficar tão introvertidos em suas operações do cotidiano a ponto de perderem a preocupação com o cliente.</p> <p>A única coisa que conta para eles, é um cliente satisfeito.</p>  |
| <b>Sua atitude é a de fazer o que é preciso</b>             | <p>Preocupam-se em resolver o problema do cliente e satisfazer sua necessidade, e não com apenas cumprir a tarefa do dia.</p> <p>Estão dispostos a quebrar as regras ocasionalmente e ceder ao cliente, de tempos em tempos, quando a situação o requer.</p> <p>Encaram um pedido incomum do cliente como uma oportunidade para aumentar o valor de seus serviços e não como uma perturbação de sua rotina diária.</p> <p>Estão dispostos a fazer um esforço um pouco maior pelo cliente, sabendo que um pequeno investimento ocasional de tempo e custo pode gerar enormes dividendos no longo prazo.</p>        |
| <b>Recuperam-se habitualmente dos erros inevitáveis</b>     | <p>Conservam um senso coletivo de responsabilidade que supera as fronteiras organizacionais.</p> <p>Cada pessoa sente-se responsável por alguma contribuição ao resultado para o cliente,</p> <p>Não procura afastar o cliente ou fazê-lo dar um “passeio” e quando algo dá errado o conserta, em lugar de acusar alguma outra pessoa.</p> <p>Tem a consciência que inevitavelmente haverá erros, enganos e confusões.</p> <p>Reconhece que a boa recuperação de algum erro pode exercer um impacto tremendo sobre a percepção do cliente e a recomendação verbal.</p>  |
| <b>O serviço existe tanto dentro quanto fora da empresa</b> | <p>Os departamentos internos que talvez nunca vejam o cliente aceitam as suas responsabilidades de contribuir para as horas da verdade que realmente representam o produto.</p> <p>Prestam uma contribuição importante ao processo global de atendimento do cliente.</p> <p>Acreditam no conceito global – todos na empresa devem trabalhar juntos como uma equipe de serviço, um departamento ajudando o outro, para que o produto global atenda às</p>  |

|   |  |
|---|--|
|   | necessidades dos clientes.   |
| <b>Encaram a administração como alguém que o ajuda e apoia</b>    | Os administradores de empresas de serviço excelente encaram sua missão como sendo a de habilitar o pessoal da linha de frente a atender seus clientes de forma eficaz. |
|   | Não ditam regras ao pessoal de linha de frente e sim ajudam-vos e apoiam.  |
| <b>Preocupam-se com seus funcionários tanto com seus clientes</b> | As empresas conversam com seu administradores regularmente.  |
|   | Dizem sempre a mesma coisa: Cuidem de seus funcionários e eles cuidarão de seus clientes.  |
|   | Possuem uma liderança atenta e cuidadosa com seus funcionários, tratam-vos como alguém, e não como uma peça de um processo de produção.                                |
|   | Tendem a adotar políticas de relações de trabalho que espelham as políticas de relações com clientes.  |
| <b>Estão sempre insatisfeitas com seu desempenho</b>              | Constantemente estão procurando maneiras de melhorar ou aperfeiçoar seu “produto” serviço.   |
|   | Medem e avaliam sua qualidade continuamente e procuram áreas nas quais alguma atenção pode ser necessária.   |
|   | Por mais eficazes que possam ser, nunca estão dispostos a aceitar o status quo.  |

**Fonte:** Elaborado pela autora a partir de Albrecht (1998).

De acordo com o quadro acima, estão apresentadas as características que contribuem para o desempenho das empresas a alcançarem índices satisfatórios a seus clientes.

No capítulo seguinte estão apontados os procedimentos metodológicos deste estudo.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo aponta os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa.

#### 3.1 Caracterização do estudo

No que tange a metodologia da pesquisa, este estudo se caracterizou como exploratório descritivo, na medida em que analisou o nível de qualidade dos serviços prestados no Festival Folclórico de Parintins e do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (Dencker, 1998; Pradanov & Freitas, 2013).

Nesse sentido, foi realizada uma caracterização do Desfile do Rio de Janeiro e do Festival de Parintins, a partir da pesquisa empírica e dos dados secundários coletados neste estudo. Do ponto de vista dos procedimentos técnicos a pesquisa se utilizou de 2 tipos de coleta de dados: 1 – bibliográfica, na qual foi realizada uma discussão teórica a respeito da temática proposta, sendo o estudo construído a partir de leituras de textos em periódicos nacionais e internacionais, assim como da leitura de livros sobre o tema pesquisado e; 2 - análise documental dos relatórios da Secretaria de Cultura do Estado do Amazonas referente à organização do Festival de Parintins nos anos de 2012 a 2015, além dos relatórios da Pesquisa Socioeconômica da AMAZONASTUR no Festival de Parintins dos anos de 2005 a 2015. Foi realizada ainda a análise documental nos regulamentos da LIESA e LIERJ dos anos de 2015 e 2016 e, regulamento do Festival de Parintins dos anos de 2015 e 2016, respaldando os resultados apresentados no trabalho.

A abordagem realizada na pesquisa foi de caráter qualitativa. Pretendeu-se entender o nível de qualidade dos serviços prestados no Festival Folclórico de Parintins e no Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro, utilizando-se dos atributos de qualidade deste último. Discutindo a partir de conceitos e teorias já existentes, mediante a análise dos discursos apresentados pelos sujeitos da pesquisa durante a coleta de campo (Richardson, 2008).

Foi realizado um debate que contribuiu de forma inédita para as discussões já iniciadas, ou que pudessem trazer um debate ainda mais original para os festivais, utilizando-se o método Estudo de Caso em virtude da pesquisa traçar uma análise

comparativa entre o Festival Folclórico de Parintins/AM e o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ, que de acordo com Yin (2001, p.32) “o estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidências são utilizadas”.

### **3.2 Universo da pesquisa**

Quanto ao universo da pesquisa, o estudo foi aplicado aos participantes que se utilizaram dos serviços dos dois eventos e com os atores ligados diretamente ao processo de planejamento, organização e operacionalização do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ e do Festival Folclórico de Parintins/AM.

Dessa forma, foram entrevistados através de uma amostra não probabilística, abordados aleatoriamente 12 (doze) espectadores do Desfile do Rio de Janeiro e 16 (dezesesseis) espectadores do Festival de Parintins. Quanto aos participantes dos órgãos da esfera municipal e estadual foram entrevistados apenas 04 (quatro) entes públicos que operacionalizam os eventos, e 01 (uma) empresa privada - Agência Operadora licitada e contratada para operacionalizar as ações no Bumbódromo, totalizando o universo de 33 (trinta e três) entrevistados.

Inicialmente, a meta era a de entrevistar todos os atores representantes dos órgãos públicos da esfera estadual e municipal tanto de Parintins quanto do Rio de Janeiro, os quais planejam, organizam e executam os eventos. Seria um total de 09 órgãos públicos (06 do Rio de Janeiro e 03 de Parintins) e de 04 associações de classes dos dois eventos que participariam do estudo como sujeitos da pesquisa (02 do Rio de Janeiro e 02 de Parintins), totalizando o universo de 13 (treze) atores públicos; 01 (uma) empresa privada e 60 (sessenta) espectadores dos eventos sendo 30 (trinta) no Festival de Parintins e 30 (trinta) do Desfile do Rio de Janeiro. Dessa forma a meta inicial era de 74 (setenta e quatro) entrevistados.

Essa amostragem apresentou-se como apropriada para o universo dos atores especificados, uma vez que, as informações deveriam provir dos representantes dos órgãos executores dos eventos e dos formadores de opinião da comunidade, conforme quadro 15 a seguir:

**Quadro 15:** Universo da Pesquisa

| QTD. | ÓRGÃO PÚBLICO/ASSOCIAÇÃO DE CLASSE/ EMPRESAS LICITADAS E EXPECTADORES          |
|------|--|
| 01   | Presidente da Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (RIOTUR)       |
| 01   | Secretário de Estado de Turismo do Rio de Janeiro (SETUR)                      |
| 01   | Presidente da Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (TURISRIO)      |
| 01   | Secretário da Secretaria Especial de Turismo do Rio de Janeiro                 |
| 01   | Secretária de Estado de Cultura do Rio de Janeiro (SEC/RJ)                     |
| 01   | Presidente da Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (LIESA) |
| 01   | G.R.E.S. Portela   |
| 01   | G.R.E.S. Mangueira   |
| 01   | Secretário de Estado de Cultura do Amazonas (SEC/AM)                           |
| 01   | Presidente da Empresa Estadual de Turismo do Amazonas (AMAZONASTUR)            |
| 01   | Secretária Municipal de Cultura e Turismo de Parintins (SECTUR)                |
| 01   | Presidente da Associação Folclórica Boi-Bumbá Caprichoso                       |
| 01   | Presidente da Associação Folclórica Boi-Bumbá Garantido                        |
| 01   | Agência Operadora Tucunaré Turismo (licitada para operacionalizar o evento)    |
| 30   | Espectadores do Festival de Parintins  |
| 30   | Espectadores do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro                 |

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Entretanto, em virtude de dificuldades no acesso e coleta de dados, mediante a proposta inicial exposta no quadro 09, apenas 04 (quatro) representantes da organização dos eventos foram entrevistados, sendo 02 (dois) órgãos respondentes no Amazonas (01 órgão público estadual - AMAZONASTUR e 01 órgão público municipal - Coordenadora de Turismo da SECTUR em Parintins) e 02 (dois) representantes das Associações Folclóricas dos Bois Bumbás de Parintins, através do Vice-Presidente do Boi-bumbá Caprichoso e um dos Coordenadores da Comissão de Arte do Boi-bumbá Garantido em Parintins.

Foi entrevistada ainda em Manaus, a Diretora da Operadora e Agência de Viagens Tucunaré Turismo, que operacionaliza toda a logística dentro do Bumbódromo, totalizando assim 33 (trinta e três) entrevistados neste estudo.

Ressalta-se que, a SEC/AM, o principal órgão do Governo do Estado do Amazonas, que planeja, organiza e realiza o Festival de Parintins, não concedeu entrevista conforme acordado previamente, aonde a mesma responderia as perguntas da entrevista por meio de questionário *online* no *google drive*, o que não ocorreu.

No Rio de Janeiro, somente o órgão municipal RIOTUR e as associações de classe LIESA e LIERJ, são os entes responsáveis por planejar, organizar e realizar o desfile das escolas de samba. Porém, como a pesquisa foi realizada no período do carnaval, os três entes não responderam aos questionamentos da entrevista por estarem envolvidos diretamente na execução do evento.

Da mesma forma que a SEC no Amazonas, os órgãos se comprometeram em responder as perguntas da entrevista por meio de questionário *online* no *google drive*, o que não foi realizado. Não responderam ainda aos *e-mails* encaminhados aos mesmos.

Vale destacar que, antes desta pesquisadora deslocar-se até a cidade do Rio de Janeiro, foram realizados contatos prévios com todas as instituições públicas, sendo agendado o dia e horário da realização das entrevistas. As agremiações Portela e Mangueira também confirmaram a realização da entrevista, o que posteriormente não foi cumprido.

A SEC/RJ não possui nenhuma participação no planejamento, organização e realização do desfile, por isso não foi realizada a entrevista. O órgão é responsável apenas pelo edital e repasse das verbas do Carnaval de Rua, ou seja, dos blocos de carnaval da cidade. A SETUR e TURISRIO também não possuem nenhum envolvimento com a organização do desfile, logo não foram entrevistadas. A Secretaria Especial de Turismo do Rio de Janeiro é vinculada a RIOTUR, que também não concedeu entrevista, mesmo tendo confirmado a participação na pesquisa.

Os entrevistados estão identificados neste estudo através de um número indicando a ordem da entrevistada e pelas iniciais de seus nomes. Por exemplo, o senhor João Carlos foi o décimo entrevistado, então ele está sendo chamado de “E10JC” e, assim sucessivamente.

### **3.3 Coleta de dados**

A coleta de dados é uma etapa do processo de pesquisa científica que merece atenção, sobretudo em relação à escolha do instrumento e demais ferramentas de coleta desses dados. Toda ou qualquer escolha errada pode implicar na não confiabilidade das informações contidas no estudo.

A pesquisa de campo aconteceu em dois momentos: o primeiro na cidade do Rio de Janeiro, no período de 10 a 22 de fevereiro de 2015, a fim de observar e analisar todos os momentos da verdade do evento, entrevistar os órgãos ou entidades de classe competentes: RIOTUR, LIESA, LIERJ, G.R.E.S. Portela e

G.R.E.S. Mangueira, além de entrevistar o público expectador que se utilizou dos serviços do desfile e vivenciar o cotidiano do carioca no período do evento.

O segundo momento da pesquisa de campo ocorreu no município de Parintins/AM, em duas fases: a primeira ocorreu no período de 25 de abril a 02 de maio, com a permanência de 7 (sete) dias no município, onde foram entrevistados os representantes dos Bois Bumbás Caprichoso e Garantido e, a representante da SECTUR. Foi possível neste período, assistir ainda no dia 30 de abril, a Audiência Pública na Câmara Municipal a respeito dos problemas do Festival e participar do cortejo do Boi Garantido nas ruas de Parintins, a “Alvorada”.

Além disso, foi possível vivenciar o cotidiano dos parintinenses no pré-festival. A segunda fase da pesquisa em Parintins ocorreu no período de 25 a 30 de junho de 2015, com a permanência de 5 (cinco) dias no município, mês de realização do evento, com o objetivo de observar e analisar todos as fases do Momentos da Verdade do evento, de realizar as entrevistas com o público expectador que utilizou os serviços da festa e de vivenciar o cotidiano do parintinense no período do Festival Folclórico de Parintins. Ressalta-se que todos os procedimentos realizados no Desfile do Rio de Janeiro foram realizados efetivamente no Festival de Parintins.

O processo primeiro das análises iniciou-se ainda no ano de 2014, no mês de dezembro, com a busca e observação do período do desfile no site oficial da festa, além da busca pelo tipo e preço dos ingressos (pré-estabelecida como etapa 1). Posteriormente, foi realizada a aquisição da passagem aérea de acordo com o período oficial do desfile observado, cujo itinerário foi estabelecido: Manaus/Rio de Janeiro/Manaus, com a permanência de 12 (doze) dias na capital carioca.

No segundo momento (etapa 2) ainda no ano de 2014, foi executada a compra dos ingressos para assistir ao Desfile do Rio de Janeiro. A aquisição dos ingressos foi feita no portal Camarote-Carnaval, através da operadora *Bookers International*. A compra não foi realizada por meio do portal oficial do evento (LIESA), pois a mesma nesse período não havia disponibilizado em seu site os valores de cada tipo de ingresso.

A compra foi realizada por meio de cartão de crédito, porém, por se tratar do fim de semana, o pedido do ingresso foi validado apenas no primeiro dia útil da semana seguinte. Foi enviado um e-mail por parte da empresa *Bookers International* confirmando o pedido, com respectivo número e estado de reserva do ingresso (ver

anexo) e demais informações importantes ao cliente como: o nome da operadora a constar na fatura do cartão de crédito, contatos e endereços caso o cliente necessitasse de algum tipo de ajuda, monitoramento do pedido *online*. Na sequência, foi enviado por e-mail pela operadora o recibo/voucher eletrônico para impressão (ver anexo). A operadora *Bookers International* é licenciada em Miami e no Rio de Janeiro, sendo cadastrada nos órgãos competentes como a IATA e CADASTUR<sup>9</sup>.

Foram adquiridos 02 (dois) ingressos pela operadora do tipo Arquibancada, sendo: 01(um) para o dia 13/02 (sexta-feira), no setor 07 (setor ímpar) contemplando o primeiro dia do desfile das escolas do Grupo A e; 01 (um) ingresso para o dia 15/02 (domingo), no setor 04 (setor par) considerando o primeiro dia do desfile das escolas do Grupo Especial. Após a impressão do voucher, foi enviado outro e-mail a pesquisadora referente ao agendamento da retirada do ingresso no Rio de Janeiro. A retirada foi agendada para o dia 11/02/2015, às 14h no *Hospitality Desk* do Hotel Atlântico Copacabana (ver anexo). Após o evento, a operadora *Bookers* enviou outro *e-mail*, para responder ao questionário de avaliação dos serviços que foram oferecidos pela mesma, intitulado “Conte como foi seu carnaval no Rio com a *Bookers*” (ver anexo).

Nos eventos, foram realizadas a observação participante e a identificação dos atributos de qualidade dos serviços oferecidos aos espectadores do evento, por meio da técnica Momento da Verdade. A pesquisadora passou por todas as etapas do ciclo do serviço. Foi experimentado o serviço em si oferecido ao cliente ou expectador, permitindo assim, a percepção da relação entre fornecedores e cliente de serviços, que esteve presente nesse contato que são os “Momentos da Verdade”, conforme as 23 etapas (pré-estabelecidas) descritas a seguir.

### **Início do ciclo:**

1. Acesso ao site oficial do evento
2. Compra o ingresso

---

<sup>9</sup> IATA: *International Air Transport Association* ou Associação Internacional de Transporte Aéreo, criada há mais de 60 anos por um grupo de companhias aéreas, com o objetivo de representá-las em todos os assuntos relacionados à aviação. CADASTUR: Sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo. Executado pelo Ministério do Turismo, em parceria com os Órgãos Oficiais de Turismo nos 26 Estados do Brasil e no Distrito Federal.

3. Vai ao local do recebimento do ingresso
4. Recebe o ingresso
5. Desloca-se ao evento
6. Estaciona o carro/desce do táxi, do metrô, do ônibus ou do moto-táxi
7. Entra no local do evento
8. Passa pela segurança/revista
9. Sobe as escadas ou usa o elevador
10. Desloca-se ao local de acomodação
11. Acomoda-se no local destinado
12. Assiste e ouve o evento
13. Desloca-se ao banheiro
14. Acessa o banheiro
15. Utiliza o banheiro
16. Saída do banheiro
17. Vai à praça de alimentação
18. Compra lanche e bebidas
19. Retorna para o local de acomodação
20. Continua assistindo ao evento
21. Saída do evento
22. Pega o carro, o taxi, o metrô, o ônibus ou o mototáxi
23. Retorna para casa ou hotel

**Fim do ciclo.**

Após passar por todas as etapas do ciclo de serviços pré-estabelecido e entrevistar o público expectador no Desfile das Escolas de Samba, o mesmo processo foi aplicado no Festival de Parintins. Vale destacar que, as entrevistas foram realizadas com apenas 04 (quatro) dos 13 (treze) entes públicos estabelecidos no quadro 09 anteriormente, sendo eles do Festival de Parintins, conforme mencionado anteriormente. Procedimento este, utilizado nas pesquisas em ciências sociais, no qual o encontro de dois sujeitos ao passo que um deles mantém o papel de perguntador, proporciona a construção de uma base qualitativa de informações para conhecimento de algum problema social ou a resolução dele (Marconi & Lakatos, 2003).

Pretendeu-se entrevistar 30 espectadores, turistas ou clientes, a partir da segunda noite do Desfile das Escolas de Samba e 30 espectadores, turistas ou clientes a partir da segunda noite do Festival de Parintins, evitando-se que os mesmos tivessem influência da emoção imediata do espetáculo. Porém, foram entrevistados apenas 28 (vinte e oito), sendo 12 (doze) no Desfile do Rio de Janeiro e 16 (dezesseis) no Festival de Parintins, por meio de entrevista semiestruturada (perguntas aberta e fechadas) referente às experiências em relação aos serviços utilizados.

No momento das entrevistas, a pesquisadora conduziu as mesmas obedecendo ao roteiro previamente elaborado (ver apêndice I, II, III, IV), sempre na perspectiva de extrair o máximo de informações dos respondentes. Dessa forma, verificou-se a comparação entre as respostas de todos os sujeitos da pesquisa (Marconi & Lakatos, 2003). Esse tipo de instrumento é importante para a pesquisa, pois, proporciona a visualização da qualidade dos serviços prestados pelos envolvidos em ambos os eventos.

Além da realização de entrevistas, a coleta de dados secundários foi de suma importância para a construção do estudo, na medida em que apenas as entrevistas não atenderiam a necessidade de resposta do problema da pesquisa. Mediante esses dados (relatórios e dados indicativos de Parintins e regulamentos dos dois eventos) houve a possibilidade de confrontar dados empíricos secundários com os discursos de cada respondente.

Após a coleta de dados em cada evento, foi realizada a organização dos mesmos, para a concretização da análise e comparação do Festival Folclórico de Parintins/AM com o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ, de acordo com os atributos de qualidade dos serviços identificados.

A aplicação do instrumento de coleta ocorreu a partir do contato prévio com os entes públicos, havendo uma identificação prévia do objeto de estudo e as informações dos objetivos e do desenvolvimento do trabalho. Foram enviados ofícios *online* (ver apêndice V) para todos os órgãos e associações do quadro 09 apresentado anteriormente, solicitando autorização para a realização das entrevistas. Em seguida, foi agendada a data da entrevista com os representantes dos órgãos gestores dos eventos. Vale ressaltar que, a pesquisadora também procedeu à entrega pessoalmente dos ofícios originais nos órgãos responsáveis. Dos quatro representantes de entes públicos, somente 01 (um) fez questão de

assinar o termo<sup>10</sup> de consentimento (ver apêndice VI), o representante da AMAZONASTUR, onde a pesquisadora reiterou que as informações passadas por meio da entrevista, seriam utilizadas para uso acadêmico e restrito a pesquisa. Assim o respondente afirmou que consentia e participaria da entrevista. Os outros três representantes afirmaram não necessitar do termo e não o assinaram.

Os questionamentos da entrevista foram baseados nas categorias de análises do modelo SERVQUAL (*Service Quality Gap Analysis*) que serve para medir a qualidade do serviço através da comparação entre expectativas antes da compra e as percepções pós – compra na performance da empresa (Parasuramam, Zeithaml & Berry, 1988). A pesquisa foi aplicada pela própria pesquisadora, sem a necessidade de contribuições de terceiros, uma vez que o método utilizado no processo de coleta de dados, a entrevista, tanto no momento de sua realização, quanto na pós-aplicação não necessitou de contribuições de terceiros, exigindo da pesquisadora apenas a atenção para que fossem abstraídas as principais informações dos seus entrevistados, uma vez que esse tipo de pesquisa requereu um cuidado maior, para que não houvesse distorções das informações coletadas.

Reiterando sobre a abordagem do público entrevistado, a pesquisadora teve o cuidado na coleta dos dados, especificamente na abordagem aleatória com o público que utilizou os serviços. Foi primeiramente observado se os sujeitos em potencial não tinham ingerido bebida alcoólica, afim de que não tivesse manipulação dos dados. Após essa observação foi realizada a abordagem para a entrevista. Além disso, as entrevistas não foram realizadas durante o espetáculo em si, foram realizadas após a pesquisadora ter passado por todos os “Momentos da Verdade” na primeira noite dos dois eventos. A abordagem aos entrevistados foi realizada antes das apresentações, a partir da segunda noite, para que os entrevistados não estivessem envolvidos pela emoção o que poderia influenciar nos resultados.

### **3.4 instrumento de coleta de dados**

Quanto aos instrumentos de coleta de dados, foram utilizados:

- Fotos do Desfile, do Festival, do Sambódromo, Bumbódromo e demais materiais coletados nos dois eventos.

---

<sup>10</sup> Somente a Empresa Estadual de Turismo (AMAZONASTUR) julgou necessário assinar o termo de consentimento. As demais instituições entrevistadas julgaram que não era necessário e não assinaram.

- Vídeos de ambos os eventos
- Gravador digital, para registro das respostas dos entrevistados
- Conversas informais, com os residentes das cidades sede, colaboradores dos eventos e com o público presente no Sambódromo e Bumbódromo
- Entrevista semiestruturada com a organização de ambos os eventos (ver apêndice I e III) e entrevista aberta de conveniência com o público presente (ver apêndice II e IV)
- Observação direta, a todos os momentos da verdade.

### **3.5 Análise de dados**

Para efeito de análise dos dados coletados, utilizou-se da técnica de Análise de Conteúdo, haja vista que esse procedimento metodológico segundo Bardin (1977) é o conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. Após as transcrições de todas as entrevistas, todo conteúdo foi analisado e comparado.

A técnica de análise documental foi utilizada no estudo como ferramenta introdutória na apreciação dos dados, haja vista que a pesquisa não se valeria apenas do uso de entrevista como instrumento hegemônico de coleta, mas também da pesquisa documental, através do levantamento de dados secundários, estatísticos (relatórios e regulamentos) públicos e que ao final foram correlacionados com os discursos dos respondentes da pesquisa.

Para que os dados coletados fossem trabalhados de forma sistemática e proporcionasse uma análise mais detalhada, buscando sempre encontrar a interpretação do conteúdo manuseado pela pesquisadora, foi realizada a categorização dos dados coletados, trabalhando-os conforme sua especificidade de análise, dessa forma evitou-se o erro de utilizar formas de apreciação dos dados de forma equivocada, excluindo a possibilidade de generalizações.

## **4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Neste capítulo, apresentam-se os resultados do estudo e as análises da pesquisa de campo nos eventos Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ e Festival Folclórico de Parintins/AM.

Apresentam-se ainda, a caracterização dos dois eventos; a análise da qualidade dos serviços oferecidos ao público, utilizando-se da técnica Momento da Verdade; a comparação dos mesmos e por fim, o conjunto de recomendações para que o Festival de Parintins/AM possa alcançar um padrão de qualidade dos serviços superior que o atual, nas mesmas proporções que o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ.

### **4.1 Os festivais folclóricos brasileiros**

Foram analisados dois eventos populares que são realizados no Brasil. O primeiro denominado Festival Folclórico de Parintins acontece na região norte do país, no interior do Estado do Amazonas, respectivamente no município de Parintins e o segundo denominado Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro, ocorre na região Sudeste, respectivamente na cidade do Rio de Janeiro.

Ambos são eventos populares, onde a cada ano o número de turistas e visitantes nas localidades aumenta significativamente. O Festival de Parintins que é consolidado na região norte do país, acontece oficialmente há 50 anos, mas os bois bumbás que disputam o título no festival – Caprichoso e Garantido possuem mais de 100 anos. O Desfile das Escolas de Samba do Rio é consolidado nacionalmente e acontece oficialmente há 83 anos, porém destaca-se que as escolas de samba também possuem mais de 100 anos.

Nas seções seguintes serão apresentadas com mais detalhes a organização e operacionalização dos dois eventos e suas respectivas peculiaridades.

#### **4.1.1 Festival Folclórico de Parintins/AM**

O município Parintins localizado no Estado do Amazonas abrange uma área territorial de 5.951,200 km<sup>2</sup> e densidade demográfica de 17,14 hab./km<sup>2</sup>. De acordo com o último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística de 2010,

Parintins apresenta população fixa em 102.033 habitantes, mas possui atualmente a estimativa é de 111.575 habitantes (IBGE, 2015).

Assim como muitos municípios do interior do Amazonas, encontra no turismo uma de suas fontes econômicas, mesmo que não seja tão significativo, em virtude do período sazonal, oriundo da realização do festival. Caracteriza-se pelo segmento do turismo de natureza e a cada ano atrai mais turista e visitante.

Possui uma temporada de cruzeiros que desembarcam no porto do município, onde na temporada de 2014 / 2015, dos 18 navios que fizeram escala no Amazonas, 17 aportaram em Parintins. Durante a estada dos navios no município, onde as Associações Folclóricas Boi Bumbá Caprichoso e Boi Bumbá Garantido se apresentam por cerca de uma hora de show com os itens (personagens) do festival para os turistas (Amazonastur, 2015).

Entretanto, suas principais fontes econômicas são o extrativismo, a pesca e a pecuária. A produção agrícola é de subsistência e por algumas vezes chegou a faltar abastecimento no período do festival. O setor de serviços e comércio está em crescimento na economia local. Com o aumento dos fluxos turísticos derivados do festival, há uma crescente urbanização da cidade (Souza, 2013). O município apresenta um IDH de 0,658 (IBGE, 2010) com PIB per capita de R\$ 6.504,35 (IBGE, 2015).

O local de realização do festival e apresentação dos bumbás, popularmente chamado de “Bumbódromo”, é denominado de Centro Cultural Amazonino Mendes e está situado na Rua Domingos Prestes (Conjunto Cham).

O Bumbódromo<sup>11</sup> (ver figura 03, a seguir) foi inaugurado no ano de 1988 e possui o formato de uma cabeça de boi. Foi projetado especialmente para apresentação dos bois numa arena e hoje tem capacidade de acomodar mais de 16 mil pessoas.

Recebeu obras de recuperação e ampliação, sendo reinaugurado no ano de 2013, totalmente modernizado. Ao todo foram investidos cerca de 40 milhões de reais na obra de infraestrutura (SEC, 2013).

Anteriormente, fora do período do festival, era um espaço ocioso e a própria população depredava o prédio, sendo registrados casos de roubo de materiais e equipamentos que ficavam localizados no espaço. Com a reforma, a própria

---

<sup>11</sup> A próxima seção contemplará maiores detalhes sobre a reforma do Bumbódromo e seus impactos no serviço.

população se utiliza do mesmo, pois atualmente, nos períodos pré e pós-festival, funciona no espaço as atividades da escola de Artes Liceu de Artes e Ofícios Cláudio Santoro – Unidade Parintins, inaugurado em 2013 pelo Governo do Estado, por meio da Secretaria de Estado de Cultura.

No Liceu, são ofertados gratuitamente cursos livres de arte, como dança, música, artes visuais, noções de cinema, teatro e cursos de capacitação para a comunidade de Parintins e dos municípios do entorno, como Maués, Barreirinha, Nhamundá. Possui ainda espaços culturais, além de biblioteca, sala multimídia, galerias de exposições de artistas plásticos internacionais, nacionais, amazonenses e parintinenses, memoriais do boi Garantido e do boi Caprichoso, onde são expostas as peças usadas pelos brincantes.

No cine clube funciona o único cinema da cidade, com capacidade para 40 pessoas, o qual conta com sistema de som digital e projeção em alta definição 3D. Durante a semana, o espaço é utilizado pelos alunos do curso de audiovisual do Liceu e nos finais de semana e feriados são oferecidas sessões gratuitas e abertas à população.

Durante o período do festival as salas de aula e os espaços culturais do Liceu são transformados em camarotes do evento. Um mês antes do festival as salas são desmontadas e todos os materiais e equipamentos da escola de artes são guardados. Nesse período os alunos entram em recesso por conta do festival. Após a realização do evento, os camarotes voltam a ter a função de sala de aula e tudo é montado novamente.

**Figura 03 - Mapa de acesso ao Bumbódromo.**



Fonte: SEC<sup>12</sup>, (2014).

Na figura anterior é possível observar que o Bumbódromo é dividido em duas partes, à esquerda localiza-se o lado do boi Garantido na cor vermelha - o setor ímpar, à direita localiza-se o lado do boi Caprichoso na cor azul - o setor par.

No mapa estão identificados todos os acessos para entrada e saída do público no espaço. Estão divididos em setores, assim como também a distribuição das acomodações que automaticamente são os tipos de ingressos, como, por exemplo, os camarotes dos patrocinadores, das autoridades, vips, da diretoria dos bois, camarotes lateral e de arena tipo 1 e 2, as arquibancadas central, especial e da galera e, por fim as cadeiras lateral tipo 1 e 2.

Além das acomodações, observam-se as áreas reservadas para técnicos e imprensa, a área para usuários de cadeiras de rodas e deficientes audiovisuais, área

<sup>12</sup> Mapa fornecido pela Secretaria de Estado de Cultura do Amazonas (SEC).

de transmissão de rádio e TV, localização do container da polícia militar, corpo de bombeiros e ambulâncias, local de entrada e saída de serviços, painel de propaganda e relógio para cronometrar o tempo das apresentações, as cabines dos jurados e a localização da subestação, quadros, geradores, casa de máquina e cisterna.

O Festival de Parintins é organizado em conjunto por 03 (três) instituições especificamente, o Governo do Estado do Amazonas, por meio da Secretaria de Estado de Cultura (SEC), as Associações Folclóricas Boi-bumbá Caprichoso e Boi-bumbá Garantido e Prefeitura Municipal de Parintins com apoio logístico, operacional, administrativo e financeiro.

O evento disponibiliza um edital de credenciamento público, onde o Governo credencia os bois para fins de repasse dos recursos financeiros, para cobrir as despesas da produção, operacionalização, serviço de sonorização, iluminação e de logística dos jurados. Há ainda um repasse para Prefeitura Municipal de Parintins para cobrir as despesas extras com a limpeza da cidade.

O papel da SEC no Festival de Parintins é amplo e diversificado, compreende a intermediação dos contratos com patrocinadores, contratos de patrocínio com os bois, contratos com os fornecedores, articulação com os órgãos envolvidos no festival, viabilização da estrutura montada no Bumbódromo para atender as necessidades de logística dos parceiros institucionais e da apuração do Festival.

Cabem aos bois Caprichoso e Garantido, a responsabilidade da concepção artística, organização e execução do espetáculo nas três noites de apresentação, bem como a definição do Regulamento do Festival. É estabelecido por meio do Regulamento uma comissão organizadora, composta por 1 (um) representante do poder executivo estadual, que atua como presidente desta comissão, sendo integrada por 1 (um) representante do boi Caprichoso e 1 (um) representante do boi Garantido, que atuam como membros e são indicados pela presidência de cada boi, os quais são nomeados por decreto do poder executivo municipal.

No regulamento do festival estão dispostas ainda todas as normas, deveres e obrigações de cada instituição e associação folclórica.

A SEC faz parceria com vários órgãos da esfera Municipal, Estadual, e Federal para a operacionalização do evento. Ao todo são 31 órgãos envolvidos,

sendo 01 da esfera municipal e 30 da esfera estadual, sendo alguns como órgãos seccionais de entidades federais no Amazonas (ver o quadro 16 abaixo):

**Quadro 16** – Relação dos órgãos envolvidos na realização do Festival de Parintins e suas funções.

| QTD. | INSTITUIÇÕES                                      | ESFERA   | FUNÇÃO   |
|------|---|----------|--|
| 01   | Secretaria de Segurança Pública (SSP)             | Estadual | Coordenação geral da segurança em Parintins.   |
| 02   | Secretaria Executiva de Grandes Eventos (SEAGI)   | Estadual | Coordenação e articulação dos órgãos de segurança integrada.   |
| 03   | Polícia Militar do Estado do Amazonas             | Estadual | Executa em todo município de Parintins, ações de segurança através dos processos de policiamento a pé, montado e motorizado.   |
| 04   | Corpo de Bombeiros                                | Estadual | Atua em ações de busca e salvamento, resgate, controle de pânico e evacuação de pessoas na área do Bumbódromo, se necessário; além de ações de combate a incêndio e remoção de vítimas.  |
| 05   | Polícia Civil                                     | Estadual | Atua em ações de prevenção e combate à marginalidade e presta procedimentos de Polícia Judiciária.   |
| 06   | Secretaria de Juventude, Desporto e Lazer (SEJEL) | Estado   | Executa ações esportivas.  |
| 07   | Secretaria de Estado da Saúde (SUSAM)             | Estadual | Desloca para Parintins profissionais de saúde, medicamentos, materiais médico-hospitalares, visando à elevação da capacidade de atendimento do serviço de saúde prestado aos visitantes e à população no período do Festival; Realiza campanha de prevenção contra a AIDS; Providencia o abastecimento do Banco de Sangue de Parintins.  |
| 08   | Secretaria de Estado de Infraestrutura (SEINFRA)  | Estadual | Disponibiliza técnico de plantão, durante os três dias do evento.  |
| 09   | Cerimonial do Governo                             | Estadual | Acompanha a instalação do Camarote do Governador e das autoridades; Recepciona as autoridades no Bumbódromo; Disciplina o acesso da imprensa para entrevistar o Governador e demais autoridades.   |
| 10   | Casa Militar                                      | Estadual | Planeja, coordena e executa os serviços de segurança e de ordens do Governador, Vice-Governador e respectivas famílias, das autoridades convidadas em visita oficial; Coordena e executa os serviços de transporte fluvial da frota de veículos que será utilizada em serviço pelo Governador e comitiva;  |
| 11   | Secretaria de Estado de Comunicação (SECOM)       | Estadual | Disciplina, em parceria com o Cerimonial, o acesso da imprensa ao Camarote do Governador e demais autoridades; Divulga as ações dos órgãos do Governo; Proporciona aos veículos de comunicação, bem como aos profissionais de imprensa, e a toda a mídia de forma geral, suporte técnico/operacional; Estabelece parceria com o Comando Naval para utilização do helicóptero, caso seja necessário, pela imprensa para tomadas aéreas da cidade; Produz matérias para a imprensa local, nacional e internacional; Realiza trabalhos de fotografias e imagens para compor o arquivo do Governo; Elabora campanha promocional para o |

|    |   |          |   |
|----|---|----------|---|
|    |   |          | Festival; Compõe a comissão de credenciamento, responsável pelo credenciamento da imprensa para cobertura jornalística, conforme regulamento.   |
| 12 | Departamento Estadual de Trânsito (DETRAN)  | Estadual | Realiza atividades educativas de segurança no trânsito e controla e fiscaliza o trânsito nas principais áreas da cidade, especialmente nas imediações do Bumbódromo.  |
| 13 | Empresa Amazonense de Turismo (AMAZONASTUR) | Estadual | Aumenta a visibilidade do evento aos formadores de opinião dos segmentos turísticos e de mídia, através de convite; Executa o monitoramento de grupos de visitantes dos operadores turísticos e jornalistas especializados; Disponibiliza ao visitante o SAT - Serviço de Atendimento ao Turista, para a prestação de informações e serviços oferecidos pela AMAZONASTUR; Realiza e disponibiliza o resultado da pesquisa de campo, para mensurar a demanda turística, impacto econômico do Festival para o município, nível de satisfação e perfil do visitante. |
| 14 | Defesa Civil do Amazonas                    | Estadual | Desenvolve em conjunto com demais órgãos de segurança ações preventivas, de socorro, assistenciais e recuperativas destinadas a evitar desastres e minimizar seus impactos para a população.  |
| 15 | Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON/AM) | Estadual | Prestar assistência e orientação ao Consumidor; Distribui manual informativo; Registra as reclamações em busca da solução do problema; Fiscaliza e orienta os serviços e o comércio local; Presta suporte Jurídico às ações do Departamento de Fiscalização; Combate às práticas comerciais abusivas e/ou infracionais.   |
| 16 | 9º Distrito Naval / Capitania dos Portos/AM | Estadual | Disponibiliza o barco hospital durante o evento; Realiza fiscalização aérea da malha fluvial de Manaus até Parintins nos dias do Festival.  |
| 17 | 7º Comando da Aeronáutica / CINDACTA-4/AM   | Estadual | Coordena a operação aérea de Parintins; Executa o controle do tráfego aéreo; Coordena a utilização do pátio de estacionamento de aeronaves do Aeródromo; Assessora a Administração aeroportuária; Prover o acordo de equipamentos e pessoal necessário para a operação IFR em SWPI para operação H-24; Ativa a zona de controle do Aeródromo; Ativa uma sala AIS e uma estação meteorológica para operação H-24; Ativa o procedimento IFR temporário para o Aeródromo.  |
| 18 | Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC/AM) | Estadual | Planeja e implementa medidas de prevenção de acidentes aeronáuticos. Fiscaliza e orienta as atividades aéreas desenvolvidas em Parintins; Fiscaliza aeronaves e tripulantes em deslocamento para o aeroporto;   |
| 19 | Polícia Federal/AM                          | Estadual | Desenvolve ações de prevenção e controle de tráfico de drogas no aeroporto e porto; Fiscaliza a atuação da segurança privada na área do Bumbódromo; Realiza as demandas do projeto Delegacia Itinerante; Presta apoio aos órgãos Federais como IBAMA, Superintendência Regional do Trabalho, Ministério Público do Trabalho, entre outros.  |
| 20 | Eletrobrás/Amazonas Energia                 | Estadual | Disponibiliza equipe de plantão de emergência nas adjacências e dentro do Bumbódromo nos dias do  |

|    |   |           |  |
|----|---|-----------|--|
|    |   |           | festival, equipada com carro, rádio, peças sobressalentes, ferramentas e etc; Acompanha os traslados das alegorias, sendo importante à adequação de altura dos carros para não atingir a rede elétrica, cuja altura definida pelas Normas Brasileiras é de 5,5 metros em vias públicas urbanas.  |
| 21 | Prefeitura Municipal de Parintins   | Municipal | Coordena as ações desenvolvidas no aeroporto e município; Impedi a instalação de ambulantes e barracas no entorno do Bumbódromo; Cadastram ambulantes criando critérios para coibir venda de produtos ilegais; Coordena a Festa dos Visitantes.  |
| 22 | Ministério Público do Amazonas (Parintins)  | Estadual  | Acompanha as atividades durante a realização do evento, no Bumbódromo e em toda a cidade de Parintins.   |
| 23 | Tribunal de Justiça do Amazonas (Parintins)   | Estadual  | Acompanha as atividades durante a realização do evento, no Bumbódromo e em toda a cidade de Parintins.   |
| 24 | Ministério do Trabalho no Amazonas  | Estadual  | Fiscaliza e acompanhar as atividades durante a realização do evento.   |
| 25 | Delegacia Regional do Trabalho (DRT)  | Estadual  | Fiscaliza e acompanha as atividades durante a realização do evento.  |
| 26 | Juizado da Infância e Juventude no Amazonas   | Estadual  | Fiscaliza e acompanha as atividades durante a realização do evento.  |
| 27 | Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA/AM) | Estadual  | Fiscaliza e acompanha as atividades inerentes ao órgão durante a realização do evento, no Bumbódromo e em toda a cidade de Parintins.  |
| 28 | Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL/AM)                                    | Estadual  | Realiza atendimento e orientações quanto às autorizações para executar os serviços de Móvel Marítimo, Móvel Aeronáutico, Rádio do Cidadão, Radioamador, Radiotelefonista, inclusive consultas de pendências referentes Taxas de arrecadação do Fiscal, com impressão de boletos e licenças.<br>Fiscaliza os serviços de telecomunicação (radiocomunicação, telefonia fixa e móvel); Apoia a Capitania dos Portos na vistoria de embarcações e ao Cindacta- 4 a fim de evitar radio transmissão prejudicial às torres de controle e as aeronaves; Presta esclarecimento aos consumidores acerca dos direitos dos usuários de serviço de telecomunicação; Montar base no CAT – Centro de Atendimento ao Turista. |
| 29 | Empresa Brasileira de Telecomunicações S.A. (EMBRATEL/AM)                           | Estadual  | Instalação de cabo de dados no Bumbódromo.   |
| 30 | Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA)                                   | Estadual  | Acompanha as atividades de prevenção e monitoramento feitos pelos órgãos de vigilância sanitária.  |
| 31 | Secretaria de Cultura (SEC)   | Estadual  | Coordenação geral do Festival; Apoia financeiramente a realização do Festival, através de repasse às Associações Folclóricas para cobertura de sua planilha de custos; Realiza articulação intergovernamental, para proporcionar ao município de Parintins todas as condições necessárias à realização do evento; Realiza as reuniões diárias de avaliação com todos os órgãos envolvidos.   |

Fonte: Adaptado a partir de SEC (2015).

Dessa forma, dos 31 órgãos envolvidos, 10% representa a esfera municipal, 90% representam a esfera estadual, sendo algumas federais com seccionais no Amazonas. É possível perceber ainda que a participação da Prefeitura de Parintins no festival é mínima. Neste ano de 2015 trabalharam na operacionalização do festival 2.527 pessoas entre os órgãos envolvidos, imprensa e fornecedores.

O evento conta com a realização da “Festa dos Visitantes” a qual antecede a data do início do festival. Neste ano foi realizada dia 25 de junho no Estádio Tupy Cantanhede. Teve como atração principal a cantora Anitta e contou outras atrações locais e regionais. A prefeitura foi a responsável pela realização da festa e a entrada foi gratuita.

Neste ano de 2015, o Festival Folclórico de Parintins foi realizado nos dias 26, 27 e 28 de junho (sexta-feira, sábado e domingo) com a apresentação dos dois bois, nos três dias de festa, conforme o quadro 17 referente à ordem de apresentação e horário de cada boi-bumbá.

**Quadro 17** - Ordem de apresentação e horário das apresentações de cada boi-bumbá em 2015

| <b>DATA</b>                             | <b>HORÁRIO</b>                | <b>BOI-BUMBÁ</b>  |
|---|-------------------------------|-------------------|
| <b>26/06/15</b><br><b>(sexta-feira)</b> | 21:00 as 23:30 (abertura)     | <b>Garantido</b>  |
|   | 00:00 as 02:30 (encerramento) | <b>Caprichoso</b> |
| <b>27/06/15</b><br><b>(sábado)</b>      | 20:30 as 23:00 (abertura)     | <b>Caprichoso</b> |
|   | 23:30 as 2:00 (encerramento)  | <b>Garantido</b>  |
| <b>28/06/15</b><br><b>(domingo)</b>     | 20:30 as 23:00 (abertura)     | <b>Garantido</b>  |
|   | 23:30 as 2:00 (encerramento)  | <b>Caprichoso</b> |

Fonte: Adaptado a partir de SEC, (2015).

O Boi Caprichoso trouxe à arena o tema “Amazônia”, espetáculo inspirado na magia e nos encontros das artes parintinenses, produzido pela criatividade de sua gente. O boi Garantido apresentou o tema “Vida”, com os subtemas “Criação e celebração da vida na Amazônia”, revelando a origem da vida na região, “Promessa de Vida” fazendo referência a história de fundação do Boi Garantido e por fim apontou para a continuidade da ideia de que a vida do festival folclórico continua.

No que se refere aos ingressos, os mesmos são vendidos oficialmente desde o ano 2008 pela operadora Tucunaré Turismo, cuja contratação é feita mediante a realização de processo licitatório. A venda é feita totalmente online, através do site da empresa. Cada pessoa com seu CPF podem adquirir até 05

(cinco) ingressos. O preço dos ingressos varia de R\$ 600,00 reais (cadeira tipo 2) para as três noites de festa a R\$ 55.000,00 reais (camarote lateral) também para as três noites, em pacote, com o serviço de buffet disponível, ambiente climatizado e acesso restrito, não sendo o ingresso vendido individualmente cada noite. Após a compra, a entrega dos ingressos é feita na agência Tucunaré Turismo em Manaus, em até 02 (dois) antes do início da festa, posteriormente somente é entregue na agência da operadora em Parintins. Uma parte da receita dos ingressos é repassada para os bois.

O evento possui uma comissão julgadora, composta por 10 pessoas, sendo 1 (um) definido para atuar como presidente do júri (sem direito a votos) e 9 (nove) jurados. Cada boi indica um representante para fiscalizar e acompanhar essa comissão desde a chegada ao aeroporto e durante todo período do evento, inclusive ficam hospedados no mesmo local.

O processo de escolha dos jurados é realizado 11 dias antes do início do festival para captação e seleção dos mesmos. Seis dias antes do evento é realizado um sorteio de nove Estados que poderão enviar os jurados, onde são excluídos os Estados clássicos da região norte do país e que tenham enviado jurados no ano anterior. Dos 9 Estados, cada boi vota 3 alternadamente. A escolha é feita por meio de seleção e análise de currículo de pessoas de renome nacional, com atuação nas manifestações folclóricas e culturais brasileiras.

Fica estabelecido conforme o Regulamento, o retorno dos membros dos bois com os jurados no prazo máximo de 30 (trinta) horas antes do evento. Um jurado preside a comissão, 03 (três) jurados compõem o bloco de julgamento A (Comum / Musical), 03 (três) compõem o bloco B (Cênico / Coreográfico) e 03 (três) compõem o bloco C (Artístico), conforme suas especialidades.

No que se refere à transmissão do evento, neste ano, ao completar meio século de realização, o evento ganhou aspectos mais modernos com as inovações da transmissão ao vivo da Rede Calderaro de Comunicação (RCC), por meio da TV, rádio e portal A CRÍTICA, além da cobertura completa pelo jornal A CRÍTICA. Pela TV, o espetáculo pode ser amplamente divulgado para o mundo, sendo exibido para o exterior, por meio da Record Internacional.

Cada Associação Folclórica é responsável pelo tempo de apresentação do espetáculo todas as três noites, e os bois que não desfilarem no tempo estabelecido pelo regulamento (ver quadro 18 abaixo), corre o risco de sofrer penalidade,

podendo perder 0,1 (um décimo) de ponto para cada minuto não utilizado ou para cada minuto excedido.

**Quadro 18** - Tempo mínimo e máximo de apresentação dos bois

| <b>ASSOCIAÇÃO FOLCLÓRICA</b> | <b>INÍCIO DA APRESENTAÇÃO</b> | <b>TEMPO MÍNIMO DE APRESENTAÇÃO</b> | <b>TEMPO MÁXIMO DE APRESENTAÇÃO</b> |
|------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>Boi-bumbá Caprichoso</b>  | 21h na sexta-feira            | 02 horas                            | 02 horas e 30 minutos               |
| <b>Boi-bumbá Garantido</b>   | 20h30 no sábado e domingo     | 02 horas                            | 02 horas e 30 minutos               |

**Fonte:** Adaptado a partir de SEC, (2015).

Conforme exposto no quadro anterior, somente na sexta-feira, dia da abertura do festival, a apresentação inicia-se às 21h, nos demais dias a festa tem início às 20h30. Está estabelecido ainda no regulamento que somente no caso de interrupção de energia elétrica, de som, ou por invasão da área por populares, ausência de jurados, mau tempo (chuva) ou qualquer outro obstáculo que impeça ou coloque em risco a segurança pessoal dos brincantes, que os bois poderão realizar suas apresentações fora do horário inicial previsto e sem prejuízo de pontuação, desde que seja reconhecido formalmente pelo presidente da comissão organizadora.

O cronômetro (ver imagem 10, a seguir) que marca o tempo de apresentação dos bois, fica localizado visivelmente no auto do telão da arena do Bumbódromo, permitindo que cada boi e seus brincantes, assim como todo o público e corpo de jurados acompanhem em tempo real a marcação do tempo de cada apresentação. A instalação desse relógio é de responsabilidade da prefeitura de Parintins e do Governo do Amazonas.

**Imagem 10** - Relógio de marcação do tempo de apresentação



Fonte: Dados da Pesquisa, (2015).

A festa não possui uma comissão de cronometragem. A contagem do tempo oficial das apresentações dos bois é feita pelo Presidente da Comissão julgadora. O cronometro é acionado para início de cada apresentação a partir do momento que o “apresentador” do respectivo boi entra na arena. Ao término da apresentação do primeiro boi, tem-se um intervalo de 30 minutos e em seguida o outro boi inicia sua apresentação.

O regulamento destaca alguns critérios obrigatórios para os bois, que caso sejam descumpridos impactam diretamente no aspecto visual do espetáculo. Por exemplo, é expressamente proibido o uso da cor de um “bumbá” por outro, salvo em casos excepcionais, como em alegorias ou situações que comprovadamente tenham que utilizar a cor oficial do outro boi. É obrigatória a apresentação das figuras “Pai Francisco e Mãe Catirina” nos espetáculos das três noites, mas não são atribuídas notas. Porém, o não cumprimento da obrigação implicará na perda de 01 (um) ponto que será deduzido na pontuação final.

Referente a alguns itens de julgamento, há alguns critérios que são estabelecidos por noite de espetáculo. Cada boi se apresenta com o número mínimo e máximo de brincantes, conforme pode ser observado no quadro 19 abaixo:

**Quadro 19** – Número de critérios estabelecidos para alguns itens de julgamento

| ÍTEM             | Nº MÍNIMO  | Nº MÁXIMO  |
|------------------|--|--|
| Tribos indígenas | 04 tribos<br>(mínimo de 20 brincantes por tribo) | 11 tribos<br>(mínimo de 20 brincantes por tribo) |
| Tuxauas          | 03 tuxauas                                       | -  |
| Vaqueirada       | 35 brincantes                                    | 40 brincantes                                    |

|                               |   |                           |
|-------------------------------|---|---------------------------|
| <b>Ritual indígena</b>        | - | 01 ritual por noite       |
| <b>Lenda Amazônica</b>        | - | 01 lenda amazônica        |
| <b>Figura típica regional</b> | - | 01 figura típica regional |

**Fonte:** Adaptado a partir da SEC, (2015).

A Associação Folclórica que apresentar número inferior ou superior aos critérios estabelecidos acima, será penalizada perdendo de 01 (um) ponto na pontuação geral.

A área de concentração e dispersão dos bois é visivelmente organizada durante o festival, entretanto, após o evento é visível à desorganização, as alegorias são deixadas na Praça dos Bois, localizada atrás do Bumbódromo, como pode ser observado na imagem 11 abaixo.

**Imagem 11** – Alegorias dos bois Garantido (a esquerda) e Caprichoso (a direita) deixadas na Praça dos Bois, atrás do Bumbódromo



**Fonte:** Dados da pesquisa, (2015).

De acordo com informações de um morador local, as sobras dos materiais ficam expostas por um período de aproximadamente três meses. Ressalta-se que, não há no Regulamento nenhum artigo ou inciso que aplique a penalidade de multa as Associações Folclóricas por este fato. Isso acaba impactando negativamente no município, pois as vias públicas do entorno do Bumbódromo são a área da concentração e dispersão, e no período da festa ficam interditadas.

No que se refere aos critérios de votação, há um corpo de jurados de 10 integrantes, como já mencionado anteriormente. Destaca-se que um jurado atua somente como presidente do júri e não tem direito a dar nota, somente os outros nove atribuem as notas. Os bois estabelecem oficialmente 21 itens de julgamento (ver quadro 20 a seguir) a serem considerados pelos jurados na votação.

**Quadro 20** – Itens de julgamento e suas definições

| Item de Julgamento |                               | Critério de Avaliação | Definição   |
|--------------------|-------------------------------|-----------------------|---|
| 01                 | <b>Apresentador</b>           | Individual            | - Anfitrião, Mestre de Cerimônia, Porta voz.  |
| 02                 | <b>Levantador de toadas</b>   | Individual            | - Sua voz é o fio condutor para o desenvolvimento do tema.  |
| 03                 | <b>Batucada ou Marujada</b>   | Coletivo              | - Sustentação rítmica;<br>- Base para o espetáculo é o agrupamento de percussão que fornece um referencial rítmico indispensável às toadas. |
| 04                 | <b>Ritual Indígena</b>        | Estrutura Artística   | - Recriação de rito xamanístico, fundamentado através de pesquisa, dentro do contexto folclórico do boi-bumbá.                              |
| 05                 | <b>Porta-Estandarte</b>       | Individual            | - Símbolo do Boi em movimento.  |
| 06                 | <b>Amo do Boi</b>             | Individual            | - O dono da fazenda, menestrel que tira versos dentro dos fundamentos do espetáculo.  |
| 07                 | <b>Sinhazinha da Fazenda</b>  | Individual            | - Filha do dono da fazenda, no auto do Boi-Bumbá de Parintins.  |
| 08                 | <b>Rainha do Folclore</b>     | Individual            | - Item que representa a diversidade de valores expressados pela manifestação popular.   |
| 09                 | <b>Cunhã-Poranga</b>          | Individual            | - Moça bonita, guerreira e guardiã, expressa a força através da beleza.   |
| 10                 | <b>Boi-Bumbá (evolução)</b>   | Individual            | - Símbolo da manifestação popular, motivo e razão de ser do Festival Folclórico de Parintins.   |
| 11                 | <b>Toada (letra e música)</b> | Abstrato              | - Suporte lítero musical do festival, elo entre a individualidade e o grupo.  |
| 12                 | <b>Pajé</b>                   | Individual            | - Curandeiro, hieforante, xamã, sacerdote, ponto de equilíbrio das tribos.  |
| 13                 | <b>Tribos Indígenas</b>       | Coletivo              | - Grupos étnicos que compõem os povos indígenas do Brasil, dentro do contexto folclórico do boi-bumbá de Parintins.                         |
| 14                 | <b>Tuxaua</b>                 | Coletivo              | - Chefe da tribo, o personagem caboclo em sua miscigenação, representação alegórica do universo indígena e caboclo da Amazônia.             |
| 15                 | <b>Figura típica regional</b> | Artístico             | - Símbolo da cultura amazônica, na sua soma de valores a partir dos elementos que compuseram a sua miscigenação.                            |
| 16                 | <b>Alegorias</b>              | Artístico             | - Estruturas artísticas que funcionam como suporte cenográfico para apresentação.   |
| 17                 | <b>Lenda Amazônica</b>        | Artístico             | - Ficção que ilustra a cultura dos povos da Amazônia dentro do contexto folclórico do Boi-Bumbá de Parintins.                               |
| 18                 | <b>Vaqueirada</b>             | Coletivo              | - Agrupamento coletivo, guardiões do boi em evolução.   |
| 19                 | <b>Galera</b>                 | Coletivo              | - Elemento de apoio do espetáculo, estímulo de apresentação, massa humana formando uma das maiores coreografias uníssonas do mundo.         |
| 20                 | <b>Coreografia</b>            | Coletivo              | - Todos os movimentos de dança  |

|    |   |          |   |
|----|---|----------|---|
|    |   |          | apresentados durante o espetáculo.  |
| 21 | <b>Organização do Conjunto Folclórico</b> | Coletivo | - Reunião de itens individuais, artísticos e coletivos embasados no conteúdo do espetáculo, e, por sua vez, dispostos organizadamente na arena de apresentação. |

Fonte: Elaborado pela autora, (2015) a partir da SEC.

Cada jurado recebe o material de votação 20 minutos antes da apresentação de cada boi. No material contém um caderno de votação, envelope e roteiro de apresentação de cada bumbá, além de papel para rascunho, caneta esferográfica verde, lápis e borracha. Os jurados ficam obrigatoriamente localizados nas cabines de julgamento ao longo da arena, três no lado do Caprichoso, três no lado do Garantido e 03 no centro de frente para o espetáculo (ver imagens 12,13 e 14) a seguir.

**Imagens 12, 13 e 14** - Cabine dos jurados: a esquerda (lado caprichoso), cabine central de frente para o espetáculo e a direita (lado garantido).



Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

Dessa forma, os jurados são divididos em três blocos de julgamento conforme as especialidades (conforme o quadro 21 abaixo):

**Quadro 21** – Blocos de Julgamento e suas especialidades

| N. | Blocos                                 | Números e itens de julgamento |                        | Formação dos julgadores que podem exercer a função de jurado  |
|----|--|-------------------------------|------------------------|---|
| 01 | <b>Bloco A (Comum / Musical)</b>       | 01                            | Apresentador           | - Músico, Compositor, Maestro, Musicólogo, Folclorista e Comunicólogo<br>(Todos com referencial teórico em folclore, com trabalhos realizados que contemplem as manifestações folclóricas e culturais brasileiras). |
|    |  | 02                            | Levantador de toadas   |   |
|    |  | 03                            | Batucada ou Marujada   |   |
|    |  | 06                            | Amo do Boi             |   |
|    |  | 19                            | Galera                 |   |
|    |  | 11                            | Toada (letra e música) |   |
| 02 | <b>Bloco B (Cênico / Coreográfico)</b> | 05                            | Porta-Estandarte       | - Teatrólogos, Coreógrafos, Folcloristas e Figurinistas<br>(Todos com referencial teórico em  |
|    |  | 07                            | Sinhazinha da fazenda  |   |
|    |  | 08                            | Rainha do folclore     |   |

|           |                            |    |                        |  |
|-----------|----------------------------|----|------------------------|--|
|           |                            | 09 | Cunhã-poranga          | folclore, com trabalhos realizados que contemplem as manifestações folclóricas e culturais brasileiras).   |
|           |                            | 12 | Pajé                   |  |
|           |                            | 10 | Boi-Bumbá (evolução)   |  |
|           |                            | 20 | Coreografia            |  |
| <b>03</b> | <b>Bloco C (Artístico)</b> | 04 | Ritual Indígena        | - Artistas Plásticos, Etnólogos, Cenógrafos, Antropólogos, Folcloristas, Designers e Arquitetos (Todos com referencial teórico em folclore, com trabalhos realizados que contemplem as manifestações folclóricas e culturais brasileiras). |
|           |                            | 13 | Tribos Indígenas       |  |
|           |                            | 14 | Tuxauas                |  |
|           |                            | 15 | Figura típica regional |  |
|           |                            | 16 | Alegoria               |  |
|           |                            | 17 | Lenda Amazônica        |  |
|           |                            | 18 | Vaqueirada             |  |

**Fonte:** Adaptado a partir da SEC, (2015).

As notas estabelecidas pelos jurados para cada boi-bumbá é concedida de nota mínima 8,0 (oito) a nota máxima 10 (dez), podendo ser fracionadas. Caso algum bumbá não apresente um dos itens é obrigatório à aplicação da nota mínima 8,0 (oito). A apuração do espetáculo ocorre em lugar público, no próprio Bumbódromo, além de ser exibido pela TV de transmissão, possibilitando que o espectador do festival acompanhe em tempo real a apuração. O presidente da comissão julgadora é o responsável pela apuração dos resultados. Antes do início da apuração são divulgadas as atas. Em seguida, as urnas são abertas e são lidas as notas dadas para cada item por cada jurado, em cada bloco por dia de apresentação. As notas são computadas e no final é declarado o boi campeão do festival.

O regulamento do Festival de Parintins é estabelecido por dois anos, no caso deste, referente ao ano de 2015 e 2016. Na seção seguinte está descrita a caracterização do Desfile das Escolas de Samba carioca em comparação com o Festival de Parintins.

#### **4.1.2 O Desfile das Escolas de Samba – Carnaval do Rio de Janeiro/RJ**

A cidade do Rio de Janeiro está localizada na região Sudeste do país, compreende a uma área territorial de 1.197,463 km<sup>2</sup> com densidade demográfica de 5.265,82 hab/km<sup>2</sup>. Segundo o último censo do IBGE de 2010, o Rio tem população fixa em 6.320.446 hab., ainda que o número de residentes venha crescendo, possui a estimativa de 6.476.631. Apresenta um IDH de 0,799 (IBGE, 2010) com PIB per capita de R\$ 34.571,91 (IBGE, 2012).

Assim como em muitas capitais e cidades litorâneas, encontra no turismo uma de suas fontes econômicas, juntamente com a agricultura, pecuária, indústria e serviços, principalmente os serviços de hospedagem.

Além de caracterizar-se pelo segmento do turismo de sol e praia, a cidade é reconhecida como a “Cidade do Carnaval”, pois realiza anualmente o Desfile das Escolas de Samba, atraindo mais turistas e visitantes a cada ano.

Distinto do Festival de Parintins, o local de realização do desfile, popularmente chamado de “Passarela do Samba”, denominado de “Passarela Professor Darcy Ribeiro”, está situado na Rua Marquês de Sapucaí. Mais conhecido como “Sambódromo”, no ano de 2012 ocorreu a inauguração das novas arquibancadas do setor par, todo o prédio da antiga fábrica da Brahma, teve seu tombamento revogado e foi implodido. Sua capacidade de lugares passou de 60.000 pessoas para 72.518 mil lugares (ver figura 04 – Mapa do Sambódromo e arredores). Esse mapa está disponibilizado no portal da LIESA e das operadoras que também vendem os ingressos. A pista do desfile possui 700 metros de comprimento, e cada escola desfila com seus componentes narrando o enredo através de simultâneas linguagens expressivas, com o “visual” – as fantasias colorida e os expressivos carros alegóricos, e com o “samba”, o canto do “puxador” acompanhado do canto coral de toda a escola e da bateria.

**Figura 04 - Mapa do Sambódromo e arredores do Desfile das Escolas de Samba/RJ**



Fonte: LIESA<sup>13</sup>, (2014).

No mapa acima é possível observar as áreas de entrada e saída de todos os setores de arquibancadas, camarotes, frisas e cadeiras, a área de concentração dos componentes das escolas, recuos da bateria, local das praças de alimentação e sala de imprensa. É possível observar ainda, todas as ruas e avenidas que dão acesso ao sambódromo, além das duas estações de metrô mais próximas do local do evento: a estação Metrô Praça Onze e a estação Metrô Central, mais conhecida como “Central do Brasil”.

É pertinente destacar que a própria organização do desfile sugere que todos os componentes das escolas e público em geral se desloquem até o Sambódromo de ônibus, metrô ou taxi, a fim de minimizar o trânsito e possíveis transtornos no entorno e arredores da Sapucaí.

Conforme as informações disponibilizadas no portal da LIESA, no Sambódromo não são permitidas à entrada de crianças menores de cinco anos de idade, igual acontece no Festival de Parintins. É proibida a entrada com isopores, garrafas de vidro, sacolas, armas, objetos cortantes, sinalizadores e fogos de artifícios. Diferente do festival, somente é permitido o acesso com até dois vasilhames plásticos de 500 ml com bebida (água, suco, refrigerante ou cerveja) e

<sup>13</sup> Mapa do sambódromo e seus arredores disponível no site da LIESA: [www.liesa.globo.com](http://www.liesa.globo.com)

até dois itens de alimentação (fruta, salgado ou sanduiche) dentro de uma bolsa térmica pequena.

O Desfile das Escolas de Samba do Carnaval 2015 aconteceu nos dias 13 e 14 de fevereiro – com o Desfile da Série A, composto por 15 escolas de samba (ver quadro 22 abaixo).

**Quadro 22** - Ordem de apresentação e horário do Desfile das Escolas de Samba da Série A

| HORÁRIO | DIA 13/02/15<br>(Sexta-feira) | DIA 14/02/15<br>(Sábado)  |
|---------|-------------------------------|---------------------------|
| 21h     | Unidos de Bangu               | Alegria da Zona Sul       |
| 21h45   | Em Cima da Hora               | Acadêmicos de Santa Cruz  |
| 22h30   | Império Serrano               | Inocentes de Belford Roxo |
| 23h15   | Paraíso do Tuiuti             | Unidos de Padre Miguel    |
| 00h00   | União do Parque Curicica      | Império da Tijuca         |
| 00h45   | Porto da Pedra                | Renascer de Jacarepaguá   |
| 01h30   | Caprichosos de Pilares        | Acadêmicos de Cubango     |
| 02h15   | -                             | Estácio de Sá             |

Fonte: Adaptado a partir de LIERJ, 2014.

Já nos dias 15 e 16 de fevereiro – o Desfile do Grupo Especial, composto por 12 escolas, e dia 22 de fevereiro – o Desfile das Escolas Campeãs do Carnaval, no qual se apresentam novamente somente as 6 (seis) primeiras colocadas, conforme o quadro 23, que mostra a ordem de apresentação e horário do desfile das escolas do Grupo Especial.

**Quadro 23** - Ordem de apresentação e horário do Desfile das Escolas de Samba do Grupo Especial

| HORÁRIO                | DIA 15/02/15<br>(Domingo) | DIA 16/02/15<br>(Segunda-feira) | DIA 21/02/15<br>(Sábado)<br>Desfile das<br>Campeãs | Pontuação<br>Final Desfile<br>das Campeãs |
|------------------------|---------------------------|---------------------------------|--|---|
| A partir das<br>21h30  | Viradouro                 | São Clemente                    | 6º colocada:<br>Imperatriz                         | 268.9                                     |
| Entre 22h35 e<br>22h52 | Mangueira                 | Portela                         | 5º colocada:<br>Portela                            | 269.0                                     |
| Entre 23h40 e<br>00h14 | Mocidade                  | Beija-flor                      | 4º colocada:<br>Unidos da Tijuca                   | 269.0                                     |
| Entre 00h45 e<br>01h36 | Vila Isabel               | União da Ilha                   | 3º colocada:<br>Grande Rio                         | 269.0                                     |
| Entre 01h50 e<br>02h58 | Salgueiro                 | Imperatriz                      | 2º colocada:<br>Salgueiro                          | 269.5                                     |
| Entre 02h55 e<br>04h20 | Grande Rio                | Unidos da Tijuca                | 1º colocada:<br>Beija-flor                         | 269.9                                     |

Fonte: Elaborado pela autora (2015) a partir de LIESA.

O desfile é organizado em conjunto por 03 (três) instituições especificamente: a Empresa de Turismo do Município de Rio de Janeiro (RIOTUR), a Liga das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (LIERJ) e a Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (LIESA).

Totalmente diferente do Festival de Parintins, os ingressos do desfile do grupo especial são vendidos oficialmente pela LIESA e por operadoras nacionais e internacionais de turismo. Como por exemplo, a *Bookers Internacional*, RCS Viagens e Turismo e *Ticket Rio*, entre outros. A LIESA faz a venda por meio da sua Central de Vendas por telefone ou pessoalmente. Nas operadoras a compra pode ser feita pela internet no próprio site das mesmas. Os preços dos ingressos vendidos pela LIESA variam entre R\$10,00 reais (arquibancada popular) por dia, a R\$120.000,00 reais (super camarotes) com espaço exclusivo e coberto, com opção de serviço de buffet e uso para todos os dias do carnaval. Nas operadoras o preço dos ingressos são mais elevados. Em Parintins, os ingressos são vendidos pela empresa que ganha a licitação para operacionalizar no evento, no caso deste ano, a Tucunaré Turismo, como já mencionado na seção anterior. O camarote Vip do festival também possui o espaço exclusivo, coberto e climatizado, além do serviço de buffet.

Os ingressos do desfile das escolas da Série A são vendidos oficialmente pela Central de Atendimento e Vendas da LIESA, por meio de uma parceria entre as Ligas.

A RIOTUR é o principal órgão do município que articula conjuntamente com as Ligas LIERJ e LIESA, possui contrato individual assinado com cada Liga, cada uma cumprindo seus deveres e obrigações no planejamento, organização e execução do evento. Cada Liga possui um regulamento do desfile destacando normas, deveres e obrigações de cada instituição e de cada agremiação, semelhante ao Festival de Parintins.

Conforme previsto no Regulamento da LIESA, cabe a RIOTUR a responsabilidade pela adoção das medidas relativas ao funcionamento da Avenida dos Desfiles. A LIESA além das atribuições que lhe confere o contrato assinado é responsável com exclusividade, por tudo que se relacione com a Direção Artística dos Desfiles.

No Regulamento da LIERJ, a RIOTUR, é a responsável pela indicação do Corpo de Julgadores (sendo quatro por quesito), e também pela adoção de medidas cabíveis a segurança e funcionamento da Avenida dos Desfiles, nos termos dos

dispostos no Contrato de Prestação de Serviços. A LIERJ também tem a responsabilidade única e exclusivamente, por tudo aquilo que se relacione com a Direção Artística do Espetáculo.

Distinto da festa de Parintins, no desfile a agremiação que descumprir o compromisso de desfilar, conforme o contrato e destacado no regulamento da LIESA, independente do motivo, é imediatamente rebaixada para a Série A tendo que devolver a Liga toda e qualquer importância recebida, acrescida de juros legais e despesas decorrentes de cobrança judicial, bem como arcar com todas as multas previstas nos contratos em favor das Escolas de Samba, tais como, o Contrato de Transmissão Televisiva e os Convênios com o Poder Público, além de ficar impedida de participar dos desfiles nos próximos 03 (três) carnavais. No festival de Parintins, essa questão de rebaixamento é diferente porque existem apenas dois bois e, caso uma associação folclórica não se apresente na arena, não tem como ser rebaixado, até porque a festa só acontece devido a existência e rivalidade dos bois Caprichoso e Garantido.

Na série A, a agremiação que descumprir o compromisso de desfilar é automaticamente rebaixada para Série B e deverá devolver integralmente, os valores recebido referente à prestação de serviços, sob pena de não participar do próximo carnaval.

Cada Liga é responsável ainda pelo tempo de desfile de suas agremiações, e as escolas que não desfilarão no tempo estabelecido pelo regulamento (ver quadro 24 a seguir), corre o risco de sofrer penalidade, perdendo 0,1 (um décimo) de ponto para cada minuto não utilizado ou para cada minuto excedido.

**Quadro 24 - Tempo de desfile das agremiações**

| AGREMIações           | COORDENAÇÃO | INÍCIO DO DESFILE | TEMPO MÍNIMO DE DESFILE | TEMPO MÁXIMO DE DESFILE |
|-----------------------|-------------|-------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Série A</b>        | LIERJ       | 21:00             | 45 minutos              | 55 minutos              |
| <b>Grupo Especial</b> | LIESA       | 21:30             | 65 minutos              | 82 minutos              |

Fonte: Adaptado a partir do Regulamento LIESA e LIERJ, 2015.

Os relógios que marcam o tempo de desfile de todas as escolas (ver imagem 15, a seguir) ficam localizados visivelmente ao longo de toda a avenida, permitindo que cada escola e seus componentes, foliões e espectadores acompanhem em tempo real a marcação do tempo do desfile.

**Imagem 15** – Um dos relógios de marcação do tempo de desfile no Sambódromo



Fonte: Dados da Pesquisa (2015).

Ao contrário do Festival de Parintins, as Ligas do Carnaval do Rio possuem uma Comissão de Cronometragem constituída por 03 (três) membros, todos indicados pela Direção Artística dos desfiles. Compete a essa Comissão: acompanhar o acionamento do cronômetro no início do desfile de cada escola de samba, assim como sua respectiva parada, no término de cada desfile, assim que o último componente ou alegoria de agremiação em desfile ultrapassar a faixa demarcatória do final de desfile; apontar em mapa específico, o tempo de desfile de cada escola de samba e propor a aplicação de penalidades previstas no regulamento.

Semelhante ao regulamento do festival de Parintins, o regulamento das duas Ligas destacam alguns critérios obrigatórios para as escolas, caso sejam descumpridos impactam diretamente no aspecto visual do desfile. Segue abaixo os critérios obrigatórios das escolas da Série A (ver quadro 25):

**Quadro 25** – Número de critérios obrigatórios das escolas da Série A

| COMPONENTES                 | Nº MÍNIMO DE COMPONENTES | Nº MÁXIMO DE COMPONENTES                         |
|-----------------------------|--------------------------|--|
| <b>Brincantes</b>           | 1.200                    | Não possui número máximo de brincantes           |
| <b>Baianas</b>              | 35                       | Não possui número máximo de baianas              |
| <b>Comissão de frente</b>   | 10                       | 15   |
| <b>Ritmistas na bateria</b> | 130                      | Não possui número máximo de ritmistas na bateria |
| <b>Alegoria</b>             | 02                       | 04   |

Fonte: Adaptado a partir de LIESA, (2015).

No quadro abaixo, seguem os critérios obrigatórios das escolas do Grupo Especial (ver quadro 26):

**Quadro 26** – Número de critérios obrigatórios das escolas do Grupo Especial

| <b>COMPONENTES</b>          | <b>Nº MÍNIMO DE COMPONENTES</b>                               | <b>Nº MÁXIMO DE COMPONENTES</b>                  |
|-----------------------------|---|--|
| <b>Brincantes</b>           | 2.500   | 4.000  |
| <b>Baianas</b>              | 75  | Não possui número máximo de baianas              |
| <b>Comissão de frente</b>   | 10  | 15   |
| <b>Ritmistas na bateria</b> | 200   | Não possui número máximo de ritmistas na bateria |
| <b>Alegoria</b>             | 05  | 07   |
| <b>Diretoria de apoio</b>   | Não possui número mínimo de componentes na diretoria de apoio | 250  |

Fonte: Adaptado a partir de LIESA, (2015).

Diferente da organização da área de concentração e dispersão dos bois no festival de Parintins, a área da concentração e dispersão das escolas é organizada, principalmente por ser um quesito relevante do Regulamento. As escolas de samba são obrigadas a se concentrar de acordo com as ordens do desfile, obedecendo ao percurso e horário previsto, sob penalidade de multa de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) para escolas do grupo especial, caso não seja cumprido.

Cada escola é responsável por fazer a dispersão de suas alegorias, ultrapassando a faixa demarcatória no final da dispersão, no tempo máximo de 02:30 (duas horas e trinta minutos), contados a partir do início de seu desfile e estão sujeitas também a penalidade de multa de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) a ser aplicada as escolas do grupo especial, caso não aconteça o cumprimento, conforme regulamento. Uma vez que esse item do regulamento não for cumprido corretamente à dispersão implica num impacto negativo na capital, pois as vias públicas são a área da dispersão, que no período de desfile ficam interditadas. No regulamento do festival de Parintins não há nenhum artigo ou inciso que contemple a penalidade de pagamento de multa aos bois que não deixam a dispersão corretamente, levando suas alegorias para seus currais. Pelo contrário, como já mencionado na seção anterior, as alegorias ficam por um período de aproximadamente três meses “largadas” em uma praça atrás do Bumbódromo,

Caso ocorra a falta, parcial ou total de energia elétrica e/ou falta de som na pista de desfile, na hora do desfile de uma determinada agremiação, os

componentes que já estiverem na pista a partir da demarcação do “início” deve continuar a sua apresentação sem interrupção.

Há uma preocupação da Direção destacada no regulamento, em evitar que a equipe de apoio, incluindo a diretoria, permaneça parada nas laterais da pista de desfile, para não prejudicar a visão dos espectadores, uma vez que as frisas são localizadas nas laterais da pista.

No que se refere ao julgamento do desfile, há um corpo de julgadores, composto por 36 (quarenta) jurados, sendo cada composto dividido em 04 (quatro) para cada quesito. Diferente do que ocorre no festival de Parintins, cada liga estabelece em ato próprio, expresso no “Manual do Julgador”, com os critérios de julgamento relativos a cada quesito, que totalizam 09 (nove), são eles (ver no quadro 27 a seguir):

**Quadro 27 – Critérios, definições e concepção de julgamento dos jurados**

| Quesitos |                             | Definição e concepção  | Nº de Jurados por quesito |
|----------|-----------------------------|--|---------------------------|
| 1        | <b>Bateria</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manutenção regular e a sustentação da cadência da Bateria em consonância com o Samba-Enredo;</li> <li>- Perfeita conjugação dos sons emitidos pelos vários instrumentos;</li> <li>- A criatividade e a versatilidade da bateria.</li> </ul>   | 04                        |
| 2        | <b>Samba-enredo</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Letra e a Melodia do Samba-Enredo apresentado, respeitando-se a licença poética;</li> <li>- A adequação da letra ao enredo;</li> <li>- Sua riqueza poética, beleza e bom gosto;</li> <li>- Sua adaptação à melodia, ou seja, o perfeito entrosamento dos seus versos com os desenhos melódicos.</li> </ul>  | 04                        |
| 3        | <b>Harmonia</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- É o entrosamento entre o ritmo e o canto;</li> <li>- A perfeita igualdade do canto do Samba-Enredo, pelos componentes da Escola, em consonância com o “Puxador” (Cantor Intérprete do Samba) e a manutenção de sua tonalidade;</li> </ul>   | 04                        |
| 4        | <b>Evolução</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- É a progressão da dança de acordo com o ritmo do samba que está sendo executado e com a cadência da bateria.</li> </ul>   | 04                        |
| 5        | <b>Enredo</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- É a criação e a apresentação artística de um tema ou conceito;</li> <li>- Argumento ou tema, ou seja, a ideia básica apresentada pela escola e o desenvolvimento teórico do tema proposto.</li> </ul>   | 04                        |
| 6        | <b>Alegorias e adereços</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Alegorias</u>: qualquer elemento cenográfico que esteja sobre rodas, incluindo os tripés;</li> <li>- <u>Adereços</u>: qualquer elemento cenográfico que não esteja sobre rodas, exceto os utilizados para a realização das Comissões de Frente, que serão avaliados pelos julgadores daquele quesito;</li> <li>- A concepção e a adequação das Alegorias e dos Adereços ao Enredo que devem cumprir a função de transmitir as diversas partes do conteúdo desse Enredo;</li> </ul> | 04                        |

|   |                                     |   |    |
|---|-------------------------------------|---|----|
|   |                                     | - A criatividade, mas devendo, necessariamente, possuir significado dentro do Enredo;   |    |
| 7 | <b>Fantasia</b>                     | - As fantasias apresentadas pela Escola, com exceção das que estiverem sobre as alegorias, as fantasias do casal de Mestre-Sala e Porta-Bandeira e a fantasia da Comissão de Frente;<br>- A concepção e a adequação das Fantasias ao Enredo as quais devem cumprir a função de transmitir as diversas partes do conteúdo desse Enredo;<br>- A capacidade de serem criativas, mas devendo possuir significado dentro do Enredo.  | 04 |
| 8 | <b>Comissão de frente</b>           | - A Comissão de Frente poderá se apresentar a pé ou sobre rodas, trajando fantasias dentro da proposta do enredo ou tradicionalmente;<br>- A concepção da comissão de frente e a sua capacidade de impactar positivamente o público, no momento da apresentação da Escola;<br>- A indumentária da Comissão de Frente, levando-se em conta, neste caso, sua adequação para o tipo de apresentação proposta.  | 04 |
| 9 | <b>Mestre sala e porta bandeira</b> | - A função do Mestre-Sala é cortejar a Porta-Bandeira, bem como proteger e apresentar o Pavilhão da Escola, devendo desenvolver gestos e posturas elegantes e corteses, que demonstrem reverência à sua dama (Porta-Bandeira);<br>- A função da Porta-Bandeira é conduzir e apresentar o Pavilhão da Escola, sempre desfraldado e sem enrolá-lo em seu próprio corpo ou deixá-lo sob a responsabilidade do Mestre-Sala;<br>- A indumentária do casal, verificando sua adequação para a dança e a impressão causada pelas suas formas e acabamentos; beleza e bom gosto;<br>- A exibição da dança do casal, considerando-se que não “sambam” e sim executam um bailado no ritmo do samba, com passos e características próprias, com meneios, mesuras, giros, meias-voltas e torneados, sendo obrigatória a sua exibição diante dos Módulos de Julgamento;<br>- A harmonia do casal que, durante a sua exibição, com graça, leveza e majestade, deve apresentar uma sequência de movimentos coordenados, deixando evidenciada a integração do casal; | 04 |

**Fonte:** Adaptado a partir de LIESA, (2015).

O manual do julgador objetiva transmitir informações básicas sobre o desfile das escolas de samba do grupo especial, no que se refere a agenda do julgador, a ordem dos desfiles, direitos e deveres do julgador, orientações sobre o julgamento e os critérios de julgamento dos quesitos.

Diferente dos materiais que os jurados do festival de Parintins recebem, no desfile, cada jurado além de receber o manual do julgador, recebe ainda um exemplar do livro: “Enredos do Carnaval”, no caso deste ano receberam a edição de 2015 e dois exemplares do livro “Abre-Alas”, contendo estes dois últimos os dados de cada uma das Agremiações desfilantes com: o nome da Agremiação, título do

Enredo; ficha técnica de cada Quesito; construção narrativa e/ou descritiva do Enredo; roteiro do desfile (descrição sequencial de Alas, Alegorias e outros elementos constituintes do Desfile); letra do Samba-Enredo; outras informações que cada Agremiação julgar necessárias e imprescindíveis ao perfeito entendimento de seu respectivo desfile; e material de escritório em geral (bloco para rascunho, lápis, canetas, apontador, borracha, cola etc.).

A indicação dos jurados é diferente do Festival de Parintins, é atribuição exclusiva do Presidente da LIESA, no caso do grupo especial, na Série A, a atribuição é da RIOTUR. No festival a indicação dos jurados é atribuição dos bois.

Assim como ocorre no Bumbódromo de Parintins, os jurados ficam obrigatoriamente localizados nas cabines de julgamento ao longo da pista de desfile (ver imagem 16 a seguir), de acordo com a ordem estabelecida no manual que recebem.

**Imagem 16 -** Cabine dos jurados



**Fonte:** Dados da Pesquisa, 2015.

Diferente do festival na concessão da nota mínima, as notas estabelecidas pelos jurados para cada escola é concedida de nota 9,0 (nove) a 10 (dez) pontos, podendo ser fracionadas. Em Parintins é concedida nota mínima 8,0 (oito).

No desfile, caso alguma agremiação não apresente um dos quesitos é obrigatório a aplicação da nota 0 (zero). Em Parintins é concedida a nota mínima 8,0 (oito).

A apuração do desfile ocorre em lugar público, sempre na quarta-feira de Cinzas, no próprio Sambódromo, possibilitando que o espectador do desfile

acompanhe em tempo real, e é realizada por uma comissão integrada composta por 10 (dez) membros representantes de cada Liga e da RIOTUR (ver o quadro 28 a seguir).

**Quadro 28** – Membros representantes da comissão integrada para apuração do desfile

| <b>QTD.</b> | <b>REPRESENTANTE DA COMISSAO INTEGRADA</b>   |
|-------------|--|
| <b>1</b>    | Presidente da LIESA                          |
| <b>2</b>    | Presidente da RIOTUR                         |
| <b>3</b>    | Presidente do Conselho deliberativo da LIESA |
| <b>4</b>    | Vice-Presidente da LIESA                     |
| <b>5</b>    | Vice-Presidente da RIOTUR                    |
| <b>6</b>    | Diretor de Carnaval da LIESA                 |
| <b>7</b>    | Diretor de Operações da RIOTUR               |
| <b>8</b>    | Secretário da LIESA                          |
| <b>9</b>    | Diretor Jurídico da LIESA                    |
| <b>10</b>   | Diretor Jurídico da RIOTUR                   |

**Fonte:** Adaptado a partir de LIESA, (2015).

Todos os malotes e envelopes com as notas dos jurados são conferidos e lidos para computação das notas.

As 06 (seis) escolas primeiras colocadas no desfile do grupo especial desfilam novamente no Desfile das Campeãs cuja data e horários são divulgados antecipadamente e estabelecidos no regulamento. O Desfile das Campeãs de 2015 foi composto pelas agremiações citadas no quadro 11 anteriormente.

No que se refere aos ingressos do Desfile das Campeãs, 60% (sessenta por cento) da receita dos ingressos deste dia são divididas igualmente e destinadas às mesmas seis escolas. Os 40% (quarenta por cento) restante são divididos em 40 cotas rateados entre as mesmas seis escolas de samba, a título de prêmio, distribuídas da seguinte forma: 11 (onze) cotas para a Agremiação Campeã, 08 (oito) cotas para a vice-campeã, 07 (sete) cotas para o 3º colocado, 06 (seis) cotas para o 4º colocado, 05 (cinco) cotas para o 5º colocado e 03 (três) cotas para o 6º colocado.

No regulamento do ano de 2015 das Ligas já fica estabelecido às disposições iniciais para o carnaval de 2016 e assim sucessivamente. Baseado no resultado de apuração do ano anterior, a escola do Grupo Especial que obtiver a 12ª colocação passará automaticamente a integrar a Série A da LIERJ no ano seguinte.

A primeira escola colocada na Série A passa a integrar o Grupo especial da LIESA no carnaval do ano subsequente. No caso das 02 (duas) últimas escolas colocadas na Série A, são rebaixadas e passam a integrar a Série B no próximo ano.

A agremiação Estácio de Sá foi à primeira colocada da Série A e integrará o Grupo Especial no ano de 2016. A agremiação do Grupo Especial Viradouro foi a última colocada, logo integrará também no ano de 2016 a Série A.

As agremiações da Série A: “Unidos de Bangu” e “Em Cima da Hora” foram as duas últimas colocadas e integração a Série B.

O evento conta ainda com apoio de logística dos demais órgãos do Estado, como corpo de bombeiros, polícia militar.

Após o encerramento do Carnaval, depois do Desfile das Campeãs, a RIOTUR, LIESA e LIERJ entram em recesso das suas atividades e posteriormente iniciam o processo de avaliação do evento. Na seção seguinte, será possível observar detalhadamente a análise da qualidade dos serviços dos dois eventos, de acordo com os “momentos da verdade” verificados diretamente nos dois eventos, tanto no Festival Folclórico de Parintins quanto no Desfile das Escolas de Samba Carioca.

A seção seguinte abordará a identificação e análise da qualidade dos serviços das duas festas por meio da técnica Momento da Verdade.

#### **4.2 A qualidade dos serviços nos eventos**

A primeira questão do roteiro da entrevista norteou a busca para saber se os eventos possuem um site oficial, se os entrevistados o acessaram e se o serviço de informações e de venda online dos ingressos foi de qualidade.

O primeiro momento da verdade identificado foi o *acesso ao site oficial do evento*. Conforme a discussão de Parasuraman, Zeithaml & Malhotra (2005) a qualidade em serviços online é “a extensão pela qual o site auxilia, eficiente e efetivamente, a compra e a entrega” do bem ou produto. A qualidade nesse serviço precisa está contemplada em toda expansão do site, pois influencia no processo de aquisição e entrega do objeto.

Por meio da busca online, constatou-se que o desfile possui um site oficial, o *website* da LIESA (ver imagens 17 e 18).

**Imagens 17 e 18 – Site da LIESA (a esquerda) e link de venda dos ingressos (a direita).**



**Fonte:** Dados da pesquisa, (2015).

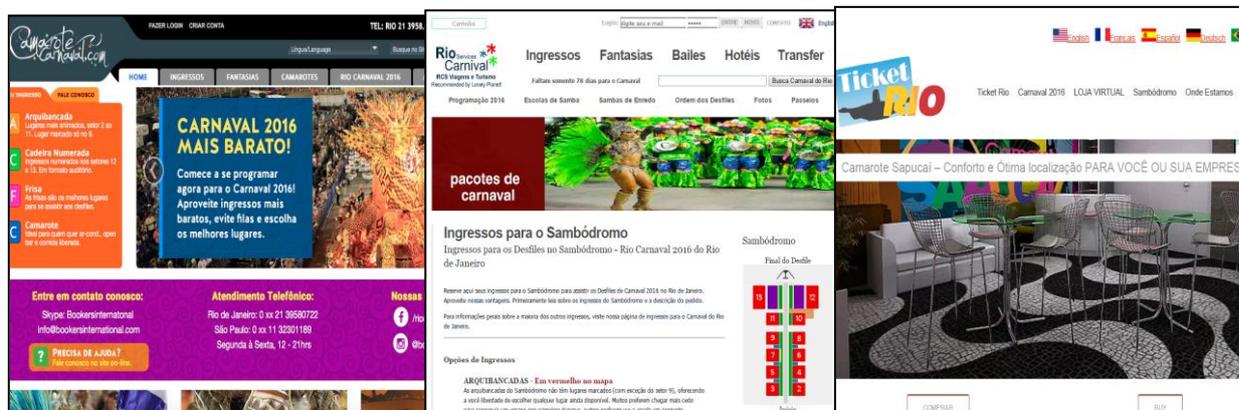
Pela análise dos discursos, evidenciou-se que todos os entrevistados acessaram o site oficial do evento e, conseguiram pesquisar todas as informações do seu interesse “acessei o site da LIESA [www.liesa.globo.com](http://www.liesa.globo.com)” (E5CF). Com a exceção dos entrevistados 2 e 3 que afirmaram não ter encontrado o site oficial da LIESA.

Os dois relataram ainda o sentimento de desconfiança que tiveram ao pesquisar em outros sites informações sobre a comercialização dos ingressos do evento. Externaram o receio de comprar os ingressos para o desfile em outros *websites*. Parasuraman, Zeithaml & Malhotra (2005) explicam que para o consumidor avaliar positivamente um serviço online de vendas de produtos e ter maiores chances de retorno, é essencial que o site tenha privacidade e segurança das informações particulares dos usuários. E foi exatamente o que os entrevistados E2MP e E3TR relataram, não se sentiram seguros em colocar seus dados particulares.

Informaram que na pesquisa que fizeram nesses outros *websites*, havia uma diferença de preço significativa de um site para outro, variando entre R\$ 200,00 a R\$ 300,00 reais o mesmo tipo de ingresso “aí a gente teve medo né, é uma variedade de preço absurdo, isso fez a gente desconfiar” (E3TR).

Foi realizada uma busca online nos portais que também disponibilizam informações sobre o carnaval e a venda dos ingressos. Depois do portal da LIESA, os portais da *Bookers International*, *Rio Services Carnival* e *Ticket Rio* (ver imagens 19, 20 e 21) são os sites mais confiáveis para comprar os ingressos.

**Imagens 19, 20 e 21** - Sites confiáveis para compra de ingressos do desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro: a *Bookers International* (a esquerda), da *Rio Services Carnival* (no centro) e da *Ticket Rio* (a direita).



**Fonte:** Dados da pesquisa, (2015).

Nesses portais o visitante pode fazer um tour virtual pelo sambódromo, tornando-se uma ferramenta decisiva para escolher qual o melhor setor para assistir ao desfile e conseqüentemente decisiva na compra do ingresso.

No site oficial do Desfile das Escolas de Samba, o *website* da LIESA, constam as informações básicas para o turista ou qualquer pessoa que planeja assistir ao evento. É destacado no site o período do evento, dia e horário do desfile de cada escola de samba, tanto da série A quanto do grupo especial. Do mesmo modo, as informações referentes ao preço, tipos de ingresso, onde comprá-los, acesso ao sambódromo de acordo com os setores de cada tipo de ingresso.

“Já tinha pesquisado antes para ver a programação, ver a ordem do desfile, ver o dia e a hora que começava tudo direitinho” (E1TB).

“Acessei o site da LIESA para saber o telefone para compra, o preço dos ingressos e a localização das arquibancadas” (E6NS).

São destacados no portal alguns lembretes informando o que é proibido e permitido levar para dentro do sambódromo. Por exemplo, não é permitida a entrada de crianças com menos de 05 (cinco) anos de idade no evento, é proibido levar isopores, garrafas de vidro, sacolas, armas, objetos cortantes, sinalizadores e fogos de artifício e, somente é permitido levar até dois vasilhames plásticos de 500 ml com bebida (podendo ser: água, suco, refrigerante ou cerveja) e até dois itens de alimentação (como: fruta, salgado ou sanduíche).

Além disso, é possível observar no site que há outras informações interessantes para o turista ou visitante, como por exemplo a história do carnaval, o

início do desfile, a existência do museu do carnaval, o descritivo de todas as escolas com fotos, enredos, entre outros.

Em Parintins, pela análise do discurso dos entrevistados e pelo que foi pesquisado, o evento não dispõe de um *website* oficial como o desfile tem o site da LIESA. Não tem um portal unificado com as informações oficiais da festa e dos bois caprichoso e garantido.

Na verdade, cada boi possui sua página oficial na internet (ver imagens 22 e 23 abaixo), porém informam questões mais artísticas sobre o evento, além de fotos dos espetáculos anteriores e dispõem do áudio das toadas atuais e dos anos anteriores.

**Imagens 22 e 23 – Sites do boi caprichoso (a esquerda) e do boi Garantido (a direita)**



Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

Conforme exposto por Araújo-Maciel, Souza & Mendes-Filho (2015) em um estudo referente ao papel das mídias sócias na promoção do festival de Parintins, os bois utilizam-se das redes sociais como o *Facebook*, o *Twitter*, e *Instagram*, além da *Web TV* no *Youtube* para divulgar o conteúdo do festival e dos bois. Nesse estudo, considerando as falas do vice-presidente do boi Caprichoso e de um dos coordenadores da comissão de arte do boi Garantido cada associação dispõe de um responsável que administra essas mídias sociais. O Caprichoso possui uma equipe de marketing e de imprensa. Já o Garantido possui uma pessoa responsável por gerir suas mídias. A mídia social de maior relevância para os dois bois é o Facebook. Para os dois representantes, não há outro meio de comunicação maior que a página social, principalmente em virtude dos avanços tecnológicos e graças a popularização dos *smartphones*.

Quanto ao público participante deste estudo, evidenciou-se que dos 16 entrevistados, 9 respondentes não acessaram ou não encontraram o site oficial do festival.

Os entrevistados E7SS, E8WM e E9MO afirmaram que não fizeram nenhuma pesquisa online porque conhecem o festival e todos os anos assistem em Parintins.

“Não fiz a pesquisa online porque vou todo ano a Parintins e sei como funciona” (E7SS).

“Não, não. Eu sempre vou assistir ao festival e compro o ingresso lá” (E8WM).

“Não acessei nenhum site porque já conheço o processo” (E9MO).

O entrevistado E11FA, afirmou não ter encontrado um site oficial do evento. Mas leu informações sobre a festa em alguns blogs e no site do Governo do Estado do Amazonas, em um *link* de notícias. Completou o discurso informando que assistiu uma propaganda com informações da festa quando estava em voo em uma companhia aérea.

“Por coincidência quando eu estava voltando da Europa recentemente, eu assisti a propaganda do festival de Parintins na TAM Nas Nuvens, dentro do avião” (E11FA).

Já os entrevistados E10KS e E16PS acessaram o site da operadora Tucunaré Turismo para pesquisar o preço dos ingressos e os voos disponíveis para Parintins.

A agência Tucunaré Turismo, como já foi mencionada na seção anterior, é a empresa licitada do festival. Conforme o discurso da representante da empresa, a Tucunaré é a empresa oficial do evento, “somos responsáveis por toda parte de planejamento e execução na área operacional do festival”, disse ela. Todas as questões da venda de passagem aérea, ingressos e pacotes para o evento são *online* e estão disponíveis no site [www.tucunareturismo.com.br](http://www.tucunareturismo.com.br) (ver imagens 24 e 25).

**Imagens 24 e 25** – Site da Tucunaré Turismo (à esquerda), agência oficial responsável pela venda e entrega dos ingressos do Festival de Parintins de 2015. E portal Ingresso Rápido para pagamento do ingresso do festival (à direita).



Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

“Acessei o site da operadora oficial do festival que é a Tucunaré turismo, para visualizar os valores de ingressos e os voos disponíveis para Parintins. O site é bem esclarecedor, conta com o mapa dos ingressos lá no bumbódromo. E tem um link específico com a relação dos voos que é bem simples de acessar” (E16PS).

“Acessei o site da tucunaré turismo para pesquisar os preços e quando você clica para comprar o ingresso, o site te direciona para um site de pagamento estilo ‘pague fácil’. E esse ano não deu problema, porque nos outros anos dava muito problema” (E10KS).

Apenas o entrevistado E2RM afirmou não ter acessado o site online e deu preferência para a compra *in loco*, na própria agência.

O segundo momento da verdade identificado foi a *compra do ingresso*. A segunda questão do roteiro da entrevista buscou identificar como se dá o processo de compra dos ingressos dos eventos, quantos e quais ingressos foram adquiridos. Diferencia-se do momento da verdade 01 (um), pois corresponde ao comportamento da decisão de ir aos eventos e da compra dos ingressos, propriamente. Posteriormente, a busca de informações que subsidiassem tal decisão.

Essa hora da verdade é o ponto principal do serviço. Nela está inserida a questão da segurança das informações pessoais, dos dados bancários do cliente e a confiabilidade do mesmo em todo processo de aquisição. Parasuraman, Zeithaml & Malhotra (2005) explicam que para o consumidor avaliar positivamente um serviço online de vendas de produtos e ter maiores chances de retorno, é essencial que o site tenha privacidade e segurança das informações particulares dos usuários.

Tanto as empresas quanto os profissionais que trabalham nessa área de grandes eventos que atraem um número expressivo de turistas e visitantes, devem ficar atentos às mudanças que ocorrem nas tecnologias e atentar para as novidades lançadas no mercado. Pois os consumidores do produto turístico estão a cada dia mais exigentes, e a todo o momento procuram informações sobre as novidades do mercado. (Araújo-Maciel, Souza & Mendes-filho, 2015).

Nesse segundo momento da verdade, todos os entrevistados do desfile que compraram ou tentaram fazer a compra pela LIESA, chamaram a atenção para o processo de compra dos ingressos, principalmente por ainda não ser informatizado e online. Os 12 entrevistados afirmaram que tiveram problemas em relação a compra do ingresso. Caracterizaram esse processo de compra como burocrático, demorado e até mesmo “traumático”.

A venda dos ingressos pela LIESA é feita somente pelo telefone, dispõe do serviço *call center*, como já mencionado neste estudo. Mas a forma de como funciona esse processo foi o que mais incomodou os entrevistados que não moram no Rio de Janeiro, o serviço não é online. Não é gerado um boleto de pagamento para facilitar a confirmação do mesmo. Em pleno século XXI, utilizam-se do aparelho de fax para envio dos dados bancários e recebimento do comprovante de depósito de pagamento do ingresso.

O entrevistado E4LF afirmou que por conta da demanda de ligações o serviço é demorado. Em média se gasta de 30 a 60 minutos a espera para ser atendido e ressaltou “difícilmente você consegue ser atendido na primeira tentativa e a ligação ainda corre o risco de cair”.

O entrevistado E9MS ironizou e falou que “é mais difícil conseguir um atendimento do que falar com a presidenta”. Questionou ainda o fato dos ingressos serem via *call center* no século XXI. Relatou que desistiu de comprar com a LIESA e preferiu fazer a compra em outro site, no *website Rio Services Carnival (rio-carnival.net)*. Afirmou ter pago um pouco mais caro, mas relatou que não teve aborrecimentos.

Os entrevistados E1TB, E2MP, E3TR e E5CF corroboraram nas suas falas e desistiram de comprar pelo *call center* e recorreram a familiares e amigos que moram no Rio de Janeiro para efetivar a compra.

A burocracia no processo de compra do ingresso com a LIESA foi descrita pelo entrevistado E6NS, e enfatizou a obrigatoriedade do uso do aparelho de fax para tramitação da compra:

“... primeiro você liga e solicita a quantidade, o tipo e o setor do ingresso. Depois de três dias úteis a LIESA manda um fax para você com o documento comprobatório do pedido e os dados da conta corrente que você tem que depositar (para efetuar o pagamento). Você se dirige até ao banco, vai a boca do caixa e faz um depósito identificado. Depois reenvia pra eles por fax ou por e-mail o recibo do depósito e seus documentos pessoais. Em 10 dias uteis chega na sua residência uma correspondência com o voucher da compra para posteriormente, somente na cidade do Rio de Janeiro você se dirigir até o posto de trocas para retirada dos ingressos”. (E6NS).

Percebe-se nas falas dos entrevistados um descontentamento nesse momento da verdade. O serviço de compra dos ingressos pela LIESA precisa ser discutido, reorganizado e inovado, conforme Kanter (1983) refere-se ao processo de inovação, uma vez que todos que participam desse processo reclamam do serviço.

Aprimorando esse serviço de compra com a integração da tecnologia e, reorganizando-o para que a compra possa ser efetuada, com a devida segurança, não favorecerá somente a expectativa do cliente com um serviço de qualidade. Mas poderá minimizar os gastos das despesas da LIESA, seja de materiais de expediente ou de redução do tempo gasto com o procedimento de organização dos ingressos vendidos e a distribuição, além de outros. De repente, manter o serviço de *call center* mas direcioná-lo para o pagamento online com a devida segurança dos dados e informações dos clientes. Dessa forma a qualidade nesse serviço será percebida pelos mesmos.

Totalmente diferente do serviço de compra da LIESA, foi percebido que a operadora *Bookers Internacional* (na qual foi efetivada a compra de dois ingressos para o desfile, para análise deste estudo), que a empresa oferece um serviço de qualidade e o cliente não tem problema algum durante o processo de compra e entrega do mesmo.

Diferente do que ocorreu no desfile das escolas de samba, em Parintins, 9 (nove) respondentes relataram que não tiveram problema algum no processo de compra dos ingressos pela Tucunaré Turismo. Afirmaram que “o portal de vendas da empresa é esclarecedor e seguro” (E16PS), e o site “é direcionado para outro de pagamento, e possui um mapa dos ingressos no Bumbódromo” (E10KS).

O entrevistado E11FA afirmou que percebeu que a venda dos ingressos é feita com rigor e controle, no sentido da segurança.

O terceiro momento da verdade identificado foi a *ida ao local do recebimento do ingresso*. O deslocamento ao local de recebimento do ingresso é de responsabilidade do comprador de acordo com a disponibilidade dos meios de transporte da cidade. No Rio de Janeiro o deslocamento foi realizado de metrô, podendo ser ainda por qualquer outro meio de transporte, como ônibus, táxi e ou ainda de veículo particular. Em Parintins o deslocamento foi realizado de moto táxi. Tanto em Parintins, quanto no Rio de Janeiro, nenhum entrevistado questionou ou apontou alguma situação negativa referente a esse momento da verdade, afirmaram não terem tido nenhum transtorno nesse deslocamento.

O quarto momento da verdade identificado foi o *recebimento do ingresso*. Magalhães & Pinheiro (2007) afirmam que, a ocorrência de problemas na entrega e na operação dos produtos pode ser evitada por meio do gerenciamento eficaz e eficiente dos serviços de tecnologia da informação disponíveis nos sites. Podendo ainda reduzir os custos da empresa em função do aumento da eficiência na entrega e do suporte dos serviços de TI.

No Rio de Janeiro, com relação à entrega efetiva do ingresso, todos os entrevistados que compraram o ingresso pela LIESA, afirmaram não terem tido problemas como tiveram na compra. A entrega dos ingressos pela LIESA é feita em *stand* localizado no sambódromo. Os entrevistados que adquiriram os ingressos por operadoras também não tiveram contratemplos. Vale registrar que, nenhum entrevistado no Rio de Janeiro questionou o preço dos ingressos.

Para esta análise, foi efetuada a compra de dois ingressos para assistir ao desfile pela operadora *Bookers International*, como já mencionado nos procedimentos metodológicos. Foi verificado que, de fato, as operadoras são mais organizadas que a LIESA. Por exemplo, pela *Bookers*, a entrega foi efetuada no Hotel Atlântico Copacabana. Primeiro foi feito um pré-atendimento para confirmação da entrega. O hotel estava sinalizado com faixa no piso indicando a secretaria e sala de entrega dos ingressos. A operadora tem todo um cuidado na conferência dos mesmos. Antes de entregar ao cliente, tira o lacre do envelope do ingresso para conferência do mesmo. No envelope inclusive, consta todos os dados da compra efetuada pelo cliente. Nas imagens 26, 27 e 28 (a seguir) pode ser observada a organização da empresa para entrega dos ingressos.

**Imagens 26, 27 e 28** – Procedimento de entrega dos ingressos. Conferência da identificação do cliente (à esquerda) com a utilização de um equipamento eletrônico. Sinalização do acesso a sala de entrega dos ingressos no piso do hotel (no centro). Envelope do ingresso com os dados da compra e do cliente (à direita).



Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

Dentro do envelope da *Bookers* encontra-se outro envelope, um envelope da LIESA e, nele constando os dois ingressos adquiridos pela operadora (ver imagens 29, 30 e 31) a seguir. É possível observar também a qualidade do material do ingresso impresso, pois no primeiro dia do desfile do grupo especial, ocorreu uma chuva e o ingresso foi danificado, não permitindo assim a leitura do código de barras na catraca.

**Fotos 29, 30 e 31** – Envelope frente e verso da LIESA (a esquerda), ingresso do desfile antes da chuva (no centro) e ingresso danificado por ter molhado na chuva (a direita)



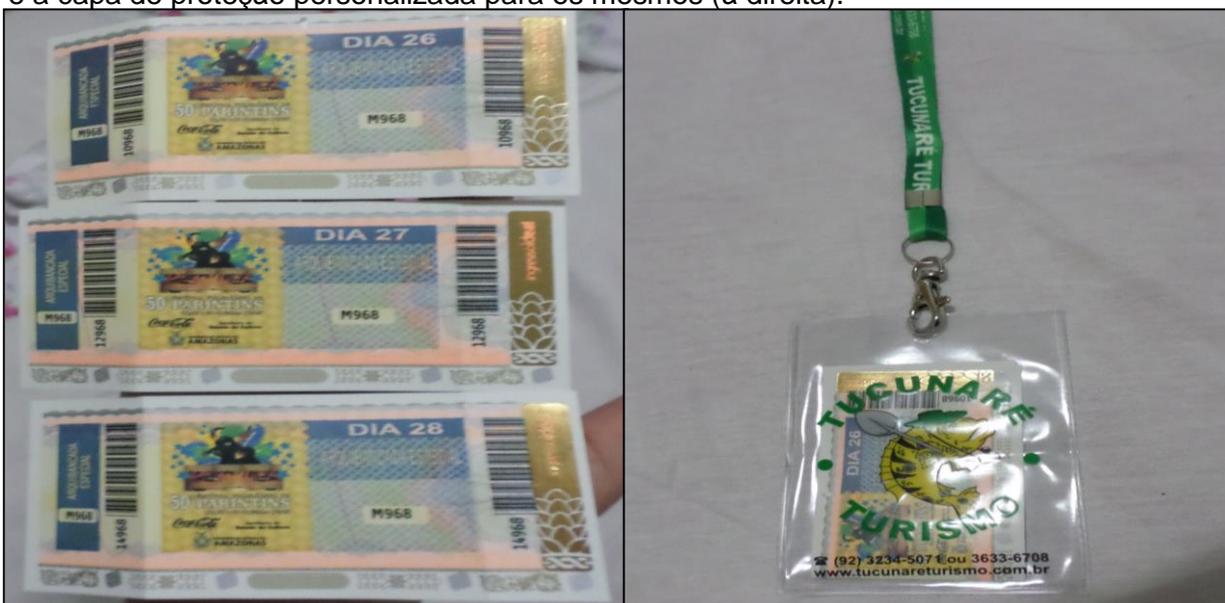
Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

Em Parintins, também com relação à entrega efetiva do ingresso, todos os entrevistados afirmaram não terem tido problemas com a Tucunaré Turismo no recebimento. A entrega dos ingressos é feita na própria agência da empresa em Manaus, em até dois dias antes do evento, após isso é entregue somente na agência de Parintins. Diferente do Rio de Janeiro, todos os entrevistados questionaram o preço alto dos ingressos do festival de Parintins, principalmente por não ser vendido por dia, e sim somente por pacote, das três noites da festa, como pode ser observado na fala do entrevistado E16PS.

“Os preços dos ingressos para as três noites são muito caro. Além de que os ingressos não são vendidos individuais, você é obrigado a comprar para as três noites. E as vezes você não quer assistir as três noites, e não tem essa possibilidade” (E16PS).

No Festival de Parintins, o material impresso do ingresso também não é resistente a água, porém foi verificado que a empresa entrega um plástico de proteção (ver imagens 32 e 33 a seguir).

**Imagens 32 e 33** – Ingressos da arquibancada especial do lado do Caprichoso (à esquerda) e a capa de proteção personalizada para os mesmos (à direita).



Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

O quinto momento da verdade identificado foi o serviço público *deslocamento ao local do evento*. O deslocamento ao local do evento ocorre de acordo com a disponibilidade dos meios de transporte da cidade. No Rio de Janeiro o deslocamento foi realizado de metrô, pois esse transporte além de ser veloz, não

há possibilidade de enfrentar engarrafamento. Podendo ser ainda por qualquer outro meio de transporte, como ônibus, táxi e ou ainda de veículo particular. Porém, a organização do evento sugere que o público se dirija ao Sambódromo preferencialmente de metrô, pois nesse período de festa, as ruas do entorno do local ficam interditadas.

Já em Parintins, o deslocamento ao local do evento foi realizado a pé, devido ao local da hospedagem está localizada a duas quadras do sambódromo. Não há em Parintins o serviço de transporte público disponível. Todo deslocamento dentro da cidade só é possível ser feito caminhando, de taxi, mototáxi, triciclo ou quando é contratado o serviço de transfer ou traslado.

Em Parintins, nenhum entrevistado abordou sobre algum contratempo que tenha ocorrido na ida ao local do evento. Já no Rio de Janeiro, dois entrevistados mencionaram críticas. O entrevistado E1TB afirmou que foi fácil chegar no sambódromo, porém, criticou o serviço de metrô, disse que o ar condicionado do mesmo não estava funcionando e o deslocamento foi desconfortável. O entrevistado E2MP criticou o serviço de táxi. Afirmou que o taxista o deixou ao lado contrário da entrada que o mesmo havia pedido. Então, o mesmo passou uma hora caminhando até a entrada correta, o que ocasionou sua insatisfação com o serviço.

“A gente veio de táxi, mas o cara deixou a gente no lado contrário. Tivemos que dá uma volta inteira para entrar no sambódromo. Foi um inferno!” (E2MP).

O sexto momento da verdade identificado foi *estaciona o carro / desce do taxi, do metrô, do ônibus ou do moto táxi*. Neste momento da verdade, foi verificado que nenhum dos dois eventos possui estacionamento disponível para o público. Na verdade, apenas o Rio de Janeiro possui uma área reservada ao lado do sambódromo para ônibus de turismo.

No Rio, as saídas dos metrôs são próximas ao sambódromo. Desde a saída do metrô, há orientadores indicando o caminho ao local do evento. Nem os ônibus, nem os taxistas param ao lado do sambódromo para seus passageiros descerem devido às ruas ficarem interditadas, como mencionado anteriormente.

Em Parintins, não há transporte público. Os meios de transporte são táxi, moto táxi, triciclo ou carro particular e, nenhum deles é permitido parar na entrada do Sambódromo, também por suas ruas do entorno estarem interditadas.

Com exceção da crítica do entrevistado E2MP referente ao desfile registrada no momento da verdade anterior, nenhum dos entrevistados mencionaram algo a respeito dessa hora da verdade.

O sétimo momento da verdade identificado foi *a entrada no local do evento*. No desfile, o acesso ao sambódromo ocorreu tranquilamente. Da saída do metrô ao setor de entrada no local destinado haviam placas sinalizando os setores das entradas (ver foto 01 a seguir). No entorno das entradas, haviam ambulantes vendendo travesseiro e capas de chuva, pois a acomodação nas arquibancadas do local não são confortáveis. Ao todo, são duas entradas que o público precisa passar para enfim chegar a acomodação. Logo após a primeira entrada de acesso, o espectador para pela segurança.

Em Parintins, o acesso ao Bumbódromo também ocorreu tranquilamente. Porém, do caminho do hotel ao Bumbódromo não havia nenhuma sinalização de placas indicativas dos acessos. Somente na frente na entrada do local havia placa informando as entradas de acesso.

No Rio de Janeiro, nenhum dos entrevistados mencionou algo negativo referente ao acesso do evento. Diferente do Rio, em Parintins, todos os entrevistados questionaram a falta de sinalização da cidade, principalmente em direção ao Bumbódromo.

O oitavo momento da verdade identificado foi *a passagem pela segurança / revista*. Conforme Silveira (2005) a segurança nos eventos tem se tornado uma das causas relevantes para o êxito ou fracasso do mesmo, principalmente por questões do aumento da violência no mundo. Cada vez mais o público ou espectadores dos eventos avaliam esse momento da verdade. Não querem sair de casa para um evento ou uma festa e ficar na incerteza da insegurança.

No desfile, após passar pela primeira entrada de acesso do sambódromo, o espectador passa pela cabine de detector de metais (ver imagem 34). Na sequência se o mesmo possuir uma bolsa térmica com alimentos e bebidas, a mesma passa pela revista, para então passar pela catraca eletrônica. No festival de Parintins, após também passar pela primeira entrada de acesso do Bumbódromo, a segurança privada faz a revista com detector de metais portátil (ver imagem 35). Diferente do desfile, no festival não é permitido a entrada com alimentos e bebidas, com exceção da arquibancada geral “galera” que todos os anos o público reivindica e a organização acaba liberando.

Nos dois eventos, todos os entrevistados afirmaram terem ficado satisfeitos com a presença do policiamento público e da segurança privada. Foi possível verificar a presença dos mesmos por todo Bumbódromo e sambódromo.

**Imagens 34 e 35** – Entrada do setor 07 do Sambódromo (a esquerda) no desfile das escolas de samba. Na foto 01 é possível verificar as cabines de detecção de metais. Na foto 02 (a direita) a entrada no bumbódromo em Parintins.



**Fonte:** Dados da pesquisa, (2015).

O nono momento da verdade identificado foi o *deslocamento pelas escadas ou elevador*. No desfile, após entrar pela primeira entrada de acesso e segurança no sambódromo, passou-se pelas segunda e última entrada antes da arquibancada. Esse deslocamento foi realizado pelas escadas na primeira e na segunda noite do desfile, porém foi verificado somente no setor par o acesso para as pessoas com deficiência. Foram identificados os elevadores, rampas de acesso e banheiros adaptados para esse público.

Apenas um entrevistado no Rio de Janeiro, questionou a falta de acessibilidade para as pessoas com deficiência. Entretanto, como esse entrevistado ficou acomodado no setor ímpar do sambódromo, o mesmo não pode perceber que no setor par há a disponibilidade desse serviço.

Já em Parintins, o deslocamento foi realizado tanto pelo elevador quanto pelas rampas de acesso aos camarotes. Foi verificado que no Bumbódromo há acessibilidade para pessoas com deficiência, como elevadores, rampas de acesso, piso tátil, tradução em libras, banheiros adaptados e uma área reservada para cadeirantes no lado do caprichoso e no lado do garantido. Contudo, foi observado que a área reservada para esse público é pequena. Segundo informações da SEC,

são 50 vagas reservadas para esse público em cada lado do Bumbódromo, totalizando 100 lugares.

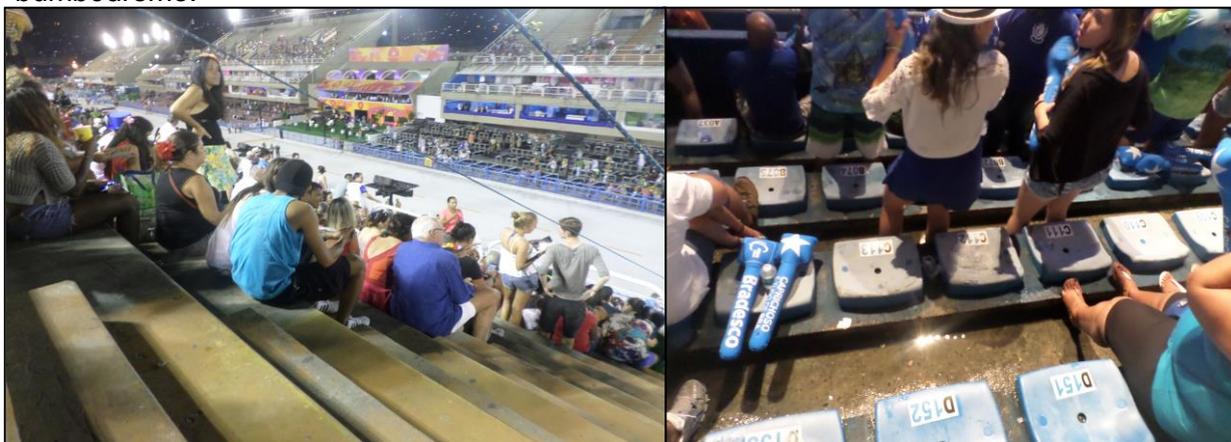
Nenhum entrevistado mencionou algo sobre esse momento da verdade no festival.

O décimo momento da verdade identificado foi o *deslocamento ao local de acomodação*. No desfile, foi observado no deslocamento para a acomodação, a sinalização nas arquibancadas, placas identificando os banheiros, praça de alimentação e bares. No festival, foi verificado tanto as placas de sinalização, quanto a presença de orientadores (recepcionistas) indicando o local da acomodação. Diferente do Rio de Janeiro, em Parintins, todas as acomodações são numeradas por possuírem assentos.

No Rio de Janeiro, nenhum entrevistado mencionou algum contratempo a respeito desse momento da verdade. Em Parintins, todos os entrevistados ressaltaram a importância dos orientadores indicando as acomodações, e apenas a entrevistada E14SB lembrou que a estrutura física interna do Bumbódromo é estreita e os corredores semelhantes com um “labirinto”.

O décimo primeiro momento da verdade identificado foi a *acomodação no local destinado*. No sambódromo, a acomodação foi efetuada na arquibancada tanto no setor 07, lado ímpar na primeira noite, quanto na arquibancada no setor 04, lado par e não foi confortável. Como não há assento nos degraus da arquibancada (ver imagens 36 e 37 a seguir), com o passar do tempo, começou a incomodar e causar o desconforto. Vale ressaltar que, na frente de todas as entradas do sambódromo, há a comercialização de travesseiros para amenizar o desconforto. Em Parintins, a acomodação foi efetuada no camarote Vip do lado Garantido na primeira noite, no Camarote de arena lado do Caprichoso na segunda noite e, no camarote Vip lado do Caprichoso na terceira e última noite.

**Imagens 36 e 37** – Nas imagens 36 é possível verificar a arquibancada do setor 7 no sambódromo (a esquerda) sem assento. O público senta-se ao chão dos degraus. Na imagem 37 (a direita) verifica-se o assento do camarote de arena lado do boi Caprichoso no bumbódromo.



**Fonte:** Dados da pesquisa, (2015).

Com exceção da arquibancada geral, na qual a entrada é gratuita, todas as demais acomodações possuem assentos marcados e são confortáveis no Bumbódromo. Nos camarotes as cadeiras são de material plástico.

De uma forma geral, a acomodação no Bumbódromo é mais confortável do que no desfile. Apesar disso, nenhum entrevistado mencionou algo sobre a acomodação neste sentido.

O décimo segundo momento da verdade identificado foi *assiste o espetáculo e ouve o evento*. Conforme Gilsa (2007) os serviços de iluminação e sonorização são um dos serviços essenciais para o sucesso dos eventos e, normalmente são terceirizados. No desfile, a iluminação do sambódromo é feita por refletores ao longo de toda avenida. O desfile não possui uma iluminação especial como no festival de Parintins, utiliza-se da iluminação do sambódromo. Quando questionado aos entrevistados no Rio de Janeiro sobre a iluminação do espetáculo, todos os respondentes afirmaram ser de qualidade.

Em Parintins, além dos refletores do local do evento, há ainda uma iluminação especial, que foi instalada na reforma do Bumbódromo em 2013. Foi instalada uma estrutura metálica em cima da arena do espetáculo que, além dos *spots* e canhões, que são trabalhados por cada boi, de acordo com o mapa de luz e cor oficial. Foram instaladas ainda as caixas de som da sonorização. Essa estrutura metálica nova, com todo o aparato da iluminação, na opinião dos entrevistados, contribuíram para a beleza cênica das apresentações dos bois.

“A iluminação agora está muito melhor, o espetáculo fica lindo, mais moderno”. (E7SS).

Porém, alguns respondentes ressaltaram que dependendo do local que o espectador esteja acomodado, a estrutura metálica acaba atrapalhando a visão.

“Aquele arco de ferro tapa a visão dependendo do local que você fique, tapa a visão! No meu caso, tapou e não consegui ver alguns detalhes”. (E7SS)

Quanto a sonorização em Parintins, os entrevistados que já conheciam o festival, afirmaram que houve um avanço notório nesse serviço. Porém, os que estavam assistindo pela primeira vez alegaram que o som estava muito alto em alguns momentos, incomodando-os.

Os serviços de sonorização e iluminação em Parintins são terceirizados. De acordo com a SEC (2015), foram contratados aproximadamente 89 técnicos para operarem esses serviços.

Vale lembrar que, o festival conta ainda com o serviço de tradução em libras para as pessoas com deficiência auditiva.

No Rio de Janeiro, a sonorização também é feita por caixas de som instaladas em postes por todo o percurso da avenida. Ao contrário do festival de Parintins, foi verificado que o som estava baixo, em muitos momentos não entendia-se o enredo que os puxadores cantavam. Somente quando a bateria e o carro de som de uma determinada escola aproximavam-se, era então possível entender o enredo. Outro contratempo com a sonorização foi notório, no desfile da G.R.E.S. Mangueira o som foi interrompido por quatro vezes. Todos os entrevistados demonstraram-se insatisfeitos com esse serviço.

“O som falhou muito. Umas escolas desfilaram um tempo sem som”. (E12JC)

“O som está baixinho. É uma pena, as escolas estão lindas”. (E2MP)

O décimo terceiro momento da verdade identificado foi o *deslocamento ao banheiro*. No desfile, foi observado no deslocamento ao banheiro, a sinalização dos mesmos nas arquibancadas, foi fácil e rápido encontrá-los.

No festival, dependendo do local de acomodação do espectador, o deslocamento ao banheiro foi complicado. Pois se o mesmo estivesse acomodado na arquibancada, por exemplo, dependendo da direção, teve que se deslocar ao outro lado para chegar ao banheiro. Durante o deslocamento foi verificado as placas indicativas dos mesmos. Com exceção dos entrevistados que ficaram acomodados nos camarotes, os demais respondentes alegaram insatisfação no que diz respeito a esse momento da verdade.

O décimo quarto momento da verdade identificado foi *o acesso ao banheiro*. No Rio, foi verificado o fácil acesso para entrar ao banheiro. A conservação dos banheiros do setor ímpar não estavam agradáveis aos olhos. Não foi verificado o agente da limpeza fazendo a manutenção do mesmo, diferente do setor par. Porém, no setor par as filas para acesso estavam maiores.

No festival, o acesso aos banheiros, como mencionado no momento da verdade anterior, foi complicado. Além das longas filas, todas as vezes que o cliente fosse ao banheiro, era necessário que o mesmo passasse novamente pela catraca de acesso da acomodação e, na maioria das vezes, também tinha que enfrentar uma longa fila.

O décimo quinto momento da verdade identificado foi *a utilização do banheiro*. No Rio de Janeiro, foi observado que em todos os momentos de utilização dos banheiros, não faltavam materiais de consumo. Contudo, foi perceptível que no setor 04 os banheiros da arquibancada (que são mais novos do que os banheiros do setor ímpar) estavam com vazamento, deixando-os constantemente molhado. O transtorno também foi observado pelos entrevistados que ficaram acomodados no setor 04. Em Parintins não foi diferente, embora tenha sido verificado a presença constante da equipe de limpeza no local, com exceção dos entrevistados que ficaram acomodados nos camarotes, os demais afirmaram que todas as vezes que utilizaram o banheiro, o mesmo encontrava-se em mal estado e não possuía material de consumo.

Essa questão da limpeza dos banheiros também é apontada por Gilsa (2007) como um dos fatores essenciais para o sucesso do evento. Entende-se que em eventos de grande porte como o desfile do Rio de Janeiro e o festival de Parintins, por conta da rotatividade do público, é difícil para os prestadores de serviços manterem higienizado. Porém, as empresas contratadas para esses tipos de eventos, precisam cada vez mais se organizar e contratar mais prestadores de

serviços, afinal o sucesso do evento não depende apenas da organização, depende também de todos os prestadores de serviços atuando com qualidade na operacionalização.

O décimo sexto momento da verdade identificado foi *a saída do banheiro*. No desfile, a saída do banheiro do setor 07 foi de fácil acesso, diferente do setor 04, que foi conturbada devido ao número pessoas esperando na fila. No festival, também foi difícil a saída do banheiro, exatamente pelo mesmo motivo que no desfile carioca, muitas pessoas na fila esperando para entrar. Os entrevistados dos dois eventos corroboraram com o que foi verificado na observação desse momento da verdade.

O décimo sétimo momento da verdade identificado foi *ida a praça de alimentação*. O desfile das escolas de samba do Rio, conta com duas praças de alimentação estruturadas, uma no lado par e outra no lado ímpar do local, fora isso, contou ainda com a comercialização de alimentos e bebidas do *fast food* do Bob's nos bares embaixo das arquibancadas. O deslocamento a praça de alimentação ocorreu tranquilamente, sem o registro de contratempo.

Ao contrário do desfile, o festival de Parintins não possui uma estrutura de praça de alimentação, conta apenas com os bares localizados embaixo das arquibancadas. A maioria dos entrevistados criticaram acesso ao bar. Relataram a dificuldade que tiveram para chegar ao mesmo, tanto do lado do Caprichoso, quanto do lado do Garantido.

O décimo oitavo momento da verdade identificado foi *compra de lanche e bebida*. No sambódromo, esse serviço estava organizado, apesar das filas longas. O cardápio com os preços dos produtos estavam disponíveis para acesso (ver imagens 38 e 39). O *fast food* Bob's, apesar do alto preço praticado e da demora na entrega dos produtos solicitados pelos clientes, qualidade do lanche foi satisfatória segundo os entrevistados que o consumiram. Todos os prestadores de serviços estavam devidamente uniformizados e o atendimento foi de qualidade.

**Imagens 38 e 39** - Fast food Bob's (a esquerda) e o cardápio com os preços praticados (a direita).



Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

Vale ressaltar que os ambulantes do desfile, estavam devidamente uniformizados, com a tabela de preço dos alimentos e bebidas impresso na frente e no verso de suas camisas.

Todos os entrevistados questionaram o alto preço dos produtos.

Em Parintins, ao contrário do que foi verificado no Rio de Janeiro, foi notório a desorganização no armazenamento dos alimentos e na comercialização das bebidas, tanto no bar localizado embaixo da arquibancada do lado do caprichoso, quanto nos camarotes de arena (como pode ser observado nas imagens 40, 41 e 42). Não foi identificado cardápio com os preços dos produtos disponíveis para os clientes. Estavam à venda, salgadinhos de trigo com molho rosê.

**Imagens 40, 41 e 42** – Bar do bumbódromo (a esquerda), armazenamento das bebidas e alimentos a venda (no centro) e armazenamento das bebidas (a direita).



Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

Vale ressaltar que além do alto preço dos produtos comercializados, os entrevistados não aprovaram os alimentos vendidos no festival. Os entrevistados que ficaram acomodados nos camarotes Vips, possuíam o serviço de buffet, com bebidas e alimentação a vontade. Foi verificado a boa qualidade do buffet servido nos camarotes vips.

O décimo nono momento da verdade identificado foi o *retorno para o local de acomodação*. No Rio de Janeiro, não foi observado nenhum contratempo no retorno da praça de alimentação ou da lanchonete do Bob's para o local de origem da acomodação, e nenhum entrevistado mencionou algo a respeito. Em Parintins, também não foi observado nenhum contratempo, porém os entrevistados que se deslocaram para comprar alimentos ou bebidas no bar, criticaram o acesso do deslocamento.

O vigésimo momento da verdade identificado foi *continuar assistindo ao evento*. No desfile, foi verificado que ao retornar local de origem da acomodação, ou seja, para a arquibancada, não foi possível continuar acomodado no mesmo lugar para continuar assistindo o desfile. Por não ter assentos e numeração, no retorno havia outra pessoa sentada no lugar. Mas isso não foi uma questão criticada pelos entrevistados. Já no festival, por ter assento devidamente numerado nas arquibancadas especiais, foi fácil retornar para a acomodação de origem e continuar assistindo ao evento. Apesar de que dois entrevistados afirmaram que observaram que o próprio público não respeita as numerações.

O vigésimo primeiro momento da verdade identificado foi *saída do evento*. O momento de saída do desfile foi avaliado como tranquilo. Nenhum entrevistado abordou sobre o assunto. No festival de Parintins também os entrevistados avaliaram a saída do evento como tranquilo. Não foi observado em nenhum dos dois eventos algum fato relevante.

O vigésimo segundo momento da verdade identificado foi *pegar o carro, o taxi, o metrô, o ônibus ou o moto táxi*. No Rio de Janeiro, o deslocamento para pegar um dos meios de transporte disponível desse momento da verdade foi sereno, uma grande massa de pessoas dirigiram-se em direção à estação de metrô Central do Brasil. Foi realizado uma tentativa de pegar táxi, porém sem sucesso, todos passavam com passageiro.

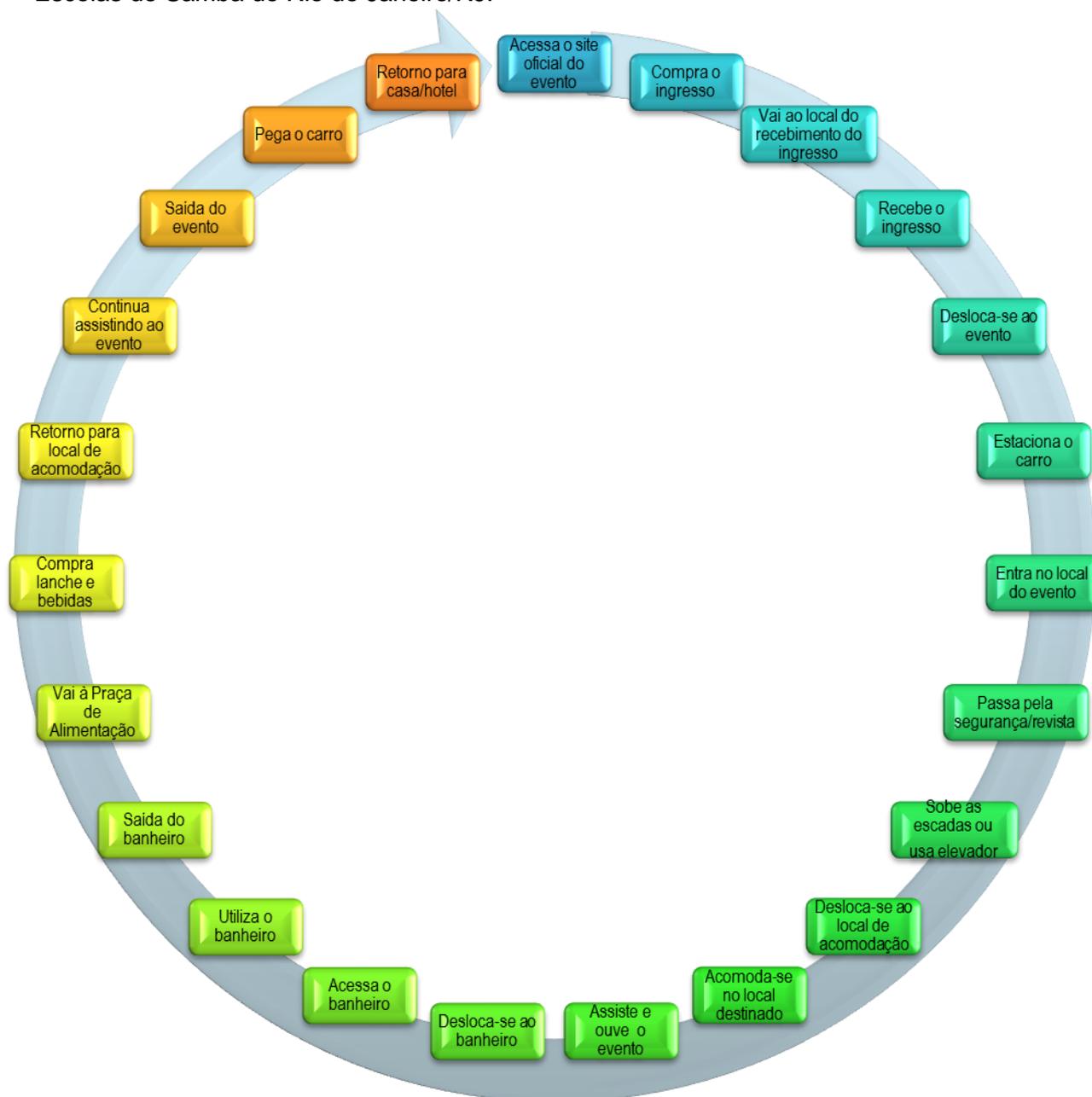
No festival de Parintins, esse momento da verdade só não foi tranquilo na primeira noite, pois devido à chuva forte e as ruas do entorno do Bumbódromo

ficarem interditadas, também estavam alagadas. A maioria do público que vai assistir à festa, retornou caminhando.

O vigésimo terceiro momento da verdade identificado foi *retorno para casa ou hotel*. O retorno para o local da hospedagem no Rio de Janeiro foi realizado de metrô, pois o mesmo no período do carnaval funciona 24 horas, além de ser mais seguro, ter o preço baixo e não enfrenta-se engarrafamento. Em Parintins o retorno foi realizado de triciclo. Não tinha ponto de táxi e nem taxista próximo ao Bumbódromo. Os entrevistados criticaram o preço dos transportes no município e também a falta de um ponto de táxi próximo ao local do evento.

No fluxograma a seguir é possível identificar com maior clareza o Ciclo de Serviços observados no Festival Folclórico de Parintins e o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro.

**Fluxograma 01:** Ciclo de serviços observados no Festival de Parintins/AM e Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ.



**Fonte:** Elaborado pela autora (2015).

Dessa forma, o ciclo analítico possui 23 (vinte e três) variáveis, as quais foram norteadoras para o desenvolvimento do estudo. Devido as variáveis serem amplas, encontra-se outros Momentos da Verdade entre as mesmas.

A seção seguinte, aborda a sistematização da comparação dos serviços do Festival de Parintins e do Desfile carioca.

### 4.3 Sistematização da comparação dos serviços oferecidos no Festival Folclórico de Parintins/AM e o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ

Nesta seção será apresentada a sistematização da comparação de todas as constatações deste estudo, os quais perpassam pelos serviços oferecidos nos dois eventos, suas principais características, a comparação da infraestrutura e espaço físico de ambos os eventos - o Bumbódromo e o Sambódromo. Apresenta-se ainda os seguintes quadros comparativos de ambos os eventos: evolução histórica, principais expressões utilizadas para identificar os elementos característicos e, de valores praticados nos serviços.

Dessa maneira, no quadro a seguir é possível observar e comparar, a partir da metodologia “Momento da Verdade”, uma síntese dos principais serviços oferecidos e a infraestrutura nos eventos Festival Folclórico de Parintins e o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro, sendo este segundo considerado pelo MTUR como o maior espetáculo cultural do Brasil.

De acordo com os organizadores de ambos os eventos, o objetivo dos serviços oferecidos aos clientes é o de proporcionar um nível satisfatório de qualidade antes, durante e pós-eventos. Entre os serviços observados estão desde o processo de compra dos ingressos até a saída do turista dos locais do evento (retorno para o local de sua hospedagem), conforme o quadro 29 apresentado abaixo.

**Quadro 29** – Sistematização comparativa dos serviços oferecidos no Festival Folclórico de Parintins/AM e o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ a partir da metodologia “Momento da Verdade”

| <b>SÍNTESE COMPARATIVA DOS SERVIÇOS DO FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS E DESFILE DAS ESCOLAS DE SAMBA DO RIO DE JANEIRO</b> |   |   |
|--|---|---|
| <b>SERVIÇOS OBSERVADOS</b>   | <b>FESTIVAL DE PARINTINS</b>  | <b>DESFILE DO RIO DE JANEIRO</b>  |
| <b>1. Site oficial do evento</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- O evento não possui um site oficial unificado;</li> <li>- Cada Boi Bumbá possui seu site: <a href="http://www.boicaprivoso.com">www.boicaprivoso.com</a> e <a href="http://www.garantido.com.br">www.garantido.com.br</a></li> <li>- No site dos bois não constam informações referente aos serviços oferecidos no evento, apenas informações artísticas do espetáculo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Site da LIESA <a href="http://www.liesa.globo.com">www.liesa.globo.com</a></li> <li>- No site estão disponíveis todas as informações necessárias para o cliente (data, horário e local do espetáculo), além da venda e distribuição dos ingressos de acordo com cada tipo de acomodação, orientações importantes do que é permitido e</li> </ul> |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   |  | proibido levar para dentro do Sambódromo;<br>- Possui a história do carnaval e do desfile, link das escolas de samba, curiosidades, centro de memória do carnaval e outros.  |
| <b>2. Venda do ingresso</b>                 | - Realizado por meio do site da Agência Operadora Tucunaré Turismo:<br><a href="http://www.tucunareturismo.com.br">www.tucunareturismo.com.br</a> em Manaus e Parintins;<br>- Venda feita somente por pacotes;<br>- Podem ser adquiridos até 5 ingressos por CPF<br>- Os ingressos só podem ser vendidos por pacotes para os três dias, não sendo permitida a venda individual.  | - Realizado pelo <i>call center</i> da LIESA: Tel: (21) 2233-8151 e operadoras de turismo confiáveis:<br><a href="http://www.camarotecarnaval.com">www.camarotecarnaval.com</a> ,<br><a href="http://www.rio-carnaval.net">www.rio-carnaval.net</a> e<br><a href="http://www.ticketrio.com.br">www.ticketrio.com.br</a> ;<br>- Pela LIESA, podem ser adquiridos até 5 ingressos por CPF;<br>- Pelas operadoras a compra dos ingressos não é limitada;<br>- Tanto pela LIESA quanto pelas operadoras, os ingressos podem ser adquiridos individualmente (por dia).  |
| <b>3. Local de distribuição do ingresso</b> | - Agência Tucunaré Turismo em Manaus e no município de Parintins.  | - Bilheteria do Sambódromo para quem compra no <i>call center</i> da LIESA;<br>- <i>Hospitality Desk</i> de hotéis estabelecidos pelas operadoras.   |
| <b>4. Entrega do ingresso</b>               | - A Agência Tucunaré Turismo em Manaus fica localizada no Edifício <i>Atlantic Tower</i> , próximo aos principais shoppings da cidade, sendo de fácil acesso;<br>- Atendimento organizado e eficiente.<br>- A agência em Parintins fica localizada no centro do município, sendo também de fácil acesso;<br>- Atendimento também organizado e eficiente;<br>- Para os convidados do Governo do Estado do Amazonas, os ingressos são entregues no <i>Amazon River Resort</i> ou distribuídos nos hotéis onde os mesmos estão hospedados;<br>- Os ingressos são de papel resistente e possuem código de barra;<br>- Capa de plástico transparente (proteção caso molhe o ingresso) e cordão personalizado acompanham o ingresso. | - A estrutura de bilheteria no Sambódromo facilita a organização das filas e o atendimento nos guichês de entrega. É organizada por setores, de 1 a 13 (conforme as arquibancadas, camarotes e frisas);<br>- Organização na estrutura de entrega montada pela <i>Bookers International</i> no Hotel Atlântico em Copacabana. Pré-atendimento utilizando a tecnologia de <i>palm top</i> ou <i>hand top</i> para confirmação do dia e horário da entrega do ingresso. Sinalização no chão do hotel indicando a recepção e secretaria de entrega. Confirmação do documento de identificação. Identificação do cliente com pulseira. Entrega do envelope com os ingressos e conferência dos mesmos;<br>- Os ingressos são de papel resistente e possuem código de barra e são semelhantes a um crachá<br>- Os ingressos não possuem a capa de plástico de proteção e devido à chuva forte em uma das noites, o ingresso foi danificado. |
| <b>5. Deslocamento ao local do evento</b>   | - Realizado através de táxi, moto táxi, triciclos, veículo particular ou a pé.   | - Realizado através de metrô, ônibus, táxi ou veículo particular.  |
| <b>6. Estacionamento</b>                    | Não possui área estabelecida   | Não possui área estabelecida (Possui apenas um terminal de ônibus de turismo)  |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p><b>7. Acesso ao local do evento</b></p>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Não há sinalização suficiente na cidade indicando o Sambódromo;</li> <li>- Não há recepcionistas/orientadores nas ruas informando e esclarecendo as dúvidas do público referente a localização do Sambódromo e acesso;</li> <li>- Sinalização nos portões de entrada do Sambódromo devidamente identificados com placas indicativas dos setores (arquibancada geral, cadeiras, camarotes) tanto do lado do Caprichoso quanto do lado do Garantido;</li> <li>- Segurança privada na entrada fazendo a revista do público dos camarotes, arquibancadas especiais e cadeiras, disponha de detector de metais portátil;</li> <li>- Polícia Militar fazendo a revista do público das arquibancadas gerais (galera) que tem entrada gratuita;</li> <li>- Presença da polícia militar dentro e no entorno do Sambódromo e no município inteiro;</li> <li>- Presença do corpo de bombeiros dentro do Sambódromo</li> <li>- Ambulâncias disponíveis para qualquer emergência na área externa da arena;</li> <li>- Ao entrar no Sambódromo e passar pela revista não foi distribuído nenhum livreto com o roteiro de apresentação dos bois e nem materiais de campanhas de conscientização. Somente nos hotéis e pousadas tinham folhetos (nos idiomas português, inglês e espanhol) da Secretaria de Segurança Pública do Estado orientando o público sobre comportamento e quais os direitos do cidadão ao ser abordado por um policial para uma revista.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- A cidade possui sinalização satisfatória com placas indicando o Sambódromo;</li> <li>Há recepcionistas/orientadores informando e esclarecendo as dúvidas do público desde as saídas dos metrô as entradas de acesso ao Sambódromo;</li> <li>- Sinalização nos portões de entrada do Sambódromo com placas indicativas dos setores pares e ímpares das arquibancadas, camarotes, frisas, cadeiras e boxes;</li> <li>- Cabines de detector de metais em todas as entradas (arquibancadas, camarotes, frisas, boxes e cadeiras);</li> <li>- Presença da Polícia Militar dentro e no entorno do Sambódromo;</li> <li>- Presença do corpo de bombeiros dentro do Sambódromo;</li> <li>- Ambulâncias disponíveis para qualquer emergência na área externa do Sambódromo.</li> <li>- Ao entrar no Sambódromo e passar pela revista foi entregue um livreto com roteiro dos desfiles da noite, com os dados das escolas e samba-enredo, além de materiais de campanhas de conscientização como: preservativos, abanador com mensagens de prevenção e sexo seguro, folheto do DETRAN-RJ com mensagens de conscientização “se beber, não dirija”.</li> </ul> |
| <p><b>8. Acessibilidade</b></p>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Possui rampa de acesso aos camarotes, 02(dois) elevadores;</li> <li>- Local reservado para cadeirantes;</li> <li>- Foi constatado o serviço de tradução em libras e de audiodescrição;</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Não existe rampa de acesso às arquibancadas. Possui elevadores e local reservado para cadeirantes;</li> <li>- Não foi constatado o serviço de tradução em libras ou de audiodescrição.</li> </ul>  |
| <p><b>9. Deslocamento até o local de acomodação</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Passagem pelas catracas e validação do ingresso;</li> <li>- Direcionamento ao local estabelecido realizado pelos recepcionistas (podendo ser feito pelas escadas ou elevadores).</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Passagem pelas catracas e validação do ingresso;</li> <li>- Não possui o direcionamento ao local estabelecido por recepcionistas (podendo ser feito pelas escadas e dependendo do setor pode ser feito pelos elevadores).</li> </ul>   |
| <p><b>10. Acomodação na arquibancada</b></p>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizada através da indicação do ingresso adquirido;</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizada através da indicação do ingresso adquirido;</li> </ul>   |

|  |   |  |
|--|---|--|
| <p><b>ou local determinado</b></p>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Camarotes exclusivos, climatizados, com serviço de <i>buffet</i>, banheiros diferenciados;</li> <li>- Arquibancada especial numerada com assentos confortáveis;</li> <li>- Somente a Arquibancada Geral “galera” não possui assentos;</li> <li>- Não foi constatada a comercialização de almofadas no entorno do Bumbódromo;</li> <li>- Somente os camarotes são cobertos;</li> <li>- Não foi constatada a comercialização de capas de chuva no entorno do Bumbódromo</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Camarotes exclusivos, climatizados, com serviço de <i>buffet</i>, banheiros diferenciados;</li> <li>- Arquibancadas não possuem assentos, logo não são numeradas e com o passar do tempo torna-se desconfortável;</li> <li>- São comercializadas almofadas nas entradas de todos os setores. As pessoas que já participaram do desfile anteriormente, levam suas próprias almofadas;</li> <li>- Somente o setor 9 (arquibancadas de turistas) são numerados;</li> <li>- As arquibancadas, boxes e cadeiras não possuem cobertura;</li> <li>- Somente os camarotes são cobertos;</li> <li>- São comercializadas capas de chuva nas entradas do Sambódromo;</li> </ul>                          |
| <p><b>11. Observação do espetáculo</b></p>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- A apresentação de cada Boi Bumbá dura aproximadamente 02h30, totalizando 5 horas por noite;</li> <li>- São 15 minutos no máximo de intervalo de uma apresentação para outra;</li> <li>- O espetáculo em alguns momentos acaba tornando-se cansativos;</li> <li>- Alguns momentos vagos na arena, em torno de 10 minutos devido à montagem e desmontagem das alegorias que são formadas em blocos;</li> <li>- Possui uma beleza cênica que empolga todo o público espectador</li> <li>- A participação do item “galera” no show é um espetáculo à parte;</li> <li>- Interação do item “galera” com o espetáculo que acontece no centro da arena;</li> <li>- Dependendo do local que espectador esteja acomodado, a estrutura de ferro da iluminação dificulta a visão do espetáculo;</li> <li>- Durante todo o período do evento é impossível realizar uma ligação telefônica ou acessar a internet.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- A apresentação de cada Escola dura aproximadamente 65 minutos, totalizando 6h30 por noite;</li> <li>- São 30 minutos no máximo de intervalo de uma apresentação para outra;</li> <li>- O espetáculo não se torna cansativo porque cada escola se apresenta em no máximo 85 minutos, o que acaba sendo imperceptível;</li> <li>- Possui uma beleza cênica que empolga o público espectador nos quesitos comissão de frente, alegorias e bateria;</li> <li>- Não há uma interação constante com o público durante o desfile, o momento mais empolgante é quando passa a bateria;</li> <li>- Durante o desfile fica impossível realizar uma ligação telefônica ou acessar a internet.</li> </ul> |
| <p><b>12. Sonorização e iluminação do espetáculo</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sonorização: realizada por empresa contratada. Funciona com qualidade, podendo ser ouvida de qualquer ambiente do Bumbódromo (inclusive alguns entrevistados reclamaram que o som estava muito alto);</li> <li>- Iluminação: o Bumbódromo é iluminado por refletores;</li> <li>- O espetáculo possui um serviço de iluminação diferenciado, mesa de</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sonorização: realizada por empresa contratada. Não funciona com qualidade durante todo o evento (em alguns momentos o som estava muito baixo e dependendo do setor de localização, não era possível escutar nada, mesmo com as caixas de som distribuídas em toda avenida). Houve falhas no som no primeiro dia do desfile do grupo</li> </ul>  |

|                                       |   |   |
|---------------------------------------|---|---|
|                                       | iluminação de ponta, pois faz parte da apresentação. Cada Boi-Bumbá usa na sua iluminação sua cor oficial.  | especial devido à chuva forte, prejudicando o espetáculo da escola Mangueira;<br>- Iluminação: o Sambódromo é iluminado por conta dos refletores e o espetáculo não possui um serviço de iluminação diferenciado.   |
| <b>13. Ida ao banheiro</b>            | - Somente possível em locais como: Arquibancada Especial, Camarotes e Cadeiras;<br>- Na Arquibancada Geral (galera) não há banheiros próximos.  | - Ida possível de todos os setores.   |
| <b>14. Acesso ao banheiro</b>         | - Devidamente sinalizados por placas e orientados por recepcionistas;<br>- Espaços limpos na medida do possível e organizados com os profissionais da limpeza presente;<br>- Quantidade de banheiros satisfatória, porém com filas grandes;<br>- A área externa do Sambódromo dispunha de banheiros químicos para o público.  | - Devidamente sinalizados por placas, mas não orientados por recepcionistas;<br>- Na arquibancada do setor 7 o ambiente era limpo porém com problemas de estrutura (paredes descascando, torneiras sem funcionar e com apenas 4 banheiros disponíveis, sendo 2 femininos e 2 masculinos);<br>- Na arquibancada do setor 4 o banheiro era reformado, porém com problemas de vazamento e entupimento dos vasos sanitários visíveis. Ambiente sujo, mesmo com os profissionais da limpeza presente. Quantidade de atendimento satisfatória, porém com filas grandes;<br>-A área externa do Sambódromo não dispunha de banheiro químico para o público. |
| <b>15. Saída do banheiro</b>          | - Saída possível para os locais como: arquibancada especial, camarotes e cadeiras;<br>- Na Arquibancada Geral não há banheiros próximos;<br>- Locais de acomodação devidamente identificados e orientados por recepcionistas.   | - Saída possível para todos os setores;<br>- Locais de acomodação devidamente identificados, mas, não orientados por recepcionistas.  |
| <b>16. Praça de alimentação</b>       | - Não há dentro do Sambódromo uma área específica para comercialização de alimentos ou praça de alimentação. Apenas dentro dos camarotes há o serviço de <i>buffet</i> contratado pelos clientes;<br>- Somente nos bares do Sambódromo são comercializados salgadinhos vendidos em porções pelos ambulantes, mas que não atende a todos, principalmente quem está na Arquibancada Geral da galera;<br>- Na área externa do Sambódromo havia poucos ambulantes vendendo bebidas e alimentação. | Tanto no setor par quanto no setor ímpar há uma praça de alimentação disponível com diversas lanchonetes, como <i>Bob's</i> , <i>Doggi's</i> e <i>Mister Pizza</i> ;<br>- Em todas as arquibancadas há uma lanchonete e um bar.<br>- Na área externa do Sambódromo havia muitos ambulantes vendendo bebidas e alimentação.  |
| <b>17. Venda de lanches e bebidas</b> | - Nem todos os vendedores estavam padronizados com a camisa do  | - Vendedores padronizados com a tabela dos preços disponível na   |

|   |  |   |
|---|--|---|
|   | evento;<br>- Lanches e bebidas não são armazenados adequadamente;<br>- Diferença de preço entre os vendedores, além de muito elevados;<br>- Alguns vendedores não queriam vender a cerveja à unidade, somente o balde.   | camisa;<br>- Lanches e bebidas armazenados adequadamente;<br>- Preço das bebidas e alimentação tabeladas, porém muito elevado.  |
| <b>18. Retorno para a arquibancada</b>        | - Retorno possível para os locais como: arquibancada especial e cadeiras;<br>- Na Arquibancada Geral não há bares próximos.  | - Retorno possível para todos os setores.   |
| <b>20. Saída do local do evento</b>           | - Locais devidamente identificados e orientados por recepcionistas;<br>- Fácil acesso.   | - Locais devidamente identificados, mas, não orientados por recepcionistas;<br>- Fácil acesso.  |
| <b>21. Estacionamento</b>                     | - Não há locais destinados para essa finalidade;<br>- O cliente deve caminhar para a rua e buscar opções de transporte (táxi, mototáxi, triciclos, veículo particular, ou ainda a pé);<br>- Para os clientes que adquiriam pacotes, a operadora disponibiliza o <i>transfer</i> através de vans ou microônibus para o local de hospedagem. | - Não há locais destinados para essa finalidade;<br>- O cliente deve caminhar para a rua e buscar opções de transporte (táxi, ônibus, metro, carro particular);<br>- Para os clientes que adquiriam pacotes ou ingressos pelas operadoras, as mesmas disponibilizam o serviço de <i>transfer</i> através de vans ou microônibus para o local de hospedagem. |
| <b>22. Retorno para o local da hospedagem</b> | - Em caso de compra de pacotes pelas operadoras de turismo, o <i>transfer</i> é feito até o local de hospedagem.<br>- Não há engarrafamento no entorno do Sambódromo.  | - Dependendo do pacote ou serviço adquirido, o <i>transfer</i> é feito até o local da hospedagem;<br>- O cliente que optar por voltar de ônibus, taxi ou carro particular enfrenta engarrafamento no entorno do Sambódromo.   |

Fonte: Elaborado pela autora (2015).

É pertinente destacar que, dos itens observados acima, outros elementos como: limpeza e distribuição de lixeiras, sinalização, segurança, infraestrutura da cidade, do aeroporto do município de Parintins, além do Sambódromo e Sambódromo e, preços da comercialização dos ingressos também são disponibilizados e analisados neste estudo, conforme a seguir.

### a) Limpeza

Os serviços de limpeza de Parintins são de responsabilidade da Prefeitura Municipal. A Prefeitura recebe um repasse de verba extra do Governo do Estado para aperfeiçoar a limpeza da cidade no período do evento. No entanto, foi observado nas duas fases da pesquisa de campo (antes e durante o evento), que a

cidade ainda é deficiente neste aspecto, tanto no período do festival quanto no período que o antecede e, no pós-evento.

Foi notória a constatação do excesso de lixo nas ruas, não somente nos bairros mais afastados do Bumbódromo, como também na área central onde acontece o evento. Em alguns lugares parecia um “lixão” a céu aberto e a cidade é deficiente ainda em saneamento básico. Foi verificada ainda a falta de lixeiras na cidade e dentro do Bumbódromo, o que foi percebido ainda pelo público espectador.

“Precisaria a meu ver uma preocupação maior com a limpeza, com a limpeza da cidade, do entorno, saneamento básico da cidade” (E11FA).

“A olho nu, se conseguissem juntar todo o lixo das ruas e do entorno do Bumbódromo daria toneladas” (E11FA).

“Tem a questão do lixo, não tem onde você jogar e as pessoas começam a jogar no chão e começa a empilhar tudo... são um hábito de jogar o lixo no lixo, mas sem lixeira também fica bem mais difícil” (E8WM).

“Na própria cidade não tem lixeira. Eu guardo o lixo no bolso... a cidade é rodada por um rio, aí então imagina como fica a poluição do rio” (E9MO).

“A prefeitura deixa muito a desejar no que tange a limpeza da cidade” (representante da Agência Tucunará Turismo).

No Bumbódromo foi verificada ainda a falta de lixeiras visíveis para o público jogar seu lixo, diferente do que foi constatado no Sambódromo no Rio de Janeiro. Foi verificada a presença da equipe de limpeza na arena, em serviço depois da apresentação de um dos bois, como mostra a imagem 43 a seguir.

**Imagem 43** – Equipe de limpeza na arena após a apresentação de um dos bois.



Fonte: SEC, (2015).

De acordo com a representante da Agência Tucunaré Turismo, a empresa contrata 700 colaboradores para atuarem no serviço operacional do evento, como por exemplo, na recepção, logística, limpeza, segurança, multimeios e outros. Cerca de 98% dessa mão-de-obra contratada é de moradores de Parintins. Desse total, 160 pessoas prestam serviço de limpeza.

Sobre o item limpeza foi lembrado pelos entrevistados e verificado neste estudo que a concentração da “galera” dos dois bois, ou seja, na entrada de acesso da arquibancada geral, onde há a gratuidade de entrada, há muito lixo deixado pelo público que está na fila esperando para entrar no Bumbódromo, conforme imagens 44 e 45 abaixo.

**Imagens 44 e 45** – Áreas de concentração da galera do Caprichoso (à esquerda) e da galera do Garantido (à direita), onde pode ser observada a presença de resíduos sólidos (como garrafas plásticas e sacos plásticos).

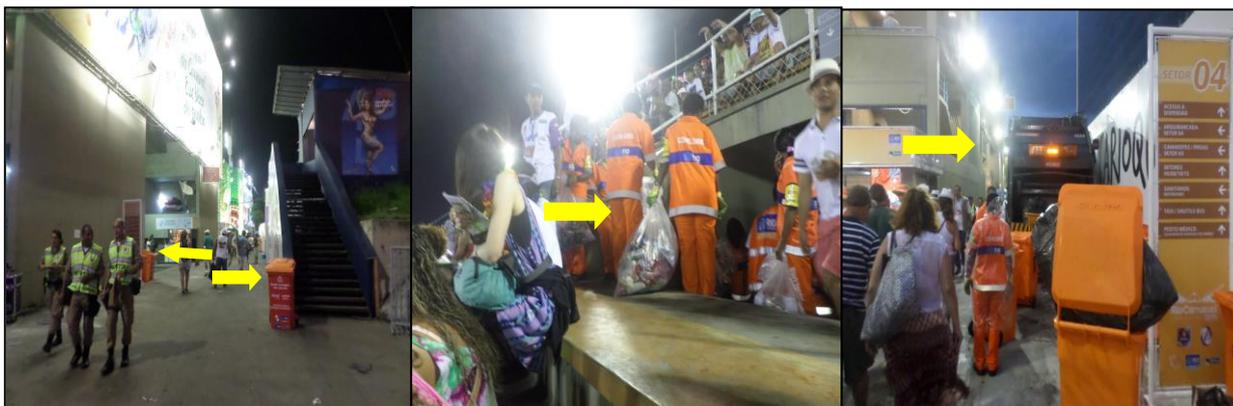


**Fonte:** Dados da pesquisa, (2015).

Os torcedores passam a formar a fila para adentrar na Arquibancada Geral do Bumbódromo por volta das 10 horas da manhã. Pelo fato de passarem o dia inteiro para garantir seu lugar, fazem todas suas refeições na fila, o que possibilita o acúmulo de lixo. Alguns chegam a dormir na fila desde o dia anterior para garantir sua entrada no evento. A situação, às vezes, chega a ser extremamente desconfortável.

Já no Sambódromo do Rio, por toda parte havia lixeiras visíveis para o público jogar o seu lixo. Os funcionários da equipe de limpeza do evento passavam nas arquibancadas com sacos plásticos de lixo abertos coletando-os. Além disso, o carro do lixo entra no local durante o evento para coleta dos resíduos, conforme pode ser observado nas imagens 46, 47, e 48 a seguir. Nenhum entrevistado questionou a limpeza do Sambódromo e da cidade carioca.

**Imagens 46, 47 e 48** – Lixeiras (à esquerda), equipe de limpeza coletando os resíduos (ao centro) e o carro de lixo fazendo a coleta dentro do Sambódromo (à direita).



Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

O que despertou a atenção no Sambódromo sobre esse serviço foi, que uma integrante da equipe da limpeza parava próximo ou em frente a um espectador para coletar o lixo ali exposto. Ela própria pedia para o indivíduo pegar o lixo no chão e jogá-lo no saco. Segundo informações de uma das colaboradas da equipe da limpeza, todos da equipe receberam treinamento específico para apenas passarem com o saco do lixo aberto, conscientizando o público para a manutenção da limpeza do local.

### **b) Sinalização**

A sinalização no Sambódromo é realizada pela Secretaria de Estado de Infraestrutura (SEINFRA) e pela Secretaria de Estado de Cultura (SEC), responsáveis pela administração do espaço.

Na opinião dos entrevistados, o Sambódromo está bem sinalizado. Possui placas no entorno informando sobre todos os acessos, tanto do lado do Caprichoso quanto do lado do Garantido. Dentro também possui sinalização satisfatória, sempre nos idiomas português, inglês e a língua indígena nheengatu (ver imagens 49 e 50 a seguir).

Nas fotos a seguir é possível observar a sinalização das placas de acesso (Camarotes dos Patrocinadores, Camarotes de Arena tipo 1 e 2, Camarote Lateral, Camarote Diretoria dos bois, Camarote Vip, Arquibancada Especial, Arquibancada Central e Cadeira Lateral tipo 1 e 2) que ficam localizadas na frente do Sambódromo. Todas as placas de sinalização oficiais do município de Parintins e do

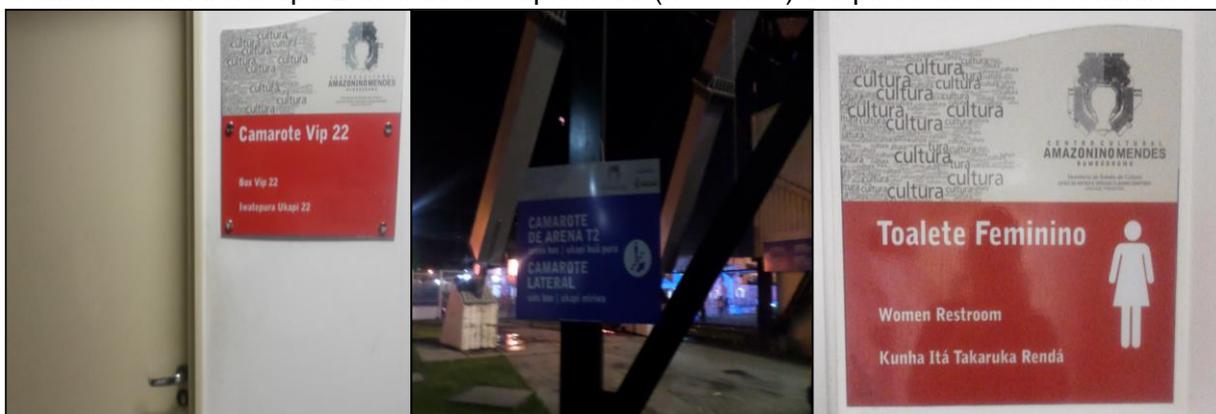
Bumbódromo são nas cores azul (representando o Boi Caprichoso) e vermelha (representando o Boi Garantido).

**Imagens 49 e 50** – Placas de sinalização da entrada principal do Bumbódromo. À esquerda (lado do Caprichoso) e à direita (lado do Garantido) indicando os principais acessos.



Apesar de ser dificultoso circular no interior do Bumbódromo, devido sua estrutura, pois em determinadas áreas parece um “labirinto”, o espaço é bem sinalizando, possui placas indicativas dos banheiros, dos acessos em toda sua extensão, conforme pode ser observado nas imagens 51, 52 e 53 a seguir.

**Imagens 51, 52 e 53** – Sinalização do camarote Vip do lado do Garantido (a esquerda), Camarote de Arena tipo 2 do lado do caprichoso (no centro) e a placa do toailete feminino.



Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

Sobre o item sinalização, os entrevistados questionaram que apenas a sinalização do município de Parintins, não é satisfatória e as poucas placas que existem já estão com as informações apagadas e escritas somente no idioma português.

Já o Sambódromo e a cidade do Rio de Janeiro são bem sinalizados e, nenhum entrevistado comentou algo negativo sobre o assunto. Todo o entorno do

local possui placas indicativas informando as entradas, que são distintas, de acordo com as imagens 54, 55 e 56 a seguir.

**Imagens 54,55 e 56** – Placas indicativas para acesso às entradas do Sambódromo do setor ímpar (de 01 a 13) à esquerda e no centro e, acesso dos setores 03, 05 e 07 à direita.



**Fonte:** Dados da pesquisa, (2015).

Apesar de nenhum entrevistado em Parintins ter citado algo negativo sobre a sinalização do Sambódromo, vale ressaltar que comparado ao Desfile do Rio de Janeiro, foi verificado que o festival tem uma deficiência em serviços de sinalização, pois a mesma é bem feita somente na área interna, externa do Sambódromo e no entorno dele. Caso algum turista que vai ao município assistir o evento pela primeira vez e fica hospedado distante do local do evento, provavelmente terá dificuldades de acesso ao Sambódromo, pois a sinalização da cidade deixa a desejar, conforme anteriormente comentado. Fora essa sinalização oficial do município apagada, não há nenhuma placa indicando o caminho de acesso ao Sambódromo.

Caso pudessem fazer semelhante com o desfile do Rio, apesar de ter haver a sinalização da cidade, a LIESA junto com a RIOTUR, disponibilizam ainda outras placas de sinalização dos acessos nos postes das principais avenidas paralelas ao Sambódromo, tanto no setor par, quanto no setor ímpar, conforme pôde ser observado nas fotos anteriores. Apesar da sinalização do Sambódromo ser satisfatória, a sinalização no Sambódromo é superior, uma vez que as placas são maiores, tornando-se mais visíveis para o público (verificar as imagens 57 e 58) indicando os acessos às arquibancadas, frisas e camarotes e a placa com identificação dos banheiros.

**Imagens 57 e 58** – Placas de sinalização dentro do Sambódromo, especificamente o setor 02 (à esquerda) e setor 04 (à direita).



Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

### c) Segurança

A respeito da segurança, em Parintins, os órgãos de segurança pública do Amazonas reforçam o policiamento no município e no Sambódromo no período do evento. Ao todo foram 06 (seis) órgãos atuantes no município neste ano de 2015, como o Corpo de Bombeiros, Polícia Militar, Secretaria de Segurança Pública, Polícia Civil, Polícia Federal e Casa Militar, totalizando 675 funcionários. Ao término do evento os funcionários retornam para Manaus e Parintins volta a funcionar com sua estrutura normal de policiamento. Esse serviço foi questionado negativamente pelos entrevistados. São contratados ainda 140 seguranças privados pela Agência Tucunará Turismo, que atuam na entrada de acesso do Sambódromo fazendo as revistas do público com detector de metais portátil e operam nos demais setores fazendo a segurança (ver a imagem 59). Tanto os seguranças privados quanto o policiamento público prestam a guarda na arena do Sambódromo.

**Imagem 59** – Segurança no Bumbódromo. Polícia Militar realizando revista da galera antes de entrar no Bumbódromo (à esquerda), seguranças privados fazendo a revista na entrada principal do Bumbódromo (ao centro) e a Polícia Militar prestando guarda ao público (à direita).



**Fonte:** Dados da pesquisa, (2015).

O Bumbódromo passou por uma reforma e ampliação no ano de 2012, sendo reinaugurado em 2013, como já mencionado anteriormente. Para maior segurança, as portas de acesso ao local foram alargadas e o prédio ganhou mais uma entrada e mais uma saída de emergência. Um novo sistema de prevenção contra incêndio e a sinalização das rotas de saída emergencial, com placas indicativas (ver imagens 60 e 61 a seguir) e luzes de emergência, foram instaladas a cada 15 metros em todos os corredores e camarotes. Na parte externa, placas informativas foram afixadas indicando as rotas de saída, em caso de emergência. Foi possível verificar ainda a presença do corpo de bombeiros no entorno da arena, equipados com os equipamentos de segurança (capacete, cadeirinha, luvas e cordas) atentos para qualquer situação de emergência no espetáculo (ver imagem 62, a seguir).

**Imagens 60, 61 e 62** – Placas indicativas com as saídas de emergência (à esquerda e ao centro) e a direita mostrando os bombeiros a postos no entorno da arena.

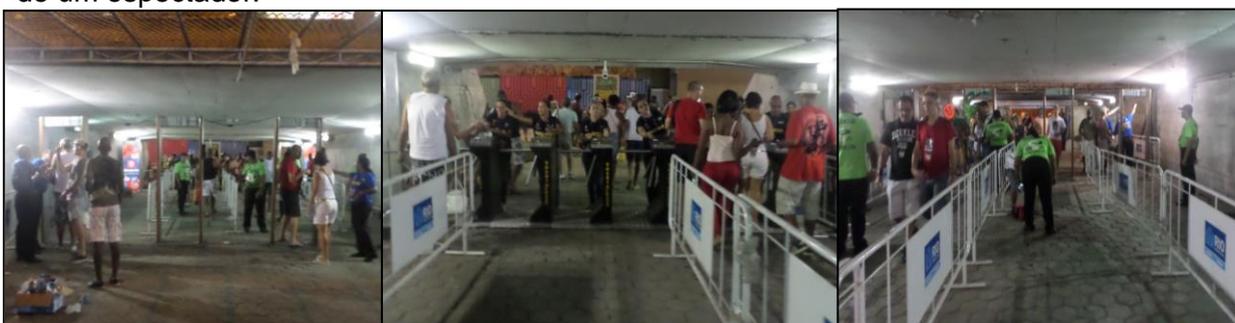


**Fonte:** Dados da pesquisa, (2015).

No Festival de Parintins não foi verificada nenhuma ação dos policiais ou seguranças em combate a alguma violência sofrida por algum visitante ou situação de furto ou roubo no Bumbódromo e nem na cidade. No Desfile do Rio, também foi possível verificar o policiamento no Sambódromo, no entorno e nas saídas dos metrô. A respeito da segurança nenhum entrevistado questionou negativamente o serviço.

Na entrada de todos os setores de acesso havia cabines com detectores de metais, câmera de segurança e as catracas de acesso. Era realizada ainda uma revista nas bolsas térmicas levadas pelo público, para conferência dos alimentos e bebidas que são permitidos adentrar no sambódromo (ver imagens 63, 64 e 65).

**Imagens 63, 64 e 65** – À esquerda é possível verificar o detector de metais. Na imagem 64 (no centro) as catracas eletrônicas e na imagem 65 (à direita) a revista sendo feita na bolsa de um espectador.



**Fonte:** Dados da pesquisa, (2015).

Vale ressaltar que, essa revista nas bolsas térmicas não era realizada com todo o público efetivamente. As pessoas eram abordadas para a revista aleatoriamente. Inclusive, após essa observação, na noite seguinte, foi realizado o teste pela pesquisadora ao entrar no Sambódromo para assistir ao espetáculo. Foi levada uma bolsa térmica com um número “x” de bebidas acima do permitido pela organização e gelo. A pesquisadora e outras pessoas que estavam na sequência não foram abordadas para revista da bolsa. Logo, nesse item, a revista é falha.

Todos os entrevistados afirmaram que viram a presença da polícia militar, dos guardas municipais, do corpo de bombeiros e dos seguranças privados, e afirmaram terem tido a sensação de segurança (ver imagens 66, e 67).

**Imagens 66 e 67** – Registro da polícia municipal (à esquerda) e do corpo de bombeiros da capital Rio de Janeiro (à direita).



Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

Não foi percebida nenhuma ação dos policiais combatendo uma situação de roubo ou furto ou até mesmo alguma caso de violência sofrida por algum espectador do desfile no Sambódromo, assim como não foi verificada nenhuma ação do corpo de bombeiros. Segundo informações de um dos entrevistados, residente no Rio de Janeiro, após o término do desfile na primeira noite, na estação do metrô Central do Brasil, houve um tiroteio.

#### **d) Infraestrutura**

Após a reforma, o Sambódromo de Parintins contou com a ampliação da capacidade de público que, antes era de 12.175 lugares e agora conta com 16.446 lugares. Ao todo, foram criados mais 4.291 novos lugares.

O novo Sambódromo recebeu novos sistemas de som e iluminação (ver imagem 68), além de instalações elétricas, hidráulicas e de esgoto.

**Imagem 68** – Estrutura metálica com o novo sistema de sonorização e iluminação.



**Fonte:** Dados da pesquisa, (2015).

Na opinião dos entrevistados, a iluminação do espetáculo está cada vez melhor, contribuindo para a beleza para o espetáculo.

“A iluminação deste ano foi bem trabalhada. Os bois souberam utilizar melhor os recursos de iluminação” (E6DP).

“A iluminação está perfeita! Eu conheço o festival há anos” (E10KS).

O Bumbódromo recebeu ainda na modernização, total adaptação interna e externa às condições de acessibilidade para pessoas com deficiência. Conta com rampas, dois elevadores, espaços reservados para deficientes físicos e auditivos, além de banheiros adaptados para cadeirantes e piso tátil desde a entrada de acesso ao Bumbódromo (ver imagens 69, 70). Durante as apresentações dos bois, são disponibilizados serviços de tradução em libras (ver imagem 71 a seguir).

**Imagens 69, 70, 71** – À esquerda é possível verificar a entrada do banheiro para os cadeirantes, na imagem 69 (à esquerda) o piso tátil na cor amarela, na imagem 70 (primeira foto à direita) a área de identificação reservada para cadeirantes e na foto 71 (à direita) o serviço de tradução em libras com a interpretação do intérprete.



**Fonte:** Dados da pesquisa, (2015).

Ao todo, 100 lugares são reservados para pessoa com deficiência, sendo 50 do lado do Caprichoso e 50 do lado do Garantido. Na opinião da maioria dos entrevistados, a infraestrutura do Bumbódromo é boa e, os mesmos reiteraram que possui uma boa sinalização. Vale ressaltar que somente o entrevistado E11FA, fez uma observação significativa com relação à infraestrutura “Eu fiquei preocupado com o formato da estrutura. Numa necessidade de evacuação às pressas, seria bem difícil, aconteceria uma fatalidade” (entrevistado E11FA).

O entrevistado se referiu ao “labirinto” que o Bumbódromo aparenta ser internamente, como mencionado anteriormente neste estudo e de repente numa situação de emergência, realmente seria complicada a circulação pelo mesmo.

No Bumbódromo falta uma infraestrutura adequada dos serviços de alimentos e bebidas, como mencionado anteriormente. Foi observado que os alimentos vendidos não ficam armazenados adequadamente. Por exemplo, neste ano, estavam sendo vendidos salgadinhos fritos (coxinhas, bolinhos de carne, pastel), servidos em prato descartável embalado com papel filme. Porém, eles ao invés de ficarem armazenados em isopores ou em caixas térmicas, para manter a temperatura dos alimentos, os pratinhos com os salgados ficavam encima do balcão dos bares e, nos setores da arena, ficavam encima das caixas de isopor das bebidas. Apesar disso, nenhum entrevistado questionou sobre o armazenamento dos alimentos e bebidas, questionaram apenas o alto preço vendido.

Ainda sobre os serviços de alimentos e bebidas, na arquibancada da galera, não é permitida a entrada do público no Bumbódromo com alimentos ou bebidas. A

organização do evento poderia permitir a entrada desses alimentos e/ou bebidas, com o estabelecimento de regras e fiscalização, semelhante ao que acontece no desfile carioca. Vale reforçar que, o público da galera começa a formar a fila cedo, conforme mencionado anteriormente. Além de que, não possui bares próximos a galera e o difícil acesso. O entrevistado E16PS afirmou que já foi assistir ao festival diversas vezes, de todas as acomodações do Bumbódromo e, destacou que assistir o evento da arquibancada da galera é complicado, pois “[...] depois que você entra no Bumbódromo é difícil de sair ou comprar alguma coisa e até mesmo ir ao banheiro”. Reforçou ainda o horário que o público começa a formar a fila, às 10 horas da manhã.

Já referente à infraestrutura do município de Parintins, na opinião de todos os entrevistados e pelo que foi observada, a cidade deixa muito a desejar. Não possui sinalização em outros idiomas, uma vez que a cidade recebe um fluxo de turistas internacionais mesmo que ainda pequeno durante a festa e fora do período do evento. Não possui ainda, lixeiras e há muito lixo jogado nas ruas. Em alguns lugares, foram visíveis lixeiras a céu aberto nas áreas mais vulneráveis e, além da cidade não possuir o saneamento básico. Todos os entrevistados destacaram essa questão da limpeza da cidade e a falta de lixeiras. O entrevistado E5SA destacou a má educação das pessoas “observei que não tem cesto de lixo, pelo menos eu não vi. Tendo as pessoas já são mal educadas e não tendo é muito pior, aí que jogam no chão mesmo” (E5SA). Foi destacado ainda a respeito das calçadas, que são estreitas.

Na entrevista com o representante da AMAZONASTUR, foi destacado que a limpeza da cidade e das lixeiras, já vem aparecendo nas pesquisas que a instituição realiza há alguns anos. A pesquisa é realizada durante a temporada de cruzeiros que o município recebe no evento Carnailha (carnaval) e durante o festival. O relatório da pesquisa é encaminhado para os órgãos competentes, no caso dessa questão da limpeza e lixeiras é de competência da prefeitura do município. “[...] é demandado isso a prefeitura, mas confesso que durante ao longo do tempo tivemos poucos avanços sobre isso, infelizmente” (representante da AMAZONASTUR). Não é competência da AMAZONASTUR instalar as lixeiras na cidade, mas “o município precisa de lixeira para todos, inclusive para o turista, afinal o mesmo também vai utilizar”, disse ainda o representante do órgão.

Em conversa com alguns residentes, foram relatados alguns dos problemas de infraestrutura do município: serviço de saúde precário, faltam remédios, segundo eles; a ineficiência do abastecimento de energia da termoeletrica do município; o racionamento de água cotidianamente; os serviços de telefonia e internet não funcionam regulamente. No período da festa, a situação de todos esses serviços se agrava. Destacaram ainda, a falta de oferta de emprego durante o ano inteiro, com exceção do período do festival. Inclusive, vale registrar neste estudo, a presença de vendedores ambulantes de outros municípios próximos a Parintins fazendo o comércio de seus produtos no período do festival.

Foi verificado um problema grave com a prestação dos serviços de atendimento nos hotéis, bares, restaurantes e lanches da cidade. São realizados no amadorismo. Tanto no período da festa, quanto fora da época do evento, falta qualidade no atendimento, treinamento e capacitação para essa mão-de-obra. A AMAZONASTUR reconheceu esse problema, mas informou que é realizado treinamento e capacitação com as pessoas que trabalham com esses serviços. Contudo, afirmou que a capacitação está defasada, devido à rotatividade dos funcionários. Por exemplo, hoje uma determinada pessoa que trabalha como recepcionista de hotel, e amanhã troca esse trabalho por qualquer outra oportunidade de trabalho que apareça. Na verdade não é prioridade ou “o querer” dessas pessoas trabalhar com o turismo no cotidiano, apenas no período do festival.

Contraopondo com todo esse discurso dos problemas que o município tem, a coordenadora de turismo afirmou que a função da prefeitura é organizar a infraestrutura da cidade para receber o visitante. Na verdade, o que é visível, é que a realidade do parintinense não condiz com o que é investido no evento. Pode-se perceber que, na verdade, o festival aquece a economia, mas pouco fica realmente no município.

Um ponto positivo observado e destacado por todos entrevistados, é que, mesmo diante de todo esse cenário crítico de infraestrutura e falta de oportunidade de trabalho, é percebível também que as pessoas são simples, acolhedoras e hospitaleiras. Outro ponto da infraestrutura observado e pontuado por dois entrevistados foi o aeroporto de Parintins, denominado “Júlio Belém” (ver imagens 72 e 73). Os entrevistados E5SA e E16PS comentaram do espaço físico do aeroporto, por ser pequeno e desconfortável. Descreveram que a sala de embarque é quente e desconfortável, não possui cadeiras suficientes e no período do festival

esse problema se agrava. A sala de desembarque também é pequena, quente e não possui a esteira para entrega das malas de viagem e os pertences dos passageiros.

**Imagens 72 e 73** – Na imagem 72 é possível verificar a fachada e o tamanho do aeroporto Júlio Belém (PIN). Na imagem 73 a entrada da sala de desembarque.



Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

Após o desembarque da aeronave, as malas de viagem e os pertences dos passageiros são organizados no chão da área externa do aeroporto para o farejamento dos cães da Polícia Federal, em busca de drogas e armas de fogo (ver imagens 74 e 75). O processo de entrega das malas de viagens e pertences dos passageiros também foi lembrado e verificado pelos entrevistados. O entrevistado E16PS descreveu como acontece:

“Como não tem a esteira para as malas ficarem passando, os funcionários das companhias aéreas gritam pelo nome do passageiro, pois além da sala ser pequena, os voos chegam lotados e todos ficam falando ao mesmo tempo na sala, é uma confusão! Coisa de louco! Sem nenhuma confirmação da identificação, qualquer pessoa que responder “sou eu” e pegar a bagagem” (E16PS).

**Imagens 74 e 75** – À esquerda as malas organizadas no chão no momento do farejamento dos cães. À direita é possível constatar a sala de desembarque lotada.



Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

Corroborando com os problemas de infraestrutura e serviços básicos do município de Parintins, como já abordado anteriormente, a Agência Tucunaré Turismo, afirmou que: “para amenizar a situação com nossos clientes, a empresa sempre cria uma organização paralela para os seus passageiros e clientes, para que os mesmos não sejam atingidos pela tal situação”, disse a diretora da empresa. Além disso, a empresa por também ser proprietária do Hotel Amazon River Resort e ser responsável pela terceirização de outros hotéis e pousadas, transporta de Manaus para Parintins, todos os alimentos e bebidas para abastecimento dos mesmos. Para a empresa, a infraestrutura precisa ser melhorada, principalmente o aeroporto e o porto da cidade. Pois, sem eles, não tem como acontecer o festival, afinal, são as portas de entrada e saída da cidade. Uma questão também importante foi verificada na pesquisa. Neste ano de 2015 o município não estava com os enfeites de bandeirinhas que antigamente dividia a cidade em duas cores, o azul e o vermelho. E essa situação foi percebida também pelos entrevistados, um deles relatou:

“Eu senti falta da cidade enfeitada. Antes as casas eram mais enfeitadas e pintadas nas cores da festa, azul e vermelho. Senti falta também das bandeirinhas enfeitando as ruas... a gente vem de fora e quer ver a realidade, o rústico. Isso empolga o visitante” (E4AP).

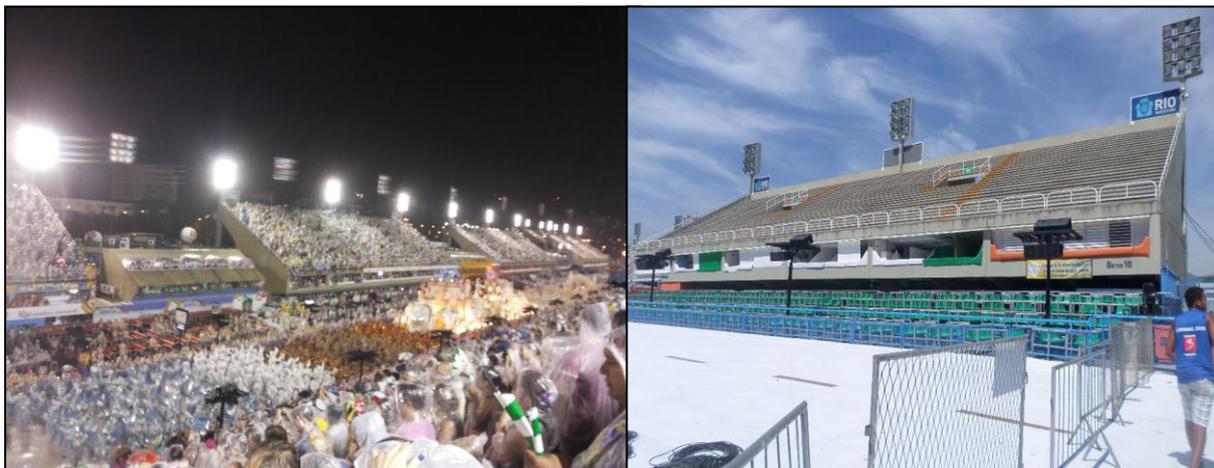
Estão perdendo essa tradição, e na verdade é um dos fatores que junto com a rivalidade dos bois chamam a atenção dos turistas e visitantes.

No Rio de Janeiro, o Sambódromo também contou com uma ampliação no ano de 2011, já visando os megaeventos esportivos como a Copa do Mundo no ano de 2014 e as Olimpíadas em 2016. A passarela do samba foi escolhida para receber as competições de tiro com arco e a chegada da maratona. Sua capacidade de público passou de 60.000 para 72.518 lugares. Foram construídas, mais 04 (quatro) arquibancadas do setor par, totalizando 12.518 novos lugares. O Sambódromo ganhou nesta reforma, a inclusão de acessos para portadores com deficiências, postos médicos, sala de segurança, áreas de serviço e um espaço destinado aos julgares dos desfiles das escolas de samba. Porém, há um detalhe importante nessa ampliação. Para construção dessas novas arquibancadas do setor par, o antigo prédio da cervejaria Brahma, que estava abandonado e ficava ao lado do Sambódromo, foi implodido. Muitas críticas surgiram, pois tratava de um bem tombado. Segundo a reportagem eletrônica da Revista de História (2012), o projeto da ampliação foi orçado em R\$ 30.000.000,00 reais (trinta milhões de reais),

custeado pela multinacional de bebidas Ambev, dona de parte do terreno para onde o Sambódromo foi ampliado. Em contrapartida, a empresa ganhou o direito de construir ao lado da Marquês de Sapucaí, um edifício comercial com um número de andares acima do limite estabelecido pelas leis municipais para a região. Nenhum dos entrevistados comentou algo negativo sobre a infraestrutura do Sambódromo. Entretanto foi percebida uma diferença na estrutura dos banheiros entre o setor ímpar e o setor par. No setor par, por ter sido construído e inaugurado em 2012, os banheiros são mais novos, amplos e organizados, tem uma aparência boa. Ainda sobre a ampliação do Sambódromo, a iluminação e sonorização do local também foram reformadas (ver imagens 76 e 77 a seguir).

O Sambódromo, a área de concentração das escolas e seu entorno estão melhores iluminados. Segundo informações no site da Prefeitura do Rio de Janeiro, toda iluminação da passarela passou por uma reforma completa de substituição de lâmpadas, refletores e consertos na estrutura dos postes de luz ao longo de todo o percurso. Foi a primeira reforma da iluminação nos últimos 10 anos. Ao todo, foram reformados 29 postes, 27 quadros de luz e 400 projetores que receberam lâmpadas de vapor metálico branco com potência de 2mil watts cada. O sistema de proteção contra raios também foi reformado. Como isso, o Sambódromo recebeu um aumento na luminosidade em 40%, o que hoje valoriza mais o desfile e a transmissão de TV. As novas arquibancadas receberam também caixas de som, que passam de 180 para 300 em todo o Sambódromo. Além do sistema das caixas de som, cada escola possui um carro de som de apoio, no qual os interpretes acompanham cantando o enredo. Mas vale ressaltar que, neste ano, foi verificado que nos primeiros 30 minutos do desfile da G.R.E.S. Mangueira, o sistema de som falhou por quatro vezes.

**Imagens 76 e 77** – À esquerda verificar-se os refletores iluminando a passarela. À direita observam-se as torres das caixas de som.



Fonte: Dados da pesquisa, (2015).

O Sambódromo conta ainda com serviço bancário do banco patrocinador do evento, o Bradesco; um Botequim do Samba com apresentação de artistas locais; lojas de lojas de vendas de *souvenires* com a marca oficial do carnaval, com a venda de camisas, chaveiros, canecas e outros produtos; além da sala de imprensa e quiosques de atendimento ao desfilante.

Com relação à infraestrutura da cidade do Rio de Janeiro, os entrevistados questionaram a respeito do engarrafamento no entorno do Sambódromo, tanto na chegada quanto no retorno para o hotel. Relataram ainda o preço alto na corrida de taxi, inclusive disseram que no retorno foi difícil conseguir um táxi desocupado e, os que se deslocaram da zona norte da cidade, afirmaram que o ar condicionado do metrô não estava funcionando.

No quadro 30 a seguir, é possível identificar algumas características dos espaços físicos Bumbódromo e Sambódromo.

**Quadro 30** – Comparativo das características do Bumbódromo de Parintins e do Sambódromo do Rio de Janeiro

| <b>COMPARATIVO DO ESPAÇO FÍSICO DO BUMBÓDROMO DE PARINTINS E DO SAMBÓDROMO DO RIO DE JANEIRO</b> |                                       |   |
|--|---------------------------------------|---|
| <b>ESPAÇO FÍSICO</b>   | <b>BUMBÓDROMO</b>                     | <b>SAMBÓDROMO</b>   |
| <b>Capacidade</b>  | - 16.446 mil pessoas                  | - 72.518 pessoas  |
| <b>Área de apresentação</b>  | - Arena                               | - Pista de 700 metros/<br>passarela                           |
| <b>Museu</b>   | - Não possui                          | - Possui o Centro de Memória do Carnaval na Praça da Apoteose |
| <b>Ano de inauguração</b>  | - 1988                                | - 1984  |
| <b>Ano de Reinauguração / Modernização</b>   | - 2013<br>(Construção dos camarotes e | - 2012<br>(Construção do setor par).                          |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | implantação do novo sistema de sonorização e iluminação, adaptação para portadores com deficiência). |  |
|--|--|--|

Fonte: Elaborado pela autora (2015).

### e) Particularidades dos dois eventos

Nos dois eventos estudados foram verificadas as particularidades que compõe os espetáculos. Suas particularidades estão oficialmente descritas nos seus regulamentos, como mencionado na seção 4.1 deste estudo. No quadro 31 a seguir é possível identificar e comparar as principais características entre os eventos, observando a grandiosidade dos mesmos.

**Quadro 31** – Comparativo das particularidades do Festival Folclórico de Parintins e do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro

| <b>COMPARATIVO DAS CARACTERÍSTICAS DO FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS E DO DESFILE DAS ESCOLAS DE SAMBA DO RIO DE JANEIRO</b> |  |   |
|--|--|---|
| <b>CARACTERÍSTICAS</b>   | <b>FESTIVAL DE PARINTINS</b>   | <b>DESFILE</b>  |
| <b>Nº de participantes</b>   | - 3.000 brincantes cada associação folclórica  | - Mínimo de 2.500 componentes cada escola<br>- Máximo de 4.000 componentes cada escola  |
| <b>Crítérios de número de participantes</b>  | - Tribos indígenas: mínimo 04 e máximo de 11 tribos (mínimo de 20 integrantes por tribo);<br>- Tuxauas: 03;<br>- Vaqueirada: mínimo 35 e máximo de 40 integrantes;<br>- Ritual indígena: 01;<br>- Lenda Amazônica: 01;<br>- Figura típica regional: 01 | - Ala das baianas: mínimo 70 baianas;<br>- Comissão de frente: mínimo 10 e máximo de 15 componentes;  |
| <b>Alegorias</b>   | - Desfile com alegorias inéditas   | - Desfile com alegorias inéditas:<br>Mínimo 05<br>Máximo 07   |
| <b>Tempo de apresentação de cada boi e cada escola</b>   | - Mínimo de 02h<br>- Máximo de 02h30   | - Mínimo de 65 minutos<br>- Máximo de 85 minutos  |
| <b>Nº de itens / quesitos julgados</b>   | - 21 itens   | - 09 quesitos   |
| <b>Números de Jurados</b>  | 10<br>(03 por bloco e 01 Presidente do Júri)   | 36<br>(04 por quesito)  |
| <b>Material entregue para cada Jurado</b>  | - Caderno de votação;<br>- Roteiro de apresentação de cada boi-bumbá;<br>- Material de escritório (envelope, papel para rascunho e caneta esferográfica na cor verde).   | - Um exemplar do livro: "Enredos do Carnaval 2015"; - Dois exemplares do livro "Abre-Alas" (contendo os dados de cada uma das agremiações desfilantes, nos dois dias de carnaval);<br>- Material de escritório (bloco para rascunho, lápis, canetas, apontador, borracha, cola etc.). |
| <b>Concessão de notas</b>  | Mínimo 8,0   | Mínimo 9,0  |

|                                     |  |                         |
|-------------------------------------|--|-------------------------|
|                                     | Máximo 10,0  | Máximo 10,0             |
| <b>Nº de integrantes na bateria</b> | Não possui número um mínimo de integrantes na bateria ou marujada registrados no regulamento | Mínimo de 200 ritmistas |

**Fonte:** Elaborado pela autora (2015).

As apresentações dos Bois Caprichoso e Garantido e os Desfiles de Escolas de Samba obedecem aos modelos estabelecidos pelos regulamentos elaborados para cada evento, tanto nos elementos fundamentais como nos critérios de avaliação. Levando-se em conta que se trata de eventos reconhecidos nacionalmente e internacionalmente. Sendo assim, considera-se relevante sistematizar o processo de formação das associações folclóricas e das agremiações em Parintins e Rio de Janeiro (ver quadro 32), fazendo um paralelo com o processo evolutivo de cada evento, chegando até a construção do Sambódromo e do Bumbódromo em ambas as cidades.

**Quadro 32** – Quadro evolutivo do Festival Folclórico de Parintins e do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro

| <b>QUADRO EVOLUTIVO DO FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS E DO DESFILE DAS ESCOLAS DE SAMBA DO RIO DE JANEIRO</b> |   |  |
|---|---|--|
| <b>EVOLUÇÃO</b>   | <b>FESTIVAL DE PARINTINS</b>                                  | <b>DESFILE</b>   |
| <b>Ano de criação oficial da festa</b>  | - 1966  | - 1932   |
| <b>Primeira transmissão pela TV</b>   | - 1994 pela Rede Amazônica de Televisão, afiliada da TV Globo | - 1960 pela TV Continental (extinta)                       |
| <b>Anterior local de apresentação</b>   | - Nas ruas do município de Parintins                          | - Na Praça Onze, Avenida Presidente Vargas                 |
| <b>Atual local de apresentação</b>  | - Bumbódromo ou Centro Cultural Amazonino Mendes              | - Sambódromo ou Passarela do Samba Professor Darcy Ribeiro |
| <b>Associação / Agremiação com maior número de títulos</b>  | - Associação Folclórica Boi Bumbá Garantido, com 30 títulos.  | - G.R.E.S. Portela, com 21 títulos.                        |

**Fonte:** Elaborado pela autora (2015).

O Festival de Parintins e o Carnaval do Rio são atrações para os turistas se reunirem em eventos de festa e dança. Cada escola e cada bumbá convidam o público a vibrar com o ritmo do samba e da toada, com seus próprios sambas e enredos. As apresentações resumem verdadeiramente o jeito de viver do carioca e do parintinense e possuem diversos elementos, os quais são bases para os jurados pontuarem cada escola e cada associação folclórica. No que se reporta às expressões utilizadas para denominar os itens que compõem as apresentações, é possível identificar no quadro 33 a seguir, as principais expressões utilizadas para

denominar os itens ou elementos que fazem parte das apresentações em ambos os eventos.

**Quadro 33** – Comparativo das expressões utilizadas para identificar os elementos do Festival Folclórico de Parintins e do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro

| <b>EXPRESSÕES UTILIZADAS PARA IDENTIFICAR OS ELEMENTOS DO FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS E DO DESFILE DAS ESCOLAS DE SAMBA DO RIO DE JANEIRO</b> |                              |                         |
|--|------------------------------|-------------------------|
| <b>EXPRESSÕES UTILIZADAS: ELEMENTOS DOS ESPETÁCULOS</b>  | <b>FESTIVAL DE PARINTINS</b> | <b>DESFILE</b>          |
| <b>Integrantes</b>   | Brincantes                   | Componentes             |
| <b>Categorias de julgamento</b>  | Itens                        | Quesitos                |
| <b>Corpo musical</b>   | Marujada e Batucada          | Bateria                 |
| <b>Letra e música</b>  | Toadas                       | Samba-Enredo            |
| <b>Intérprete</b>  | Levantador de Toadas         | Puxador                 |
| <b>Cenário</b>   | Alegoria                     | Carro-Alegórico         |
| <b>Vestimenta</b>  | Fantasia                     | Fantasia                |
| <b>Destaque feminino</b>   | Cunhã-Poranga                | Rainha da Bateria       |
| <b>Musa</b>  | Rainha do Folclore           | Musa da Escola de Samba |
| <b>Torcida</b>   | Galera                       | Torcida                 |
| <b>Organização dos brincantes/seções</b>   | Tribos                       | Alas                    |
| <b>Adereço</b>   | Adereço                      | Adereço                 |
| <b>Principais componentes</b>  | Destaque                     | Destaque                |
| <b>Identificação da entidade</b>   | Associação Folclórica        | Grêmio Recreativo       |
| <b>Elemento que apresenta o espetáculo para o público</b>  | Ritual Indígena              | Comissão de Frente      |
| <b>Pavilhão da entidade</b>  | Porta-Estandarte             | Porta-bandeira          |
| <b>Símbolo</b>   | Boi-Bumbá                    | Carro Abre-Alas         |
| <b>Tradição do espetáculo</b>  | Vaqueirada                   | Ala das Baianas         |

Fonte: Elaborado pela autora (2015).

É pertinente observar no quadro acima que tanto o Festival de Parintins, como o Carnaval do Rio de Janeiro possuem os mesmos elementos quase que em sua totalidade, os quais têm a sua importância, significados e expressões próprias para definir os componentes de suas apresentações.

Além disso, foi possível visualizar nos quadros anteriores que o Festival de Parintins passou, e ainda se encontra, em um processo evolutivo, com crescimento significativo nos investimentos financeiros por parte dos órgãos públicos e privados, os quais são necessários para se realizar um espetáculo realmente grandioso, especialmente se comparado com o desfile do Rio de Janeiro, o qual sempre foi o paradigma desse evento.

No entanto, mesmo com uma apresentação mais modesta que o da capital fluminense, não se pode deixar de ressaltar sua importância, já que movimentava grande parte da população de Parintins e dos municípios do entorno, além de uma soma significativa de recursos de turistas e visitantes que participam do festival.

Destaca-se ainda que apesar da grandiosidade e beleza cênica dos espetáculos, os valores e preços praticados para participação no Festival de Parintins são considerados como fator negativo e que de certa maneira inviabiliza a ampliação do número de turistas para o município de Parintins, uma vez que o acesso ao município é feito somente por via aérea ou fluvial. Quanto ao Carnaval do Rio de Janeiro, apesar do acesso aéreo ou rodoviário, ainda é mais atrativo em relação aos valores para participação no Festival de Parintins. No quadro 34 a seguir é possível identificar alguns valores praticados por ambos os eventos.

**Quadro 34 – Comparativo de valores para participação no Festival Folclórico de Parintins e do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro no ano de 2015**

| <b>VALORES PRATICADOS NO FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS E DESFILE DAS ESCOLAS DE SAMBA DO RIO DE JANEIRO NO ANO DE 2015</b> |  |  |
|---|--|--|
| <b>MÉDIA DE PREÇOS DE SERVIÇOS</b>  | <b>FESTIVAL DE PARINTINS</b>   | <b>DESFILE</b>   |
| <b>Passagem aérea</b>   | (Manaus/Parintins/Manaus) <sup>14</sup><br>R\$ 1.300,00 com taxa de embarque   | Manaus/Rio/Manaus<br>R\$ 1.196,00 com taxa de embarque <sup>15</sup>   |
| <b>Hospedagem</b>   | R\$ 240,00 a R\$ 1.500,00 durante 3 dias de hospedagem.<br>Pousada categoria simples, por pessoa sem café da manhã.  | R\$ 780,00 durante 3 dias de hospedagem com café da manhã.<br>Hotel categoria 2 estrelas.  |
| <b>Ingressos</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arquibancada Geral é gratuita.</li> <li>- Cadeira de Arena Tipo 2: R\$ 600,00;</li> <li>- Cadeira de Arena Tipo 1: R\$ 820,00;</li> <li>- Arquibancada Especial: R\$ 800,00;</li> <li>- Arquibancada Central: R\$1.050,00;</li> </ul> <p>- Todos os ingressos são referentes às 03 (três) noites de espetáculo.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arquibancada popular: R\$ 10,00;</li> <li>- Arquibancada turística: R\$ 500,00;</li> <li>- Arquibancada especial: R\$ 320,00;</li> <li>- Cadeiras individuais: R\$ 180,00;</li> <li>- Frisas e boxes: R\$ 1.800,00 a R\$ 7.800,00;</li> </ul> <p>(Preços dos ingressos vendidos pela LIESA)</p> <p>- Todos os ingressos são referentes a 01 (uma) noite de desfile do grupo especial.</p> <p>- Com exceção dos camarotes, todos os ingressos para os outros setores podem ser adquiridos com o pagamento de meia-entrada.</p> |
| <b>Pacote Turístico</b>   | <b>Pacote Bate e Volta por pessoa</b><br>R\$ 1.750,00 + taxas de embarque, que inclui (passagem aérea Manaus/  | Pacotes por pessoa para (04) quatro noites, com café da manhã e taxas, sem o custo dos   |

<sup>14</sup> Vale ressaltar que para o turista quem vai de fora do Estado do Amazonas ainda tem a despesa de mais uma passagem aérea, partindo do seu local de origem / Manaus / Parintins / Manaus / destino de origem.

<sup>15</sup> Valores identificados no site da Gol, durante o período de realização dos eventos. Disponível em: [www.voegol.com.br](http://www.voegol.com.br)

|   |   |  |
|---|---|--|
|   | <p>Parintins/Manaus). Saindo de Manaus às 17h e retornando às 03h.<br/>Transfer em Parintins – Aeroporto/City Tour/ Amazon River/ Bumbódromo/Aeroporto.<br/>Jantar no Hotel Amazon River e ingresso para assistir ao Festival;</p> <p><b>Pacote Pousada Millenium por pessoa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apartamento Single – R\$ 5.320,00 + taxas de embarque</li> <li>- Apartamento Duplo – R\$ 3.980,00 + taxas de embarque</li> <li>- Apartamento Triplo – R\$ 3.460,00 = taxas de embarque.</li> <li>- Pacotes incluem (passagem aérea Manaus/ Parintins/Manaus, hospedagem no período do festival, café da manhã, Transfer IN/OUT (Aeroporto/Pousada/Aeroporto) e ingressos para as 3 noites do festival)</li> </ul> | <p>ingressos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Pacote Aeroporto Othon</b><br/>A partir de R\$ 2.606 por pessoa, s/ o custo de ingresso;</li> <li>- <b>Pacote Atlântico Business Center</b><br/>R\$ 3.547 por pessoa, s/ o custo de ingresso;</li> <li>- <b>Pacote Lancaster Othon</b><br/>R\$ 4.736 por pessoa, s/ o custo de ingresso;</li> <li>- <b>Pacote Rio Othon Hotel</b><br/>R\$ 7.015 por pessoa, s/ o custo de ingresso.</li> </ul> |
| <b>Transporte</b>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Táxi: R\$ 30,00 (Centro/bumbódromo)</li> <li>- Moto táxi: R\$ 6,00 (Centro/bumbódromo)</li> <li>- Triciclo: R\$ 7,00 (Av. Amazonas/ bumbódromo)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Transfer Privado pela <i>Bookers International</i>: R\$: 198,00 por pessoa (ida e volta, distância – Copacabana/ sambódromo/Copacabana)</li> <li>- Táxi: R\$ 130,00 somente 01 (um) trecho (distância – Copacabana/ sambódromo)</li> <li>- Metrô: R\$ 3,50 somente 01 (um) trecho</li> <li>- Ônibus: R\$ 3,40 (um trecho)</li> </ul>  |
| <b>Alimentos e Bebidas no local do evento</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Porção de salgadinhos de trigo com molho rose: R\$ 10,00</li> <li>- Cerveja: R\$ 7,00</li> <li>- Refrigerante: R\$ 6,00</li> <li>- Água: R\$ 5,00</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sanduíche Bob's: R\$ 12,00</li> <li>- Cachorro quente Bob's: R\$ 7,00</li> <li>- Salgadinho Doritos: R\$ 10,00</li> <li>- Salgadinho Fandangos: R\$ 10,00</li> <li>- Batata Ruffles: R\$ 10,00</li> <li>- Biscoito Globo: R\$ 5,00</li> <li>- Cerveja: R\$ 7,00</li> <li>- Skarloff Ice: R\$ 10,00</li> <li>- Energético: R\$ 15,00</li> <li>- Refrigerante: R\$ 6,00</li> <li>- Água: R\$ 5,00</li> </ul>          |

**Fonte:** Elaborado pela autora (2015).

No quadro acima é possível observar que os valores de ingressos e passagens aéreas para Parintins são os itens que mais encarecem o deslocamento para o município. Entretanto, para os turistas que desejam fazer o deslocamento via fluvial, também pode ser surpreendido com os valores praticados pelos proprietários das embarcações. Os valores dos camarotes em barcos vendidos podem chegar a até R\$ 2.500,00 reais, já para dormir no salão do barco e na rede, o valor pode sair por R\$ 250,00 reais e o valor das passagens de lancha variam de R\$ 220,00 a R\$

300,00, dependendo da lancha e do tempo de viagem. Todos os entrevistados em Parintins criticaram os preços praticados no festival, conforme pode ser observado nas falas abaixo:

“O custo da alimentação é muito caro, as pessoas da cidade parece que perdem o senso do preço” (E12JK).

“O preço todo ano aumenta, não vejo a qualidade do serviço melhorar” (E10KS).

“É muito caro desde a passagem para se deslocar de Manaus a Parintins, seja de avião ou de barco, e a lancha a jato também fica muito caro no período da festa” (E10KS).

“As acomodações são caríssimas, diárias absurdas para o nível das acomodações, extremamente modestas” (E12JK).

“Os preços cobrados para ir até a ilha são muito caros, tanto de barco, quanto de avião. Uma passagem de ida para Parintins de avião não sai por menos de R\$ 800,00 reais e, de barco também é caro” (E16PS).

“[...] as suítes são péssimas e os preços exorbitantes. Tem cidadão cobrando mais de 1.200 reais por três noites numa suíte que não oferece um pingão de conforto” (E16PS).

“Os preços dos ingressos para as três noites são muito caro. Além de que os ingressos não são vendidos individuais, você é obrigado a comprar para as três noites. E as vezes você não quer assistir as três noites, e não tem essa possibilidade” (E16PS).

“A revisão dos preços é um ponto principal, tem que ser revisto. Como eu já vou há vários anos, eu percebo que nesses dois últimos anos diminuiu o fluxo de turistas e visitantes, acredito que isso já é um reflexo não só da crise que estamos vivendo, mas do preço que é cobrado para assistir ao festival, são muito caros” (E16PS).

O alto preço dos valores praticados durante o festival tem sido um fator preocupante e constantemente discutido no município. No final do mês de abril deste ano, aconteceu uma audiência pública na Câmara dos Vereadores da cidade e, estiveram presente: vereadores, diretoria dos Bois Garantido e Caprichoso, Secretaria Municipal e Estadual de Cultura, Delegacia Fluvial, empresas responsáveis pela logística da festa, associações e movimento “Pelo bem do Festival de Parintins”. Foi discutido que há cada vez mais uma redução no número de visitantes no Festival, a falta de estrutura para receber o turista, a desvalorização do artista parintinense no município e o corte de recursos destinados ao festival.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se analisar com esse estudo o nível de qualidade dos serviços prestados no Festival Folclórico de Parintins / AM, comparado com um evento de grande porte e consolidado no Brasil, com padrão de qualidade e excelência, o Desfile das Escolas de Samba / RJ.

O objetivo geral e fio condutor de todo esforço da pesquisa foi analisar os atributos da qualidade dos serviços no Festival Folclórico de Parintins/AM e mostrar como se encontra o nível de qualidade do evento na visão dos participantes que consumiram os serviços do mesmo.

Para esse propósito pretendeu-se atingir os seguintes objetivos específicos: caracterizar o Festival Folclórico de Parintins/AM e o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ; identificar e analisar os atributos de qualidade de serviços do Festival Folclórico de Parintins/AM e Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro/RJ, utilizando-se a técnica Momento da Verdade e comparar as semelhanças e diferenças do Festival Folclórico de Parintins/AM com o Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (RJ), de acordo com os atributos de qualidade dos serviços identificados e analisados.

Primeiramente foi realizado uma caracterização de cada evento, afim de analisar o funcionamento de cada um. Na sequência os atributos da qualidade dos serviços foram identificados e analisados e, por fim foi feita a comparação dos serviços para verificar os pontos positivos e negativos de cada um.

Ao identificar e analisar a qualidade dos serviços oferecidos no desfile, percebeu-se algumas falhas e a baixa qualidade em alguns pontos. Primeiro, o serviço de compra e venda dos ingressos pela LIESA por exemplo, foi o serviço mais mal avaliado, inclusive por todos os entrevistados, sem exceção. Apesar de ser via *call center* não é informatizado, além da demora no atendimento da ligação, e por possuir uma burocracia intensa via fax no processo de compra e venda, não pode ser utilizado a opção de pagamento via boleto bancário ou transação online, apenas depósito em conta corrente; Segundo, a fragilidade do material do ingresso impresso que não é de qualidade e, como em um dos dias do desfile choveu, e apesar do uso da capa de chuva, o ingresso molhou e foi danificado, impossibilitando o espectador a retornar ao seu local de origem, uma vez que era permitido a entrada e saída do sambódromo, bastava passar o código de barras do

ingresso no leitor da catraca; Terceiro, a acomodação na arquibancada que é desconfortável, o espectador senta no chão de concreto, ou seja, nos degraus e, dessa forma para seu conforto o espectador improvisa levando de sua casa um travesseiro ou adquirindo-o na entrada do local. Vale ressaltar que o evento é de grande relevância para o Rio de Janeiro e o maior número de público do desfile fica acomodado no setor de arquibancada, logo pensar no conforto do mesmo ou em uma adequação na infraestrutura elevará o nível de qualidade; Quarto, a sonorização do evento apresentou muitas falhas durante o espetáculo, muitos cortes no som. Algumas escolas passaram mais de cinco minutos sem som, além do volume do som ser baixo e todos os entrevistados reclamaram sobre esse serviço; Quinto, na infraestrutura do sambódromo, foi perceptível que os banheiros apresentavam problemas de entupimento nos vasos, deixando-os alagados e com mal cheiro. A organização precisa estar mais atenta aos detalhes sobre essa questão de infraestrutura do local do evento. Afinal o turista, o espectador ou cliente não vão ao espetáculo para assistir apenas uma escola de samba desfilando, pelo contrário, assistem o desfile de todas as escolas, logo, refletir sobre o assunto e resolver ou minimizar esses problemas enriquecerá ainda mais o evento.

Os atributos de qualidade identificados no desfile em relação a Parintins foram: a organização e unificação das instituições LIESA e LIERJ representando as escolas de samba do grupo especial e da série A; a organização e clareza no site das mesmas; a organização, fiscalização e cumprimento da LIESA e LIERJ referente ao espetáculo, com disposições importantes dispostas no regulamento, como por exemplo, os deveres e obrigações de cada escola de samba, que se não cumpridos há penalidades de pagamento de multas e isso faz com que as escolas se organizem, possuem comissões de organização para desempenho de um bom espetáculo. A organização das praças de alimentação e da venda de alimentos e bebidas pelo ambulantes onde todos estavam uniformizados e identificados com crachás. Além da identificação da tabela dos preços dos produtos exposto na frente e no verso da camisa dos mesmos. A diversidade e a qualidade dos alimentos vendidos, além do armazenamento dos mesmos foi percebida. A cordialidade no atendimento dos prestadores de serviços. A disponibilidade de compra de ingressos por noite de espetáculo. A disponibilidade da compra de ingresso por mais de uma operadora. A segurança da compra dos ingressos com as operadoras. A limpeza do local, a distribuição das lixeiras e o fácil acesso ao local do evento e a segurança.

Já em Parintins, ao identificar e analisar a qualidade dos serviços oferecidos na pesquisa de campo, apesar da grandiosidade e da relevância do evento percebeu-se que a qualidade está abaixo do esperado. As falhas e descontentamento dos entrevistados em relação ao evento foram: Primeiro, a ausência de fiscalização e cumprimento das obrigações e deveres dos bois quanto ao espetáculo, por exemplo, no regulamento do festival não possuem penalidade de pagamento de multa caso um dos bois não cumpram algum artigo disposto. A ausência de um artigo no regulamento que obrigue as duas associações folclóricas caprichoso e garantido a dispersarem suas alegorias para seus barracões no final de cada noite de apresentação. O evento não possui um site oficial unificado que permita aos turistas a pesquisa sobre os preços e o funcionamento do festival para que os mesmos possam planejar-se para ida ao festival de Parintins. O site oficial com informações da compra e venda de ingressos é da empresa licitada para operacionalizar no evento. Logo isso pode implicar futuramente no processo de compra e venda dos ingressos. A falta de lixeiras, a limpeza do local do evento e do entorno. O alto preço dos ingressos vendidos para assistir ao espetáculo. A indisponibilidade de compra de ingresso por noite do espetáculo. O alto preço praticado dos produtos de alimentos e bebidas vendidos durante o festival dentro do bumbódromo e o seu modo de armazenamento. A ausência de uma praça de alimentação no local do evento. A falta de padronização do uniforme dos ambulantes. A dificuldade de acesso aos banheiros no setor de arquibancada especial e arquibancada geral. A falta de limpeza dos banheiros próximos as arquibancadas especiais. A dificuldade de visibilidade do público espectador que ficam acomodados em determinados locais nas arquibancadas especiais e camarotes quanto ao espetáculo, pois a estrutura metálica que possui o sistema de sonorização e iluminação acaba atrapalhando essa visibilidade da apresentação dos bois. A ausência de caixas eletrônicos de banco 24 horas disponível para o público no bumbódromo ou entorno. A ausência de um ponto de taxi no entorno do bumbódromo. Alto preço praticados pelos taxistas, moto taxistas e tricicleiros. A falta de sinalização do município de Parintins, a limpeza da cidade e a falta de distribuição de lixeiras no município.

Quanto as qualidades identificadas em Parintins em relação ao desfile foram: A organização e qualidade no atendimento do serviço de compra e entrega de ingressos pela empresa licitada. A qualidade do material e capa de proteção do

ingresso. A disponibilidade de recepcionistas indicando o acesso a todas as acomodações. O conforto dos assentos disponíveis nas arquibancadas especiais. O conforto e disponibilidade de serviços nos camarotes. A sonorização e iluminação do espetáculo.

Na verdade, esse estudo partiu do pressuposto que os serviços oferecidos no desfile eram superiores na sua totalidade e que permitiria que somente o festival de Parintins pudesse aprender com as melhores práticas do desfile carioca. Porém, o estudo mostrou que, em alguns aspectos, mesmo que inferiores aos do Rio, o festival de Parintins possui qualidade em alguns serviços oferecidos e que pode possibilitar ao desfile aprender com suas melhores práticas.

Diante do exposto, foi elaborado como sugestão aos dois eventos o quadro 35 (a seguir) com algumas sugestões tanto para o Festival Folclórico de Parintins, quanto para o Desfile das Escolas de Samba elevarem o nível de qualidade dos seus serviços e superarem as expectativas do seu público e / ou clientes. Vale ressaltar que, as sugestões foram elaboradas de acordo com a observação direta da pesquisadora em ambos eventos e das falas dos entrevistados coletados nas entrevistas da pesquisa de campo do estudo.

**Quadro 35** – Quadro de sistematização das sugestões para o Festival Folclórico de Parintins e Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro alcançar um padrão de excelência de qualidade

| <b>SISTEMATIZACAO DAS SUGESTOES PARA O FESTIVAL DE PARINTINS E O DESFILE DO RIO</b> |  |
|---|--|
| <b>FESTIVAL FOLCLORICO DE PARINTINS/AM</b>  | Criar uma instituição ou associação que represente os dois bois e que seja unificada e neutra no processo de organização do evento. Afim de contribuir no processo de organização do espetáculo junto ao órgão oficial responsável.  |
|   | Inserir no regulamento do festival um artigo que penalize a associação folclórica que deixar de recolher no final de cada noite do evento suas alegorias e adereços aos devidos barracões. Evitando assim, que as alegorias fiquem expostas na praça do entorno do bumbódromo por um longo período de tempo. |
|   | Criar um site oficial do festival com informações disponíveis sobre os ingressos, acesso ao município e ao bumbódromo, dos serviços e funcionamento do evento disponíveis aos turistas. E que esse site possa ser gerido por uma instituição responsável e neutra junto aos dois bois.                       |
|   | Organizar uma área disponível para venda de alimentos e bebidas dentro do bumbódromo.  |
|   | Padronizar o uniforme dos ambulantes para que os mesmos possam ser identificados com mais facilidade pelo público.   |
|   | Fiscalizar e padronizar o preço dos alimentos e bebidas vendidos dentro do local do evento.  |
|   | Disponibilizar dentro do bumbódromo caixas eletrônicas 24 horas no período do evento.  |

|   |   |
|---|---|
|   | Disponibilizar lixeiras em locais estratégicos para maior visibilidade do público dentro do local do evento.  |
|   | Intensificar a limpeza dos banheiros e do bumbódromo durante o evento.  |
|   | Intensificar a parceria com a associação dos catadores de latas para ajudar na limpeza do bumbódromo durante o evento.  |
|   | Permitir a disponibilização de pelo menos um ponto de taxi no entorno do bumbódromo através de parceria com o sindicato dos taxistas para que o serviço esteja disponível ao público pelo menos no período do evento. |
|   | Melhorar a sinalização do município de Parintins com placas indicativas, tanto no idioma português, quanto no idioma inglês.  |
|   | Intensificar a limpeza da cidade e a distribuição das lixeiras  |
|   | Melhorar o atendimento ao público nos serviços de hotéis, bares e restaurantes da cidade, criando um programa de capacitação mais efetiva e contínua para as empresas e funcionários.                                 |
|   | Tornar contínuo os serviços básicos de saúde, segurança, iluminação e manutenção da cidade que são intensificados somente no período da festa   |
|   | Melhorar os serviços de telefonia e internet da cidade pois no período do evento são deficientes.   |
| <b>DESFILE DAS ESCOLAS DE SAMBAS/RJ</b> | Informatizar o serviço de compra dos ingressos, facilitando o pagamento via boleto bancário ou pagamento online para que o cliente possa sentir mais segurança nesse serviço.   |
|   | Melhorar a qualidade do material do ingresso impresso para que o mesmo não seja danificado caso seja molhado.   |
|   | Reformar as arquibancadas colocando ou adaptando assentos mais confortáveis para o público.   |
|   | Revisar o sistema de sonorização para identificar as falhas de corte do som durante as apresentações das escolas de samba.  |
|   | Disponibilizar técnicos de sonorização em diversos pontos do sambódromo para verificar o nível de qualidade do volume para o público.   |
|   | Manutenção do sistema hidráulico dos banheiros.   |

Fonte: Elaborado pela autora (2015).

O ciclo do serviço foi importante para análise dos itens observados e é de extrema contribuição para o setor de eventos, uma vez que o espectador passa por todas as etapas desse ciclo ao adquirir um determinado serviço, além do cliente ser o único que consegue ver o “todo” do funcionamento de um determinado evento. Além disso, a organização, os patrocinadores, os prestadores de serviço podem mensurar o nível de qualidade que está sendo oferecido ao cliente ou ao seu público, possibilitando identificar suas falhas e deficiências, para posteriormente aprimorá-las.

O legado da qualidade dos serviços desses dois eventos culturais, como o festival e o desfile, contribuem para o desenvolvimento social, do lazer, socioambiental das localidades, uma vez que a própria comunidade desfruta destes serviços.

As análises do Festival de Parintins e do Desfile do Rio demonstraram ainda que os eventos culturais têm possibilidades de proporcionar aos destinos sedes a promoção da atividade turística em virtude da prática desses eventos, tendo em vista que os participantes dos eventos também são consumidores dos serviços turísticos das localidades.

As limitações deste estudo ocorreram em virtude dos obstáculos ao acesso das informações sobre os referidos eventos e da realização das entrevistas com os órgãos públicos envolvidos no planejamento, organização e execução dos mesmos.

Finalmente pode-se afirmar que os objetivos propostos neste estudo foram alcançados e que a qualidade dos serviços oferecidos em Parintins estão insatisfatórias na visão do público que as consomem. E muitas dessas fragilidades dos serviços não estão sendo sanadas pelos seus respectivos responsáveis.

## REFERÊNCIAS

- Albar, I.O. (2014). *La gestion de eventos y productos turísticos*. Madrid: Sintesis
- Albrecht, K. (1998). *Revolução nos serviços: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar os seus clientes*. Trad. de Antonio Z. Sanvicente. São Paulo, SP. Pioneira. 5a ed.
- \_\_\_\_\_. (1992). *Revolução nos serviços*. Trad. de Antonio Z. Sanvicente. São Paulo, SP. Pioneira
- Almeida, S. (1995). *Cliente, eu não vivo sem você*. Salvador, BA. Casa da Qualidade. 12a. ed.
- Amorim, C. G. (2003). *Redes Interorganizacionais e Captação de Eventos*. In M. Bahl (Org.). *Eventos: a importância para o turismo do terceiro mundo*. São Paulo: Roca.
- Araújo-Maciel, A. P; Souza, I. B & Mendes-Filho, L. (2015). *O Papel das Mídias Sociais na Promoção do Festival Folclórico de Parintins-AM*. XII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. 30 de setembro a 02 de outubro de 2015 – Natal/RN
- Associação Brasileira das Empresas Organizadoras de Eventos - ABEOC-BRASIL (2013). *Pesquisa de Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos do Brasil*. Recuperado em 16, outubro, 2014 de: <http://www.abeoc.org.br/2014/10/ii-dimensionamento-economico-da-industria-de-eventos-no-brasil>
- \_\_\_\_\_. (2014). In *Jornal Brasilturis. Informativo da Indústria Turística Brasileira*. Recuperado em 01, dezembro, 2014 de <http://www.abeoc.org.br/2014/10/sao-paulo-recebe-premio-por-captacao-de-eventos-e-festivais/>
- \_\_\_\_\_. (2015). <http://www.abeoc.org.br/2015/10/rock-in-rio-2015-injeta-mais-de-r-500-milhoes-de-reais-na-economia-do-rio-de-janeiro/>
- Azevedo Filho, J.D.M.de. (2013). *A produção e a percepção do turismo em Parintins, Amazonas*. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP. Brasil.
- Azevedo, F. F. Figueiredo, S. L. Nóbrega, W. R. M. & Maranhão, C. H S. (2013). *Turismo em Foco: globalização e políticas públicas*. In F. F. Azevedo et al. (Org.). (2013). *Turismo em Foco* (pp. 11-27). Belém: NAEA.
- Ayeh, J. K., Au, N., & Law, R. (2013). *Do we believe in TripAdvisor? Examining credibility perceptions and online travelers' attitude toward using user-generated content*. *Journal of Travel Research*, 52 (4), 437-452.
- Barbosa, K. G. (2011). *As aparências enganam: velhos amores, novas narrativas em brilho eterno de uma mente sem lembranças*. Revista Rumores – Edição 9, volume 1, Janeiro-Junho de [www.usp.br/rumores](http://www.usp.br/rumores)
- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Edições 70 Ltda.
- Barros, C. A. (199). *Excelência em serviços: uma questão de sobrevivência no mercado*. Rio de Janeiro, RJ. Qualitymark. 2a. ed.

- Berry, L. L.; Parasurman, A. (1995). *Serviços de marketing: competindo através da qualidade*. São Paulo, SP. Maltese,
- Biriba, R.B. (2008). *Parintins: Identidade de uma cidade em festa*. Revista Cultura Visual: Salvador, n. 11, p. 157-173.
- Brito, L.M.P.; Ribeiro, E.M. (2009). *Desenvolvimento local sustentável e o fenômeno cultural dos bois-bumbás de Parintins*. Revista Administração Pública e Gestão Social, Viçosa - MG, V.1, n.3, p. 219-240.
- Cameron, K. S.; Quinn, R. E. (2006). *Diagnosing and changing organizational culture*. San Francisco. Jossey-Bass
- Carlzon, J. (1990). *Hora da verdade*. Rio de Janeiro, RJ. COP Editora Ltda.
- Carmam, J.M. (1990). *Consumer perceptions of service quality: an assessment of the SERVQUAL dimensions*. Journal of Retailing, Vol.66, n. 1.
- Carvalho, M. M. de; Paladini, E. P. et al (2005). *Gestão da qualidade: teoria e casos*. Rio de Janeiro, RJ. 8ª reimpressão Elsevier
- Catalão, L.P; Nogueira, A.R.B. (2002). *O mundo do trabalho no Festival Folclórico de Parintins/Am: primeiras aproximações teóricas*. VI Jornada Internacional de Políticas Públicas. São Luís, MA. Brasil.
- Cavalcanti, M. L.C. (2002). *Os sentidos no espetáculo*. Revista de antropologia, São Paulo, USP, v. 45 nº 1, 37-78.
- \_\_\_\_\_. (2011). *Alegorias em ação*. Sociologia & Antropologia, v.01.Ano: 01 p.233 – 249.
- Contrera, M.; Moro, M. (2008). *Vertigem mediática nos megaeventos musicais*. Revista ECompós. Brasília, DF. v. 11, jan.-abr
- Crosby, P.B. (1985). *Qualidade é investimento*. Trad. de Áurea Weissenberg. Rio de Janeiro, RJ. José Olympio.
- Costa, H. (2001). *100 anos de carnaval no Rio de Janeiro*. São Paulo: Irmaos Vitali.
- Coutinho, E. (1994). *Revolução no atendimento ao cliente*. Francisco Beltrão. Linarth
- DaMatta, R. (1997). *Carnavais, Malandros e Heróis – Para uma sociologia do dilema brasileiro*. 6ª edição, Rio de Janeiro,RJ: Rocco.
- Dencker, A.F.M.(1998). *Pesquisa em Turismo: planejamento, métodos e técnicas*. São Paulo: Futura.
- Deming, W. E. *Qualidade: a revolução da administração*. Rio de Janeiro, RJ. Marques-Saraiva.
- Feigenbaum, A. V. (1986). *Total quality control*. New York, McGraw Hill
- Felsenstein, D.; Fleischer, A. (2003). *Local festivals and tourism promotion: the role of public assistance and visitor expenditure*. Journal of Travel Research, n. 41, p. 385-392

Fernandes, A.R.F. (2002). *Festival folclórico: o que muda em Parintins?*. Revista de Estudos Amazônicos, número especial, v. 2, n.2, p.99-114.

Figueiredo, S.L. (1999). *Ecoturismo, festas e rituais na Amazônia*. Belém, PA. NAEA / UFPA.

Figueiredo, S. L.; Tavares, A. E. P. (2006) *Mestres da Cultura*. Belém, PA. Editora da UFPA.

França, P.R.R. de. (2014). *Festival Folclórico de Parintins: impactos socioambientais na percepção dos atores locais*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília, Brasília, BSB.

Funari, P. P.; Pinsky, J. (Orgs.). (2003). *Turismo e patrimônio cultural*. 3. ed. São Paulo, SP. Contexto

Furlanetto, B.H. (2011). *Território e identidade no boi-bumbá de Parintins*. Revista Geográfica de América Central. Número Especial EGAL, Costa Rica, II Semestre. p. 1-15.

Furlanetto, B.H.; Filizola, R. (2012). *Religiosidade e espacialidades no folguedo do boi: uma festa com variações locais*. RELEGENS THRÉSKEIA estudos e pesquisa em religião V. 01 – n. 01.

Getz, D. (2008). *Event tourism: definition, evolution, and research*. Tourism Management. v. 29, p. 403-428

Gerson, R.F. (1997). *A excelência no atendimento a clients: mantendo seus clientes por toda a vida*. Rio de Janeiro. Qualitymark.

Gianesi, I. G. N.; Corrêa, H. L. *Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente*. São Paulo: Atlas, 1996. 233 p.

Gilsa, K.V. (2007). *Estudo da Cadeia de Suprimentos e Serviços: Uma Abordagem do Mercado de Eventos na Cidade de Florianópolis/SC*. R. Adm. Cesus. Florianópolis. N.2. Jul./dez. p.25-42

Gronroos, C. (2003). *Marketing: gerenciamento e serviços*. Tradução de Arlete Simille Marques. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier.

Gürsoy, D.; Kendall, K.; Uysal, M. (2004). *Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension validation*. Tourism Management, v. 25, p. 171-181

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. (2010). *Censo Demográfico de Parintins*. Recuperado em 15, outubro, 2015 de: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=130340&search=amazonas|parintins>

\_\_\_\_\_. (2014). *Censo Demográfico do Rio de Janeiro*. Estimativas da população residente com data de referência 1o de julho de 2014 publicada no Diário Oficial da União em 28/08/2014. Recuperado em 02, julho, 2015 de: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=330455&search=rio-de-janeiro|rio-de-janeiro>. Recuperado em 02 de setembro de 2015.

International Congress and Convention Association - ICCA. (2014). *Statistics Report*. Recuperado em: 05 de agosto de 2015 de: [http:// www.iccaworld.com/npps/](http://www.iccaworld.com/npps/)

Juran, J. M. (1990). *Liderança para qualidade*. São Paulo, SP. Pioneira

Kanter, R.M. (1983.) *The Change Masters*, Lodon: Uwin. In: Hall, C. M. & Williams, A. M. (2008) *Tourism and Innovation*.

Keller, K. L.; Kotler, P. (2006). *Administração de Marketing*. Tradução de Mônica Rosenberg, Brasil Ramos Fernandes e Cláudia Freire. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

Krippendorf, J. (2001). *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. 2. ed. São Paulo: Aleph.

\_\_\_\_\_. (2009). *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. 3. ed. São Paulo: Aleph.

Laboratório de Análises Espaciais Prof. Dr. Thomas Peter Hurthienne – LAENA / Núcleo de Altos Estudos Amazônicos – NAEA da Universidade Federal do Pará – UFPA.

Lakatos, E. M. Marconi, M. A. (2003) *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas.

Liga das Escolas de Samba do Rio de Janeiro – LIERJ. (2015). Regulamento Específico dos Desfiles das Escolas de Samba da “Série A” – Carnaval / 2015. Recuperado em 08, agosto, 2015 de [http://: www.liej.com.br/carnaval2015/regulamento-serie-a](http://www.liej.com.br/carnaval2015/regulamento-serie-a)

Liga Independente das Escolas de Samba do Grupo Especial do Rio de Janeiro – LIESA. (2015). Regulamento Específico dos Desfiles das Escolas de Samba do Grupo Especial da LIESA Carnaval / 2015. Recuperado em 8, agosto, 2015 de: <http://liesa.globo.com/material/carnaval15/regulamento/livroregulamento2015>

Lobos, J. (1993). *Encantando o cliente: externo e interno*. São Paulo, SP J. Lobos.

Lohmann, G. Panosso Neto, A. (2012) *Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo: Aleph (Série Turismo).

Maia, M.A.; Salazar, A.M.B.K.; Ramos, P.M.G. (2005). *A adequação dos modelos SERVQUAL e SERVPERF na medição da qualidade de serviço: o caso RAR Imobiliária*. Actas da XVII Jornadas Hispano-Lusas de Gestão Científica. Longrono, Espanha: Fevereiro.

Magalhães, I.L.; Pinheiro, W.B. (2007). *Gerenciamento de Serviços de TI na Prática - Uma abordagem com base na ITILA*. Páginas: 672 Editora Novatec. São Paulo

Marchetti, R.; Prado, P. H. M. (2001). *Um tour pelas medidas de satisfação do consumidor*. RAE – Revista de Administração de Empresas, v. 41, n. 4, p. 56-67.

Matias, M. (2010) *Organização de Eventos: procedimentos e técnicas*. 5º ed. Barueri, SP: Manole.

Matos, M. P. de. Britto, J. N. de N. (2014). *Construção de competências, sustentabilidade e competitividade no Sistema Produtivo e Inovativo do Carnaval Carioca*. Cadernos do Desenvolvimento Fluminense, Rio de Janeiro, n. 4.

Melo, J.J.M.; Araújo-Maciel, A.P.; Figueiredo, S.J.L. *Eventos Culturais como estratégia de fomento do turismo: análise do Festival Folclórico de Parintins (AM)*. Revista Brasileira de Ecoturismo, São Paulo, v.8, n.2, mai/ago2015, pp.251-272.

Mendes Filho, L., & Tan, F. (2008). *An overview on User-Generated Content and the Empowerment of Online Travellers*. Revista da FARN, 7, 2, 17-30.

Mendes Filho, L., & Carvalho, M. S. D. (2014). *Factores que influyen en el uso del contenido generado por el usuario en internet: Un estudio preliminar com viajeros brasileños*. Estudios y Perspectivas en Turismo, 23(3), 607-625.

Mendes Filho, L. (2014). *Empowerment in the context of User-Generated Content in the Travel Industry: A research model proposal*. El Periplo Sustentable, 27, 4-20.

Mckercher, B.; Mei, W.; Tse, T. (2006). *Are short duration festivals tourist attractions?* Journal of Sustainable Tourism, n. 14, p. 55-66

Moller, C. (1999). *O lado humano da qualidade: maximizando a qualidade de produtos e serviços através do desenvolvimento das pessoas*. São Paulo, SP. Pioneira. 12a. ed.

Moreira, D.A. (1996). *Dimensões do desempenho em manufatura e serviços*. São Paulo: Pioneira.

Nogueira, W. Souza de. (2013). *A espetacularização do imaginário amazônico no boi-bumbá de Parintins*. Tese de Doutorado, Universidade Federal do Amazonas – UFAM, Manaus, AM. Brasil.

Normann, R. (1993). *Administração de serviços: estratégia e liderança na empresa de serviços*. Trad. de Ailton B. Brandão. São Paulo, SP. Atlas

O'Connor, P. (2001). *Distribuição da informação eletrônica em turismo e hotelaria*. Porto Alegre: Bookman.

Oliveira, V.B.V. (2011). *Toadas de Bois-Bumbás da Amazônia promovendo a Cidadania Ambiental*. I Seminário Regional da ALAIC – Bacia Amazônica – Belém, PA. Brasil.

Parasunaman, A.; Zeithaml, V. A.; Berry, L. A (1988). *Servqual: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*, Journal of Retailing, v. 64, n. 1, p. 12-40

Pasini, J.P. (2010). *Mídia e Cultura: Uma análise do Festival Folclórico de Parintins no filme Foliar Brasil*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Brasil.

Patrício, P.S. (2007). *Na ilha do boi de pano: uma reportagensaio para além do dogma da objetividade jornalística*. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP. Brasil.

Peppers, D. (1994). *Marketing um a um: marketing individualizado na era do cliente*. Rio de Janeiro: Campus.

Pereira, B. M. (2003). *Carnaval e turismo: pós-modernidade na avenida*. In: Gastal, S.; Castrogiovanni, A. C. (Orgs.). Turismo na pós-modernidade: (des) inquietações. Porto Alegre, RS. Edipucrs, p. 97-110.

Portal do Boi Bumbá Caprichoso. Recuperado em 25, outubro, 2014 de: <http://www.boicaprichoso.com/index.asp>

Portal do Boi Bumbá Garantido. Recuperado em 25, outubro, 2014 de: <http://www.boigarantido.com.br>

- Pradanov, C.C. Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale.
- Prentice, R. C.; Andersen, V. (2003). *Festival as a creative destination*. *Annals of Tourism Research*, v. 30, n. 1, p. 7-30
- Quinn, B. (2009). *Festivals, events, and tourism*. In: Jamal, T.; Robinson, M. (Eds). *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. London: Sage. p. 483-503.
- Regulamento do Festival Folclórico de Parintins – AM: Concurso de Bumbas 2015-2016. (2015). Recuperado em 12, junho, 2015 de <http://www.boicaprichoso.com/files/REGULAMENTO2015>.
- Richardson, R. J.(1989) *Pesquisa Social: métodos e técnicas*. 2 ed. São Paulo: Atlas.
- \_\_\_\_\_ (2008). *Pesquisa Social: métodos e técnicas*. 3 ed. São Paulo: Atlas.
- Rocha, M., Magalhães, S. R. D. & Paiva, R. B. D. (2012). *Da intranet às mídias sociais: um novo paradigma*. *Revista da Universidade Vale do Rio Verde*, 10(1), 178-185.
- Santos, J. L. (1994). *O que é cultura*. São Paulo, SP. Brasiliense.
- Santos, M. (2010). *Por uma outra globalização - do pensamento único à consciência universal*. 19. Ed. São Pauto: Record.
- SEBRAE. (1992). *Atendimento ao cliente: obtendo resultados por meio da satisfação do cliente*. Manual do participante. Sabrae-PR/Sebrae Nacional. Brasília: Sebrae.
- Secretaria de Estado de Cultura do Amazonas - SEC. *Relatório do Festival Folclórico de Parintins - Amazonas*. (2011-2015).
- Senac, S.N.A.C. (1997). *Qualidade em prestação de serviços*. Rio de Janeiro: Senac.
- Silva, F.B.Da. (2004). *A psicologia dos serviços em turismo e hotelaria: entender o cliente e atender com eficácia*. São Paulo: Pioneira. Thomson Learning.
- Silva, M. M., & Mendes Filho, L. (2014). *Intenção de uso de comentários de viagem online na escolha de um meio de hospedagem: Fatores influenciadores*. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(3), 419-434.
- Silveira, C. Amarante do. (2005). *A segurança no planejamento de eventos fechados*. Universidade do Vale do Itajaí.
- Souza, N. D. (2013). *O processo de urbanização da cidade de Parintins (AM): evolução e transformação*. São Paulo:USP. Tese de Doutorado.
- Souza, P.A.R.S.De; Farina, M.C.; Costa, C.O.De.; Silva, A.S.da.; Romeiro, M.C.do. (2014). *Relações Sociais no Setor de Cama & Café em Parintins na Amazônia: uma perspectiva com base nas análises de redes sociais*. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. São Paulo, 8(1), pp. 145-160.
- Souza, P.A.R.; Anjos, Y.W.S.Dos. (2012). *O desenvolvimento dos empreendimentos turísticos da região de Parintins no amazonas: uma abordagem relacionada ao estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional*. *Revista de*

Investigacion em turismo y desarrollo local. Universidade Federal de Mato Grosso. V. 5, n. 12.

Spina, D.T.; Giraldi, J.M. De.E.; Oliveira, M.M.B.De. (2013). *As influencias das dimensões da qualidade de serviços na satisfação do cliente: um estudo em uma empresa do setor de controle de pragas*. REGE, São Paulo – SP, Brasil, Vol.20, n.1, p-93-112, jan-mar.

Valentim, A. (2005). *Contrários – A celebração da rivalidade dos Bois-Bumbás de Parintins*. Manaus, AM. Editora Valer.

Valle, E.; Queiroz, J. J. (1988). *A cultura do povo*. São Paulo, SP. Cortez.

Vasconcelos, A. M. de. (2014). *Dimensões, componentes e itens de avaliação da gestão da qualidade em serviços turísticos*. Tese de Doutorado, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, SC. Brasil.

Vavra, T.G. (1993). *Marketing de relacionamento: aftermarketing*. São Paulo: Atlas.

Zucco, F. D. (2012). *Relações entre as dimensões motivação para viajar, fontes de informação utilizadas e qualidade percebida dos serviços por turistas de festivais: um estudo sobre a Oktoberfest de Blumenau e de Munique*. Universidade Nove de Julho – UNINOVE

Wing, M.J. (1998). *Como falar com seus clientes: o que eles tem a contar sobre a sua empresa quando você faz as perguntas certas*. Rio de Janeiro: Campus.

## APÊNDICE I

### ROTEIRO DA ENTREVISTA

Data: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_

#### a) Representante de Órgão Público e / ou Associação – RJ

1. Nome: \_\_\_\_\_
2. Tel. (21) \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_
3. Instituição que representa: \_\_\_\_\_
4. Cargo: \_\_\_\_\_ Vínculo: \_\_\_\_\_
5. Idade: \_\_\_\_\_ anos.
6. Nível de escolaridade: \_\_\_\_\_
7. Formação Acadêmica: \_\_\_\_\_
8. Há quanto tempo a instituição participa da realização do carnaval?
9. Qual a função da sua instituição no planejamento, organização e operacionalização desfile?
10. Dentre os serviços oferecidos no desfile, quais você julga que necessita melhorar a qualidade e quais possuem maior qualidade? Descreva.
11. Em sua opinião, como o evento pode melhorar à curto (2006), médio (2020) e longo prazo (2025)?
12. Em sua opinião, o que é necessário para que o desfile seja da mais alta qualidade e bem sucedido?
13. Existe algum treinamento ou capacitação com os colaboradores do desfile no período de pré – carnaval? Por quê?
14. Para a organização deste ano, quais dificuldades foram encontradas e como foram superadas?
15. Qual sua avaliação em relação a qualidade dos serviços de infraestrutura (acesso ao Sambódromo, entrada, banheiros, praça de alimentação, organização, divulgação, venda de ingressos, segurança e outros) oferecidos no desfile?
16. Referente à espetacularização artística do desfile sabe-se que os artesãos, soldadores, alegóricos e demais artistas de Parintins - AM importam seus serviços para o desfile das escolas de samba carioca devido ao destaque da criatividade na construção das alegorias do festival. Quanto aos serviços oferecidos no Desfile, de que forma o Festival Folclórico de Parintins pode influenciar no processo de planejamento e organização? Por quê?

Obrigada por sua colaboração com a pesquisa!

## APENDICE II

### ROTEIRO DA ENTREVISTA

Data: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_

#### **b) Público desfile das escolas de samba – RJ**

1. Nome: \_\_\_\_\_
2. Idade: \_\_\_\_\_ anos. Naturalidade: \_\_\_\_\_ Nacionalidade: \_\_\_\_\_
3. Estado Civil: \_\_\_\_\_
4. Nível de escolaridade: \_\_\_\_\_
5. Formação Acadêmica: \_\_\_\_\_
  
6. Como foi sua experiência em relação à compra, pagamento e recebimento do ingresso? Quantos foram adquiridos? Quais dias? Para qual setor?
7. Acessou o site oficial do desfile ou outro site? Qual?
8. Qual meio de transporte você utilizou para deslocar-se ao Sambódromo? Relate sua experiência em relação ao acesso e local de sua acomodação e dificuldades encontradas, se houver.
9. Como foi sua experiência em relação a qualidade dos serviços oferecidos no desfile? (logística, banheiro, alimentação, organização, sonorização, espetáculo em si, iluminação, segurança, acomodação nas arquibancadas, camarotes, frisas ou cadeiras, entre outros)
10. Qual sua opinião referente a infraestrutura do Sambódromo?
11. Referente ao espetáculo em si, é a primeira vez que você vem assistir ao desfile?  
Qual sua avaliação quanto ao espetáculo?
12. Você precisou de algum serviço aqui que não tinha disponível? Qual?
13. Você teve alguma dificuldade no retorno pra casa ou hotel? Relate.
14. Na sua opinião, quais os pontos positivos e negativos do evento?
15. Alguma sugestão de melhoria você gostaria de sugerir a organização do evento?

Obrigada por sua colaboração com a pesquisa!

**APENDICE III****ROTEIRO DA ENTREVISTA**

Data: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_

**c) Representante de Órgão Público e / ou Associação – AM**

1. Nome: \_\_\_\_\_
2. Tel. (92) \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_
3. Idade: \_\_\_\_\_ anos
4. Instituição que representa: \_\_\_\_\_
5. Cargo: \_\_\_\_\_ Vínculo: \_\_\_\_\_
6. Nível de escolaridade: \_\_\_\_\_
7. Formação Acadêmica: \_\_\_\_\_
8. Há quanto tempo a instituição participa da realização do festival?
9. Qual a função da instituição no planejamento, organização e operacionalização do festival?
10. Em sua opinião, o que é necessário para que o festival seja da mais alta qualidade e bem sucedido?
11. Para a organização deste ano, quais dificuldades estão sendo encontradas e como estão sendo superadas?
12. Dentre os serviços oferecidos no festival, quais você julga que necessita melhorar a qualidade e quais possuem maior qualidade? Descreva.
13. Existe algum treinamento ou capacitação com os colaboradores no período pré - festival? Por quê?
14. Em sua opinião, como o evento pode melhorar à curto (2006), médio (2020) e longo prazo (2025)?
15. Qual sua avaliação em relação a qualidade dos serviços de infraestrutura (acesso ao bumbódromo, entrada, banheiros, praça de alimentação, organização, divulgação, venda de ingressos, segurança e outros) oferecidos no festival?
16. Referente à espetacularização artística sabe-se que os artesãos, soldadores, alegóricos e demais artistas de Parintins - AM importam seus serviços para o desfile das escolas de samba carioca devido ao destaque da criatividade na construção das alegorias do festival. Quanto aos serviços oferecidos no Festival, de que forma o Desfile das Escolas de Samba carioca pode influenciar no processo de planejamento e organização? Por quê?

Obrigada por sua colaboração com a pesquisa!

## APENDICE IV

### ROTEIRO DA ENTREVISTA

Data: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_

#### **d) Público Festival Folclórico de Parintins-AM**

1. Nome: \_\_\_\_\_
2. Idade: \_\_\_\_\_ anos. Naturalidade: \_\_\_\_\_ Nacionalidade: \_\_\_\_\_
3. Estado Civil: \_\_\_\_\_
4. Nível de escolaridade: \_\_\_\_\_
5. Formação Acadêmica: \_\_\_\_\_
  
6. Como foi sua experiência em relação à compra, pagamento e recebimento do ingresso? Quantos foram adquiridos? Quais dias? Para qual setor?
7. Acessou o site oficial do festival ou outro site? Qual?
8. Qual meio de transporte você utilizou para deslocar-se ao bumbódromo? Relate sua experiência em relação ao acesso e local de sua acomodação e dificuldades encontradas, se houver.
9. Como foi sua experiência em relação a qualidade dos serviços oferecidos no festival? (Logística, banheiro, alimentação, organização, sonorização, espetáculo em si, iluminação, segurança, acomodação nas arquibancadas, camarotes, frisas ou cadeiras, entre outros)
10. Qual sua opinião referente a infraestrutura do bumbódromo?
11. Referente ao espetáculo em si, é a primeira vez que você vem assistir ao festival? Qual sua avaliação quanto ao espetáculo?
12. Você precisou de algum serviço aqui que não tinha disponível? Qual?
13. Você teve alguma dificuldade no retorno pra casa ou hotel? Relate.
14. Na sua opinião, quais os pontos positivos e negativos do evento?
15. Alguma sugestão de melhoria você gostaria de sugerir a organização do evento?

Obrigada por sua colaboração com a pesquisa!

## APÊNDICE V



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO**

Ofício nº /2015 - PPGTUR-UFRN

Natal, de de 2015.

A Senhora

**Oreni Campelo Braga da Silva**

Presidente da Empresa Estadual de Turismo do Amazonas - AMAZONASTUR

Av. Djalma Batista, n.750 - Chapada

CEP 69095-120 - Manaus – Amazonas

Contato: (92) 3635-3825

Assunto: **Solicitação de permissão para realização de pesquisa**

Senhora Presidente,

1. Solicitamos a V. S.<sup>a</sup> permissão à discente Ana Paula Araújo Maciel, matrícula 2014100315, contatos: (92) 98149-1727/ 99236-7596, e-mail: anapaulinhapj@hotmail.com para realização de estudo para fins científicos na Empresa Estadual de Turismo do Amazonas - AMAZONASTUR, conforme especificação abaixo.
2. O objetivo da pesquisa é analisar os atributos da qualidade dos serviços utilizados no Festival Folclórico de Parintins – AM, com fins de alcance de um padrão de excelência com o Desfile das Escolas de Samba – RJ utilizado como referência. Para tanto, faz-se necessário, identificar os atributos de qualidade de serviços, utilizando a técnica momento da verdade; comparar os atributos de qualidade dos serviços de ambos os eventos com a finalidade de propor a elaboração de um conjunto de recomendações para o Festival Folclórico de Parintins atingir o padrão de qualidade de serviços de excelência, a fim de realizar posteriormente entrevistas com os planejadores e organizadores do evento.
3. A referida aluna é mestranda do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e encontra-se em fase de Pesquisa de Campo do Curso, necessitando, porém, de tais informações para dar continuidade à pesquisa e iniciar a dissertação, intitulada “Festival Folclórico de Parintins – AM: análise dos atributos de qualidade dos serviços em eventos” e orientada pelo Prof. Dr. Carlos Alberto Freire Medeiros.
4. Certos de sua colaboração, agradecemos desde já.

Atenciosamente,

Prof. Dr. Wilker Ricardo de Mendonça Nóbrega

## APÊNDICE VI

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O (a) Gestor (a) \_\_\_\_\_ foi selecionado e está sendo convidado(a) a participar da pesquisa que objetiva a elaboração da dissertação, com o seguinte título: **“FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS – AM: ANÁLISE DOS ATRIBUTOS DE QUALIDADE DOS SERVIÇOS EM EVENTOS”**, de responsabilidade da pesquisadora Ana Paula Araújo Maciel, discente do Programa de Pós-Graduação em Turismo – PPGTUR, matrícula 2014.100.315, desenvolvido como atividade para obtenção do título de Mestre em Turismo, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. As respostas e os dados obtidos neste estudo serão tratados de forma **anônima e confidencial**, isto é, em nenhum momento será divulgado o seu nome em qualquer fase do estudo. Os dados coletados serão utilizados apenas **nesta** pesquisa e os resultados divulgados em eventos e/ou revistas científicas. Sua participação é voluntária, isto é, a qualquer momento você pode recusar-se a responder qualquer pergunta ou desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa não trará nenhum prejuízo. O benefício relacionado à sua participação será de aumentar o conhecimento científico para a área da pesquisa científica em turismo.

Nome do Responsável pela Pesquisa: Ana Paula Araújo Maciel

Cel. (92) 98149-1727 / 99236-7596 – email: anapaulinhapj@hotmail.com

### TERMO DE CONSENTIMENTO

Declaro estar ciente do inteiro teor deste TERMO DE CONSENTIMENTO e estou de acordo com a participação no estudo proposto, sabendo que dele poderei desistir a qualquer momento, sem sofrer qualquer punição ou constrangimento.

Nome do Participante da Pesquisa

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2015.

**ANEXO A – Comprovante de aquisição dos ingressos do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro – Carnaval 2015**

**BOOKERSINTERNATIONAL.COM - Seu Pedido está Completo! Número do Pedido PB12148952**

De: **TicketCenter - Bookers International** (ticketcenter@bookersinternational.com)

Enviada: segunda-feira, 8 de dezembro de 2014 15:54:32

Para: anapaulinhapj@hotmail.com

**BOOKERS**  
**INTERNATIONAL**

Your Ticket to Love and Fun!

Olá, Ana Paula Araújo Maciel.

**Parabéns! Seu pedido foi processado e você já pode entrar na folia!**

Seu pagamento foi processado com sucesso e seu pedido está confirmado. Em breve enviaremos seus vouchers eletrônicos por e-mail. Note que isto pode demorar até 24 horas durante os dias da semana. Vouchers não são enviados no fim de semana. **exceto durante o carnaval**

Por favor, anote o número do pedido para os itens RESERVADOS:

**NÚMERO DO PEDIDO: PB12148952 | ESTADO: RESERVADO**

**INGRESSOS PARA SAMBÓDROMO**

**1 ARQUIBANCADA NO SETOR 4 DOMINGO, 15/FEV**

**1 ARQUIBANCADA NO SETOR 7 SEXTA, 13/FEV**

Deseja monitorar seus pedidos online?

Se precisa revisar seu pedido, completar suas informações de opções de entrega ou fazer qualquer alteração, por favor acesse a [PÁGINA DE CARNAVAL](#)

## ANEXO B – Recibo e Voucher eletrônico da aquisição do ingresso do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro – Carnaval 2015

11/12/2014
PB12148952-a292c17fa795458.html



**BOOKERS  
INTERNATIONAL**  
Your Ticket to Love and Fun!

**RECIBO / VOUCHER ELETRÔNICO**  
**INGRESSOS CARNAVAL/BAILES/FANTASIAS 2015**

NÚMERO DE CONFIRMAÇÃO 
Emitido em:

---

**Este documento é o seu recibo eletrônico e voucher. Você necessitará dele para receber os seus ingressos definitivos para os desfiles do sambódromo, bailes, e fantasias ou como voucher para os hotéis e tours. Apresente no hotel e nos tours.**  
**> NOSSO HELPDESK OU CENTRAL DE ATENDIMENTO DO CARNAVAL FUNCIONARÁ NO HOTEL ATLÂNTICO COPACABANA.**  
**ENDEREÇO: RUA SIQUEIRA CAMPOS, 90 - Salão Imperial, Térreo. 10-17 Hrs. Quinta 12 Fev a Segunda 16 Fev. Sexta 20 Fev e Sábado 21 Fev.**

---

### Seus Dados

Nome  E-mail

**Entrega**  Buscar no Desk  Entrega Especial

Instruções de entrega

### Seu Pedido

| Ítem | Descrição                               | Quantidade | Preço Unitário | Valor           |
|------|---|------------|----------------|-----------------|
| TKT  | ARQUIBANCADA NO SETOR 4 DOMINGO, 15/FEV | 1          | R\$430.00      | \$430.00        |
| TKT  | ARQUIBANCADA NO SETOR 7 SEXTA, 13/FEV   | 1          | R\$142.00      | \$142.00        |
| TAX  | TAXA                                    | 2          | R\$20.00       | \$40.00         |
|      |   |            | <b>TOTAL</b>   | <b>\$612.00</b> |

### Importante:

**ESTE NÃO É O SEU INGRESSO DEFINITIVO.** Este voucher NÃO lhe dará acesso ao Sambódromo ou qualquer casa de show ou baile durante o Carnaval. Este documento funciona apenas como seu recibo e confirmação de compra pela internet.

**SE VOCÊ OPTOU POR BUSCAR OS INGRESSOS EM NOSSA CENTRAL DE ATENDIMENTO,** você deve apresentar este documento na hora de retirar os seus ingressos. O nosso desk funcionará no Hotel Atlântico Copacabana, localizado à Rua Siqueira Campos, 90, em Copacabana, Rio de Janeiro. Horário de Funcionamento: 10 as 17 Hrs, Quinta-Feira dia 12 de Fevereiro a Segunda-Feira dia 16 de Fevereiro. Abriremos na Sexta-Feira, 20 de Fevereiro e Sábado, 21 de Fevereiro para o Desfile das Campeãs.

**SE VOCÊ OPTOU PELO SERVIÇO DE ENTREGA ESPECIAL,** Seus ingressos serão entregues pessoalmente por nosso motoboy em endereço de sua preferência, nos principais bairros da cidade do Rio de Janeiro, entre os dias 12 de Fevereiro e 16 de Fevereiro. Somente o titular do cartão poderá receber os ingressos. Será necessário apresentar o documento de identidade original com foto e o cartão de crédito utilizado na compra. Para os ingressos dos desfiles das Campeãs, os ingressos serão entregues exclusivamente na Sexta-Feira, 20 de Fevereiro e Sábado, 21 de Fevereiro. Reconfirmaremos todos os endereço de entrega em Janeiro de 2015 por email ou por telefone.

**SE VOCÊ RESERVOU TRANSLADO PARA O SAMBÓDROMO,** São diversos pontos de pick up, sempre localizados nos principais hotéis, do Leblon ao Centro, incluindo, Botafogo, Leme, Ipanema e Copacabana, além do Porto do Rio para aqueles que chegam em navios.

**SE VOCÊ RESERVOU HOTEL E TOURS,** você receberá informações adicionais e tickets eletrônicos diretamente do agente que lhe atendeu.

**DUVIDAS/SUGESTÕES?** Contacte-nos por Email ou telefone do Rio de Janeiro Atendimento das 12:00 as 21:00 hrs, Seg-Sex e todos os dias do Carnaval. TELEFONE 21-3958-0722 | 11-3230-1189 SKYPE BOOKERSINTERNATIONAL EMAIL CARNIVAL@BOOKERSINTERNATIONAL.COM

**BOOKERS INTERNATIONAL, LLC**  
 245 SE 1ST STREET, STE 311, MIAMI, FL 33131  
 USA. PH: + 1 305 722 5447  
 US/CA + 1 866 930 6020  
 FAX + 1 305 722 7398

**Somente Uso Interno**

|  |                            |
|--|----------------------------|
|  |                            |
|  | Aut. Code: a292c17fa795458 |

file:///C:/Users/Ribeiro/Downloads/PB12148952-a292c17fa795458.html
1/1

## ANEXO C – E-mail para agendamento de retirada dos ingressos do Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro – Carnaval 2015

02/12/2015

Mensagem de Impressão do Outlook.com

[Imprimir](#)[Fechar](#)

### Agendamento para Retirar seus Ingressos

De: **Jay Lucas - Bookers International** (jay@bookersinternational.com)  
Enviada: quarta-feira, 28 de janeiro de 2015 15:36:10  
Para: anapaulinhapj@hotmail.com



### Olá ANA PAULA ARAÚJO MACIEL!

Estamos nos preparando para o Carnaval aqui no Rio de Janeiro.  
Agende uma hora para retirar seus ingressos  
em nossa Central de Atendimento.

**Agende aqui o melhor horário** ▶

O agendamento da retirada é obrigatório. Evite filas de quase 3 horas



## ANEXO D – E-mail da pesquisa de satisfação da Bookers International no Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro – Carnaval 2015

13/04/2015 Como foi a sua experiência no Carnaval do Rio com a Bookers

---

### Como foi a sua experiência no Carnaval do Rio com a Bookers

**Como você conheceu a Bookers International?**

Amigo  
 Internet  
 Guia de Viagens  
 Outra:

**Qual produto de Carnaval você comprou com a gente?**

Ingressos de Carnaval  
 Fantasias  
 Tour  
 Ingressos de Bailes  
 Hotel  
 Passagem aérea  
 Transfers  
 Outra:

**Foi fácil comprar no nosso site?**

Muito fácil, simples e direto  
 Fácil, mas tive que buscar as informações  
 Regular  
 Difícil, mas consegui  
 Muito ruim, quase desisti de comprar

**Como foi o serviço oferecido ao telefone pelos nossos agentes de turismo?**

Superou minhas expectativas  
 Bom e resolveu meus problemas  
 Regular  
 Perdi minha paciência  
 Muito ruim e não ajudou

**Foi fácil encontrar nossa Central de Atendimento do Carnaval?**

Sim  
 Não

[https://docs.google.com/forms/d/19H2-Ef\\_0K6R3no4EJBZxGpO5y82B46IUC9pzTDKDR14/viewform?c=0&w=1](https://docs.google.com/forms/d/19H2-Ef_0K6R3no4EJBZxGpO5y82B46IUC9pzTDKDR14/viewform?c=0&w=1) 1/3