

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

GABRIELE MARTINS DA CRUZ

**TURISMO E ESTILO DE VIDA DE MOTOCICLISTAS: ANÁLISE DO EVENTO
PARANAGUÁ MOTOS SOB A PERSPECTIVA DOS PARTICIPANTES**

MATINHOS

2018

GABRIELE MARTINS DA CRUZ

**TURISMO E ESTILO DE VIDA DE MOTOCICLISTAS: ANÁLISE DO EVENTO
PARANAGUÁ MOTOS SOB A PERSPECTIVA DOS PARTICIPANTES**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal do Paraná - Setor Litoral como
requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em
Gestão de Turismo no curso de graduação em
Tecnologia em Gestão de Turismo

Orientador: Prof. Dr. Marcos Luiz Filippim


MATINHOS

2018

ATA FINAL DE AVALIAÇÃO DA DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos **quinze** dias do mês **junho** de 2018, às 10h00 (**dez**) horas na sala **23A** da UFPR – Setor Litoral reuniu-se a banca examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso, constituída pelos professores MSc. **Beatriz Leite Ferreira Cabral** e Dr. **Luiz Ernesto Brambatti**, sob a presidência do professor **Dr. Marcos Luiz Filippim** para a avaliação do Trabalho de Conclusão do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da UFPR de autoria da estudante **Gabriele Martins da Cruz**, intitulado: **“Turismo e Estilo de Vida de Motociclistas: Análise do Evento Paranaguá Motos sob a Perspectiva dos Participantes”**. Após a apresentação do trabalho, a banca examinadora reuniu-se e decidiu pela sua APROVAÇÃO (aprovação/reprovação). As estudantes deverão efetuar as correções solicitadas pela banca e entregar a versão final impressa em capa dura e digital em CD com arquivo em PDF contendo a inserção da cópia da Ata nas duas versões, conforme normas ABNT, para a Assessoria da Câmara.

Matinhos, **15 de junho** de 2018.



MARCOS LUIZ FILIPPIM

(presidente)



BEATRIZ LEITE FERREIRA CABRAL



LUIZ ERNESTO BRAMBATTI



GABRIELE MARTINS DA CRUZ

RESUMO

O Paranaguá motos têm se tornado nos últimos anos o evento com maior retorno econômico para o município de Paranaguá - PR. O evento se tornou referência no segmento de encontros de motociclistas no Brasil. Com base nisto e levando em consideração a ausência de estudos deste segmento, este trabalho apresenta o perfil dos motociclistas que participaram da 18ª edição do referido encontro, realizada em agosto de 2017. O objetivo geral da presente pesquisa consistiu em analisar o encontro dos motociclistas e seus efeitos sobre a cidade. A metodologia foi composta por uma pesquisa quantitativa, de caráter exploratório e descritivo e delineamento de *Survey*, com base no levantamento de dados de base teórica e na construção de um questionário, composto por questões abertas, fechadas e escalares, a fim de elucidar a problemática de pesquisa. Conforme os resultados obtidos, a presença de visitantes do gênero masculino é maior, com faixa de idade entre 25 a 45 anos, vindo de diversas cidades do Brasil. A avaliação geral do evento foi indicada como ótima pela maioria dos entrevistados. Os aspectos receptividade e shows alcançaram índices entre bom e ótimo. A maior parte do público não visita ou não possui interesse em visitar atrativos do litoral, tendo como objetivo participar apenas do evento. Os aspectos referentes à limpeza e à segurança alcançaram notaçãõ mediana, mas obtiveram avaliação mais negativa quando comparados aos demais quesitos.

Palavras-chave: Motociclismo. Mototurismo. Paranaguá -PR.

ABSTRACT

The encounter “Paranaguá Motorcycles” has become in the last years, the biggest one in economic return for the county Paranaguá-PR. The event has become a reference in the meeting segment of motorcyclists in Brazil. Based on this and taking into account the absence of studies of this segment, this work presents the profile of motorcyclists who participated in the 18th edition of the mentioned meeting, held in August 2017. The general objective of the present study was to analyze the meeting of motorcyclists and its effects on the city. The methodology was composed of a quantitative, exploratory and descriptive delineation survey, based on theoretical data collection and the construction of a questionnaire, composed of opened, closed and scalar questions, in order to elucidate the problematic of the research. According to the results obtained, the presence of male visitors is higher, ranging in age from 25 to 45 years, coming from different Brazilian cities. The general evaluation of the event was indicated as “great” by the majority of interviewed. The aspects: receptivity and shows, reached from “good” to “great”. The most of the public do not visit or have no interest in visiting coastal attractions, aiming to participate only in the event. The aspects related to cleanness and safety reached “medium” rating, but obtained the most negative evaluation when compared to the other items.

Keywords: Motorcycling; Motorcycle Riding; Paranaguá-PR.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – MODELO CRIADO POR BARAO DRAIS, CHAMADO DREISIENE	12
FIGURA 2 – ROVER, CRIADO POR J. J. STARLEY	13
FIGURA 3 – SILENT GREY FELLOW, A PRIMEIRA HARLEY DAVISON	15
FIGURA 4 - ZOLTAN SULKOWSKY E GYULA BARTHA, 1928	16
FIGURA 5 – LA PODEROSA II, 1952	17
FIGURA 6 – MODELO PARA MOTOTURISMO: HONDA CROSSTOURER VFR 1200X	18
FIGURA 7 – VISÃO DA ROTA 66	20
FIGURA 8 – LARGADA DE UMA DAS PRIMIERAS PROVAS EM 1971- CURITIBA – PR	22
FIGURA 9 – VETERANOS DE GUERRA, EM SUAS MOTOCICLETAS NA CALIFORNIA	25

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – OITO MELHORES DESTINOS PARA PRÁTICA DO MOTOTURISMO	18
QUADRO 2 – AGENDA PARANAENSE DE ENCONTRO MOTOCICLÍSTICO	22

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – GÊNERO DOS VISTANTES	29
TABELA 2 – IDADE DOS VISITANTES	29
TABELA 3 – PROCEDÊNCIA DOS VISITANTES	30
TABELA 4 – MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO	31
TABELA 5 – NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS VISTANTES	31
TABELA 6 - OCUPAÇÃO DOS VISITANTES	32
TABELA 7 - MEIO QUE FICOU SABENDO DO EVENTO	32
TABELA 8 - TEMPO DE PERMANÊNCIA NA CIDADE	33
TABELA 9 – TIPO DE GRUPO	34
TABELA 10 – MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO	34
TABELA 11 – ATRATIVOS VISITADOS NO LITORAL	35
TABELA 12 – TIPO DE VESTUÁRIO	36
TABELA 13 – AÇÕES SOCIAIS REALIZADAS	36
TABELA 14 – COMO ENCARA O MOTOCICLISMO	37
TABELA 15 – FILHOS MOTOCICLISTAS	38
TABELA 16 – ATIVIDADES EXTRAS FORA DO MOTO CLUBE	38
TABELA 17 – FREQUÊNCIA DE VIAGENS DE MOTOCICLETA	39
TABELA 18 – VISITA A EDIÇÕES ANTERIORES	39
TABELA 19 – INTENÇÃO DE RETORNO EM EDIÇÕES FUTURAS	40
TABELA 20 – AVALIAÇÃO GERAL DO EVENTO	40
TABELA 21 – AVALIAÇÃO DE ASPECTOS DO EVENTO	41
TABELA 22 – AVALIAÇÃO DOS ATRATIVOS VISITADOS	42
TABELA 23 – GÊNEROS MUSICAIS QUE MAIS GOSTA DE OUVIR	43
TABELA 24 – TIPOS DE DESTINOS TURÍSTICOS VISITADOS	43

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Problema de pesquisa	10
1.2	Objetivos	10
1.2.1	Objetivo geral	10
1.2.2	Objetivos Específicos	10
2	REVISÃO DA LITERATURA	12
2.1	A história da motocicleta e do motociclismo	12
2.2	O uso da motocicleta no turismo	15
2.3	Eventos no motociclismo	21
2.4	Tribos urbanas – relação de pertencimento	23
3	MATERIAIS E MÉTODOS	27
4	APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	29
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
	REFERÊNCIAS	48
	APÊNDICE A - Questionário	50
	APÊNDICE B - Termo de Consentimento	52

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa em questão tem como objetivo analisar o Encontro Internacional de motociclistas e seus efeitos sobre a cidade de Paranaguá, o evento acontece todos os anos, durante o primeiro final de semana do mês de agosto. O encontro encerra o ciclo de eventos de comemoração do aniversário de Paranaguá, comemorado em 29 de julho. As festividades começam tradicionalmente em meados de junho, com a Festa da Tainha, seguida pela Feira das Nações em julho e encerrada pelo Encontro dos Motociclistas em agosto.

Todos esses eventos têm a intenção de promover o turismo no município, visando agradar os diversos tipos de público. Durante o Encontro, a Praça de Eventos 29 de Julho fica lotada de motociclistas e simpatizantes, que se reúnem para trocar experiências de viagens em grupo, há também recrutamento de motociclistas para os Moto Clubes, shows com manobras radicais, bandas de rock e feira gastronômica. Segundo dados retirados do portal da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, o encontro é promovido desde o ano 2000 pelo Moto Clube Robalos Rebeldes, que sempre buscou fazer parte das festividades do aniversário da cidade. Nas primeiras edições, o evento contava com um público limitado, já que o contingente de membros dos moto clubes era menor, especialmente na região. Hoje é possível ver pessoas com diversos tipos de motos confraternizando por um interesse em comum. De acordo com informações colhidas com representantes do moto clube organizador e anfitrião do evento, o Encontro dos Motociclistas de Paranaguá é considerado um dos três maiores eventos da modalidade no Sul do Brasil, não há menção sobre que organização faz essa classificação, geralmente é feita com bases no número do público do evento. Segundo informação prestada por um gestor do setor de meios de hospedagem, o Paranaguá Motos consiste em um dos eventos que mais movimentam a hotelaria e o ramo de restaurantes em Paranaguá, visto que a demanda de hotéis e restaurantes aumenta muito durante o evento.

No ano de 2016, o Encontro dos Motociclistas chegou a sua 17ª edição, novamente com o status de internacional, visto que os motociclistas de toda América do Sul vêm a Paranaguá durante o encontro. A quantidade e diversidade de público, assim como seus hábitos de viagem e avaliação do evento justificam a escolha do

objeto de pesquisa, pois espera-se saber quais são as expectativas de cada visitante e produzir resultados que possam aprimorar a organização de encontros desta natureza.

É importante que se trace um perfil sobre os frequentadores da festa, para confirmar se o evento tem atendido satisfatoriamente seu público-alvo, e quais os impactos que esse evento traz para o turismo em Paranaguá e no litoral. Por fim, buscar-se-á saber se o evento traz benefícios para a comunidade, comércio e prestadores de serviço locais, visto que a demanda aumenta muito durante essa época, e os comerciantes se esmeram para atendê-la da melhor forma possível, sempre esperando receber o melhor retorno.

Na perspectiva da autora, a motivação para elaborar este trabalho de Conclusão de Curso foi compreender o perfil dos participantes do evento “Paranaguá Motos”, realizada anualmente no Município, e como esse visitante tem contribuído para o desenvolvimento e fortalecimento turístico da cidade e região.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Diante disso, o problema de pesquisa fica assim construído: **Como se caracteriza o Encontro Internacional dos Motociclistas na Cidade de Paranaguá – Paraná?**

Subsidiariamente a essa questão central, se buscará contemplar as indagações relacionadas a seguir:

- Qual o perfil dos participantes e como estes avaliam o evento?
- Qual o estilo de vida e hábitos de viagem dos participantes do evento?

1.2 OBJETIVOS

A presente pesquisa, que visa atender aos seguintes objetivos:

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar o Encontro de motociclistas e seus efeitos sobre a cidade de Paranaguá.

1.2.2 Objetivos Específicos

Descrever o perfil e a forma como os participantes avaliam o evento.

Caracterizar o estilo de vida e hábitos de consumo dos participantes.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 A HISTÓRIA DA MOTOCICLETA E DO MOTOCICLISMO

A história do motociclismo ganha forma a partir de 1790, quando Conde de Sivrac, um francês criativo e rico, utiliza a base de uma tábua de madeira para dar forma ao seu sonho, unindo duas rodas de mesmo tamanho com ela para que o condutor pudesse se sentar. O invento chamado de celerífero, logo se tornou popular entre os jovens (A HISTÓRIA DO MOTOCICLISMO, 2018).



FIGURA 1 - MODELO CRIADO POR BARÃO DRAIS, CHAMADO DREISIENE

Fonte: Mamute da pedra (2018)

Mais tarde, o alemão Barão Drais aperfeiçoou o celerífero, adicionando um eixo que permitia guiar a roda dianteira, uma espécie de “garfo”. O veículo foi batizado como Draisienne (FIGURA 1), um sucesso de vendas. Drais criaria ainda um aperfeiçoamento do “veículo”, fazendo a roda traseira com um diâmetro diferente desta forma, rendendo mais impulsão ao veículo. Ainda como um aperfeiçoamento do biciclo, em 1885, é criado por J. J. Starley o veículo chamado de “Rover” (FIGURA 2), muito popular entre Reis e Rainhas como um meio de transporte em potencial, principalmente na descida (MAMUTES DA PEDRA, 2018).

FIGURA 2 - ROVER, CRIADO POR J. J. STARLEY



Fonte: Mamutes da pedra (2018)

O alemão Gottlieb Daimler, nascido em Bad Cannstatt, é considerado o “pai do motociclismo”. Desde a infância apresentava uma inclinação para a engenharia mecânica. Após se formar, foi trabalhar na Gasmotoren - Fabric Deutch, empresa dirigida por Nikolaus Otto, conhecido pelo invento do motor, também batizado de motor Otto. Daimler trazia consigo inspirações diferentes de seu superior, motivo pelo qual foi demitido, recebendo uma grande indenização assim como seus projetos. Um ex-colega de trabalho, Wilhelm Maybach, foi convidado por Daimler, para trabalhar em uma oficina improvisada em sua garagem. Juntos, criaram em 1855 um motor de 264 centímetros cúbicos, com meio cavalo de força e 500 rotações por minuto. O motor inédito chamado de carrilhão era inicialmente movido a gás, porém Maybach o aperfeiçoou ao desenvolver um flutuador de carburador que permitia a gasolina como combustível, assim eles conseguiram criar o primeiro motor da história do motociclismo (MAMUTES DA PEDRA, 2018).

Com o passar dos anos o projeto do motociclo foi sendo aprimorado, assim sendo, os alemães Heinrich Hildebrand e Alois Wolfmuller em 1894, usaram pela primeira vez a expressão “Motor Rad” (Roda Motorizada), seus primeiros veículos fabricados em série chegavam a 60 km/h (A HISTÓRIA DO MOTOCICLISMO, 2018). Porém, segundo os próprios criadores, “quem ousaria andar a tal velocidade?”. De fato, inicialmente o veículo vendeu poucas unidades, que com uma cilindrada de 1500cc, desenvolvia uma potência de dois cavalos de força. O veículo apresentava, porém, alguns problemas como a ignição que constantemente falhava

em plena marcha. Mais tarde a ignição foi substituída de tubo incandescente para uma magnética, o que melhorou o rendimento do veículo. A fábrica a esta altura, havia adquirido empréstimos anteriores que acabaram por fechá-la em 1897. No mesmo ano os irmãos franceses Werner, seguindo os passos dos alemães, batizaram a primeira motocicleta construída fora da Alemanha de “Motocyclette”, que se tornou um sucesso, despertando o interesse de novos engenheiros e do governo; com o apoio do mesmo surge ainda em 1897 a marca italiana Bianchi (MAMUTES DA PEDRA, 2018).

Para o aperfeiçoamento ideal do veículo, foi necessária uma invenção vinda também da França em 1887, o veterinário John Boyd Dunlop, aperfeiçoou as rodas de madeira do triciclo de seu filho, colocando um tubo de borracha e assim inventando o pneu. Ainda na França, os irmãos Michelin observando a irregularidades dos pneus Dunlop e as dificuldades de conservação dos mesmos, aperfeiçoaram a criação tornando muito mais fácil a manutenção dos pneus, ficando-os aos aros através de 17 cavilhas. O desmonte e substituição dos mesmos levavam aproximadamente 15 minutos (A HISTÓRIA DO MOTOCICLISMO, 2018).

Os avanços na engenharia possibilitaram a proliferação de fábricas por todo o mundo, sendo as líderes de mercado antes da virada do século, as inglesas Ariel (1893), Royal Enfield (1898) e Matchless (1899), logo disputando espaço com a belga Sarolea (1898) e as francesas Clement (1898) e Peugeot (1899). Em 1901 surgem os alemães com a NSU e em 1903 surge a lendária Harley-Davidson, um ícone do motociclismo norte-americano que influenciou muitas gerações de motociclistas (MAMUTES DE PEDRA, 2018, não paginado). A primeira Harley foi construída em 1904 pelos jovens Arthur Davidson e William S. Harley, numa oficina de 8 metros quadrados, no quintal da casa de Davidson. Foi batizada de “Silent Grey Fellow” (FIGURA 3), com um motor de três cavalos, válvula de admissão automática e transmissão com correia. Esta primeira versão foi vendida até o ano de 1912 (A ORIGEM DAS COISAS, 2017).

FIGURA 3 - SILENT GREY FELLOW, A PRIMEIRA HARLEY DAVIDSON



Fonte: A origem das coisas (2017)

2.2 O uso da motocicleta no turismo

Segundo Pacheco e Demczuck (2015), O mototurismo é termo atualmente utilizado para caracterizar as viagens usando a motocicleta, surgiu a partir do sentimento de liberdade e aventura de algumas pessoas, principalmente após a Primeira Guerra Mundial, momento em que o veículo era introduzido na cultura mundial por seu baixo custo, tanto para ser adquirida, quanto para manutenção. Se destacando de outros veículos, as motocicletas eram acessíveis à classe mais pobre; este fenômeno socioeconômico se difundiu no final dos anos 60 e início dos anos 70 (A HISTÓRIA DO MOTOTURISMO, 2014, não paginado). Devido a essa prática dentro da atividade turística ser recentemente explorada e estudada, não é possível precisar a informação sobre o termo mototurismo.

É importante salientar, como Pacheco e Demczuk (2015) afirmam, que apesar de novo no segmento turístico, a atividade denominada mototurismo faz uso e contribui de maneira considerável para a cadeia produtiva do turismo, já que se utiliza de equipamentos e serviços turísticos, como hospedagem, agenciamento e alimentação, tendo inclusive serviços exclusivos para esse tipo de turista. Segundo Braga (2008 apud Pacheco e Demczuk, 2015, p.8) esse segmento de mercado é

mais explorado nos Estados Unidos, onde agências locam as motos e informam inclusive características das vias por onde os grupos irão rodar.

As primeiras histórias relacionadas ao mototurismo começaram a ser registradas a partir de 1922, quando Clair Consuelo Sheridan uma escultora, escritora, jornalista e viajante de renome, tornou-se correspondente europeia do jornal New York World, realizando coberturas e viagens onde a motocicleta se tornou um de seus veículos de maior uso (A HISTÓRIA DO MOTOTURISMO, 2014). Em 1928, Zoltan Sulkowsky e o amigo Gyula Bartha (FIGURA 4) decidiram dar a volta ao mundo numa Harley-Davidson com side-car. Suas aventuras duraram nove anos, incluindo experiências diversificadas como vivência em colônias africanas, extrema pobreza em vilas remotas, riquezas de sultões, animais selvagens e o registro de momentos onde as motos tinham que ser desmontadas para caberem em barcos necessários para travessias durante a viagem. Sua aventura resultou no livro "Around the World on a Motorcycle: 1928 to 1936", uma leitura que registra diferentes culturas, experiências entre guerras onde a motocicleta se torna o instrumento de maior importância para a realização destes feitos (A HISTÓRIA DO MOTOTURISMO, 2014).

FIGURA 4 - Zoltan Sulkowsky e Gyula Bartha, 1928.



Fonte: ZOLTAN... (2018)

Outros registros históricos relacionados ao mototurismo se deram ainda em 1931, quando Robert Edison Fulton Jr. realizou uma viagem de 40.000 km de

Londres a Tóquio, com duração de 18 meses. Esta solitária viagem também deu origem ao livro "One Man Caravan". Em 1953, Geoffrey Gander e alguns amigos realizaram uma viagem mototurística pela Europa, percorrendo cerca de 3.200 km, utilizando as motos GAU 856 Brough Superior SS100 com sidecar, uma AHC 650 Triumph Thunderbird de 1950, a KBY Sunbeam 571 e uma 871 VMM Sunbeam (A HISTÓRIA DO MOTOTURISMO, 2014).

Um dos grandes registros do mototurismo foi realizado pelo ícone Che Guevara, em 1950 pelo território Andino e repetido no ano de 1952 com um amigo (Alberto Granado) desta vez de Buenos Aires a Caracas. Este segundo feito foi realizado numa velha Norton 500 cc, fabricada em 1939 e apelidada de "La Poderosa II" (FIGURA 5). A viagem tornou-se o livro "De moto pela América do Sul" que mais tarde deu origem ao filme, "Diários de Motocicleta" de Walter Salles, produzido no ano 2004 (A HISTÓRIA DO MOTOTURISMO, 2014, não paginado).

FIGURA 5 - LA PODEROSA II, 1952.



Fonte: Viagemdemoto (2014)

Como é possível observar nas viagens mototurísticas descritas acima, assim como em outras durante a história, o mototurista é um indivíduo de espírito aventureiro e livre, disposto a conhecer novos locais e percorrer grandes distâncias. Hoje o mercado de motocicletas favorece esta prática, disponibilizando vários modelos denominados "Grandes Turísticas" (FIGURA 6) oferecendo a possibilidade de viagens a grandes distâncias com maior conforto.

FIGURA 6 - Modelo para Mototurismo: Honda Crosstourer VFR 1200X.



Fonte: bigviagem (2012)

No Brasil alguns roteiros são mais populares e indicados para as viagens de turismo com motocicletas ou as viagens de mototurismo. O Quadro 1 apresenta os oito melhores destinos indicados pelo Blog “Quanto Custa Viajar” no ano de 2016, para realizar esta prática:

QUADRO 1 – OITO MELHORES DESTINOS PARA PRÁTICA DO MOTOTURISMO

<p>SERRA DO RIO RASTRO – SANTA CATARINA</p>	<p>O trajeto pela SC-438 forma uma das mais belas paisagens brasileiras, ainda que seja um tanto perigosa pela quantidade de curvas íngremes. Ligando as cidades Bom Jardim da Serra e Lauro Miller, a estrada a 1.467 metros de altura tem 35 km e visual para o verde da Mata Atlântica. Durante o inverno pode haver camadas de gelo na pista;</p>
<p>ROTA ROMÂNTICA – RIO GRANDE DO SUL E SANTA CATARINA</p>	<p>Passando pela maior estrada do Brasil, o trecho da BR-116 que liga Porto Alegre a Nova Petrópolis tem paisagens encantadoras e bucólicas. Chamado de Via-Serrana, está incluso na Rota Romântica, que passa por algumas pequenas cidades como Picada Café e Morro Reuter, além de Canela, Gramado, Nova Petrópolis e Novo Hamburgo;</p>
<p>ROTA DO SOL – RIO GRANDE DO NORTE</p>	<p>Para quem viaja pelo Nordeste, a dica é pegar a RN-063, que vai da praia de Ponta Negra, ao sul de Natal, até a praia da Pipa, uma das mais bonitas da capital. O trecho inclui a faixa litorânea de Cotovelo, Pirangi (onde fica o maior cajueiro do mundo), Búzios,</p>

	<p>Tabatinga, Camurupim e Barreta. É preciso ficar atento aos trechos estreitos e aos animais que cruzam a pista;</p>
<p>ESTRADA REAL – MINAS GERAIS E RIO DE JANEIRO</p>	<p>Como Minas Gerais é um tesouro histórico, nem mesmo suas estradas deixam esse legado de lado. A Estrada Real tem mais de 1,6 mil quilômetros de extensão, incluindo caminhos abertos no século 17 e alguns trechos diferentes para serem percorridos. Saindo de Ouro Preto, é possível ir até Paraty, no Rio de Janeiro, passando por Barbacena, Juiz de Fora e Petrópolis, só observando a natureza;</p>
<p>ESTRADAS DAS HORTENCIAS – RIO DE JANEIRO</p>	<p>Ligando duas cidades serranas do Rio de Janeiro, a sinuosa BR-495 foi apelidada como Estrada das Hortências não por acaso, já que as flores ornamentam um de seus trechos (35 km). Saindo de Petrópolis, percorrem ao todo 184 km entre as cidades de Magé, Itaboraí, Tanguá, Rio Bonito, Embaú, Casimiro de Abreu e Sana, que é o destino final. Entre Itaipava e Teresópolis se avistam os belos vales da Serra dos Órgãos, a cerca de 1.500 metros de altura, além de ser possível incluir Nova Friburgo no roteiro;</p>
<p>ESTRADA PARQUE - BAHIA</p>	<p>A Bahia tem paisagens deslumbrantes até mesmo na estrada. Considerada a primeira do país a ter controle ambiental em todas as suas fases de construção, a rodovia de 65 km liga Ilhéus e Itacaré por meio de lagoas, trechos da Mata Atlântica e praias paradisíacas;</p>
<p>ESTRADA RIO-SANTOS</p>	<p>O litoral Norte paulista é conhecido por reunir as mais belas praias de São Paulo e um dos trajetos para se chegar até elas, é pela BR101, que chega até Paraty e Angra dos Reis, no Rio de Janeiro. Com 457 km de extensão, passa por várias praias até chegar ao destino final: Santos, Guarujá, Boraceia, Jureia, Juquehy, Maresias, Ubatuba e Ilhabela. Rodeada de verde, tem trechos retos e sinuosos ao longo do caminho, altos e baixos aos pés de montanhas, de onde se avista o mar vez ou outra quando o céu está limpo;</p>

ESTRADA DA GRACIOSA - PARANA	Livre de ônibus e caminhões, essa charmosa estrada tem 33 km de extensão, passando por elementos do século 19. Revestida de paralelepípedos, sai de Curitiba rumo a Antonina e Morretes, que também é acessada de trem de luxo. Inaugurado em 1873, o trecho passa pelo litoral paranaense, pela serra do mar e pela Mata Atlântica, de onde também se avista a baía de Paranaguá.
------------------------------	--

FONTE- BLOG QUANTO CUSTA VIAJAR, 2016

Um dos roteiros mais “cobiçados” pelos motociclistas de grande tradição na história das estradas é “Rota 66” (FIGURA 7), também conhecida como "mother road" ou "main street". Foi inaugurada em 1928 traz com ela a história de colonos e agricultores que durante a “grande depressão”, deixaram os estados da região conhecida como "Dust Bowl" (Kansas, Oklahoma, Texas e Colorado) para se estabelecer na Califórnia e durante este período, alguns destes agricultores foram se estabelecendo às margens da estrada. Foi declarada extinta em 1985, de forma que 217 rotas foram desviadas desta estrada, levando comércios ao esquecimento e à falência (ROUTE 66 – ROAD TRIP USA, 2014).

FIGURA 7 – Visão da rota 66



FONTE: ROUTE 66 – ROAD TRIP USA, 2014

Nos anos de 1950 e 1960, esta rota abandonada e solitária, representava o desejo de liberdade de muitos jovens norte-americanos, que buscavam esta estrada em cima de Cadillacs e suas motocicletas, principalmente as Harleys Davidson. Hoje, é uma rota reconhecida pelo governo dos Estados Unidos da América, por sua

importância cultural e histórica, abrangendo pontos turísticos como "Zyon National Park" e o "Grand Canyon" ou o "Cadillac Ranch" (ROUTE 66 – ROAD TRIP, 2014).

2.3 EVENTOS DE MOTOCICLISMO

No ano de 1904, em 22 de dezembro, foi criada a FIM – Federação Internacional de Motociclismo, porém apenas com o fim da guerra campeonatos de motociclismo na modalidade velocidade, começaram a ser disputadas nas categorias 125, 250, 350, 500 e side car 500cc. O primeiro brasileiro a vencer uma competição de motociclismo foi Adú Celso Santos, na categoria 350 cc, com uma Yamaha, no GP da Espanha (A HISTÓRIA DO INÍCIO DO MOTOCROSS MUNDIAL, 2018).

Em 1947, o primeiro torneio de motocross foi disputado - antes disso eram comuns competições com motocicletas, disputadas entre os ingleses, primeiramente entre árvores e leitos secos e mais tarde em circuitos fechados, disputados em terrenos com relevos naturais - e 10 anos mais tarde o primeiro mundial de motocross, na categoria 500cc, que foi vencido pelo sueco Bill Nilsson (A HISTÓRIA DO INÍCIO DO MOTOCROSS MUNDIAL, 2018).

Já no Brasil, um paranaense foi o responsável por introduzir as primeiras competições de motocross no estado e conseqüentemente no país. Ernesto Ricardo Buik, conhecido como "Avestruz", observava o esporte no exterior e tentava convencer a Federação Desportiva Paranaense a organizar uma prova de motocross, porém, sem sucesso. Em 1971, Rubens Kurt Hermann, assume a direção do Conselho Técnico de Motociclismo do Paraná, e junto a Avestruz, inicia a construção de uma pista, num terreno acidentado no Bairro do São Brás, próximo à Rodovia do Café, na cidade de Curitiba. Em julho de 1971, a primeira prova oficial é disputada (FIGURA 8), com a inscrição de muitos pilotos, entre eles Denísio Casarini, que com uma Yamaha JT-1 50cc, havia ido a Curitiba apenas para divulgar a nova motocicleta Trail da Yamaha, mas acabou por participar e vencer a prova (A HISTÓRIA DO INÍCIO DO MOTOCROSS MUNDIAL, 2018).

FIGURA 8 - Largada de uma das primeiras Provas em 1971 - Curitiba no Paraná



Fonte: Motooffroad (2018)

Atualmente o motocross é um esporte profissional, praticado e reconhecido mundialmente, com motocicletas construídas especialmente para esta prática.

O Quadro 2 apresenta a agenda paranaense de Eventos e Encontros Motociclísticos para o ano de 2018:

QUADRO 2 – AGENDA PARANAENSE DE ENCONTROS MOTOCICLÍSTICOS

DATA	CIDADE	INFORMAÇÕES
10 DE FEVEREIRO - 2º CARNAROCK	CORNÉLIO PROCÓPIO	Evento beneficente com café da manhã, camping, chuveiro quente, jantar grátis, porco no rolete, shows de rock e Zoeira To Fora. Organização: Moto Clube Moto Loco.
09 DE MARÇO - 4º ANIVERSARIO GUERREIRAS MOTO CLUBE	SÃO JOSÉ DOS PINHAIS	Evento com almoço grátis, área com piscina, área de recreação infantil, café da manhã camping, camping gratuito, Chopp artesanal, chuveiro quente, estúdio de tatuagens, expositores, food truck, jantar gratuito, música ao vivo, piscina, praça de alimentação, revenda de motos, shows

		de rock, sorteio de brindes, troféus p/ MC e MG, Zoeira To Fora. Organização: Guerreiras Moto Clube.
10 DE MARÇO - 7º ANIVERSÁRIO DO CARA PRETA NA ESTRADA MOTO CLUBE	CURITIBA	Evento com muito Rock in Roll, cerveja gelada, uísque, sorteios de brindes, moto amigos, moto grupo, costela e leitão fogo de chão grátis para o almoço, jantar e café da manhã gratuito para os irmãos de estrada, expositores, food truck alternativos, camping gratuito, praça de alimentação, troféus p/ MC e MG, Zoeira to Fora. Organização: Cara Preta Na Estrada TMC.
14 DE MARÇO - 10º ANIVERSÁRIO DEMÔNIOS DA ESTRADA MOTO CLUBE	COLOMBO	Evento com almoço, almoço gratuito, café da manhã, camping coberto e gratuito, churrasco gratuito, chuveiro quente, expositores, food truck, jantar, jantar grátis, moto passeio, música ao vivo, praça alimentação, sorteio brindes, troféus p/ MC e MG e Zoeira To Fora. Organização: Demônios da Estrada Moto Clube.
7 DE ABRIL - 2º MOTO ASES SHOW	UNIÃO DA VITÓRIA	Com cinco bandas de Rock And Roll. Evento com café da manhã, camping gratuito, chuveiro quente, expositores, food truck, música ao vivo, troféus p/ MC e MG, Zoeira To Fora. Organização: ASES do Contestado Moto Clube.
06 DE MAIO - 7º ACELERANDO CONTRA A PÓLIO	FÊNIX	Evento com Almoço, tradicional costelão no bafo, bandas, expositores, guarda volumes, música ao vivo, shows de rock e Zoeira To Fora. Organização: Acelerando Moto Clube.
17 DE OUTUBRO - EXPEDIÇÃO DESERTO DO ATACAMA COM SANTIAGO,	FOZ DO IGUAÇU	Evento com 18 noites de hospedagens em hotéis de boa categoria, pedágio em toda a rota, combustível em toda a rota, guia com moto, carro de apoio (para grupos acima de 10 pessoas) Distância percorrida: serão 6.500 km de estradas atravessando dois países argentina e Chile. Organização: Site Mototour.

FONTE – MOTOTOUR – EVENTOS E ENCONTROS, 2018

2.4 TRIBOS URBANAS – RELAÇÃO DE PERTENCIMENTO

As tribos urbanas são parte de um processo de formação de identidade, principalmente o ambiente mais jovem (SOUZA et al., 2014). O termo “tribo urbana”

foi criado em 1985 pelo sociólogo francês Michel Maffesoli, o termo foi usado para designar formas de organização entre indivíduos num contexto “pós-moderno”. Um estudo realizado por Camilo, Oliveira e Assunção (2003) identificou que existem três elementos comuns as tribos urbanas: a imagem estética, práticas de lazer e o estilo musical (SOUZA et al., 2014). Nesse contexto, a pesquisa mostra que as tribos urbanas em que motociclistas estão inseridos, se concentram basicamente nos moto clubes, ou seja, espaços em que pessoas com interesses em comum, nesse caso o amor pela motocicleta, se reúnem.

A criação dos primeiros moto clubes está diretamente ligada à paixão pelo veículo e pelas competições organizadas a partir do século XX. Indivíduos que compartilhavam esta mesma paixão, começaram então a organizar reuniões e eventos para juntos andar de motocicletas. Nos anos 1930, os primeiros moto clubes começaram a surgir nos Estados Unidos da América, nesta época cerca de 200 marcas de motocicletas disputavam o mercado, mas apenas três delas se consolidaram: Harley Davidson, Indian e Excelsior (A HISTÓRIA DO MOTOCICLISMO, 2018).

Com o fim da segunda guerra mundial, os soldados de volta a seus lares, não se adaptam mais às suas antigas rotinas. Horários, lar, famílias não lhes davam a sensação de adrenalina constante, que anteriormente vivenciavam nos campos de batalha. Desta forma, as motocicletas, na época, um veículo barato, eram vendidas como excesso de material militar, o que popularizou ainda mais este veículo, fazendo com que se tornasse símbolo de identidade deste público. As reuniões destes indivíduos resultaram na criação de pequenas fraternidades de pessoas com um mesmo interesse, um local onde era possível fugir da rotina e de suas famílias e encontrar seus “irmãos de ideal” (FIGURA 9). Aos poucos os moto clubes foram adquirindo identidade por meio de símbolos como escudos, cores e seus membros usavam coletes de couro onde estas identidades eram registradas. “Pissed of Bastards, Jackrabbits, 13 Rebels e os Yellow Jackets” foram alguns dos pequenos moto clubes com tendências mais rígidas, que se encontravam principalmente na Califórnia (MOTOCLUBES DO BRASIL, 2018).

FIGURA 9 - Veteranos de guerra, em suas motocicletas na Califórnia.



Fonte: Cavaleiros do Asfalto Motoclube (2018)

Os encontros destes grupos americanos resumiam-se a festas, disputas e consumo de álcool, de forma que inevitavelmente em alguns momentos ocorressem brigas e desentendimentos. Durante um período, os moto clubes norte-americanos adquiriram uma má fama, entre comerciantes e a população geral, já que eram considerados pela mídia da época como reuniões de “revoltados e marginais”. Em 1954 a indústria cinematográfica contribui para esta imagem, trazendo às telas de cinema o filme “The Wild One (O Selvagem)” com Marlon Brando, onde qualquer esperança de resgatar a imagem dos motociclistas era descartada, pois os críticos de cinema associavam a história de violência do filme, aos comportamentos de pessoas pertencentes a moto clubes (MOTOCLUBES DO BRASIL, 2018).

Somente nas décadas de 1950 e 1960 o movimento dos motociclistas começou a ter sua imagem reescrita, novamente com espaço e participação de Hollywood. Elvis Presley e Steve MacQueen alavancaram filmes que deram início a era romântica do motociclismo, o ápice desta era se deu com o filme “Easy Rider” de 1969, período em que o gênero musical Rock and Roll, também se tornava tradição entre os frequentadores de moto clube. Nesta mesma época, nascia no Brasil o primeiro moto clube, na cidade do Rio de Janeiro. Aos poucos, se disseminava no mundo e no Brasil, a ideia de que os moto clubes existiam para uma diversão saudável e para a reunião de ideais de liberdade, experiências inerentes

relacionadas à marca Harley-Davidson (A HISTÓRIA DO MOTOCICLISMO; MOTOCLUBES DO BRASIL, 2018).

Nos anos de 1961 e 1962, surgia na TV Tupi, no Brasil, a série O Vigilante Rodoviário, instiga nos jovens da época o sentimento de liberdade e aventura. A década de 1970 foi então o momento da disseminação dos moto clubes pelo mundo. O país ainda passaria pelas repressões da lei que limitava a importação das motocicletas, juntamente a instalação das montadoras japonesas, fazia com que os moto clubes que permaneciam ativos, se tornassem heróis da resistência. Após a superação desta fase, o período ainda denominado fase romântica do motociclismo se diluiu no Brasil e ganhou força nos anos de 1980 e 1990, clubes tradicionais como o Águia de Aço, fundado em 1980 na cidade de Belo Horizonte, disseminavam a ideia de que as reuniões se davam para o prazer dos frequentadores em viajar para estar com os amigos ao pé de uma fogueira falando sobre motos, viagens etc. (MOTOCLUBES DO BRASIL, 2018).

Atualmente o movimento dos moto clubes está ligado a algumas tradições, oriundas dos anos 1950 e 1960; os “custom shop” são espaços que reúnem diversos serviços ligados ao “lifestyle” dos motociclistas. São espaços que reúnem barbearias, cervejarias artesanais, estúdios de tatuagem e oficinas especializadas para as motocicletas, tudo isso ao som de muito Rock and Roll (MOTOCLUBES DO BRASIL, 2018). Ambientes assim são cada vez mais comuns em grandes cidades, reunindo diversos membros de moto clubes e revelando uma identidade muito particular deste público. Estima-se, segundo a revista “Moto clubes”, que existem no Brasil aproximadamente 3.275 moto clubes registrados. Destes aproximadamente 175 se encontram (registro oficial da revista), no estado do Paraná.

3 MATERIAL E MÉTODOS

A metodologia é representada pela união de atividades sistemáticas e racionais que balizam um caminho a ser seguido que permita almejar os objetivos de maneira clara e segura (MARCONI e LAKATOS, 2011). A pesquisa, segundo Gil (1999), tem como objetivo fundamental “[...] descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”.

Para alcançar o objetivo propostos neste trabalho, a pesquisa assume o caráter exploratório e descritivo. A pesquisa exploratória tem como propósito desenvolver, elucidar e modificar conceitos e ideias, intentando a criação de problemas mais concisos ou apuramentos pioneiros (GIL, 1999). Já as pesquisas descritivas “[...] têm por objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relação entre variáveis” (GIL, 1999, p 44).

Esta pesquisa, portanto, se insere no modelo indicado pois utiliza-se de meios e instrumentos para analisar o perfil de determinado público, não costumeiramente estudados. Gil (1999) comenta, ainda, que apesar da pesquisa ter objetivos descritivos, ela aproxima-se da pesquisa exploratória pois seus resultados acabam propiciando ao leitor uma nova dimensão acerca do problema.

Esse estudo utilizou-se também da pesquisa bibliográfica, que foi desenvolvida com base em artigos e blogs na internet, para aprofundamento de conhecimento acerca do tema abordado.

A pesquisa teve como abordagem a análise quantitativa, descrita por Sabino (1966, apud MARCONI e LAKATOS, 2011) como “toda informação numérica resultante da investigação”, que se “apresentará como um conjunto de quadros, tabelas e medidas”. A amostragem, no método quantitativo, minimiza as amostras, abreviando os resultados de forma numérica. O enfoque quantitativo, possui três características bem delineadas: Objetividade, sistematização e quantificação dos conceitos (MARCONI e LAKATOS, 2011).

O delineamento da pesquisa utilizado nesta investigação foi o levantamento social, ou seja, a “interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer” (GIL, 1999). Para isso, através de um instrumento de coleta de dados, foi

realizada a abordagem de grupo de indivíduos, afim de alcançar resultados e quantificá-los.

O universo de pesquisa foi estimado com base em informações prestadas pelos organizadores do evento, que estimam um público anual em torno de 80 mil pessoas. Devido à duração do evento ser de apenas três dias, e com diversas atividades externas, a fim de atingir uma parcela maior de respondentes optou-se também por aplicar o instrumento de coleta de dados dentro de um hotel da cidade, que segundo o gerente, atingiu a ocupação máxima nos dias do evento.

A amostra ficou constituída em 192 respondentes, sendo validados todos os questionários aplicados. A princípio amostra inicial foi de 150 respondentes, tendo a autora do trabalho alcançado um número maior de questionário validados. Foi considerada nesta pesquisa, a amostragem não-probabilística, ou seja, de acordo com o critério da pesquisadora, escolhido por acessibilidade. Segundo Gil (1999), esse tipo de amostra é escolhido quando o pesquisador admite “que estes possam, de alguma forma, representar o universo”. Tomando-se por base a tabela de Gil (1999) e considerando a dimensão do universo, admite-se uma margem de erro de 7% para este estudo com um coeficiente de confiança de 95%.

O instrumento de coleta de dados utilizou questões abertas e fechadas, assim como variações da escala Likert, utilizada para medir a satisfação dos entrevistados. Para maior eficiência da aplicação do questionário, adotou-se a utilização do pré-teste como sugerido por Gil (1999) a fim de assegurar a validade e a eficácia do questionário. Através da aplicação do pré-teste o questionário foi reformulado, sendo retiradas questões que não seriam pertinentes ao trabalho, bem como acrescentadas outras questões.

A versão final do questionário não foi considerada complexa, sendo de fácil interpretação por parte dos entrevistados. O conjunto final de questões foi de 61 perguntas, com um tempo médio de resposta de 4 minutos. Optou-se pela aplicação em dois locais: No local do evento, durante os dias de realização e na recepção de um hotel da cidade.

O conteúdo do questionário foi pré-codificado através do software empregado na realização de pesquisa deste tipo, o Sphinx. Esta ferramenta permite que os dados sejam tabulados e expostos de maneira simplificada, através de tabelas e gráficos utilizados no tratamento dos resultados.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão expostos os resultados, que foram obtidos através da aplicação do instrumento de coleta de dados, que foi respondido por 192 pessoas. Os resultados mostraram, primeiramente o perfil dos visitantes e posteriormente a avaliação dos mesmos sobre o evento. Os hábitos de viagem e aspectos do estilo de vida dos visitantes também foram contemplados na investigação.

Na tabela 1, que se refere ao gênero dos visitantes, obteve uma amostra de 145 respostas para homens, ou seja 75,5% das indicações, e 47 para mulheres, o que corresponde a 24,5%.

Gênero	Quantidade	Frequência
Masculino	145	75,5%
Feminino	47	24,5%
Outro	0	0,0%
Total de observações	192	100%

Tabela 1 – Gênero dos visitantes
Fonte: Pesquisa de Campo, 2017

A tabela 2, apresenta informações sobre a idade dos visitantes. Observa-se um equilíbrio no número de respostas, na faixa entre 25 a 35 anos e 36 a 45 anos, 37,0% e 34,9% respectivamente. Nessas duas faixas, somadas, obteve-se uma amostragem de 138 respondentes, o que equivale a 71,9% do total.

Idade	Quantidade	Frequência
18 a 24 anos	17	0,5%
25 a 35 anos	71	37,00%
36 a 45 anos	67	34,9%
46 a 55 anos	31	16,1%
56 a 65 anos	5	2,6%
Acima de 66	0	0,0%
Não respondeu	1	0,5%
Total de observações	192	100%

Tabela 2 – Idade dos visitantes
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

No que se refere à procedência dos entrevistados, percebeu-se uma quantidade grande de citações de cidades de origem fora do estado do Paraná, 43,7% do total, o que totalizou 84 respostas. Por isso, optou-se por indicar apenas as cidades com o maior número de respostas. Desta forma, cidades do estado do Paraná, exceto as cidades litorâneas, Curitiba e região metropolitana, atingiram o maior percentual na pesquisa, 21,9% das respostas, ou seja, 42 respondentes. Balneário Camboriú, no estado de Santa Catarina foi indicada por 23 respondentes, ou 12% do total. As cidades de Anápolis, em Goiás, e Jandaia, no Paraná, atingiram a porcentagem de 4,7% cada uma, totalizando 9 pessoas. Curitiba e região metropolitana, obteve 18 respostas, 9,4% do total. Conforme observa-se na tabela 3.

Procedência	Quantidade	Frequência
Paranaguá	5	2,6%
Outra cidade do litoral	2	1,0%
Curitiba ou região metropolitana	18	9,4%
Outra cidade do Paraná	42	21,9%
Balneário Camboriú	23	12,0%
Anápolis	9	4,7%
Jandaia	9	4,7%
Outras	84	43,7%
Total de observações	192	100%

Tabela 3 – Procedência dos visitantes
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

Com relação ao meio de transporte utilizado para chegar até o evento, os resultados confirmaram a expectativa da autora, já que se tratando de um encontro de motociclista, a resposta motocicleta foi a que obteve o maior índice na estatística. De acordo com os entrevistados, 96,9% utilizaram como meio de transporte a motocicleta, totalizando 186 respostas, como pode ser observado na tabela 4. O automóvel foi usado por 3,1% dos respondentes. Outros meios de transporte, como o ônibus, van ou avião, não alcançaram nenhuma resposta.

Meio de transporte	Quantidade	Frequência
Motocicleta	186	96,9%
Automóvel	6	3,1%
Ônibus ou van	0	0,0%
Avião	0	0,0%
Outro	0	0,0%
Total de observações	192	100%

Tabela 4 – Meio de transporte utilizado
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

A composição do nível de escolaridade dos informantes ficou constituída da seguinte forma: 9,4% mencionaram ter nível de pós-graduação; 12% que haviam concluído o ensino superior; 52,1% com superior incompleto e 26,6% concluíram o ensino médio. Não houve respostas com ensino fundamental completo. Observou-se o alto nível de escolaridade, considerando que 73,5% dos respondentes estão graduando ou já concluíram.

Escolaridade	Quantidade	Frequência
Ensino Fundamental	0	0,0%
Ensino médio	51	26,6%
Superior Incompleto	100	52,1%
Superior completo	23	12,0%
Pós-graduação	18	9,4%
Total de observações	192	100%

Tabela 5 – Nível de escolaridade dos visitantes
Fonte: Pesquisa de Campo, 2017

A tabela 6 mostra a profissão ou ocupação dos entrevistados. Nessa questão colocou-se à disposição dos respondentes algumas opções de respostas mais comuns em pesquisas que procuram definir o perfil de determinado público. Profissões que não fossem contempladas nas opções já oferecidas, poderiam ser encaixadas na alínea *outros*. A resposta que obteve o maior número na estatística foi comerciante ou empresário, que atingiu 49,5% do público; em seguida profissionais autônomos e servidores públicos, com 13,5% e 10,5%, respectivamente. Aposentados ou pensionistas e profissionais liberais, tiveram a mesma porcentagem nas respostas, 7,8%. A opção estudante foi escolhida por 12

respondentes, 6,3% do total. Profissões como vendedora; advogado e professor (a) atingiram 4,7% das respostas, citadas na categoria *outros*.

Ocupação	Quantidade	Frequência
Comerciante ou empresário	95	49,5%
Autônomo	26	13,5%
Servidor público	20	10,4%
Profissional liberal	15	7,8%
Aposentado ou pensionista	15	7,8%
Estudante	12	6,3%
Outra	9	4,7%
Total de observações	192	100%

Tabela 6 – Ocupação dos visitantes
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

Com relação à forma como os respondentes tomaram conhecimento do evento, 98,4% souberam através de amigos ou do moto clube ao qual pertencem. Esse dado já era esperado pela autora, tendo em vista a forma de organização desse público. O dado mostra uma alta relevância na comunicação “boca-a-boca” na divulgação do evento, esse fato pode estar ligado a ótima avaliação do evento. A internet, foi escolhida por apenas 1 pessoa, conforme a tabela 7. O baixo número de respostas com relação aos outros meios de comunicação, deve estar relacionado a falta de investimento da publicidade nesses outros meios, já que não há informações sobre o evento na imprensa, a nível regional ou nacional.

Publicidade	Quantidade	Frequência
Através de amigos ou moto clube	189	98,4%
Rádio	0	0,0%
Televisão	0	0,0%
Internet	1	0,5%
Outra forma	2	1,0%
Total de observações	192	100%

Tabela 7 – Meio que ficou sabendo do evento
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

A tabela 8 apresenta o tempo de permanência do público do evento na cidade. Tendo em vista a duração do encontro, houve um número expressivo de pessoas que optaram por 2 pernoites (82,3%). Esse número alto de respostas, pode estar relacionado à longa distância das cidades de origem dos visitantes. As visitas com 1 pernoite foram indicadas por 8,9% do público; com 3 pernoites por 5,2% e com mais de 3 pernoites por apenas 2,1%. Vale ressaltar que o evento inicia sempre na sexta e termina ao domingo, sendo 3 dias ao todo.

Houve 1,6% de resposta que estariam apenas por 1 dia na cidade, o que pode ser atribuído ao número de moradores da cidade, explicitado na tabela 3.

Tempo de permanência	Quantidade	Frequência
1 dia sem pernoite	3	1,6%
1 pernoite	17	8,9%
2 pernoites	158	82,3%
3 pernoites	10	5,2%
Mais que 3 pernoites	4	2,1%
Total de observações	192	100%

Tabela 8 – Tempo de permanência na cidade
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

Na questão que trata do tipo de grupo que realizou a visita, o instrumento de coleta de dados permitiu ao público que fosse selecionada mais de uma opção, e por essa razão, a quantidade de respostas ultrapassa o número de respondentes da pesquisa, como pode ser observado na tabela 9. A composição ficou constituída da seguinte forma: Moto clube foi indicado por 176 pessoas, ou 91,7%; amigos por 168 pessoas, ou 87,5%; família foi escolhida por 37 pessoas, ou 19,3%. A opção “sozinho” teve apenas 3 respondentes, o que equivale à 1,6%.

Grupo	Quantidade	Frequência
Moto clube	176	91,7%
Amigos	168	87,5%
Família	37	19,3%
Sozinho	3	1,6%
Outro	2	1,0%
Total de observações	386	100%

Tabela 9 – Tipo de grupo
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

No que tange os meios de hospedagem utilizados pelos participantes do evento, a tabela 10 apresenta a seguinte composição: 92,2% utilizaram o serviço de hotéis, pousada ou hostel; 3,1% não marcaram nenhum tipo de hospedagem; 2,1% casa alugada; casa de parentes ou amigos foi escolhido por 0,5% dos entrevistados. Vale ressaltar que apesar da organização do evento destinar espaços específicos para acampamentos dos motociclistas, apenas 3, ou seja 1,6% dos respondentes escolheram essa opção.

Hospedagem	Quantidade	Frequência
Hotel, pousada ou hostel	177	92,2%
Sem hospedagem	6	3,1%
Casa alugada	4	2,1%
Camping	3	1,6%
Casa de parentes ou amigos	1	0,5%
Motor Home	0	0,0%
Não respondeu	1	0,5%
Total de observações	192	100%

Tabela 10 – Meio de hospedagem utilizado
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

A tabela 11 mostra o interesse dos entrevistados em visitar os atrativos turísticos durante os dias do evento. Nessa questão os entrevistados poderiam assinalar mais de uma opção. A composição ficou a seguinte: 48,4% dos respondentes, ou seja, 93 pessoas, não visitaram ou não pretendem visitar nenhum outro atrativo da região, esse número pode estar associado ao fato de o público ter privilegiado a permanência no próprio evento, entendido como o maior atrativo da viagem. As

praias de Matinhos e Guaratuba tiveram o interesse de 92 pessoas, o que equivale à 47,9% das respostas; a Ilha do Mel obteve 2,6% do total; Morretes teve 1,6%; Antonina, Estrada da Graciosa e Pontal do Paraná, tiveram 1% das respostas cada; Guaraqueçaba e o passeio de trem pela serra do mar, atingiram 0,5% cada.

Atrativos da região	Quantidade	Frequência
Não visitei e não pretendo visitar	93	48,4%
Matinhos/Caiobá	92	47,9%
Guaratuba	92	47,9%
Ilha do Mel	5	2,6%
Morretes	3	1,6%
Pontal do Paraná	2	1,0%
Antonina	2	1,0%
Estrada da Graciosa	2	1,0%
Guaraqueçaba	1	0,5%
Passeio de trem – serra do mar	1	0,5%
Outros	1	0,5%
Total de observações	294	100%

Tabela 11 – Atrativos visitados no litoral
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

Com relação ao gosto dos motociclistas no quesito vestuário, a tabela 12, mostra que 183 dos entrevistados escolhem vestir jaquetas de couro. O mesmo número foi alcançado por quem escolheu a opção coletes, o que equivale à 95,3% do total das respostas. A quantidade de respostas ultrapassa o número de respondentes pois foi facultado aos entrevistados indicar mais de uma alternativa. Macacões foi escolhido por 90,1% dos respondentes; botas foi a opção escolhida por 172 pessoas e roupas impermeáveis por 11 pessoas ou 5,7% do total.

Também é importante mencionar que a indumentária parece ser uma marca identitária dos motociclistas, como uma opção estética do grupo ou “tribo” a que pertencem. Outro aspecto importante é a baixa indicação de roupas impermeáveis, o que pode sugerir uma associação destas peças com uso da motocicleta para fins profissionais (por exemplo, por motoboys ou entregadores de pizza). Nesse sentido, observou-se que nenhum dos respondentes considera o motociclismo como uma “profissão”, conforme dados apresentados na Tabela 14.

Vestuário	Quantidade	Frequência
Jaquetas de couro	183	95,3%
Coletes	183	95,3%
Macacões	173	90,1%
Botas	172	89,6%
Roupas impermeáveis	11	5,7%
Outras	0	0,0%
Total de observações	722	

Tabela 12 – Tipo de vestuário
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

Uma característica presente nos moto clubes e no estilo de vida dos motociclistas é a realização de ações sociais em suas cidades de origem. A tabela 13 mostra quais tipos de ações sociais são escolhidas pelos motociclistas. A maioria optou pela doação de sangue, que foi assinalado por 119 entrevistados ou 62% do total. Pode-se cogitar que o alto índice de ações relacionadas à doação de sangue tenha alguma relação com a alta frequência de acidentes de trânsito envolvendo motocicletas, embora a pesquisa não tenha levantado dados específicos acerca desse aspecto.

Cerca de 29,2% das respostas, ou 56 respondentes, afirmaram não realizar nenhum tipo de ação social; 7,3% realiza doação de roupas ou alimentos; 3,6% faz ações em asilos ou creches e 1,6% optou por outros tipos de ações.

Ações Sociais	Quantidade	Frequência
Doação de sangue	119	62,0%
Não realiza ações sociais	56	29,2%
Doações de roupas alimentos ou brinquedos	14	7,3%
Ações em asilos ou creches	7	3,6%
Ações Ambientais	0	0,0%
Outras	3	1,6%
Total de observações	199	

Tabela 13 – Ações sociais realizadas
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

No que diz respeito a como os participantes encaram o motociclismo, 96,4% ou 185 entrevistados responderam que veem no motociclismo um estilo de vida, enquanto que 182 entrevistados, responderam que encaram apenas como um hobby, como pode ser observado na tabela 14. Foi facultado aos entrevistados indicar mais que uma alternativa e, por essa razão, a quantidade de respostas ultrapassa o número de respondentes.

Embora a pesquisa não tenha levantado a questão, muitos dos informantes comentaram no momento da aplicação do instrumento de pesquisa, que há uma diferença entre “motociclistas” e “motoqueiros”, sendo que os primeiros consideram a prática como um estilo de vida, e os últimos fariam uso profissional da motocicleta. Nesse sentido, vários respondentes aludiram expressões como “motoboy” e “entregador de pizza”. Essas observações foram feitas em tom pejorativo ou irônico, o que sugere uma tentativa de estabelecer a diferença entre os usuários como marca distintiva de grupo ou categoria social.

Como encara	Quantidade	Frequência
Estilo de vida	185	96,4%
Hobby	182	94,8%
Profissão	0	0,0%
Outros	0	0,0%
Total de observações	367	

Tabela 14 – Como encara o motociclismo
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

Na tabela 15, os entrevistados responderam se gostariam que os filhos fossem motociclistas. A maioria respondeu que é indiferente a escolha dos filhos, 82,8% do total de respostas. Já, 16,7% ou 32 entrevistados responderam que gostariam que os filhos seguissem o caminho do motociclismo e apenas 1 pessoa declarou que não gostaria.

Filhos	Quantidade	Frequência
Indiferente	159	82,8%
Sim	32	16,7%
Não	1	0,5%
Total de observação	192	100%

Tabela 15 – Filhos motociclistas
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

Além das atividades oficiais do encontro, os entrevistados foram questionados sobre a participação em atividades extras, ou seja, fora da programação oficial. Como podemos observar na tabela 16, 185 pessoas, ou 96,4%, participam de confraternização na casa de membros de moto clubes, essa também pode ser considerada algo característico do estilo de vida dos motociclistas e revela alta relação de pertencimento ao grupo. Pesca e acampamento foi a atividade escolhida por 8,9% do público, enquanto que 3,1% não se reúnem para atividades extras. 3 pessoas declararam participar de outros tipos de atividade.

Atividades extras	Quantidade	Frequência
Confraternização na casa de membros	185	96,4%
Pesca ou acampamentos	17	8,9%
Outras	3	1,6%
Não se reúnem	6	3,1%
Total de observações	192	100%

Tabela 16 – Atividades extras fora do moto clube
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

A frequência que os visitantes viajam está expresso na tabela 17. A maioria dos entrevistados afirmou que viaja de 6 a 10 vezes por ano, 38,5% do total das respostas. 67 pessoas, ou 34,9%, respondeu que viaja de 3 a 5 vezes por ano e 26% responderam que viajam mais que 10 vezes por ano. Esse alto índice de viagens pode ser atribuído ao potencial de produtos.

Frequência de Turismo	Quantidade	Frequência
Uma vez por ano	0	0,0%
Duas vezes por ano	0	0,0%
3 a 5 vezes por ano	67	34,9%
6 a 10 vezes por ano	74	38,5%
Mais que 10 vezes por ano	50	26,0%
Não respondeu	1	0,5%
Total de observações	192	100%

Tabela 17 – Frequência de viagens de motocicleta
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

Com relação ao comparecimento em edições anteriores do evento, observou-se que 157 respondentes, ou 81,8% do público já havia visitado o Paranaguá Motos, enquanto 35 pessoas, ou 18,2% estavam em sua primeira visita, como se verifica na tabela 18. Isso indica a excepcional taxa de reiteração de comparecimento ao evento, que também é confirmada pela ainda mais positiva taxa de intenção de retornar em edições futuras, apresentada na tabela 19.

Edição anteriores	Quantidade	Frequência
Sim	157	81,8%
Não	35	18,2%
Total de observações	192	100%

Tabela 18 – Visita a edições anteriores
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

O número alto de pessoas que já estiveram presentes no encontro pode estar relacionado à consolidação que o Paranaguá Motos conquistou ao longo dos anos, tornando-se um dos maiores encontros de motociclistas do Brasil, segundo os organizadores.

Na tabela 19, que apresenta a intenção de retorno em edições futuras, essa consolidação fica ainda mais explícita. Assim, pode se observar que 99,5% dos entrevistados tem interesse em retornar ao encontro nas próximas edições e apenas 0,5% do público mencionou não querer voltar.

Edições futuras	Quantidade	Frequência
Sim	191	99,5%
Não	1	0,5%
Total de observações	192	100%

Tabela 19 – Intenção de retorno em edições futuras
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

Solicitou-se ao público do evento que indicasse de uma forma geral a sua avaliação do evento, para isso utilizou-se uma escala que ia de péssimo a ótimo. A tabela 20 apresenta os resultados obtidos nessa avaliação. De acordo com os respondentes, apenas 0,5% considerou o evento ruim; 8,3% afirmou que o evento é bom; 1% avaliou como muito bom e para 172 pessoas, ou 89,6% o evento foi considerado ótimo.

Avaliação Geral	Quantidade	Frequência
Péssimo	0	0,0%
Ruim	1	0,5%
Bom	16	8,3%
Muito bom	2	1,0%
Ótimo	172	89,6%
Não respondeu	1	0,5%
Total de observações	192	100%

Tabela 20 – Avaliação geral do evento
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

A tabela 21, apresenta os resultados em uma escala de notação de 1 a 5 para avaliação de cada aspecto do evento, sendo que 1 representa péssimo, 2 representa ruim, 3 representa médio, 4 representa bom e 5 representa excelente. Assim por exemplo, o aspecto “shows” alcançou uma notação 4,87, o que significa que ficou entre bom e excelente na avaliação do conjunto de respondentes, em seguida, com notação 4,80, vem o quesito “receptividade”.

Os quesitos “limpeza” com notação de 3,41 e “segurança” com notação 3,07 ficaram abaixo da média geral do conjunto de aspectos avaliados, que foi de 4,40. Isso significa que, embora esses quesitos tenham alcançado uma avaliação entre médio (3) e bom (4), foram avaliados de forma mais negativa que os demais. No

entanto, parece adequado mencionar que isso não prejudicou a avaliação geral do evento, que foi majoritariamente considerada “ótima”, como mostrou a tabela 20.

Aspectos	Valor médio	Não-respostas	Desvio-padrão
Shows	4,87	0	0,41
Receptividade	4,80	0	0,62
Deslocamento	4,73	0	0,56
Opções hospedagem	4,73	0	0,53
Gastronomia	4,72	0	0,58
Passeios	4,71	2	0,65
Preços	4,53	0	0,84
Limpeza	3,41	1	1,47
Segurança	3,07	0	1,25
Conjunto	4,40		

Tabela 21 – Avaliação de aspectos do evento

Fonte: Pesquisa de campo, 2017

Os visitantes também avaliaram os atrativos visitados, porém como pode ser observado na tabela 11 muito visitantes não visitaram ou não pretendem visitar nenhum atrativo. Sendo assim, o número de não-resposta é altíssimo na tabela 22. Para avaliação, utilizou-se uma escala de notação em que 1 significa péssimo; 2 significa ruim, 3 significa médio, 4 significa bom e 5 significa excelente.

Na avaliação dos atrativos, o mercado municipal do café e o mercado do artesanato, alcançaram os maiores índices de avaliação, 4,79 e 4,75 respectivamente, ficando acima do valor médio do conjunto, que foi de 4,50. Já o palácio Matias Bohn teve a notação 1,75 e a estação ferroviária a nota 1,00 na avaliação do público, ficando bem abaixo da média geral.

Convém reiterar, no entanto, que a parcela de respondentes que visitou os atrativos foi pequena, o que motivou o alto número de não-respostas e, conseqüentemente prejudicou a confiabilidade estatística dos resultados do grupo de aspectos apresentados na Tabela 22.

Atrativo	Valor Médio	Não respostas
Mercado Municipal do Café	4,79	49
Mercado do artesanato	4,75	152
Centro histórico	4,74	32
Igrejas históricas	4,17	180
Museu de Arqueologia da UFPR	4,00	185
Aquário marinho	3,88	184
Santuário do Rocío	3,78	183
Ilha dos Valadares	2,00	181
Fonte velha	2,00	188
Palácio Matias Bohn	1,75	188
Estação Ferroviária	1,00	186
Conjunto	4.50	

Tabela 22 – Avaliação dos atrativos visitados
 Fonte: Pesquisa de campo, 2017

Na tabela 23, os dados obtidos foram através da pergunta que gênero musical os respondentes gostam de ouvir. As respostas foram dadas em uma escala de 1 a 5 pontos, com as seguintes equivalências: 1 = detesto; 2 = não gosto; 3 = indiferente; 4 = gosto; e 5 = gosto muito. O valor médio do conjunto foi de 2,82. O gênero musical rock teve a maior notação de todas as opções apresentadas, atingindo 4,96; o blues atingiu 4,94 e heavy metal a nota 4,94. Esses gêneros foram escolhidos pela maioria e ficaram muito acima do valor médio.

A intenção dessa questão foi prospectar aspectos ligados ao estilo de vida e preferências dos motociclistas, assim como servir de subsídio na formatação de eventos destinados a esse público.

Abaixo da média, ficaram os gêneros de músicas regionais e tradicionais, com a notação 1,05 e o funk ou rap, que atingiu o menor valor, 1,03.

O baixo desvio padrão indica uma grande uniformidade nas respostas e sugere uma forte tendência de identidade de gostos e comportamento do público respondente, ou seja, indica um conjunto de preferências marcadamente definidas, com baixa diversidade, tanto nos aspectos com notação alta quanto naqueles avaliados de forma mais negativa.

Gênero musical	Valor Médio	Não respostas	Desvio-padrão
Rock'n Roll	4,96	0	0,22
Jazz e Blues	4,94	0	0,30
Heavy Metal	4,93	0	0,38
MPB, Bossa nova ou Samba	3,35	0	0,82
Sertanejo universitário	1,18	0	0,69
Sertanejo raiz	1,10	0	0,53
Músicas regionais ou tradicionais	1,05	0	0,35
Funk ou rap	1,03	2	0,19
Conjunto	2,82		

Tabela 23 – Gênero musicais que mais gosta de ouvir
Fonte: Pesquisa de campo, 2017

Na tabela 24, os entrevistados responderam com que frequência visitam determinados tipos de destinos turísticos. Para isso, foi usada uma escala em que 1 representa jamais, 2 representa raramente, 3 representa ocasionalmente, 4 representa frequentemente e 5 representa muito frequentemente. O valor médio encontrado entre as respostas foi de 3,97 pontos.

Destinos ligados a serra e a praia, obtiveram as maiores notações, 4,88 e 4,86 respectivamente. Já as cidades históricas que obteve a pontuação de 2,8 e parques ambientais com 2,50, ficaram com valor abaixo do conjunto.

Tipos de destino	Valor Médio	Não respostas
Serra	4,88	1
Praia	4,86	1
Centro urbano	4,83	3
Outros destinos	3,57	185
Cidades históricas	2,80	0
Parques ambientais	2,50	1
Conjunto	3,97	

Tabela 24 – Tipos de destinos turísticos visitados
Fonte – Pesquisa de campo, 2017

O instrumento de coleta de dados apresentou algumas questões abertas aos entrevistados. Diante disso, optou por apresentar as respostas mais referidas. Na primeira questão eles deveriam indicar qual é a motocicleta mais usada pelos visitantes, foram citadas as marcas Honda, Yamaha e Suzuki. Na pergunta sobre qual motocicleta seria o sonho de consumo, dos 192 entrevistados, 92 responderam que gostariam de possuir uma Harley Davison e 41 gostariam de uma Agusta Brutale.

A alusão a essas marcas sugere que há uma preferência por motocicletas que são consideradas icônicas entre os respondentes. Também parece relevante mencionar que a indicação dos modelos mais frequentes é mais genérica (aludindo apenas as marcas mais vistas), enquanto o sonho de consumo se reporta a modelos com maior precisão.

Os entrevistados também responderam sobre qual o destino foi mais marcante em suas viagens de motocicleta e a amostragem foi bem diversificada, tendo mais de 20 indicações por parte dos motociclistas. A Serra da Graciosa foi a que obteve o maior número de citações, sendo escolhida por 18 entrevistados e a Serra Negra por 13 motociclistas. Na questão que indicava qual o destino eles desejariam conhecer, as indicações também foram bem diversas e a que se destacou foi a Serra do Rio Rastro, com 13 indicações.

Essas questões suscitam alguns aspectos sobre os quais pode-se produzir inferências reveladoras: a alta taxa de coincidência entre os destinos já visitados e aqueles que se pretende visitar sugere que os respondentes que já estiveram em determinados lugares fazem recomendações aos demais motociclistas, assim como a convergência das respostas em relação aos destinos mencionados na literatura consultada. Outro aspecto importante, que se considera um dos achados da pesquisa, é que tanto os locais indicados como já visitados quanto os que se pretende visitar, podem ser caracterizados como estradas ou roteiros, e menos como “destinos finais” propriamente ditos. Isso pode estar associado à especificidade do mototurismo, que privilegia o trajeto como parte da experiência turística, pelo próprio prazer de pilotar a motocicleta enquanto se aprecia a paisagem

O instrumento de coleta de dados continha um campo destinado às sugestões dos respondentes. Dos 192 informantes, 51 registraram alguma espécie de impressão ou sugestão. Optou-se por relacionar aqui apenas as referências

mais significativas. Nesse sentido, a grande maioria de citações nessa questão foi de elogios ao evento, enquanto que, em alguns comentários sugeriu-se uma melhor organização dos stands e a implantação de mais banheiros públicos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da proposta inicial de analisar o evento motociclístico “Paranaguá Motos”, realizado anualmente na cidade referida na denominação do encontro, buscou-se identificar o perfil destes motociclistas, suas preferências e hábitos para contribuir com a caracterização do público.

Para ilustrar o tema abordado foi iniciada uma pesquisa bibliográfica sobre a história da motocicleta, na qual foram levantados aspectos como, a história da primeira motocicleta e os pioneiros na fabricação da mesma. Foi informada também o início de uma das maiores marcas de motocicleta do mundo, a Harley Davidson. Em outro momento desta primeira parte, foi realizada abordagem referente ao tema mototurismo, definido por Pacheco e Demczuk (2015) como viagens usando a motocicleta, que surgem a partir do sentimento de liberdade e aventura de algumas pessoas. Na fase final da prospecção da literatura, foram contempladas as áreas dos eventos motociclísticos, tema central deste trabalho e as relações de pertencimento deste grupo, ilustrada nos resultados obtidos no trabalho.

Devido a especificidade do assunto, a autora teve certa dificuldade em encontrar trabalhos acadêmicos, periódicos e semelhantes, que contribuíssem para a pesquisa documental. Grande parte das informações contidas no referencial deste trabalho, é fruto de blogs e páginas eletrônicas sobre a temática abordada.

Após o referencial teórico, passou-se à coleta de dados, através de um questionário composto por questões abertas, fechadas e escalares, que foi aplicado durante os três dias de eventos, com 192 respondentes. Os resultados obtidos através dos questionários foram norteadores para a conclusão deste trabalho.

Em praticamente todas as questões, notou-se certa uniformidade dos resultados, comportamento que sugere que o grupo estudado, no caso motociclistas, possui uma identidade que se assemelha em todas as pessoas entrevistadas.

Os resultados obtidos neste trabalho, poderão servir de norteadores para futuros trabalhos acadêmicos, considerando a escassez de bibliografia deste tipo na academia. Também poderão ser utilizados por operadores turísticas, a fim da criação de pacotes e roteiros turísticos para esse segmento de clientes, que se mostram como potenciais consumidores de produtos, desde que sejam adequadas às características por eles aqui mencionados. Este trabalho também poderá servir

como base para a organização de futuros eventos, haja visto que diversos aspectos foram avaliados por parte dos entrevistados.

Levando em consideração a dimensão do evento “Paranaguá Motos” que se estima ter em média 80 mil participantes, circulando durante os três dias de sua realização, recomenda-se em trabalhos futuros que a amostragem de respondentes seja maior, considerando o universo de pesquisa. Sugere-se também, que sejam incentivadas abordagens mais amplas acerca do assunto mototurismo, haja visto que esse segmento se mostra como um ótimo potencial a ser explorado.

O prazer e efeito restaurador das viagens turísticas parecem ser potencializados quando estas são realizadas de motocicleta, pois o viajante usufrui não apenas o destino que escolheu, mas também – e talvez especialmente – o percurso!

REFERÊNCIAS

A ORIGEM DAS COISAS. **A origem da Harley Davidson**. 2017. Disponível em: <<http://origemdascosas.com/a-origem-da-harley-davidson>>. Acesso em: 25/01/2018.

BIG VIAGEM. **Mototurismo - viagem de moto**. 2012. Disponível em: <<http://www.bigviagem.com/moto-turismo-viagem-de-moto/>>. Acesso em: 16/01/2018.

CAVALEIROS DO ASFALTO MOTOCLUBE. **Motoclube**. Disponível em: <<https://cavaleirosdoasfalto.com/motoclube>>. Acesso em: 20/01/2018.

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

MAMUTES DE PEDRA (Comp.). **A história do motociclismo**. 2018. Disponível em: <http://www.mamutesdapedra.org/historia_do_motociclismo.htm>. Acesso em: 22/01/2018.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MERCURI, Isabela. **Espaço de customização de motos agrega barbearia, estúdio de tatuagem, loja e bar para criar estilo de vida**. 2016. Disponível em: <<http://www.olhardireto.com.br/conceito/noticias/exibir.asp?id=11262>>. Acesso em: 29/01/2018.

MOTOOFFROAD.COM.BR. **História do Início do Motocross Mundial**. 2018. Disponível em: <<http://www.motooffroad.com.br/noticias/468-historia-do-inicio-do-motocrossmundial>>. Acesso em: 27/01/2018.

MOTOR TOUR. **Eventos e encontros**. 2018. Disponível em: <<http://www.mototour.com.br/eventos>>. Acesso em: 29/01/2018.

MOTOCLUBES do Brasil. 2018. Disponível em: <http://www.revistamotoclubes.com.br/Motoclubes/Motoclubes_index.htm>. Acesso em: 2*/01/2018.

MOTOCLUBES do Paraná. 2018. Disponível em: <http://www.revistamotoclubes.com.br/Motoclubes/Motoclubes_pr.htm>. Acesso em: 29/01/2018.

PACHECO, Izabela Cristina; DEMCZUK, Paula Grechinski. O mototurismo e o desejo de viajar no estilo de vida Harley Davidson: um estudo de caso sobre o Chapter HOG – The One Curitiba (Paraná, Brasil). **Turismo e Sociedade**, [s.l.], v. 8, n. 2, p.234-254, 31 ago. 2015. Universidade Federal do Paraná. <http://dx.doi.org/10.5380/tes.v8i2.37643>.

PORTAL DA EDUCAÇÃO. **A história do motociclismo**. 2018. Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/cotidiano/a-historia-do-motociclismo/49622>>. Acesso em: 22/01/2018.

PUPO, Ricardo. **Competições**. Disponível em: <http://www.motosclassicas70.com.br/motocross_no_brasil.htm>. Acesso em: 15 fev. 2018.

QUANTO CUSTA VIAJAR. **Oito roteiros incríveis para viajar de moto pelo Brasil**. 2016. Disponível em: <<https://quantocustaviajar.com/blog/roteiros-viajar-de-moto-pelo-brasil/>>. Acesso em: 26/01/2018.

RIBEIRO, Daniel. **Como calcular o consumo da sua moto**. 2011. Disponível em: <<https://www.motosblog.com.br/6959/como-calculiar-o-consumo-da-sua-moto>>. Acesso em: 27/01/2018.

SIMÕES, Geraldo Tite. **Saiba como a moto pode ser ainda mais econômica**. 2017. Disponível em: <<http://bestcars.uol.com.br/bc/informe-se/colunas/motite/saiba-como-a-moto-pode-ser-ainda-mais-economica/>>. Acesso em: 26/01/2018.

SOUZA, Alessandra et al. CONTEXTO DAS TRIBOS URBANAS COM ENFOQUE NA FORMAÇÃO DE IDENTIDADE NA ADOLESCÊNCIA: UMA REVISÃO INTEGRATIVA E ILUSTRATIVA DOS ANOS CINQUENTA. **Ciências Humanas e Sociais**, Maceió, v. 2, n. 2, p.165-184, nov. 2014.

TURISMO DE MOTO. **Route 66: road trip USA**. 2014. Disponível em: <<https://www.turismo-de-moto.com/2014/11/25/route-66-road-trip-usa/>>. Acesso em: 25/01/2018.

VIAGEMDEMOTO.COM. **A história do mototurismo**. 2014. Disponível em: <<http://viagemdemoto.com/historia/1080-a-historia-do-mototurismo>>. Acesso em: 24/01/2018.

ZOLTÁN Sulkowsky and Gyula Bartha: notable long distance motorcycle riders. notable long distance motorcycle riders. 2018. Disponível em: <<https://www.peplemaven.com/p/5myY26/zoltan-sulkowsky-and-gyula-bartha>>. Acesso em: 21/01/2018.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

EVENTO MOTOCICLISMO PARANAGUÁ

Esta pesquisa tem por objetivo reunir informações sobre o evento Paranaguá Motos, assim como analisar hábitos de viagem e estilo de vida dos motociclistas. O trabalho está sendo desenvolvido pela acadêmica Gabriele Martins, do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da UFPR Litoral, sob a orientação do Prof. Marcos Luiz Filippim. As informações prestadas serão analisadas no conjunto e nenhum dado individual será divulgado, sendo garantido o sigilo e privacidade dos respondentes.

1. Gênero: <input type="radio"/> 1. Masculino <input type="radio"/> 2. Feminino <input type="radio"/> 3. Outro	11. Com que tipo de grupo está viajando? <input type="checkbox"/> 1. Sozinho <input type="checkbox"/> 2. Moto Clube <input type="checkbox"/> 3. Amigos <input type="checkbox"/> 4. Família <input type="checkbox"/> 5. Outro <i>Você pode marcar várias casas</i>																																																																								
2. Idade: <input type="radio"/> 1. 18 a 24 anos <input type="radio"/> 2. 25 a 35 anos <input type="radio"/> 3. 36 a 45 anos <input type="radio"/> 4. 46 a 55 anos <input type="radio"/> 5. 56 a 65 anos <input type="radio"/> 6. 66 anos ou mais	12. Onde está ou ficou hospedado? <input type="radio"/> 1. Hotel, Pousada ou Hostel <input type="radio"/> 2. Casa de parentes ou amigos <input type="radio"/> 3. Casa alugada <input type="radio"/> 4. Camping <input type="radio"/> 5. Motor Home <input type="radio"/> 6. Sem hospedagem																																																																								
3. Indique a cidade em que reside. <input type="radio"/> 1. Paranaguá <input type="radio"/> 2. Outra cidade do Litoral <input type="radio"/> 3. Curitiba ou Região Metropolitana <input type="radio"/> 4. Outra cidade do Paraná <input type="radio"/> 5. Outra	Utilizando a escala abaixo, indique como você avalia cada dos aspectos: <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>13. Shows</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>14. Estética e limpeza</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>15. Gastronomia</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>16. Receptividade</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>17. Segurança</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>18. Facilidade deslocamento e sinalização</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>19. Opções de hospedagem</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>20. Opções de passeio</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>21. Preços praticados na cidade</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </tbody> </table> <i>Péssimo (1), Ruim (2), Médio (3), Bom (4), Excelente (5).</i>		1	2	3	4	5	13. Shows	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	14. Estética e limpeza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	15. Gastronomia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	16. Receptividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	17. Segurança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	18. Facilidade deslocamento e sinalização	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	19. Opções de hospedagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	20. Opções de passeio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	21. Preços praticados na cidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>												
	1	2	3	4	5																																																																				
13. Shows	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
14. Estética e limpeza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
15. Gastronomia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
16. Receptividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
17. Segurança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
18. Facilidade deslocamento e sinalização	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
19. Opções de hospedagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
20. Opções de passeio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
21. Preços praticados na cidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
4. Se 'Outra', defina / defina : <input style="width: 100px;" type="text"/>																																																																									
5. Qual meio de transporte utilizou (considere o maior percurso)? <input type="radio"/> 1. Motocicleta <input type="radio"/> 2. Automóvel <input type="radio"/> 3. Ônibus ou van <input type="radio"/> 4. Avião <input type="radio"/> 5. Outro																																																																									
6. Indique seu nível de escolaridade: <input type="radio"/> 1. Ensino fundamental <input type="radio"/> 2. Ensino médio <input type="radio"/> 3. Superior incompleto <input type="radio"/> 4. Superior completo <input type="radio"/> 5. Pós-graduação																																																																									
7. Qual sua profissão ou ocupação? <input type="radio"/> 1. Servidor público <input type="radio"/> 2. Comerciante ou empresário <input type="radio"/> 3. Profissional liberal <input type="radio"/> 4. Autônomo <input type="radio"/> 5. Aposentado ou pensionista <input type="radio"/> 6. Estudante <input type="radio"/> 7. Outra																																																																									
8. Se 'Outra', defina / defina : <input style="width: 100px;" type="text"/>																																																																									
9. Como ficou sabendo do evento? <input type="radio"/> 1. Através de amigos ou Moto Clube <input type="radio"/> 2. Rádio <input type="radio"/> 3. Televisão <input type="radio"/> 4. Internet <input type="radio"/> 5. Outra forma																																																																									
10. Quanto tempo permanece na cidade? <input type="radio"/> 1. 01 dia sem pernoite <input type="radio"/> 2. 1 pernoite <input type="radio"/> 3. 2 pernoites <input type="radio"/> 4. 3 pernoites <input type="radio"/> 5. Mais que 3 pernoites	Avalie, utilizando a escala, os atrativos abaixo que tiver visitado: <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>22. Museu de Arqueologia da UFPR</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>23. Aquário Marinho</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>24. Mercado Municipal do Café</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>25. Santuário Nossa Senhora do Rocio</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>26. Igrejas Históricas</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>27. Ilha dos Valadares</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>28. Palácio Matias Böhn</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>29. Mercado do artesanato</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>30. Fonte Velha ou Fontinha</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>31. Estação Ferroviária</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>32. Centro Histórico</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </tbody> </table> <i>Péssimo (1), Ruim (2), Médio (3), Bom (4), Excelente (5).</i>		1	2	3	4	5	22. Museu de Arqueologia da UFPR	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	23. Aquário Marinho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	24. Mercado Municipal do Café	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	25. Santuário Nossa Senhora do Rocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	26. Igrejas Históricas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	27. Ilha dos Valadares	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	28. Palácio Matias Böhn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	29. Mercado do artesanato	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	30. Fonte Velha ou Fontinha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	31. Estação Ferroviária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	32. Centro Histórico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1	2	3	4	5																																																																				
22. Museu de Arqueologia da UFPR	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
23. Aquário Marinho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
24. Mercado Municipal do Café	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
25. Santuário Nossa Senhora do Rocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
26. Igrejas Históricas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
27. Ilha dos Valadares	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
28. Palácio Matias Böhn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
29. Mercado do artesanato	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
30. Fonte Velha ou Fontinha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
31. Estação Ferroviária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				
32. Centro Histórico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																																				

33. Visitou ou pretende visitar nesta esada atrativos situados na região mas fora da cidade do evento? Indique quais.

1. Não visitei e não pretendo visitar
 2. Antonina
 3. Morretes
 4. Ilha do Mel
 5. Matinhos/Caiobá
 6. Portal do Paraná
 7. Guaratuba
 8. Guaraqueçaba
 9. Estrada da Graciosa
 10. Passeio Trem da Serra
 11. Outros

Você pode marcar várias opções.

34. Que tipo de motocicleta é mais usado pelos participantes do evento?

35. Qual motocicleta seria seu sonho de consumo?

36. Que tipo de vestuário os motociclistas gostam de usar?

1. Jaquetas de couro 2. Roupas impermeáveis
 3. Coletes 4. Macacões
 5. Botas 6. Outras

Você pode marcar várias opções.

Indique, utilizando a escala, o tipo de música ou shows que gosta de ouvir e/ou assistir:

	1	2	3	4	5
37. Rock 'n Roll	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
38. Jazz e Blues	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
39. Heavy Metal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
40. Sertanejo de Raiz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
41. Sertanejo Universitário	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42. Músicas Regionais ou Tradicionalistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43. Funk ou Rap	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44. MPB, Bossa Nova ou Samba	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Detesto (1), Não gosto (2), Indiferente (3), Gosto (4), Gosto muito (5).

45. O grupo do qual faz parte realiza alguma espécie de ação social?

1. Não realiza ações sociais
 2. Doação de sangue
 3. Ações em asilos ou creches
 4. Doações de roupas alimentos ou brinquedos
 5. Ações ambientais
 6. Outras

Você pode marcar várias opções

46. Como você encara o motociclismo?

1. Profissão 2. Hobby 3. Estilo de vida
 4. Outro

Você pode marcar mais que uma opção

47. Gostaria que seus filhos fossem motociclistas?

1. Sim 2. Não 3. Indiferente

48. Os membros do grupo se reúnem em atividades fora do moto clube?

1. Confraternizações na casa de membros
 2. Pesca ou acampamentos
 3. Outras
 4. Não se reúnem

Você pode marcar mais que uma opção.

Utilizando a escala, indique a frequência que visita os seguintes tipos de destinos turísticos:

	1	2	3	4	5
49. Praia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
50. Serra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
51. Cidades históricas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
52. Centro Urbanos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
53. Parques ou reservas ambientais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
54. Outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jamais (1), Raramente (2), Ocasionalmente (3), Frequentemente (4), Muito frequentemente (5).

55. Com qual frequência você costuma viajar de motocicleta?

1. Uma vez por ano
 2. Duas vezes por ano
 3. 3 a 5 vezes por ano
 4. 6 a 10 vezes por ano
 5. Mais que 10 vezes por ano

56. Já esteve em edições anteriores do evento?

1. Sim 2. Não

57. Pretende retornar em edições futuras do evento?

1. Sim 2. Não

58. Como você avalia o evento no geral?

1. Péssimo 2. Ruim 3. Bom
 4. Muito Bom 5. Ótimo

59. Indique um destino turístico marcante que conheceu viajando de motocicleta.

60. Indique um destino turístico que deseja conhecer viajando de motocicleta.

61. Se desejar, utilize o espaço abaixo para expressar como se sentiu no evento, os motivos para ter vindo ou outro aspecto que julgue importante para nossa pesquisa. Agradecemos sua colaboração!

APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO



Ministério da Educação
Universidade Federal do Paraná
Setor Litoral



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O estudo "TURISMO E ESTILO DE VIDA DE MOTOCICLISTAS: UMA ANÁLISE DO EVENTO PARANAGUÁ MOTOS SOB A PERSPECTIVA DOS PARTICIPANTES" se trata de uma pesquisa que está sendo desenvolvida pela estudante Gabriele Martins, sob a orientação do Prof. Dr. Marcos Luiz Filippim, do Setor Litoral da Universidade Federal do Paraná – UFPR, cujo objetivo principal consiste em analisar as práticas de turismo e estilo de vida dos motociclistas participantes do evento Paranaguá Motos 2017. As informações obtidas serão prestadas voluntariamente e os informantes terão sua identidade preservada. No caso de entrevistas cuja natureza demande a identificação do respondente, essa será precedida de uma autorização formal do mesmo para publicação de seu nome ou denominação de organizações ou empreendimentos sob sua responsabilidade. O informante poderá recusar-se a responder qualquer pergunta que ocasione constrangimento. O pesquisador responsável é o Prof. Dr. Marcos Luiz Filippim (Orientador do Trabalho), que pode ser encontrado no seguinte endereço: Rua Jaguariaíva, 512 – Gabinete 9, Bairro de Caiobá, Matinhos – PR, Fone (41) 99670-0896. Não há despesas pessoais para o respondente e também não há compensação financeira relacionada à sua participação. Se existir qualquer despesa adicional, ela será absorvida pelo orçamento da pesquisa. Se você tiver alguma consideração ou dúvida sobre a ética da pesquisa, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Paraná (UFPR) – Rua Pe. Camargo, 285 – Alto da Glória – Curitiba – PR, Telefone 41 3360-7259. O presente termo está sendo elaborado em duas vias sendo que uma ficará com o sujeito da pesquisa e a outra com os pesquisadores responsáveis pela mesma.

Acredito ter sido suficientemente informado a respeito das informações que li ou que foram lidas para mim, descrevendo o referido estudo. Eu discuti com a estudante pesquisadora sobre a minha decisão em participar nesse estudo. Ficaram claros para mim quais são os propósitos do estudo, os procedimentos a serem realizados, as garantias de confidencialidade e de esclarecimentos permanentes. Ficou claro também que minha participação é isenta de despesas. Concordo voluntariamente em participar deste estudo e poderei retirar o meu consentimento a qualquer momento, antes ou durante o mesmo, sem penalidades ou prejuízos de qualquer espécie.

Assinatura do Respondente

Data ____ / ____ / ____

(Somente para o responsável do projeto)

Declaro que obtive de forma apropriada e voluntária o Consentimento Livre e Esclarecido deste informante ou representante legal para a participação neste estudo.

Assinatura do Responsável pelo Estudo

Data ____ / ____ / ____