

# PROJETO DE REESTRUTURAÇÃO DO TORNEIO DO LAÇO COMPRIDO DA UNIVAP

***Bruna Jacomele Batista, Tássia de Souza Romeu, Vanessa Carvalho Mangialardo***

Universidade do Vale do Paraíba – UNIVAP / Faculdade de Comunicação e Artes - FCA, Av. Shishima Hifumi, 2911, São José dos Campos – SP, CEP 12244-000 – vanro@vivax.com.br

**Resumo-** Este trabalho apresenta um levantamento minucioso de dados sobre o Torneio do Laço Comprido da Univap, além de apontar através de pesquisas e análises as possíveis reestruturações a serem executadas, aprontando pontos positivos e negativos que aconteceram nas edições anteriores do Evento, para que se tenha uma visão geral dos problemas, com a intenção de propor soluções aos mesmos. Apresenta uma proposta de reestruturação física e a implantação de novos atrativos no Evento com a finalidade de melhorias, garantindo o sucesso absoluto tanto para os organizadores quanto para o público participante, dividido em duas categorias: participantes ativos (visam a competição no evento) e participantes passivos (assistir ao evento e consumir a gastronomia e a “cultura”), para que a qualidade do evento seja positiva e a cultura/tradição campeira seja efetivamente passada ao público leigo no assunto.

**Palavras-chave:** Turismo Cultural, Eventos, Planejamento de eventos, Torneio do Laço Comprido.

**Área do Conhecimento:** Ciências Sociais Aplicadas

## Introdução

O turismo cultural é motivado pela busca de informações, de novos conhecimentos, de interação com outras pessoas, comunidades e lugares, da curiosidade cultural que inclui os costumes, a tradição e a identidade cultural local. Esta atividade turística tem como fundamento o elo entre o passado e o presente, o contato e a convivência com o legado cultural, com tradições que foram influenciadas pela dinâmica do tempo, mas que permaneceram; com as formas expressivas reveladoras do “ser” e do “fazer” de cada comunidade. O turismo cultural abre perspectivas para a valorização e revitalização do patrimônio, do revigoramento das tradições, da redescoberta de bens culturais materiais e imateriais, muitas vezes abafadas pela concepção moderna. A OMT<sup>1</sup> (2003) afirma que o turismo no Brasil, a reboque do mercado internacional, entrou na era da segmentação, fruto do aumento da concorrência e principalmente da exigência do cliente, que é a peça mais importante desta e das muitas outras indústrias. O cliente moderno está cansado de empresas generalistas que, faz de tudo um pouco, mais preocupadas em vender e lucrar do que atender aos seus interesses e que o tratam como elemento de uma massa consumista pessoal. E é por este motivo que o turismo torna-se um mercado em forte expansão, oferecendo aos consumidores opções variadas ao mesmo tempo em que estão cada vez mais

especializadas. Para a prática do evento cultural existem hoje vários atrativos, como por exemplo, museus, festas populares, teatros, etc. Este trabalho será focado em um evento cultural chamado “Torneio do Laço Comprido” que acontece na Univap. O evento tem como objetivo propor competições de laços atraindo os amantes desportivos, além de mostrar aos participantes a rica cultura campeira, sua gastronomia típica e cantores da região em que o evento é realizado.

Este trabalho tem como objetivo analisar e reestruturar o evento cultural conhecido como “Torneio do Laço Comprido”, que é realizado na hípica da Universidade do Vale do Paraíba – UNIVAP, na tentativa de torná-lo mais difundido na sociedade local e aos demais interessados. Para se alcançar o objetivo geral serão necessários os seguintes objetivos específicos: levantar dados sobre o Torneio do Laço Comprido que acontece na Univap, Campus Urbanova; analisar e sugerir a reestruturação de infra-estrutura do evento, se necessário; promover ações para aumentar consideravelmente o público freqüentador do evento, bem como, divulgação, novas atrações, etc; e criar um calendário para os campeonatos do Torneio do Laço Comprido que acontecem na Univap.

## O Torneio do Laço Comprido

O Torneio do Laço Comprido acontece na Hípica da Universidade do Vale do Paraíba, no campus Urbanova em São José dos Campos, estado de SP. A Hípica conta com uma rica estrutura física, a pista onde acontece o torneio, um espaço para estacionamento, tanto dos convidados quanto para os participantes do evento, um espaço para praça de alimentação, e banheiros. O público é formado pelos participantes

<sup>1</sup> OMT – Organização Mundial do Turismo, organismo ligada à ONU, é uma agência especializada das Nações Unidas e a principal organização internacional no campo do turismo. Funciona como um fórum global para questões de políticas turísticas e como fonte de conhecimento prático sobre o turismo. Foi criada em 27 de setembro de 1970, tem como objetivo promover e desenvolver o turismo.

das provas e visitantes, ou seja, pessoas que apreciam aspectos diversos da cultura regional. É realizado cinco vezes ao ano com data pré-estabelecida em calendário, acontecendo uma etapa durante o final de semana (sábado e domingo) de cada mês escolhido. O evento oferece muita alegria e segurança onde os convidados podem desfrutar com suas famílias de um ambiente saudável tendo a natureza como paisagem principal; sem precisar se preocupar com a violência do dia-a-dia nos centros urbanos.

Um diferencial que se considera muito importante no evento é a nostalgia, pois ao vivenciar a cultura que há tempos já se encontrava adormecida, os convidados começarão a lembrar suas origens, seus antepassados e sentirão aquela sensação gostosa que é o “saudosismo”. Lembrarão dos momentos felizes que passaram quando crianças e conseqüentemente, ficarão felizes por eventos deste tipo ainda acontecer. Com este evento, a cidade de São José dos campos ganhará um atrativo de entretenimento diferenciado que muitos procuram na região. Além de mostrar a cultura campeira, o evento também trará mais visitantes para a cidade, gerando lucros aos meios de hospedagem, bares e restaurantes, ao setor de transportes, ao comércio em geral, etc., conhecido como efeito multiplicador (BARRETO, 1995).

### **Histórico do Laço Comprido**

O Laço Comprido teve seu início na região Sul do país, mas foi no estado do Mato Grosso que o Laço Comprido teve sua maior importância, aliás, pouca informação se tem sobre como foi que se iniciou, o que se sabe são o que pessoas mais antigas contam. Em 1767 Don Alvar Nunes Cabeça de Vaca, então Governador do Paraguai, adquiriu em São Vicente, na Província de São Paulo, uma manada de 1000 cabeças de gado, alguns touros e umas dezenas de animais cavaleiros e mandou transportá-los pelo interior do Brasil, até Assunção, cruzando os sertões do Mato Grosso. Na travessia do gado pelos grandes descampados do Mato Grosso, extraviaram-se muitos animais. Depois da guerra do Paraguai no século XIX, muitos soldados que passaram pelo Mato Grosso, deslumbrados com as excelentes pastagens da região, voltaram e iniciaram a fundação de fazendas de criação de gado. Desde então, a pecuária não parou mais de se desenvolver, até que o Mato Grosso se tornou o primeiro rebanho do Brasil. Os responsáveis pelo Laço Comprido ter se tornado um esporte foram os campeiros, que gostavam de laçar e tiveram a vontade de passar esta cultura para frente. Antigamente, como não havia cercas para contenção dos animais, aos poucos os animais iam se tornando bravos e selvagens. A única forma de pegá-los era utilizando o laço. Dessa

forma, o homem campeiro, até para sobreviver, foi se tornando um exímio laçador.

### **Materiais e Métodos**

Primeiramente foram realizadas pesquisas em fontes secundárias, com o intuito de tornar claro o conceito de evento cultural e turismo e a sua importância nos centros urbanos. Nesta etapa da pesquisa foram levantados dados teóricos e definições importantes para a fundamentação do trabalho em livros específicos sobre turismo e eventos. Paralelamente, foi também realizada pesquisa bibliográfica via internet com prefeituras de outros estados que já têm esse tipo de atividade vinculada ao seu calendário de eventos do município, todas nos anos de 2005 e 2006.

A avaliação *in loco* feita através de uma planilha qualitativa e quantitativa (SAMARA, 2006) foi aplicada no Torneio do Laço Comprido da Univap, no dia 21 de Maio de 2006 às 15 horas. Teve como objetivo avaliar o evento como um todo, em relação às instalações, a infra-estrutura e a equipe organizadora. Já o Questionário para os participantes ativos e passivos foi aplicado nos dias 03 e 04 de Junho de 2006 com a finalidade de analisar o local para possíveis reestruturações sugeridas no projeto, perguntas semi-abertas pois entende-se que as perguntas abertas são um método que proporcionam um resultado mais fiel e com maior profundidade, por não serem influenciadas com respostas alternativas (pré-determinadas). As perguntas fechadas foram relativas a dados que permitiam objetivamente traçar um perfil das características dos entrevistados, tais como: sexo, idade, local de residência. As perguntas abertas tiveram como propósito levantar os anseios da população, quanto aos atrativos e equipamentos de apoio existentes e outras possibilidades ainda não oferecidas. Para uma amostragem de 260 entrevistados (universo de 800 pessoas presentes). Segundo Gerardi (1981) essa população amostral seria suficiente para que se pudessem estruturar quaisquer parâmetros estatísticos descritivos.

### **Resultados**

Por ser o único evento deste porte e tema na Região do Vale do Paraíba, e até no Estado de São Paulo, torna-se inviável fazer comparações com outros eventos “parecidos”, como por exemplo a “Festa do Peão Boiadeiro de Barretos”, que tem objetivos distintos do evento aqui estudado. O único encontro ainda existente sobre o mesmo tema, acontece no Mato Grosso, em 5 etapas anuais e com um público estimado de 1.200 pessoas por etapa (fonte: secretaria de turismo MT, 2006). Por ser um evento já conhecido e admirado, possui uma infra-estrutura

física adequada e tem um forte esquema promocional (propaganda) contando com vários patrocinadores (empresas regionais).

O evento aqui estudado tem a maioria do público freqüentador pertencente ao sexo masculino. Comprovando então que homens têm uma preferência maior por este tipo de evento, talvez por ser um evento competitivo, e mais ainda, por ser necessário o emprego da força mecânica. Verificou-se que o evento é freqüentado por pessoas de todas as faixas etárias, predominando a faixa de pessoas que têm idade entre 25 a 35 anos, seguida pelo público de 36 a 44 anos, o que demonstra ser um evento que atrai principalmente o público adulto. Isso nos leva a refletir que o tipo de estrutura e atrativos devem ser bem planejados para suprir as necessidades de todos os visitantes, que muitas vezes levam amigos, familiares e até mesmo crianças, que precisam de um cuidado especial, tanto que por uma insatisfação delas, todo o grupo deixa o local.

O público freqüentador do evento é formado em sua maioria por casais e solteiros. Com isso fica evidente que o público, independente de serem solteiros ou casados, estão dispostos a participar de eventos culturais, levando consigo familiares e amigos para presenciar uma cultura pouco divulgada aqui na região, a cultura campeira. Os acompanhantes dos entrevistados em sua maioria são familiares (parceiros e filhos) ou amigos, mostrando que o evento tem um ambiente familiar, onde o público pode tranqüilamente passar um dia agradável conhecendo mais sobre a cultura campeira, conseqüentemente ajudando a divulgar o evento e tornando-o um sucesso. A grande parcela do público freqüentador do evento é formado por empresários, comerciantes e autônomos. Contudo, mostra-se que um evento cultural e esportivo atrai público de todas as parcelas da sociedade. O projeto deste trabalho tem como proposta a melhoria da infra-estrutura do evento, onde tudo indica que este público poderá possivelmente vir a ser consultado como futuros patrocinadores.

Apesar de ser um evento fechado, em alguns aspectos (este evento caracteriza-se por um evento fechado, com relação à falta de divulgação, pois a maior parte do público presente no evento, teve conhecimento do mesmo através do boca a boca dos próprios participantes), estão presentes pessoas de algumas cidades distantes de São José dos Campos, mostrando que o evento tem potencial de atrair público de outras regiões. O público do evento vem em sua maioria para a participação ou prestígio do esporte (Laço Comprido), e para um passeio tranqüilo com os familiares e amigos. Muitos dos entrevistados também mostraram um interesse pela cultura apresentada durante o evento. Os participantes e visitantes do torneio opinam sobre o que poderia

ser acrescentado como entretenimento, de tal modo que faria com que o participante e o visitante tivessem maiores possibilidades no evento. Percebeu-se com a pesquisa que os shows regionais e os passeios a cavalo, são aos itens mais votados, seguidos de gincanas infantis e exposições de utilidades. O público espera que coisas simples sejam inseridas na programação do evento, aliás, estas atividades poderão agregar maior valor ao evento quanto ao entretenimento e, assim, deixar o público freqüentador mais satisfeito atraindo mais pessoas no local.

Um dos itens mais discutidos com os entrevistados foi à alimentação, este item no evento se mostra em total carência, e que todos os entrevistados anseiam pela implantação de um restaurante e uma melhora no que podemos chamar de lanchonete, que dará apoio ao mesmo. A maior parte do público permanece no evento durante um longo período, e trazem a família e muitas vezes crianças, que sentem uma necessidade maior em ter mais opções de alimentação. Contudo, a necessidade de reestruturar a lanchonete que já existe no local foi percebida principalmente pelos participantes ativos, que precisam muitas vezes de alimentos já prontos devido à participação no torneio, não esquecendo também, que muitos deles vêm de outras cidades e não têm um lugar apropriado para as refeições, logo foi solicitado por eles e pelos visitantes a inserção de um restaurante com comida típica no evento.

No item expectativa quanto a estrutura física foram solicitados mais equipamentos para o *playground*, de banheiros mais próximos da pista do torneio, pois hoje, os banheiros ficam localizados atrás das arquibancadas, um pouco longe para os visitantes e participantes se deslocarem. A seguir foram citados como necessidade, um número maior de bebedouros, pois há somente um localizado atrás das arquibancadas, próximo aos banheiros. O local onde se realiza o evento foi muito bem projetado, mas para este tipo de evento há algumas falhas em relação à distância do ponto de realização do torneio e os banheiros e bebedouros.

No que se diz respeito ao esporte, os entrevistados estão satisfeitos, mostrando que o esporte tem potencial para ser explorado, desde que o evento em geral seja reestruturado, para que o público freqüentador, tenha mais opções de entretenimento, refeição e demonstração da cultura. Porém, a satisfação do público quanto ao evento é baixa, em conseqüência, principalmente dos aspectos: alimentação e infra-estrutura física.

A maioria dos freqüentadores, dizem que não estão satisfeitos com os atrativos oferecidos. Aqui também, pode-se se referir à necessidade de melhorias e ampliações nos atrativos que o Torneio Laço Comprido vem oferecendo aos

participantes e visitantes. O público em sua maioria vem passar o dia no evento, e a falta de entretenimento, as falhas na infra estrutura e a carência na alimentação, faz com que os freqüentadores do evento, não consigam por fim satisfazer suas expectativas, pois todos estes transtornos deixam as pessoas ociosas, causando o cansaço e irritação e conseqüentemente despertando a vontade de ir para casa.

Na avaliação *in loco* o que precisa ser melhorado é a divulgação e a recepção, com isso a festa poderá ser conhecida em toda região e obter sucesso. Notou-se a necessidade de melhoria na questão segurança e pronto atendimento no local. Com a avaliação percebeu-se também a necessidade da reestruturação do espaço de lazer para crianças e um espaço de danças onde poderá acontecer um bailão<sup>15</sup> para os adultos. Estabelecer um espaço para o estacionamento, diferenciando o estacionamento dos participantes (que vão aos eventos de caminhonetes e caminhões, devido o transporte de animais e equipamentos) e dos visitantes; um espaço para as pessoas que precisam pernoitar no local, como por exemplo, área de acampamento; Reestruturação da área de alimentação, trazendo mais opções as pessoas.

## Discussão

Este projeto tem como objetivo reestruturar e implantar itens que certamente poderão fazer a diferença, classificando o evento como um entretenimento de qualidade para a cidade. Assim, faz-se necessário, a reestruturação e/ou acréscimo dos seguintes itens, no planejamento físico: 1- Inserção de mais restaurantes ou lanchonetes no local, assim trazendo mais opções de comidas típicas para os participantes e visitantes; 2- Busca de novos possíveis patrocinadores, já que foi notado com o questionário aplicado, uma grande participação de empresários e comerciantes no evento; 3- Melhoria no playground já existente e contratar uma equipe de recreação que dará atenção às crianças através de gincanas e brincadeiras, assim os pais poderão desfrutar mais o Torneio; Propor a criação de um espaço para que um "bailão" aconteça nas horas dos intervalos ou à noite depois das provas; 4- Reorganizar os espaços de estacionamentos tanto para os visitantes quanto para os participantes, que tem a necessidade de embarque e desembarque de animais e equipamentos utilizados no evento; 5- Melhorar a divulgação do evento; 6- Propor aos organizadores uma equipe especializada em primeiros socorros para dar apoio durante o evento; e 7- Criar um espaço de apoio para os participantes que pernoitam no local através de acampamentos.

O evento é direcionado a um público e deve ser planejado para que seus resultados sejam

positivos, pois este "acontece ao vivo, e qualquer falha comprometerá o conceito / imagem da organização para a qual é realizado" (CESCA, 1997 p.41). Este tópico é de extrema importância para o planejamento e execução de qualquer evento, pois, acima de tudo, deve-se analisar organização de cada empresa e a qualidade prestada. Primeiramente, para realização do evento será necessário solicitação de alvará como, por exemplo, da vigilância sanitária e bombeiros. Para entrar com o processo de solicitação de alvará para eventos são necessários os seguintes documentos: contrato do local onde será realizado o evento, descrição do show ou sinopse das peças teatrais e identidade do promotor do evento. Para o evento também será necessário à solicitação de serviços básicos como equipe de limpeza, segurança, ambulância de pronto atendimento, bombeiros, sinalização e veterinários além de serviços de som e iluminação, um responsável pela marcação e um responsável pelo brete, uma equipe de recreação, divulgação, filmagens e fotografias, decoração, locutor e *standes*. Estes são os serviços básicos e necessários para a realização do evento. Alguns destes serviços podemos verificar com os próprios professores e alunos da Universidade, podendo contar como carga horária para estágio, como exemplo, na Faculdade de Comunicação e Artes (FCA), solicitar ajuda quanto a filmagens e fotografias, uma equipe de recreação, staff, etc. Esta parceria de alunos e professores trará oportunidades de conhecimentos práticos, além de ajudar a um evento deste porte a crescer e ter sucesso!

## Conclusão

Após todas as análises realizadas, ficou comprovado que o Torneio do Laço Comprido, tem potencial de vir a ser um evento conhecido e visitado por pessoas que tenham interesse pela cultura campeira e que tenham afinidade com o esporte apresentado. Encontraram-se várias falhas no projeto e na execução do evento, que podem ser re-projetadas e executadas com sucesso para as próximas edições do Torneio.

## Referências

- BARRETO, M. Manual de Iniciação ao estudo do turismo – Campinas– SP: Ed. Papirus, 1995.
- CESCA, C.G.G. Organização de Eventos. 7ª ed. São Paulo: Ed Summus, 1997.
- OMT – [www.omt.org](http://www.omt.org) Acesso em 20ago2006.
- SAMARA, B.B. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Pearson, 2006.
- GERARDI, L. Quantificação em Geografia. São Paulo: Editora Difel, 1981.
- Secretaria de Turismo – [www.mt.org.br](http://www.mt.org.br) Acesso em 15jul2006.