

O IMPACTO DO MEGAEVENTO ROCK IN RIO NO TURISMO DO RIO DE JANEIRO

LUCIANA SOUSA COELHO MARSON

UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO PROFESSOR JOSÉ DE SOUZA HERDY (UNIGRANRIO)

JOSIR SIMEONE GOMES

UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO PROFESSOR JOSÉ DE SOUZA HERDY (UNIGRANRIO)

DIEGO DE OLIVEIRA DA CUNHA

UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO PROFESSOR JOSÉ DE SOUZA HERDY (UNIGRANRIO)

JOCEMAR PEREIRA MARSON

UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO PROFESSOR JOSÉ DE SOUZA HERDY (UNIGRANRIO)

1. INTRODUÇÃO

A cidade do Rio de Janeiro nos últimos anos tem recebido megaeventos que trouxeram mais notoriedade internacional à cidade. Dentre esses eventos estão o Rock in Rio, a Jornada Mundial da Juventude em 2013, as Olimpíadas 2014 e Copa do Mundo em 2016.

Para se adequar aos eventos recebidos nos períodos supra relacionados a cidade tem aumentando o número de hotéis, investido na reestruturação dos transportes e das vias públicas, e privatizando a rodoviária e os aeroportos com o objetivo de trazer maior conforto para o turista que chega à cidade, além de gerar mais recursos aos cofres públicos. Esses acontecimentos trouxeram grandes benefícios para a cidade do Rio de Janeiro, e em especial ao setor de turismo.

Durante a Jornada Mundial da Juventude a cidade recebeu aproximadamente 1.100.000 peregrinos, sendo que 501 mil vieram de fora do país (OBSERVATÓRIO DE TURISMO - UFF, 2013), enquanto que na Copa do Mundo o Rio recebeu 886 mil turistas, sendo 471 mil estrangeiros. Nesta direção, as Olimpíadas o Rio recebeu 1,17 milhão de turistas sendo 410 mil deles estrangeiros (G1, 2016).

Nos últimos anos o Brasil tem sofrido com a crise econômica que assola todas as áreas produtivas, causando transtornos significativos na indústria e comércio, e o ápice desta instabilidade se deu no ano de 2017. De acordo com Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios o desemprego atingiu, no primeiro trimestre de 2017, 13,7% da população em idade ativa (14 anos ou mais) (IBGE, 2017). A retração no consumo das famílias brasileiras, que despencou 10% entre o último trimestre de 2014 e o primeiro de 2017, agrava a crise no comércio. Apenas no mês de junho, 914 lojas de rua fecharam na capital fluminense em decorrência da crise. O turismo também sofre com a instabilidade financeira e em julho 2017, temporada de férias, a taxa de ocupação dos hotéis ficou em apenas 40%, (ABIH, 2017).

Apesar da crise que assolava o Rio de Janeiro em 2017, no mês de setembro a cidade recebeu um número grande de visitantes, como ocorre a cada 2 anos, que contribuiu para melhorar o turismo na cidade. O público nos 7 dias de eventos chegou a 700 mil pessoas (ABIH, 2017).

No mês de setembro de 2017 houve mais uma edição do Rock in Rio na cidade, dados apontaram que o impacto financeiro chegou a R\$ 1,4 bilhão, atraindo mais de 400 mil turistas à capital carioca, e empregando 20 mil pessoas. Todo esse movimento na cidade do Rio de Janeiro no período do evento tem possibilitado aumentos significativos na oferta de produtos e serviços movimentando a economia no setor de turismo (ABIH, 2017).

Devido ao número de participantes, e principalmente ao número de turistas nacionais e internacionais que chegam a cidade do Rio de Janeiro para participarem do evento, e na intenção de mensurar quais setores do turismo são atingidos de forma positiva durante a realização do evento na cidade, a pergunta que norteia esta pesquisa é: Como o Rock in Rio pode impactar o turismo na cidade do Rio de Janeiro?

Objetivo Geral:

Analisar o impacto do turismo na cidade do Rio de Janeiro.

Objetivos Específicos:

- Contextualizar o evento Rock in Rio desde seu início.
- Identificar o quantitativo de turistas que vão ao Rock In Rio a cada 2 anos
- Verificar o que os turistas do Rock in Rio fazem na cidade do Rio de Janeiro, além de assistirem shows.

- Analisar os setores que são impactados durante o evento

2. METODOLOGIA

Na finalidade de alcançar aos objetivos específicos, pretende-se utilizar a pesquisa descritiva. Nessa visão, adotaremos o conceito de Vergara (2007, p.47) ao mencionar “os tipos de pesquisa podem ser definidos por dois critérios básicos: quanto aos fins e quanto aos meios”.

Quanto aos meios, a pesquisa caracteriza-se em bibliográfica (periódicos, livros e artigos da internet), onde inicialmente será desenvolvido o marco teórico da pesquisa, e em seguida serão analisados os dados sobre o megaevento.

Quanto aos fins é uma pesquisa descritiva que segundo Gil (1999), tem como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

Esse tipo de pesquisa, segundo Selltiz et al. (1965), busca descrever um fenômeno ou situação em detalhe, especialmente o que está ocorrendo, permitindo abranger, com exatidão, as características de um indivíduo, uma situação, ou um grupo, bem como desvendar a relação entre os eventos.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Megaeventos na cidade do Rio de Janeiro

A cidade do Rio de Janeiro é considerada o maior destino turístico internacional no Brasil, e é a cidade brasileira mais conhecida no exterior. É a segunda maior metrópole do Brasil, atrás de São Paulo, a sexta maior da América e a trigésima quinta do mundo. Sua população para 1.º de julho de 2018 era de 6.688.927 habitantes (IBGE, 2018).

É considerada um dos principais centros econômicos e cultural do país, sendo internacionalmente conhecida por diversos patrimônios culturais e paisagísticos, como o Pão de Açúcar, o Corcovado com o Cristo Redentor, as praias de Copacabana, de Ipanema e Barra da Tijuca, o Estádio do Maracanã, o Bairro da Lapa e suas florestas urbana, além do Carnaval e do Reveillon em Copacabana.

Uma pesquisa da Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro mostra que 1,1 milhão de turistas passaram pelo Rio de Janeiro no carnaval de 2017. A festa movimentou cerca de R\$ 3 bilhões na economia da cidade. Segundo a Secretaria Municipal de Turismo, a cidade recebeu 2,7 milhões de visitantes no réveillon, movimento que representou uma entrada de R\$ 2 bilhões na economia carioca (AGÊNCIA BRASIL, 2017)

O Rock Rio nos últimos anos também vem contribuindo para o aumento de turistas nas cidade. Especificamente em setembro de 2017 o evento recebeu cerca de 700 mil pessoas na cidade do rock na Barra da Tijuca, sendo que 400 mil eram turistas, vindos de outras regiões do país e de outros países (G1, 2017).

3.2 Turismo e Eventos

Segundo a revista Forbes (2018) o Rio de Janeiro está entre as 100 cidades mais visitadas no mundo em 2017, ficando em 88º lugar no ranking geral. Mesmo com toda divulgação negativa da imprensa internacional com relação à crise econômica e altos índices de violência, a cidade ainda continua sendo procurada por turistas internacionais.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo - OMT (2001) o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares

diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras.

O turismo pode ser definido, holisticamente, como um domínio dinâmico envolvendo a migração temporária de indivíduos e grupos por prazer e/ou a negócios, que supre as necessidades de viajantes, a caminho e no destino, e os impactos econômicos, socioculturais e ecológicos que os viajantes e a indústria sofrem na área de destino (THEOBALD, 2002).

Theobald (2002) ainda discorre que turismo pode ser compreendido como :

- a) um sistema de atrações, transporte e promoção/informação;
- b) como um ato social que permite às pessoas expressarem a si próprias enquanto viajam por lazer ou negócios;
- c) como um reflexo de identidade cultural local e da composição social.

Corroborando com essas considerações Beni (2001) acrescenta que turismo é um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço, acrescentando que as constantes mudanças do mundo globalizado, os avanços tecnológicos, comportamentais e sociais faz surgir uma sociedade com novos padrões e perfis alimentando a indústria do turismo.

Alguns preceitos são relevantes para entender o comportamento do turismo segundo Ignarra(1999) :

- a) o turista quer curtir máximo de satisfação com a sua viagem;
- b) as empresas que oferecem bens e serviços turísticos querem o máximo de lucro;
- c) os cidadãos locais e a administração municipal da cidade turística procuram maximizar os benefícios principais e secundários dos gastos do turista.

Durante o turismo o indivíduo espera usufruir de lazer, experimentar novos prazeres advindos da alimentação, bebidas e até mesmo práticas desportivas ou experiências como apreciar músicas através de shows nos mais variados ritmos. O turismo busca em seu período de lazer usufruir de uma infraestrutura capaz de suprir suas necessidades de hospedagem, lazer e gastronomia.

Desta forma se torna imprescindível um largo raio de serviços ao consumidor, que está temporariamente longe de casa, resultando num pacote de benefícios, incluindo segurança física e conforto psicológico, como uma recompensa ou em uma base não lucrativa. (THEOBALD,2002)

O turismo de eventos é um mercado muito procurado por pessoas que buscam conhecer determinado lugar aproveitando sua participação em eventos profissional, acadêmico ou mesmo de lazer (RITCHIE, 1984).

Segundo Coutinho & Coutinho (2001 apud Melo Neto, 2007) os eventos, relacionam-se a algo como comemoração, festa ou diversão. Além disto, é comum nos meios acadêmicos que esta atividade de produção seja vista, antes de mais nada como uma forma entretenimento. Assim, os eventos com atrações internacionais, que independente de sua natureza e de seus propósitos, representa um meio de entretenimento não só para a população de uma determinada região, mas também se traduz em um atrativo turístico para a população de outras partes do mundo.

Especificamente no caso do Rock In Rio pode-se conceituá-lo como um evento diferenciado, pelo espaço ocupado e principalmente pelo público recebido durante os dias de realização. Entretanto, cabe especificar que tendo em vista a dimensão de seus participantes o festival assume um outro patamar que é o de megaevento.

O conceito de Megaeventos equipara-se aos eventos como as Feiras Mundiais e Exposições, a Copa do Mundo ou as Olimpíadas são eventos especificamente direcionados

para o mercado de turismo internacional e podem ser adequadamente descritos como „mega“ em virtude de sua grandiosidade em termos de público, mercado alvo, nível de envolvimento financeiro, do setor público, efeitos políticos, extensão de cobertura televisiva, construção de instalações e impacto sobre o sistema econômico e social da comunidade anfitriã (DACOSTA et al., 2006).

3.3 Histórico do Rock-in Rio

O Rock in Rio é um festival de música criado pelo empresário carioca Roberto Medina, e teve sua primeira edição em Janeiro de 1985 na cidade do Rio de Janeiro, Brasil. O primeiro evento durou 10 dias, e ocupou uma área de 250 mil metros, no Rio de Janeiro. Foram apresentadas 15 atrações nacionais e 16 internacionais, e recebeu um público de 1 milhão e 380 mil pessoas.

Considerado que desde a primeira edição este megaevento, em 1985 foram contabilizadas melhorias nos indicadores de comercialização de produtos, inclusive proporcionando meios para que a indústria fonográfica brasileira gerasse um crescimento 180% nesse ano (1985), e levou a Mc Donalds a bater o recorde de vendas (Guinness Book) em 58 mil hambúrgueres em apenas um dia. (ROCK IN RIO, 2018)

Desde 1985 o festival já contabilizou 19 edições entre Rio, Lisboa, Madrid e Las Vegas, e é considerado segundo o G1 (2017) como sendo o maior festival de música do mundo.

Os números das 19 edições contabilizam cerca de 2.028 artistas envolvidos, mais de 95 milhões de pessoas na platéia, sendo gerado 212,5 mil empregos diretos dentro da cidade do Rock (ROCK IN RIO, 2018).

Quadro 1- Números do Rock in Rio

Edições	19
Artistas escalados	2.038 mil
Pessoas na platéia	95 milhões
Arvores doadas a Amazônia	73 milhões
Empregos	212,5 mil
Dias de shows	112

Fonte : Adaptado de Rock in Rio (2018)

O primeiro evento como já mencionado, ocorreu em 1985, entretanto o seu segundo episódio só voltou a acontecer em 1991 num intervalo de 7 anos. Houve também um grande intervalo entre 1991 e 2001 quando houve a terceira edição do evento no Rio. De 2004 à 2010 o empresário Roberto Medina apresentou o festival somente na Europa nas cidades de Lisboa e Madrid, voltando ao Brasil somente em 2011. Desde então o megaevento tem ocorrido a cada 2 anos, sendo que o último ocorreu nas últimas duas semanas do mês setembro de 2017.

3.4 Rock in Rio : De 2013 à 2017

Rock in Rio 2013

O Rock in Rio V ocorreu nos dias 13,14, 15, 19, 20 e 21 de setembro de 2013 no Parque Olímpico Cidade do Rock na Barra da Tijuca, RJ. Foram 160 atrações divididas entre o Palco Mundo e Palco Sunset. Foram contratados cantores e bandas renomados

internacionalmente com Beyoncé, Ivete Sangalo, Alicia Keys, Frejat e Metallica que levantaram as plateias nos dias de festival.

Os números relativos ao público participante, das horas de músicas sendo tocadas e os dados de consumo são apresentados no quadro 3:

Quadro 2– Números Rock in Rio 2013

Público	595 mil pessoas
Horas de música	105
Cerveja	540 mil litros
Água	420 garrafas de água
Refrigerante	210 mil copos
Batatas	9,7 toneladas
Paes de queijo	130 mil
Pizza	48 mil
Cachorro quente	29 mil
Hamburguer	280 mil
Milk Shake	40 mil

Fonte Adaptado de Rock in Rio (2013)

Também foram grandes os números relacionados ao tratamento de lixo durante o evento. De acordo com o G1 Rio (2013) a quantidade de lixo também chamou a atenção no Rock in Rio, pois foram recolhidas 183,7 toneladas de resíduos, entre lixo orgânico, reciclável e de material potencialmente reciclável (G1 Rio, 2013).

A direção do evento mostrou preocupação de como seria dado um direcionamento para o lixo produzido no evento, principalmente porque conscientizar seu público é conscientizar o turista que frequenta a cidade receptora do evento.

A gestão dos resíduos gerados durante o evento foi feita pela pelo Instituto Doe Seu Lixo. Ao longo dos sete dias de Rock in Rio foram geradas 183 toneladas de resíduos. Desse total, 35,7 toneladas são resíduos recicláveis (latas, papelão e vidro) que já saíram da Cidade do Rock separados e cuja venda beneficiará 29 cooperativas registradas na COMLURB. Além disso, 71 toneladas de lixo orgânico foram levadas para a Usina do Caju para compostagem e será transformada em adubo orgânico para projetos de reflorestamento. Já cerca de 77 toneladas de material potencialmente reciclável foram para a Estação de Transferência de Jacarepaguá e serão divididas e doadas para 10 cooperativas com capacidade de triagem. (ROCK IN RIO, 2013)

Com relação a dimensão do evento a organização do evento divulgou o balanço final no qual nominou algumas lojas parceiras e de vendas: “as Lojas Americanas que montou espaço de 60m², vendendo 24 mil produtos; o Bobs que nos sete dias vendeu 280 mil hambúrgueres e 4 mil *milk shakes*; a Dominos que vendeu 48 mil pizzas e a Heineken que vendeu 530 mil litros de cerveja ao longo do festival (ROCK IN RIO, 2013).

Com relação ao público-turista que frequentou o evento, em 2013 a Universidade Federal Fluminense por meio do seu Observatório do Turismo da Faculdade de Turismo e Hotelaria promoveu uma pesquisa que conseguiu gerar dados relevantes sobre o perfil do turista do Rock in Rio. Nesta pesquisa os dados sobre o impacto econômico no Turismo no Rio de Janeiro foram:

Quadro 3 – Dados sobre gastos dos turistas.

Descrição	Números
Gasto médio dos turistas brasileiros	R\$ 156,33
Gasto médio de turistas internacionais	R\$ 259,76
Número de pernoites turista nacional	4,9 dias
Número de pernoites turista internacional	9,4 dias
Gastos do turista sobre a economia da cidade	R\$ 521.623.436
Gastos dos turistas brasileiros	R\$ 493.790.962
Total dos gastos dos turistas estrangeiros	R\$ 27.2832.474

Fonte: Adaptado, Observatório do Turismo - UFF (2013)

O observatório da UFF também investigou a motivação para visitar o Rio de Janeiro na segunda quinzena de setembro, verificando que 67,2% responderam que foi por causa do Rock in Rio como um todo, e 23,4% especificamente para um assistir uma banda ou cantor.

Com relação a forma de hospedagem durante o festival dos respondentes da pesquisa 44,9% dos turistas se hospedaram na casa de amigos ou parentes e 30,3% em hotel. (OBSERVATÓRIO DE TURISMO – UFF, 2013)

Segundo a Associação brasileira de Indústria de hotéis do Rio de Janeiro (ABIH-RJ-2013) neste período a taxa de ocupação foi de 90%, com uma diária média de R\$ 100, 00 por dia. Os hotéis mais procurados estavam na Barra da Tijuca e na Zona sul da cidade.

Rock in Rio 2015

A edição do Rock in Rio do ano 2015 celebrou 30 anos do início do festival, e ofereceu ao seu público 150 atrações entre artistas nacionais e internacionais. O evento ocorreu entre os dias 18 e 27 de setembro de 2015. Nesta edição foram contratados para se apresentarem referências da música internacional como Queen, Elton John, Skank, A-ha, Metalica e Paralamas do Sucesso que fizeram o grande público do evento dançar e cantar ao som de seus sucessos.

De acordo com a organização do evento Rock in Rio (2015) no total foram recebidos 595 mil pagantes, cerca de 85 mil pessoas por dia de evento, que além dos shows puderam se divertir nas atrações complementares de lazer, como a tirolesa, a roda gigante, X-treme e a montanha Russa.

Quadro 4 - Números Rock in Rio 2013

Público diário/mês	85mil -595 mil
Horas de música	90 horas
Atrações	150
Hambúrgues	120 mil
Cachorro quente	27 mil
Paletas mexicanas	75 mil
Milk shake	20 mil
Cerveja	530 mil litros
Mudas de arvores	26.409

Fonte: Adaptado do Infográfico Rock in Rio (2015)

Considerado o maior festival de música do país, o Rock in Rio foi essencial para aumentar o número de ocupação de hotéis na cidade do Rio durante as 2 semanas em que ocorreu.

Nesta segunda semana de evento (21 a 24/09), por exemplo, houve um incremento de cinco pontos percentuais em relação à previa, passando de 77% para 82% de quartos reservados no fim de semana. O levantamento mostra ainda que o índice foi superior nos bairros de Ipanema e Leblon (85%) e Copacabana e Leme (87%), que tiveram a preferência do público hospedado na cidade para o festival. A Barra da Tijuca tem 81% de reservas para este fim de semana. A pesquisa também traz um balanço do primeiro final de semana do evento (15/09 a 17/09), que fechou com 75% dos quartos ocupados e também teve os bairros de Ipanema e Leblon como mais procurados, com 85% (ABIH-RJ, 2015).

Os dados turísticos referentes ao período do festival são relevantes para economia da cidade do Rio de Janeiro. Em 2015, o secretário municipal de turismo, Antonio Pedro de Mello, declarou que 46% do público do Rock in Rio foi composto por pessoas de fora do Rio, e que foram vendidos 14 mil pacotes turísticos, número 3 vezes maior do que os vendidos em 2013 (ABIH-RJ, 2015).

De acordo com o Secretário, a rede hoteleira teve uma ocupação de 70% na cidade, número considerado bom para a época do ano, considerada baixa estação, e também pela crise econômica.

Assim, como em 2013 os pesquisadores do Observatório de Turismo da Universidade Federal Fluminense, Professores Osiris Marques, João Evangelista Dias Monteiro e Marcello Tomé obtiveram dados importantes em sua pesquisa feita com entrevistados na cidade do rock que mostram o perfil do turista durante o festival

Ao todo, foram 295.120 turistas que participaram do Rock in Rio 2015, o que representa 49,6% do total de participantes. Destes, apenas 2% eram turistas internacionais, mostrando que, apesar das atrações internacionais, o Rock in Rio tem um público eminentemente nacional. (Revista Eventos 2015)

Quadro 5 - Quadro 4 Dados sobre gastos dos turistas

Gasto médio dos turistas brasileiros	R\$ 172,70
Gasto médio de turistas internacionais	R\$ 303,90
Número de pernoites turista nacional	4,8 dias
Número de pernoites turista internacional	7,6 dias
Impacto total dos gastos do turista sobre a economia da cidade	R\$ 532 milhões
Impacto total dos gastos dos turistas brasileiros	R\$ R\$ 490 milhões
Total dos gastos dos turistas estrangeiros	R\$ R\$ 42 milhões

Fonte: Adaptado Revista Eventos-UFF (2015)

De acordo com divulgação da organização Rock in Rio durante o período do evento foram gerados 20 mil empregos diretos e indiretos na cidade do Rio de Janeiro. Desse total 6 mil oportunidades foram destinadas à atuação direta no festival e o restante das vagas geradas indiretamente pelo evento estão no ramo da hotelaria, dos restaurantes e do transporte (G1, RIO 2015).

Rock in Rio 2017

O festival Rock in Rio iniciou sua sétima edição em 15 de setembro de 2017 no Parque Olímpico do Rio de Janeiro. Foram 7 dias de muita música e diversão na cidade do Rock. Se apresentaram nesta edição do evento artistas como Ivete Sangalo, Lady Gaga, Fergie, Shawn Mendes, Maroon 5, Justin Timberlake, Bon Jovi, Aerosmith, Red Hot Chili Peppers, Guns N' Roses, The Who, Capital Inicial, Skank, Frejat. Além dos concertos, realizados na estrutura existente no Parque Olímpico, a área de 300 mil m² ganhou novos espaços, como a Rock District, Digital Stage, Gourmet Square e Game XP. Somente no último deles, estima-se que 360 mil passaram pela arena.

Apesar da crise econômica e de segurança pública que atormentavam o Rio de Janeiro no ano de 2017, e mesmo como as incertezas que o Brasil enfrentava em relação à política, foram vendidos 700 mil ingressos para os 7 dias de shows no Rock in Rio.

Segundo Medina (SEBRAE, 2017) nessa edição do festival o público carioca foi minoria, algo em torno de 252.000 ingressos foram comprados por cariocas, cerca de 36% do total. Enquanto os outros 448.000 ingressos foram comprados por pessoas que não moram no Rio, e que iriam à cidade proveniente de várias regiões do Brasil e do mundo.

A equipe celebrou, dentre outras coisas, o impacto econômico para o Rio de Janeiro. Dados mostram que 20 mil pessoas foram empregadas para a realização do RiR 2017. Além disso, estudos da FGV apontam que o impacto financeiro chegou a R\$ 1,4 bilhão, atraindo mais de 400 mil turistas à capital carioca (TERRA, 2017).

Além dos atrativos já existentes, em 2017 foi criada a Gourmet Square: uma área com mil metros quadrados e cerca de 500 lugares sentados, em um ambiente climatizado na Cidade do Rock. No local, 14 bares e restaurantes levarão opções de comidinhas e refeições para o público, em um ambiente diferenciado nesta edição do Rock in Rio. (MUNDO DO MARKETING, 2017). Foram mobilizados cerca de 2.500 funcionários, para atender a demanda de alimentação.

Com relação ao público do evento, turistas na cidade do Rio de Janeiro, verificou-se que nos dois fins de semana do festival houve ocupação média de 85% a 90% nos bares e restaurantes da Zona sul e Barra da Tijuca, acima dos 80% na última edição do festival segundo a Associação Brasileira de Indústria e Hotéis do Rio de Janeiro (ABIH- RJ).

Segundo a Fecomercio-RJ o Rock in Rio injetou cerca de R\$ 523 milhões no comércio carioca. Considerando comércio de bens, serviços e turismo, a estimativa salta para R\$ 947 milhões (REVISTA PEGN, 2017).

A Riotur (2017) realizou um estudo em parceria com a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), visando obter o perfil do público presente no Rock in Rio 2017, tendo com o foco principal os turistas.

Quadro 6 - Dados Turismo e Rock in Rio 2017

Gasto médio dos turistas	R\$ 1,295.00
Número de pernoites turistas	5,3 dias
Gastos dos turistas	406 milhões

Fonte : Adaptado da Rioceptur (2017)

Com relação ao transporte durante o evento uma pesquisa feita pela RIOCEPTUR (2017) informou que 35,8% utilizaram o ônibus, 21,6% o BRT, 13,8% o Táxi, 11,3% fizeram integração entre o metro e BRT, 8,9% foram de metro e 4,3% de carro.

Em relação à visitação dos pontos turísticos na cidade, a preferência com 26,6 % foram as praias, Museu do amanhã ficou com 16,6%, Cristo Redentor com 14,9, Pão de Açúcar ficou com 12%, Lapa com 9,1% e AquaRio com 7,9%. (RIOCEPTUR, 2017)

4. RESULTADO E DISCUSSÕES

Por se tratar de uma pesquisa bibliográfica e descritiva, as informações para análise dos dados foram obtidas através do Observatório de Turismo da UFF (2013, 2015) RIOTUR (2017), RECEPTUR (2103, 2015), ABHI, SEBRAE (2017) e Rock in Rio (2013, 2015, 2017), além de dados publicados em jornais e revistas online especializadas na área de turismo e eventos.

Por se tratar de um evento que ocorre sazonalmente, e mais especificamente no mês de setembro, os dados avaliados se restringem às duas últimas semanas do mês de setembro dos anos de 2013, 2015 e 2017.

4.1 Público no Rock In Rio

Para se entender como o Rock in Rio interfere no turismo do Rio de Janeiro, é apresentado no quadro 9 o público pagante nos últimos três anos das edições do festival.

Quadro 7 – Público Rock in Rio

Ano	Público
2013	595 mil
2015	595 mil
2017	700 mil

Fonte: Adaptado Rock in Rio (2018)

Os festivais de 2013 e 2015 foram realizados no Parque dos Atletas, espaço localizado à Av. Salvador Allende, Recreio dos Bandeirantes- RJ e cada edição contou com 565 mil expectadores. Já em 2017 houve mudança de endereço, e o evento passou a ser realizado no Parque Olímpico, local onde foi realizado as Olimpíadas do Rio de Janeiro que fica situada à Av. Abelardo Bueno, com tamanho bem superior ao espaço antigo. Essa mudança de localidade deve ter sido a responsável pelo aumento considerável no número de ingressos vendidos entre 2013 e 2017.

4.2 Número de turistas durante Rock in Rio

O Rio de Janeiro é uma cidade praiana, e seus maiores índices de visitação ocorrem durante a alta temporada, geralmente entre dezembro e março.

Durante o Rock in Rio, na baixa estação, a cidade recebe turistas de todo Brasil, e de algumas partes do mundo que além de aproveitar a cidade do Rock, aproveitam para conhecer outros atrativos do Rio. No quadro abaixo pode-se observar que a cada edição a cidade recebe um número maior de visitantes.

Quadro 8: Número de turistas na cidade durante o Rock in Rio

Ano	Número de turistas
2013	275 mil
2015	295 mil
2017	308 mil

Fonte :Adaptado de Observatório de Turismo da UFF (2013: 2015) e Rioceptur (2017)

Os números demonstram que a cada edição o número de turistas aumenta. De 2013 para 2015 houve aumento de 20 mil turistas, enquanto que de 2015 para 2017 aumentou em 13 mil pessoas, número significativo, tendo em vista que a imprensa nacional e internacional veicula um aumento no índice de violência existentes na cidade, fato este tenderia a causar diminuição no número de visitantes.

Em 2017 somente 32% de cariocas compraram o ingresso para o evento, sendo que 67% foram obtidos por turistas.

4.3 Análise da Taxa de ocupação hotelaria

Os dados obtidos sobre taxa de ocupação de hotéis no período do Rock in Rio – RiR são referentes aos anos de 2013, 2015 e 2017, mas para se poder mensurar o aumento ou diminuição na taxa de ocupação, foi necessário buscar os índices de 2012, 2014 e 2016 anos em que o evento não ocorre.

Quadro 9 – Comparativo de taxa de ocupação de hotéis nos meses de setembro 2012 à 2017

Mês	Ano	Taxa de ocupação
Setembro	2012	74,30%
Setembro	2013 RIR	90%
Setembro	2014	69,9%
Setembro	2015 RIR	80%
Setembro	2016	54%
Setembro	2017 RIR	76%

Fonte : Adaptado de ABIH (2018) e Rock in Rio (2017)

Entre 2012 e 2013 houve um aumento de 15,70%, na taxa de ocupação dos hotéis enquanto que entre 2014 e 2015 esta diferença diminuiu para 10,1%. A diferença volta a aparecer em 2017 quando o índice de ocupação na hotelaria aumenta para 22% em relação ao ano de 2016.

Como já especificado anteriormente, o público do evento em 2013 e 2017 atingiu a marca de 595 mil, e em 2017 o número aumentou para 700 mil, diferença de 105 mil participantes, o que consequentemente causou o aumento na procura de hospedagem na cidade.

4.4 Gastos do Turista na cidade no período do Rock In Rio

Os dados obtidos sobre gastos individuais na cidade durante o evento em 2013 e 2015 foram obtidos através do Observatório de Turismo da UFF (2013 e 2015) e mostravam os gastos do turista nacional e do turista internacional. Entretanto, os dados de 2007 foram colhidos através da RIOCEPTUR(2017) e não constavam dados gastos do turista internacional. Assim, para essa análise optou-se por comparar somente os dados do turista nacional, conforme exposto no quadro 11.

Quadro 10– Gastos diários do turista

Ano	Gasto diário
2013	R\$ 156,33
2015	R\$ 172,70
2017	R\$ 185,00

Fonte: Adaptado Observatório de Turismo da UFF (2013; 2015) e Rioceptur (2017)

Os gastos individuais aumentaram gradativamente nos três anos analisados, o que seria razoável tendo em vista a inflação, mas também há de se considerar que em 2016 e 2017 a crise econômica no Brasil tomou grandes dimensões, e poderia ter inferência direta numa provável redução de custos individuais dos turistas.

4.5 Dias de pernoites dos turistas na cidade

Nos dados obtidos referentes aos anos de 2013 e 2015 constavam também os dias de pernoite do turista internacional, mas como não se obteve dados referente a 2017 preferiu-se analisar somente gastos do turista nacional.

Quadro 11 - Dias de pernoite do turista

Ano	Dias de pernoite
2013	4,9 dias
2015	4,9 dias
2017	5,3 dias

Fonte :Adaptado Observatório de Turismo da UFF (2013; 2015) e Rioceptur (2017)

O festival ocorre nos dois últimos finais de semana de setembro, e o turista que vai ao evento passa em média 5 dias na cidade do Rio de Janeiro. Levando-se em consideração que os shows ocorrem na sexta, sábado e domingo, pode-se acreditar que o turista possa reservar dois dias para conhecer os atrativos turísticos da cidade como Cristo Redentor, Praias, Lapa, e museus ,

4.6 Empregabilidade gerada no Rock in Rio

Todos os dados obtidos mostram que foram gerados cerca 20 mil empregos diretos e indiretos durante a realização do evento na cidade. Sendo que 1.500 foram considerados diretos e o restante indiretos.

Quadro 12 – Empregos gerados no Rock in rio

Ano	Empregos
2013	20 mil
2015	20 mil
2017	20 mil

Fonte: Adaptado Rock in Rio (2018)

Um dos grandes ganhos socioeconômico para a realização de um megaevento da dimensão do Rock in Rio é gerar empregabilidade para a população da cidade.

O festival é um megaevento que necessita de mão de obra especializada para fazê-lo acontecer. Além dos atendentes, técnicos, engenheiros, gestores, médicos e todos aqueles que contribuem para o funcionamento do evento durante os dias de realização dentro da cidade do Rock, há de se contabilizar outros profissionais essenciais para manutenção da infraestrutura da cidade do Rio de Janeiro. Assim, mesmo que indiretamente policiais, bombeiros, motoristas de transporte público, funcionários de hotéis, bares e restaurantes são exemplos de trabalhadores que contribuem para que a cidade receba bem seus visitantes.

4.7 Impacto econômico durante o evento

O impacto econômico decorrente do Rock in Rio diminuiu entre 2015 e 2017. Diferentemente dos outros índices impactados pelo festival, os índices econômicos não obtiveram resultados superiores aos números obtidos na edição do anterior.

Quadro 13 - Impacto econômico

Ano	Impacto econômico
2013	R\$ 532.000.000,00
2015	R\$ 538.000.000,00
2017	R\$ 406.000.000,00

Fonte: Adaptado Observatório de Turismo da UFF (2013; 2015) e Rioceptur (2017)

Os números de 2017 podem ser reflexos da crise econômica que o Rio vem atravessando nos últimos 3 anos, mas este fato não pode ser considerado como um ponto negativo, tendo em vista os números anteriores.

O turismo no Rio de Janeiro perdeu R\$ 657 milhões em consequência da criminalidade entre janeiro e agosto de 2017. O dado é parte de um levantamento da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). O montante equivale ao faturamento de 8,9 dias do turismo local. O segmento de bares e restaurantes sofreu mais da metade do prejuízo: R\$ 332,1 milhões. Também tiveram perda os segmentos de transportes, agências de viagens e locadoras de veículos (R\$ 215,5 milhões, ou 32,6% do total); hotéis, pousadas e similares (R\$ 97,7 milhões, ou 14,8%) e atividades culturais e de lazer (R\$ 14,7 milhões, ou 2,2%) (AGÊNCIA BRASIL, 2017). Assim, mesmo com o impacto abaixo dos anos anteriores do RiR, houve uma melhora na economia do Rio de Janeiro tendo como base os meses de Janeiro a Agosto de 2017.

4.8 Visitação aos pontos turísticos.

O Rock in Rio em si já pode ser considerado como um atrativo turístico na cidade do Rio de Janeiro, tendo em vista sua dimensão em termos de shows, espaço e diversão, gastronomia. Como já foi relatado, por conta dos inúmeros atrativos de lazer na cidade do Rock, o participante entra na cidade às 14 horas e permanece até o fim do último show geralmente após às 24 horas.

Além da participação no Rock in Rio os visitantes também aproveitaram para conhecer outros atrativos turísticos da cidade do Rio de Janeiro. Entretanto, a pesquisa não logrou sucesso em obter dados consistentes que pudessem ser analisados nos três períodos do festival 2013, 2015 e 2017. Inclusive, não foram obtidos dados sobre visitação aos pontos turísticos durante o Rock in Rio 2015.

A pesquisa do Observatório de Turismo na UFF(2013) verificou que 70,10% dos turistas além de participar do Rock in Rio também aproveitaram para visitar pontos dos turísticos da cidade, incluindo as praias.

Quadro 14 – atrativos turísticos visitados durante o Rock in Rio 2017

Praias	26,6 %
Museu do Amanhã	16,6 %
Pão de açúcar	12 %
AquaRio	7,9 %
Nenhum	36,9%

Fonte : Rioceptur (2017)

Em 2017 foi apurado através da pesquisa da Rioceptur (2017) que a preferência dos turistas foi a visitação às praias da cidade com 26,6%, que a visitação aos outros pontos turísticos da cidade ficou com 36,5 %, e o restante 36,9 % dos entrevistados não visitaram nada além do Rock in Rio.

4. Considerações finais

O Rock in Rio em suas três edições trouxe à cidade do Rio de Janeiro 965 mil turistas vindos do Brasil e do mundo, pessoas que além de participarem de um megaevento de música permaneceram na cidade em média por 5 dias, gastando diariamente cerca de R\$ 160,00.

Com esse público recebido pelo Rock in Rio, durante as duas últimas semanas de setembro, a taxa de ocupação de hospedagem cresceu significativamente, inclusive com aumento de consumo em bares e restaurantes da cidade.

Os dados sobre os pontos turísticos visitados na cidade não foram suficientes para se mensurar o aumento ou diminuição da procura durante o Rock in Rio, pois somente foram encontrados dados consistentes no último período em 2017, o que pode demonstrar que a grande maioria dos visitantes vem somente em busca do entretenimento oferecido pelo Rock in Rio.

Os seis dias do Rock in Rio geraram 20.000 mil empregos diretos e indiretos que movimentam o mercado de trabalho na cidade do Rio de Janeiro, antes, durante e após a realização do evento. Cerca de 1.500 pessoas trabalham dentro da cidade do Rock em restaurantes, bares e lojas de conveniência movimentando a economia carioca.

Além dos trabalhadores contratados para a cidade do Rock outras áreas também sofreram impactos como hotelaria, transportes, lojas, bares e restaurantes principalmente nos bairros da zona sul e zona oeste.

O impacto econômico na cidade durante as três últimas edições do evento somou a quantia de R\$1.476.000,000,00. No ano de 2017 o impacto financeiro foi menor do que nas duas edições anteriores, mas de qualquer forma foi significativo tendo em vista a crise econômica da cidade do Rio de Janeiro.

Os índices de hotelaria demonstraram que a taxa de hospedagem nas três últimas edições ficou em torno de 80% de ocupação nos bairros da zona sul e Barra da Tijuca, locais mais próximos ao evento.

Apesar do Rock in Rio ocorrer a cada dois anos ficou evidente que esse megaevento contribui para divulgação do Rio de Janeiro no Brasil e no mundo, possibilitando que mais pessoas por causa do evento visitem a cidade.

Sabendo que o objetivo dessa pesquisa era verificar se os eventos do Rock in Rio impactaram o turismo na cidade do Rio de Janeiro, foi confirmada esta hipótese com os dados apresentados neste trabalho, e que este impacto ocorre de forma considerável em diversas áreas, tendo em vista que o produto turístico abrange atividades e serviços relacionados aos meios de hospedagem, alimentação, transporte, lazer e entretenimento.

Os dados mostraram aumento do número de visitantes à cidade, aumento do número de hospedagens, oferta de empregos no período do evento, aumento de consumo nos bares e restaurantes dentro e fora da Cidade do Rock e, principalmente, um grande impacto econômico na cidade durante o evento. Apesar dos dados sobre visitação aos pontos turísticos terem sido insatisfatórios para esse trabalho, espera-se que em pesquisas futuras possam ser mensurados dados sobre estes aspectos.

5. Referências Bibliográficas

AGÊNCIA BRASIL . **Por causa da violência turismo perde 320 milhões.**Disponível em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2017-07/por-causa-da-violencia-turismo-no-rio-de-janeiro-perde-r-320-milhoes-em-4>. Acesso em: 30 ago 2018.

_____. **Rio perdeu 657 milhões em turismo por causa de violência.** Disponível em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2017-10/rio-perdeu-r-657-milhoes-em-turismo-por-causa-da-violencia-diz-cnc>. Acesso em 02 nov 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS DO RIO DE JANEIRO. **Pesquisa de mercado ocupação hoteleira no Rio de Janeiro** . Disponível em <file:///C:/Users/lucia/Downloads/2016,12,22-c60c0.pdf><file:///C:/Users/lucia/Downloads/2016,12,22-c60c0.pdf>. Acesso em : 02 nov 2018.

BENI, Mario Carlos. **Globalização do Turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira.** 2 edição São Paulo: Aleph, 2004.

BRASIL. IBGE . **Carnaval do Rio atrai mais de 1 milhão de turista para economia.** Disponível em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/rio-de-janeiro/pesquisa/38/46996>. Acesso em: 20 set 2018. _____, **Estimativas de população 2018.** Disponível em ftp://ftp.ibge.gov.br/Estimativas_de_Populacao/Estimativas_2018/estimativa_dou_2018.pdf. Acesso em 12 out 2018.

CENTRO DE ESTUDOS E PESQUISAS APLICADAS AO TURISMO DO RIO DE JANEIRO- **RIOCEPTUR. Relatório Rock in Rio 2017.**<http://www.rioceptur.com.br/wp-content/uploads/2014/10/RIR.pdf>. Acesso em 01 set 2018.

CENTRO DE PESQUISAS E ESTUDOS APLICADOS AO TURISMO DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO- **Relatório e perfil do visitante Rok in Rio, 2017**

COUTINHO, Hevellyn Pérola, COUTINHO Helen Rita Menezes. **Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística.**Revista Eletrônica Aboré - Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo Edição 03/2007 ISSN 1980-6930.

DA COSTA, Lamartine Pereira et al (Org.). **Atlas do Esporte no Brasil: Gestão da Segurança em Megaeventos Esportivos.** Rio de Janeiro: Ana Miragaya, 2006. 858 p. Disponível em: . Acesso em: 16 out 2018.

EMBRATUR. **Rio de Janeiro continua sendo o destino mais visitado da America do Sul.** em http://www.embratur.gov.br/piembratunew/opencms/salaImprensa/noticias/arquivosRio_de_Janeiro_continua_sendo_o_destino_mais_visitado_da_America_do_Sul.htm. Acesso em 12 out 2018.

FORBES. **Cidades mais visitadas do mundo.** Disponível em <https://forbes.uol.com.br/listas/2018/02/10-cidades-mais-visitadas-do-mundo-2/>Acesso em 12 out 2018.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

_____. **Bares e hotéis sentem efeito Rock in Rio.** Disponível em <https://oglobo.globo.com/economia/bares-hoteis-sentem-efeito-rock-in-rio-21840564>. Acesso em : 2 nov 2018.

_____. **Rio recebeu 886 mil turistas durante copa do mundo diz Riotur** . Disponível em <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/07/rio-recebeu-886-mil-turistas-durante-copa-do-mundo-diz-riotur.html>. Acesso em : 15 set 2018.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira, 2000. MUNDO DO MARKETING. **Os recordes e invenções do Rock in Rio, 2017**. Disponível em <https://www.mundodomarketing.com.br/inteligencia/estudos/548/especial-os-recordes-e-reinvencoes-do-rock-in-rio-2017.html> Acesso em 01 de out 2018.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). **Introdução ao Turismo**. Trad. Dolores Martins Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2000.

OSIRES, Marques. **Rock in Rio Injeta mais de 500 milhões de reais na economia do Rio de Janeiro**. *Revista Eventos*. Disponível em <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>. Acesso : 25 out 2018.

REVISTA PEGN. **Bares e hotéis cariocas sentem o efeito Rock in Rio**. <https://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2017/09/bares-e-hoteis-cariocas-sentem-o-efeito-rock-rio.html>. Acesso em 02 nov 2018.

_____. **Infográfico Rock in Rio 2013**. Disponível em <http://rockinrio.com/infografico2013/> Acesso em 20 ago 2018

_____. **Infográfico Rock in Rio 2015**. Disponível em <http://rockinrio.com/infografico2013/> Acesso em 20 ago 2018/ Acesso em 20 ago 2018

RIOTUR. **Os números do turismo no Rock in Rio 2017** <http://www.rio.rj.gov.br/web/riotur/meiosdehospedagem>. Acesso em :26 nov 2018.

_____. **Sazonalidade no turismo o que é e como lidar**. Disponível em <https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/relatorios-de-inteligencia/sazonalidade-no-turismo-o-que-e-e-como-lidar/577d695235533219001888aa>. Disponível em: 20 set 2018.

RITCHIE, B. 1999 . **Mega events and Human Rights**. In: Taylor, T(ed) How do you play the game. University of Tecnology.

SEBRAE INTELIGÊNCIA SETORIAL. **Ingressos foram comprados por turista e não cariocas**. Disponível em <https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/noticias-de-impacto/rock-in-rio-2017-64-dos-ingressos-foram-comprados-por-turistas-e-nao-cariocas/596669fb93c4e61900dfea8a>. Acesso em :12 out 2018.

_____. **Sazonalidade no turismo o que é e como lidar**. Disponível em <https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/relatorios-de-inteligencia/sazonalidade-no-turismo-o-que-e-e-como-lidar/577d695235533219001888aa>. Disponível em: 20 set 2018.

THEOBALD, William F. (Org.). **Turismo global. Tradução:** Anna Maria Capovilla, Maria Cristina Guimarães Cupertino e João Ricardo Barros Penteado. 2. Ed. São Paulo: SENAC, 2002.

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE . **O perfil e o impacto econômico do turista do rock in rio**. Observatório de Turismo. Disponível em <http://www.fth.uff.br/images/RIR.pdf>. 2014;10;rir.PDF Acessado em 12 out 2018.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2005.