



UNIVERSIDADE
FEDERAL DE JUIZ DE FORA

**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
CURSO DE TURISMO**

MARIA EDUARDA RATTES SCALDINI

**AS INFLUÊNCIAS DAS SEMANAS DE MODA NO DESENVOLVIMENTO DE
DESTINOS TURÍSTICOS: UM ESTUDO SOBRE NOVA YORK (ESTADOS
UNIDOS) E SÃO PAULO (BRASIL)**

**JUIZ DE FORA
2023**



UNIVERSIDADE
FEDERAL DE JUIZ DE FORA

**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
CURSO DE TURISMO**

MARIA EDUARDA RATTES SCALDINI

**AS INFLUÊNCIAS DAS SEMANAS DE MODA NO DESENVOLVIMENTO DE
DESTINOS TURÍSTICOS: UM ESTUDO SOBRE NOVA YORK (ESTADOS
UNIDOS) E SÃO PAULO (BRASIL)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Turismo, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Turismo. Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Carla Conceição Lana Fraga.

JUIZ DE FORA



**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
CURSO DE TURISMO**

MARIA EDUARDA RATTES SCALDINI

**AS INFLUÊNCIAS DAS SEMANAS DE MODA NO DESENVOLVIMENTO DE
DESTINOS TURÍSTICOS: UM ESTUDO SOBRE NOVA YORK (ESTADOS
UNIDOS) E SÃO PAULO (BRASIL)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Turismo, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Turismo. Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Carla Conceição Lana Fraga.

Juiz de Fora, 17 de Janeiro de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Carla Conceição Lana Fraga (UFJF)

Profa. Dra. Romilda Aparecida Lopes (UFJF)

Prof. Ms. Kairo Ribeiro (UFJF)

RESUMO

O objetivo geral da pesquisa é analisar através de um paralelo - as influências das semanas de Moda de São Paulo (Brasil) e Nova York (Estados Unidos), o desenvolvimento de destinos turísticos. Já os objetivos específicos são: (a) Identificar o estado da arte sobre turismo e moda; (b) Analisar a interface entre eventos e desenvolvimento de destinos turísticos. Essa pesquisa possui caráter exploratório e descritivo, de natureza qualitativa. Foi realizado através de levantamento bibliográfico para a composição de referencial teórico sobre semanas de moda, eventos e desenvolvimento de destinos turísticos, a partir de levantamento na Plataforma Web of Science (WoS) disponível no Portal de Periódicos Capes. Já a coleta de dados secundários sobre as semanas de moda de Nova York e São Paulo, foram recolhidas em websites oficiais relativos à moda e turismo. Foram utilizados os suportes de softwares: Iramuteq e QGis Zanzibar. Os resultados apontam que a relação do turismo com a moda pode ser mutuamente benéfica.

Palavras-chave turismo; semana de moda; segmentação; eventos.

ABSTRACT

The general objective of the research is to analyze from a parallel point of view - the influences of Fashion weeks in São Paulo (Brazil) and New York (United States), the development of tourist destinations. The specific objectives are: (a) Identify the state of the art on tourism and fashion; (b) Analyze the interface between events and the development of tourist destinations. This research has an exploratory and descriptive character, of a qualitative nature. It was carried out through a bibliographic survey for the composition of a theoretical framework on fashion weeks, events and development of tourist destinations, based on a survey on the Web of Science Platform (WoS) available on the Capes Periodicals Portal. As for the collection of secondary data on the fashion weeks in New York and São Paulo, they were collected from official websites related to fashion and tourism. Iramuteq and QGis Zanzibar softwares support were used. The results indicate that the relationship between tourism and fashion can be mutually rewarding.

Keywords tourism; fashion week; segmentation; events.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a Rita Ribeiro Moreira Scaldini, minha melhor amiga e maior incentivadora que, infelizmente, não está presente para comemorar os frutos de tantos anos de dedicação. O amor dedicado a mim, sempre será lembrado. Te amo, vó!

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Sheila Rattes, por me permitir ser quem eu sou, obrigada por me dar asas, mãe! Também agradeço aos meus irmãos, João Pedro e Ana Júlia, por estarem ao meu lado.

Não poderia deixar de registrar minha gratidão a Hannah Goes, que é mais que uma namorada, mas uma impulsionadora que desde sempre transformou os meus sonhos em nossos.

Agradeço a parceria de vida das minhas amigas Lara Fouraux, Laura Altro, Thayná Thoni e Nicolle Goes, que estão ao meu lado por tantos anos compartilhando a vida. Aos amigos que fiz ao longo do curso e que compartilhei essa viagem intensa e cheia de desafios, em especial a Lúcia Helena, Álvaro Alves, Cristina Maciel, Cecília Varanda e tantos outros, sem vocês, a Graduação não teria sido uma experiência tão espirituosa.

Não poderia deixar o meu muito obrigada para a Carla Fraga, minha orientadora, que foi tão acolhedora e paciente, definitivamente uma figura na qual me inspiro, seus ensinamentos foram essenciais para o desenvolvimento deste trabalho. Ademais, agradeço a todos os professores do Departamento de Turismo, que contribuíram para minha formação não apenas como Turismóloga, mas como indivíduo, levo todos com muito carinho.

Por fim, deixo meu agradecimento a todas as mulheres que lutaram para que outras pudessem ocupar locais como este, por uma universidade gratuita e universal e por uma sociedade igualitária.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Análise de Similitude.....	19
Figura 2. Visão Geral pontos de interesse em São Paulo (Brasil).....	29
Figura 3. Zoom do SPFW 2022 (1o edição).....	31
Figura 4. Visão Geral pontos de interesse em Nova York (Estados Unidos).....	32
Figura 5. Zoom do NYFW 2022 (1o edição).....	33

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Tipologia de Eventos conforme Czajkowski, Czajkowski Júnior (2017)....	16
Quadro 2. Tipos de Desfiles.....	17
Quadro 3. Outputs.....	19
Quadro 4. Características com base no Spectrum de Resort de Prideaux.....	23
Quadro 5. Localização dos eventos da SPFW (1o Edição de 2022).....	28

LISTAS DE ABREVIATURA E SIGLAS

ICCA- do inglês, International Congress and Convention Association

MTUR- Ministério do Turismo

NYFW -Nova York Fashion Week

OMT- Organização mundial do turismo

SPFW- São Paulo Fashion Week

UNSTAT- do inglês, Divisão Estatística das Nações Unidas

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1. ESTADO DA ARTE SOBRE TURISMO E MODA.....	14
2. EVENTOS E DESENVOLVIMENTO DE DESTINOS TURÍSTICOS.....	20
3. ESTUDO SOBRE SEMANAS DE MODA : SÃO PAULO E NOVA YORK.....	25
3.1. SEMANAS DE MODA: SÃO PAULO E NOVA YORK.....	25
3.2. RESULTADOS E DISCUSSÕES	27
3.2.1 São Paulo.....	29
3.2.2.Nova York.....	32
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	34
REFERÊNCIAS.....	35

INTRODUÇÃO

A interface entre turismo e eventos é nítida na literatura científica (CAMELO, 2016). Contudo, os eventos de moda ainda são uma lacuna ao serem abordados a partir desta relação, sendo escassa a bibliografia, especificamente disponível em português. Compreendendo a importância e relevância das temáticas, propõe-se analisar a interface entre turismo e eventos de moda comparando dois cenários distintos. Nesse sentido, o tema desta pesquisa envolve as influências das Semanas de Moda em destinos turísticos, sendo que os destinos selecionados para investigação são: São Paulo (no Brasil) e Nova York (nos Estados Unidos). Portanto, abordar a sinergia entre moda e destinos turísticos na perspectiva dos eventos é um desafio para o avanço dos conhecimentos teórico-práticos de planejamento e gestão.

O tema desta pesquisa envolve as influências das Semanas de Moda em destinos turísticos, sendo que os destinos selecionados para a investigação são: São Paulo (no Brasil) e Nova York (nos Estados Unidos). Portanto, é necessário definir o que são as Semanas de Moda, notadamente as de SPFW (São Paulo Fashion Week) e de NYFW (Nova York Fashion Week) que serão o estudo de caso. Esses eventos têm projeções internacionais e acontecem normalmente durante uma semana. Logo, nesse tipo de evento de abrangência internacional, vários estilistas e marcas fazem desfiles apresentando suas coleções buscando uma perspectiva criativa e inovadora e, desta forma, lançam novos conceitos sejam de roupas, sapatos, cosméticos, estilos de cortes de cabelo e podem influenciar o comportamento não só daquele ano, mas de gerações. Um exemplo é o *Slip Dress* apresentado na Semana de Moda de Nova York do ano 1994 que até hoje é referência para moda na linha tênue entre o público (o uso como roupa casual) e o privado (sua origem como peça de pijama) (EILA MELL, 2011).

É essencial evidenciar como ocorreu a seleção desses eventos de moda SPFW e NYFW enquanto objetos de pesquisa, por exemplo a semana de moda de Nova York é a semana que abre a temporada e foi a precursora das *Fashion Weeks* no mundo. Surgiu em 1943, quando a Eleanor Lambert, publicitária americana organizou um evento de uma semana dedicado à moda americana (momento histórico em que a Europa enfrentava a segunda guerra mundial). O conceito cativou

os estilistas americanos, que tinham um histórico contrário à ascensão da França na moda. Nas décadas seguintes, o evento tornou-se um marco na indústria e deu início às consagradas Semanas de Moda ao redor do mundo. Atualmente a NYFW é conhecida como “Mercedes-Benz Fashion Week”, representando a semana mais comercial, onde os convidados são, em sua grande maioria, compradores de multimarcas e os próprios consumidores finais (MALONEY,2019).

Em contrapartida, o SPFW é o resultado do interesse dos produtores, empresários, estilistas e consumidores de construir um padrão internacional aos eventos de moda brasileiros para que o Brasil consiga estar com as principais capitais da moda no mundo, proporcionando prestígio para o país no mercado internacional de moda, este evento foi iniciado em 1996.

Os turistas que buscam por eventos de moda, tem uma motivação que pode ser compreendida pela disposição de experienciar as cidades de uma maneira singular. O fenômeno, corroborado por Janiskee (1996), que aponta que o notável poder de exibição dos eventos está associado à oportunidade de uma vivência única do destino fica evidente durante as semanas de moda, através das quais os turistas têm a oportunidade de explorar as "cidades da moda" de forma única.

Ademais, sobre desenvolvimento de destinos turísticos é necessário destacar o papel de Butler (1980) pois o autor teoriza que os estágios (exploração, envolvimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação, declínio e/ou rejuvenescimento) são influenciados pelo número do fluxo de turistas em determinado intervalo de tempo, e o de Prideaux (1998) que abordou o crescimento das atrações culturais que não levam em consideração a demanda de turismo cultural existente e em relação à superestrutura turística, e que o principal objetivo do setor público deve estar ligado a padrões de qualidade arquitetônica e de serviços, e à regulação de mercado. Assim, a problemática se relaciona com um estudo comparativo sobre a influência que os eventos de moda podem ter para o desenvolvimento de destinos turísticos usando as cidades supracitadas como objetos de estudo.

A justificativa para esse estudo é reafirmada, pois as semanas de moda podem contribuir para o aumento do fluxo de turistas em períodos em que normalmente esse fluxo de turismo é instável, ou seja, nas baixas estações. Vale reforçar que a SPFW, por exemplo, ocorre justamente nos meses de Primavera e Outono no Hemisfério Sul (ex.: SPFW 2018 em Abril e Outubro, SPFW em 2017 em

Março e Agosto, por exemplo), que coincidem com a baixa temporada nas viagens dentro do Brasil (março a junho, agosto a novembro). Por consequência, os eventos podem contribuir para gerar renda, propagam a imagem do destino turístico e instigam a melhoria da infraestrutura, beneficiando a população local e turistas, conforme indicação do próprio relatório do Departamento de Infraestrutura da Cidade de Nova York, por exemplo (STRAUSS, 2020).

Ainda, é importante ressaltar que a temática escolhida é específica, portanto não existe vasto material teórico para pesquisa, por conseguinte a expectativa é que o trabalho seja junto com o de Albuquerque (2021) seminal, servindo futuramente como material de pesquisa para outros projetos e inaugurando novas discussões acerca das Semanas de Moda e desenvolvimento de destinos turísticos.

O objetivo geral da pesquisa é analisar através de um paralelo - as influências das semanas de Moda de São Paulo (Brasil) e Nova York (Estados Unidos), o desenvolvimento de destinos turísticos. Já os objetivos específicos são: (a) Identificar o estado da arte sobre turismo e moda; (b) Analisar a interface entre eventos e desenvolvimento de destinos turísticos.

O presente trabalho foi realizado através de levantamento bibliográfico para a composição de referencial teórico sobre semanas de moda, eventos e desenvolvimento de destinos turísticos, a partir de levantamento na Plataforma Web of Science (WoS) disponível no Portal de Periódicos Capes. Já a coleta de dados secundários sobre as semanas de moda de Nova York e São Paulo, foram recolhidas em websites oficiais relativos à moda e turismo, tais como: Ministério de Turismo, empresas ligadas a interface entre eventos, moda e turismo; entre outros, de ambos os países. Um exemplo é o estudo de Albuquerque (2021) que utiliza as seguintes fontes: Fashion Week Online (s.d.) *apud* Siaga (2018).; Fashionunited (2016); Hendriksz (2017); Revistas tais como Vogue; websites variados de propagandas históricas.

Essa pesquisa é exploratória e descritiva, de natureza qualitativa. Para o autor Gil (2007) a pesquisa exploratória tem o intuito de proporcionar maior proximidade com o problema, desta forma, torna os problemas mais explícitos ou a construir hipóteses. Grande parte dessas pesquisas envolve levantamento bibliográfico e análise de exemplos que estimulem a compreensão. A natureza qualitativa exige do pesquisador uma série de informações sobre o que deseja investigar, pois pretende-se descrever os fatos e fenômenos de determinada

realidade (TRIVIÑOS,1987). Foram utilizados suporte de softwares tais como: Iramuteq versão 0.7 alpha 2. para análises textuais e o QGis Zanzibar 3.8 para tratamento de dados geográficos.

O trabalho será dividido em três seções, além da Introdução e Considerações Finais, sendo a primeira sobre sobre turismo e moda, a segunda sobre eventos, notadamente de moda e desenvolvimento de destinos turísticos; a terceira versa sobre resultados e discussões relativos à semanas de moda pesquisadas e sua contribuição para o fortalecimento do turismo de eventos.

1. ESTADO DA ARTE SOBRE TURISMO E MODA

A definição de turismo é complexa, visto que a atividade inclui diferentes setores econômicos e disciplinas acadêmicas. A área de pesquisa ainda é considerada jovem, portanto sustenta diferentes questões para estudiosos (COOPER et al. 2007). De um ponto de vista conceitual e técnico, observa-se que a Organização Mundial do Turismo (OMT)¹ e a Divisão Estatística das Nações Unidas (do inglês a sigla - UNSTAT)² definem o turismo como:

As atividades de pessoas que viajam para locais que estejam fora do seu ambiente rotineiro, a lazer, negócios ou por outros motivos e que neles permanecem por não mais do que um ano consecutivo (OMT, UNSTAT, 1994, p.83).

Quando questionado se turismo é ciência, existem três grupos de pesquisadores, o primeiro grupo discorre sobre a afirmação de que turismo não é uma ciência, todavia está em desenvolvimento para tornar-se uma; o segundo estabelece que turismo jamais será uma ciência, visto que constitui-se apenas de atividades humanas sendo objeto de outras ciências que apresentam teoria e método próprios (ex: Geografia, Biologia, Direito etc.); o terceiro grupo declara o turismo como ciência, visto que o campo teórico é consistente e vasto, porém, os estudiosos favoráveis a esta corrente não conseguiram comprovar a afirmação (LOHMANN, PANOSSO NETTO, 2008).

¹ Organização Mundial do Turismo

² Divisão Estatística das Nações Unidas

O turismo tem uma relação com vários setores, inclusive com o de eventos. Em linhas gerais, entende-se eventos, por acontecimentos extraordinários, portanto, contrário ao rotineiro. E nisto, o turismo também é algo que acontece no extraordinário e não no cotidiano, ordinário (ALLIS, 2016).

Os eventos são rentáveis para o setor e para os destinos turísticos, pois desenvolvem diretamente organizações, relacionadas a diversos setores, tais quais: atrativo turísticos; transporte; operação e agenciamento; organização e operação dos próprios eventos; hospedagem; alimentação; recepção; recreação; entretenimento e atividades complementares (CAMELO e COSTA, 2016). Por consequência, os eventos fortalecem a economia da cidade anfitriã (destino turístico), gerando oportunidades para a população residente (TENNAN, 2002).

Ainda, Tennan (2002) e Zanella (2003) apontam que o tempo médio de permanência de turistas de eventos nas cidades é superior ao de um turista de lazer. Esses dados ratificam a importância socioeconômica dos eventos para as comunidades e organizações locais. Segundo Carneiro e Fontes (1997), a definição de eventos é:

Eventos são todos os acontecimentos previamente planejados, organizados coordenados de forma a contemplar o maior número de pessoas em um mesmo espaço físico e temporal, com entonações, medidas e projetos sob e uma Idéia, ação ou produto, apresentando os diagnósticos de resultados e os meios mais eficazes para se atingir determinado objetivo. Pela própria definição, o evento vem se mostrando cada vez mais requisitado e, pela sua concepção estrutural e funcional, pressupõe ações cada vez mais complexas. (CARNEIRO e FONTES, 1997, p. 67).

De acordo com Camelo e Costa (2016), progressivamente os eventos estão contribuindo para o desenvolvimento e o fortalecimento das relações sociais, industriais, culturais e comerciais, concomitantemente em que estão gerando fluxos de deslocamento e turísticos. As viagens estão diretamente associadas às atividades relacionadas ao transporte, hotelaria, alimentação e estimulam o acontecimento turístico, os eventos se transformam em atrações robustas o suficiente para potencializar uma demanda.

Especificamente sobre tipologia e classificação dos eventos, esses podem ser classificados de diferentes maneiras, de acordo com a sua finalidade, além das

classificações dos eventos, existem diversos estudos sobre as tipologias existentes, estes estudos são contínuos, pois o mercado está em constante desenvolvimento, conforme com a demanda existente. De acordo Czajkowski, Czajkowski Júnior (2017, p.83) há um discussão sobre tipologia de eventos envolvendo "formato, estrutura e especificação", portanto o Quadro 1 sintetiza isto:

Quadro 1. Tipologia de Eventos conforme Czajkowski, Czajkowski Júnior (2017):

Tipologia de Eventos	
Eventos esportivos	Campeonato, Concurso, Copa, Corrida, Entrevista Coletiva, Gincana, Megaevento, Olimpíada, Torneio.
Eventos promocionais	Comício, Desfile, Exposição, Feira, Homenagens, Inauguração, Lançamento, Leilão, Mostra, Road Show, Salão, Showcasing.
Eventos Empresariais	Aula Inaugural, Aula Magna, Colóquio, Conferência, Palestra, Ciclo De Palestras, Congresso, Encontro, Jornada, Semana, Curso, Oficina, Workshop, Debate, Mesa-Redonda, Simpósio, Painel, Fórum, Seminário, Videoconferência, Webinars.
Eventos sociais	Casamento, Chás, Formatura, Colação de Grau, Confraria, Excursão, Festa, Festivais, Rua de lazer, Confraternização.
Eventos Artísticos e Culturais	Espetáculo, Lançamento De Livro, Show, Sarau, Vernissage.
Eventos de A & B	Almoço, Banquete, Brunch, Café Da Manhã, Chás, Coffee Break, Coquetel, Jantar, Welcome-Coffee.
Eventos religiosos	Batizado, Eventos Funebres, Missa, Primeira Comunhão, Conclave, Concílio.

Fonte: Elaboração própria a partir de Czajkowski, Czajkowski Júnior (2017)

No intuito de aprofundar sobre a tipologia de evento analisada no presente trabalho, a definição de “Semana” apresentado por Gama (2020), classifica-se “Semana” dentro dos eventos informativos, uma de suas características é a duração, normalmente, dura de sete a cinco dias. É relevante explicitar que as “Semanas” são consideradas “eventos guarda-chuva”, ou seja, dentro de uma “Semana” acontecem

diferentes tipos de eventos, como palestras, seminários, exposições, mesas-redondas e oficinas, entre outros. Outro ponto importante é que as “Semanas” sempre terão uma temática definida, durante a construção e execução da “Semanas”, do mesmo modo que demais tipologias de eventos, deve-se elaborar suas ações a partir do público-alvo definido. De maneira geral, é mister salientar que Duarte (2009, pp. 18-19) aponta as cinco questões dos eventos:

[1] porquê (as razões da realização do evento), [2] quem (qual será o público-alvo), [3] quando (em que momento do ano, do mês, do dia será realizado), [4] onde (cidade e local) e [5] quê (natureza do evento e seu produto) (DUARTE,2009,pp.18-19).

Conforme apresentado, acontecem diferentes tipos de eventos durante uma Semana, por exemplo, nas Fashions Weeks, um dos eventos que acontecem são os “Desfiles”. Estes têm por finalidade expor determinado produto ou pessoas que se apresentarão de forma que os espectadores observam na plateia, enquanto os anfitriões desfilam em local de destaque, normalmente uma passarela ou palco.

Existem distintos tipos de desfile, entretanto todos seguem a mesma estrutura, porém dependendo do objetivo, um desfile pode ser considerado promocional – como é o caso dos desfiles de moda ou um evento cultural (GAMA, 2020). Ainda, segundo Gama (2020) os subtipos de acordo com o Quadro 2:

Quadro 2. Tipos de Desfiles

Tipos de desfiles	Breve descrição
Desfiles de moda	"Os modelos desfilam em passarelas a fim de lançar produtos, promover indumentárias e marcas e, futuramente, reverter essa promoção em negócios. As semanas da moda nacionais e internacionais são responsáveis por apresentar tendências que servirão como guia para toda a indústria da moda, ditando o que estará em voga e terá maiores sucessos de estilo e venda. Um desfile de moda pode ser um evento principal ou de apoio, por exemplo, em uma feira de calçados pode ser um desfile de sapatos; em uma feira de noivas pode ser um desfile de vestidos de noivas, etc." (GAMA, 2020, p.5)
Desfiles de Escola de Samba	"Os mais conhecidos são os promovidos pelas cidades Rio de Janeiro e São Paulo, nas quais desfilam carros alegóricos, fantasias e músicas que fazem parte de um enredo escolhido

	por cada escola que deve se apresentar em um tempo determinado. Há também o Festival Folclórico de Parintins, no estado do Amazonas, que embora seja um festival como o próprio nome indica, possui como atração principal os desfiles do Boi Garantido e do Boi Caprichoso. São competições entre as escolas que desfilam e são avaliadas por jurados especialistas com vencedoras ao final. Contam com público que participa do evento assistindo ao espetáculo que é fruto da cultura brasileira" (GAMA, 2020,p.6)
Desfiles cívicos	"é um evento cívico que acontece em comemoração a datas especiais para a pátria, sendo o mais conhecido o desfile de 7 de setembro em celebração da Independência do Brasil. São festejadas com desfiles das Forças Armadas (Exército, Marinha e Aeronáutica), normalmente acontecem em vias públicas e são prestigiados por um grande público" (GAMA, 2020,p.6)

Fonte: Elaboração própria a partir de Gama (2020,pp.5-6).

Embora no Quadro 2 fique evidente que existam várias finalidades para desfiles, os desfiles de moda acontecem com o intuito de possibilitar que grandes designers e marcas promovam suas coleções, geralmente de primavera/verão e outono/inverno. O público-alvo dos desfiles é amplo, abrangendo diferentes públicos, sendo: (a) público direto: são profissionais de diversas áreas da moda, como modelos, maquiadores, estilistas, empresários, influenciadores, ademais, imprensa, patrocinadores, investidores; (b) público de interesse: consumidor final (CARDOSO, 2019). Assim, o turismo de eventos ligado ao "mundo da moda" também se conecta com o turismo de negócios.

Essa parte da seção foi realizada através de levantamento bibliográfico para a composição de referencial teórico específico sobre moda e turismo, a partir de da Plataforma Web of Science (WoS) disponível no Portal de Periódicos Capes. A escolha desta base de dados se deu porque é uma referência confiável. O *string* de busca, ou seja, a sentença utilizada foi em inglês: "*Touris**" AND "*Fashion**", usando portanto o símbolo asterisco (*), que é entendido como truncamento para abarcar outros termos tais como: *tourism*, *tourist* e outros; e o adicional Booleano AND que significa o somatório do conjunto de trabalhos desta interface.

Além disso, foi utilizado o filtro "título" e foram enfocados apenas os artigos científicos em inglês. Foi extraído o planilhamento (em excel) no dia 10 de junho de 2022 e realizado o tratamento utilizando o suporte do software de Análise Textual,

open source Iramuteq versão 0.7 alpha 2. A partir do qual foi possível, capturar os outputs descritos no Quadro 3:

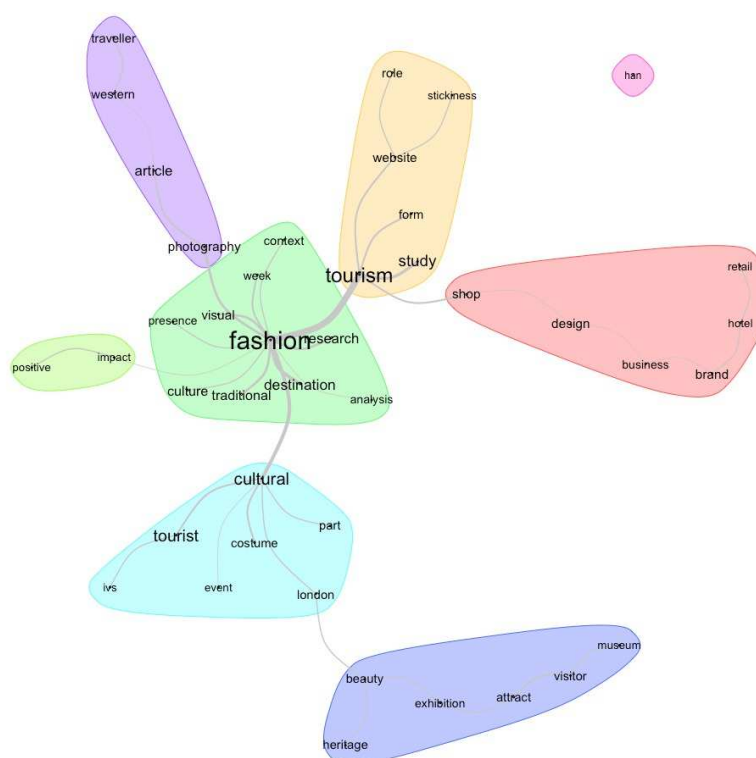
Quadro 3. Outputs

Outputs	Descrição
Análise de Similitude	“No Iramuteq, a análise de similitude mostra um grafo que representa a ligação entre palavras do corpus textual. A partir desta análise é possível inferir a estrutura de construção do texto e os temas de relativa importância, a partir da coocorrência entre as palavras” (SALVIATI, 2017, p.69).

Fonte: Salviati (2017)

Dos 21 resultados encontrados, 1 (um) deles não apresentou o resumo sendo imediatamente excluído o trabalho de Meaney (2009). Outros 8 (oito) foram excluídos pois a temática não tinha aderência ao objeto de estudo. A Figura 1 apresenta a Análise de Similitude:

Figura 1. Análise de Similitude



Fonte: elaboração própria com auxílio do software Iramuteq

Conforme Manual do Iramuteq (vide Salviati, 2017) fica evidente a relevância da Análise Textual pois, a análise, permite a quantificação de variáveis essencialmente qualitativas originadas de textos, com a finalidade de detalhar acerca do material produzido por determinado sujeito ou sujeitos (CAMARGO e JUSTO, 2013). Portanto, fundamentado nos 12 (doze) resumos, a Figura 1 apresenta a Análise de Similitude, constituída a partir de dois ajustes: (1) os advérbios foram deixados como suplementares e (2) a frequência de termos ficou igual ou maior que 5.

Ressalta-se ainda que, o termo "fashion" apresenta centralidade nos estudos sobre turismo e moda, contudo, é necessário destacar que, considerando a temática do trabalho, é o estudo das "destinations" um dos aspectos relevantes que justifica a pesquisa da SPFW e da NYFW. A próxima seção aprofundará os aspectos teóricos conceituais da interface entre eventos e desenvolvimento e destinos turísticos, com a finalidade específica de tratar as fashion weeks.

2. EVENTOS E DESENVOLVIMENTO DE DESTINOS TURÍSTICOS

O objetivo desta seção 2 é apresentar a relação entre os eventos e o desenvolvimento de destinos turísticos, portanto o conceito de turismo de eventos é chave, assim como as teorias relativas ao desenvolvimento de destinos turísticos. Conceitualmente, conforme o Ministério do Turismo (MTUR) no Brasil, tem-se que o Turismo de Negócios e Eventos compreende o: "conjunto de atividade turísticas decorrentes dos encontros de interesses profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social" (MTUR, 2010, p. 46).

Albuquerque (2004) pontuou que o turismo de eventos é um setor que fomenta a cadeia econômica e envolve dezenas de atividades. Pode-se considerar, os congressos, seminários, palestras, feiras e simpósios, também as festas populares, os rodeios e os eventos esportivos, eventos de moda etc. Os números deste segmento turístico são expressivos, milhões de reais investidos, milhares de profissionais trabalhando para garantir o sucesso de cada evento.

Ainda Albuquerque (2004), aponta a importância que os eventos têm para a economia de um país, cidade ou município, uma vez que corroboram para assegurar

a estabilidade da atividade econômica, pois normalmente utilizam a mão-de-obra de menor qualificação que não é afetada por mudanças tecnológicas a curto prazo.

De acordo com o Ministério do Turismo (2010), a segmentação é uma ferramenta para organizar o turismo, que tem o objetivo de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser definidos baseados nos elementos de identidade³ da oferta e também das características e variáveis da demanda. Portanto, a segmentação é fundamental para minimizar a sazonalidade de determinadas localidades, essencialmente por meio da identificação de grupos sociais que preferem determinados períodos do ano para realizar suas viagens, diante disto é essencial desenvolver políticas de marketing para agradar a esse público. Dessa forma, é possível maximizar os ganhos dos empreendedores e maximizar a satisfação dos turistas (TADINI E MELQUIADES, 2010). Já a Organização Mundial do Turismo (OMT) afirma que:

Segmentação é uma tentativa de localizar com precisão grupos de consumidores parecidos entre si, na busca para desenvolver e implementar programas de marketing especificamente destinados a suas necessidades (OMT, 2007, p. 3).

Lage (1992), entende que os benefícios da segmentação podem ser percebidos por todos os agentes envolvidos no turismo, alguns dos benefícios citados pelo autor são: a economia de escala e maximização dos lucros; concorrência entre empresas turísticas de modo que o maior beneficiado seja o próprio consumidor; análise e pesquisas de mercado que por consequência trazem inovações e melhorias para o bem estar do turista.

No que diz respeito ao mercado da moda, Vogue (2019) ainda infere que o setor é global e vale 1,3 trilhões de dólares, as as cinco semanas de moda (Paris, Nova York, Londres, Milão, São Paulo) são essenciais para indústria da moda, pois movimentam as cidades anfitriãs que atraem turistas nacionais e internacionais. Além das influências econômicas a níveis globais, quando a moda e o turismo se unificam enquanto novo segmento, ou seja, surgindo o turismo de eventos de moda, há evidência dos setores que são envolvidos para a realização desse tipo de evento. Por exemplo, as Fashions Weeks demandam a cooperação de diversos profissionais que irão atuar desde seu planejamento até a sua execução, gerando

³ geográficos, demográficos, psicográficos, econômicos e sociais (Wittes Moutinho, 1989).

assim inúmeros empregos diretos e indiretos, conforme apresentado anteriormente (hotelaria, alimentos e bebidas, transporte, lazer) (ALBUQUERQUE, 2021).

Sousa de Albuquerque (2004) constatou que o turista de eventos gasta três vezes mais que um turista comum, seu tempo médio excede as métricas de um turista de lazer, já que o turista de lazer permanece em média três dias em uma localidade, enquanto os participantes de um evento ficam cerca de seis dias nos locais dos eventos. Estes dados determinam a importância deste setor do turismo para o desenvolvimento de uma localidade e/ou país.

Os números indicam que a economia é desenvolvida com o turismo de eventos, o setor hoteleiro entendendo a influência dos eventos como importante agente econômico, desenvolveram estruturas para comportar os turistas motivados pelos eventos. Observa-se, segundo Walker (2002), que concomitantemente às cadeias hoteleiras internacionais, tais como Holliday Inn, Sheraton, Hilton, Marriot, e Hyatt - começam a apresentar instalações funcionais para a realização de eventos. A divulgação e consolidação da imagem da localidade-sede e dos agentes e empresas que participam de eventos acabam proporcionando a geração de novos empregos e a profissionalização da comunidade local, é importante considerar a melhoria dos serviços de infraestrutura da localidade-sede, beneficiando a comunidade. Conforme a Secretaria de Estado do Esporte e do Turismo (2017):

O Turismo gera impactos econômicos e sociais marcantes, como a valorização das comunidades, o aumento do potencial para novos investimentos, a geração de renda, é um indutor de desenvolvimento, gerador de empregos, incentivo a melhorias de infraestrutura local para a população, e inclusão social (GOVERNO DO PARANÁ, 2017, p.19).

Albuquerque (2021) determina que a relação do turismo com a moda pode ser mutuamente benéfica e que os eventos de moda, como as Fashion Weeks estimulam o desenvolvimento turístico em diversas partes do mundo. Após exposição da interface entre Turismo e Eventos, notadamente da relação pelo bojo da moda nesta seção 2, é possível compreender o papel das Semanas de Moda, ao estimularem deslocamento de turistas, sejam eles do próprio país-sede ou de turistas estrangeiros, visto que, as Semanas de Moda tem projeção internacional e desenvolvem a cadeia produtiva que envolve moda e turismo.

Como mencionado, as Semanas de Moda, são eventos que englobam vários setores, que vão além de novidades para a próxima estação, as Fashions Weeks contam com diversas performances de artistas, presenças de personalidades da mídia como jornalistas e influenciadores digitais etc. Portanto, é aceitável que para Albuquerque (2021) os eventos, e notadamente os eventos de moda como as Semanas de Moda sejam uma importante ferramenta para a geração de empregos, ademais este responsável pelo desenvolvimento da infraestrutura turística e da atividade turística.

Logo, voltando aos eventos de maneira geral Zanella (2012) aponta que esses são responsáveis por expandir a taxa de ocupação e, por consequência, as receitas de empresas de transporte e hotéis nos períodos de recesso ou baixa temporada, além de contribuírem com a arrecadação de impostos e tributos em virtude do desenvolvimento das vendas e da atividade econômica em geral.

Nesse sentido, nota-se que o segmento Turismo de Eventos impacta o desenvolvimento de destinos turísticos, e existem pelo menos duas teorias que precisam ser explicitadas sobre isto, a primeira por ser seminal e contextualizar um momento no qual desenvolvimento de destino se relacionava com crescimento, já que a avaliação era chegada do número de turistas no tempo (vide Butler, 1980).

Por outro lado, o segundo é o de Prideaux (1998) que avalia várias dimensões, como os próprios segmentos turísticos, meios de hospedagem, transportes entre outras características. Logo, o Quadro 4 apresenta as características relativas ao desenvolvimento em perspectiva local, regional, nacional e internacional:

Quadro 4. Características com base no Spectrum de Resort de Prideaux

Características	Turismo Local	Turismo Regional	Turismo Nacional	Turismo Internacional
Principais mercados	Pessoas de cidades próximas	Turistas que são de regiões próximas ou do mesmo estado	Pessoas do mesmo país, porém viajam longas distâncias	Turistas estrangeiros
Meios de hospedagem	Casas de praia Caravanas. Hotéis	Caravanas Hotéis de 2 e 3 estrelas	Resorts integrados Hotéis reconhecidos nacionalmente.	Hotéis 5 estrelas que podem incorporar campos de golfe, cassinos e shows

	licenciados (porém não engloba resorts)		Cadeias de hotéis	
Promoção	<p>Profissionalismo limitado</p> <p>Restrito a área local e arredores da cidade</p> <p>Fundos limitados que são financiados e desenvolvidos por empreendedores locais</p>	<p>Engloba todo o estado.</p> <p>Pode atrair fundos governamentais.</p> <p>Maior profissionalismo nas campanhas publicitárias</p>	<p>Campanhas feitas conjuntamente entre governo do Estado e empreendimentos de propriedade privada locais</p> <p>Hotéis e principais atrações financiam campanhas na mídia nacional</p>	<p>Campanhas muito profissionais.</p> <p>Pode atrair fundos governamentais significativos</p> <p>Publicidade corporativa significativa</p>
Infraestrutura turística	<p>Limitado a praia ou áreas cênicas como parques</p> <p>Lojas limitadas que atendem turistas</p>	<p>Início de uma cadeia turística.</p> <p>Lojas especializadas</p> <p>Operadores de ônibus turístico</p> <p>Primeiras atrações turísticas construídas manualmente pelo homem, normalmente em pequena escala</p>	<p>Parque temático</p> <p>Expansão de shoppings e restaurantes especializados em turismo</p> <p>Construção de ambientes desportivos</p>	<p>Foco na mudança de atividades, de atividades relacionadas a natureza como praia, atividades não relacionadas</p> <p>Desenvolvimento de especialista precintos de compras</p> <p>Estabelecimentos com isenção de impostos (duty-free)</p> <p>Construção de casinos</p>
Transporte	<p>Escopo muito limitado.</p> <p>Principal via e estrada</p> <p>Caso o local fique perto de ferrovias, o transporte de ferroviário é uma possibilidade</p> <p>Sem serviços aéreos programados</p>	<p>Acesso rodoviário tem melhor infraestrutura</p> <p>Outros modos podem ser assistidos de infraestrutura</p> <p>Caso exista a possibilidade, serviços aéreos podem ser programados</p>	<p>Serviço aéreo interestadual programado, iniciados por operadores nacionais</p> <p>Os acessos rodoviários continuam a ser melhorado, ou seja, auto-estradas</p> <p>Outros modos podem ser significativamente reconstruído,</p>	<p>Serviços aéreos internacionais</p> <p>Outros modos continuam a ser desenvolvidos</p> <p>Dependendo da distância até mercados de origem, o ar pode tornar-se o modo de domínio</p>

			Ou seja, terminais marítimos e ferroviários	
--	--	--	---	--

Fonte: Elaboração a partir de Prideaux (1998)

Na seção 3, a análise será elaborada a partir da captura dos dados secundários relativos ao desenvolvimento de destinos turísticos em função das Semanas de Moda de São Paulo no Brasil e Nova York nos Estados Unidos, isto é notadamente sobre atrações turísticas culturais, incluindo restaurantes temáticos (vide a infraestrutura turística do Quadro 4) e metrô (transportes vide Transportes do Quadro 4).

3. ESTUDO SOBRE SEMANAS DE MODA : SÃO PAULO E NOVA YORK

Nesta seção há uma apresentação dos objetos de estudo, isto significa, São Paulo (no Brasil) e Nova York (nos Estados Unidos) pela perspectiva das Semanas de Fashion Week (3.1) e apresentar os resultados e discussões sobre as primeiras semanas de 2022 (3.2).

3.1. SEMANAS DE MODA: SÃO PAULO E NOVA YORK

O enfoque deste trabalho são os eventos que impulsionam o Turismo de Moda, e nesse sentido os desfiles que estão relacionados às semanas de moda são essenciais. A Semana de Moda de Nova York, que originou esse tipo de evento em 1943, no ápice da Segunda Guerra Mundial, marca uma revolução que envolve produção, distribuição, mas principalmente consumo. Ainda, do ponto de vista histórico contextual foi Eleonor Lambert, a publicitária de moda, que identificou em Nova York nos Estados Unidos a possibilidade de estilistas norte-americanos mostrarem seus talentos conforme os jornalistas estadunidenses foram proibidos de deslocarem-se para a França, em busca de inspirações, resultando no cancelamento dos desfiles de Paris (LEITE, 2017).

Atualmente, NYFW é designada como um dos maiores eventos de moda do mundo, portanto, existem influências econômicas expressivas para a cidade de Nova York, além de impactos positivos e negativos de dimensões culturais e ambientais, influenciando os negócios e mais notadamente no presente o Turismo

de Negócios e Eventos.

De acordo com o Fashion United (2016) os principais dados da New York Fashion Week em dólares são: 130.000 milhões em receitas de acomodações, 120 milhões em receitas de varejos, 64 milhões em receitas da cidade, além de um gasto médio por visitantes de 2.485 mil dólares. O número de visitantes chegou a 150.000 mil.

Já na América do Sul, o São Paulo Fashion Week (SPFW) é o maior movimento do mercado de eventos de moda, (CURSINO; DE PAULA; BARJA, 2018). O SPFW teve origem nos anos 1990 e tinha como objetivo reunir, organizar e estimular os desfiles de moda. Contudo, apenas em 2001 o evento passou a se chamar SPFW. Segundo o Fashion Brazil (2019), ao longo dos anos, os investimentos cresceram de R\$ 600 mil para mais de R\$ 5 milhões por edição. Atualmente, a SPFW é referência em termos de turismo de eventos, público, infraestrutura e visibilidade.

De acordo com a Revista Exame (2017), a SPFW movimentou cerca de 1,5 bilhões de reais na cidade, parte dele resultante do público nacional e internacional calculado em 38 mil turistas que gastam cerca de 85 milhões de reais no município. De acordo com o Fashion United, 2016, os dados da Fashion Week de São Paulo em Euros são: Receita em negócios são 53.259.500; Receitas da Cidade: 14.161.500; Receita gasto médio por visitante: 1.405.

Segundo a Revista Exame, 2017, a Semana de Moda de São Paulo traz aspectos positivos não apenas para o mercado da moda no Brasil, mas para outros setores do turismo, pois, o desenvolvimento do setor de eventos turísticos se caracteriza por atrair um público imponente de visitantes, atenção da mídia e causar impacto sobre boa parte do sistema turístico da cidade anfitriã, promovendo o desenvolvimento financeiro de outros setores, tais quais, hoteleiro, alimentos e bebidas, transporte etc. Segundo Tadini e Melquiades (2010), o turismo de eventos destaca-se, no Brasil, como segmento em ascensão, proporcionando benefícios sociais e econômicos, contribuindo para o aumento do fluxo de turistas na baixa estação, outra perspectiva positiva é a geração renda e divulgação da imagem do destino turístico, proporcionando a propaganda boca a boca, os eventos também estimulam melhoria da infraestrutura, beneficiando turistas e residentes.

Nota-se que o Brasil vem se fixando como um destino de negócios, com destaque para diferentes áreas, entre elas o mercado de moda. Referente à

produção de eventos, a profissionalização do setor e as opções de lazer relacionadas à diversidade dos recursos naturais e culturais são alguns dos fatores para o desenvolvimento do segmento, visto que o país tem sediado eventos de repercussão, a exemplo da ECO-92 e do Fórum Social Mundial (MARCOS CONCEITUAIS- MTur). Conforme o Anuário Estatístico da Embratur (2006), o Rio de Janeiro (RJ) manteve o posto de cidade mais visitada quando o motivo da viagem é lazer. Já São Paulo (SP) é a cidade brasileira mais visada para viagens de negócios e eventos.

A SPFW teve origem em 1996, o principal objetivo do evento é reunir, organizar e alavancar os desfiles de moda que são preexistentes; a semana de moda de São Paulo foi a aposta de um evento nacional que colocaria o mercado da moda brasileira com projeções internacionais (CAMELO & COSTA, 2016). No presente momento, a SPFW é referência relativo a público participantes, estrutura do evento, visibilidade e marketing, ademais possui o status de maior semana de moda do hemisfério sul e da América Latina (CURSINO, DE PAULA e BARJA, 2018).

A SPFW movimentava diversos setores do mercado da moda e do turismo nacional, a cadeia de moda brasileira representa aproximadamente 30 mil empresas, as quais movimentam mais de 60 bilhões de dólares anualmente, empregando quase 2 milhões de brasileiros de forma direta e/ou indiretamente (CURSINO, DE PAULA e BARJA, 2018).

3.2. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para cumprir o objetivo geral deste estudo é mister recuperar um paralelo: a partir de um processo de gentrificação⁴ que aconteceu em São Paulo, compreendendo como um processo que não é exclusivamente local, mas, associado a internacionalização (PEREIRA, 2010), faz-se um comparativo a Nova York que tem espaços que passaram por dinâmicas similares, tais como Soho⁵, onde ocorreu a

⁴ Conforme Braga (2016, s.p.) observa-se que: "o deslocamento, processual ou súbito, de residentes e usuários com condições de vida precárias de uma dada rua, mancha urbana ou bairro para outro local para dar lugar à apropriação de residentes e usuários com maior status econômico e cultural".

⁵ Abreviação para South of Houston, é um trocadilho com o bairro Soho, de Londres.

edição 2022.1 do NYFW. Neste bairro o mercado imobiliário também foi alterado devido aos espaços ocupados por artistas e isto implica numa outra lógica de ocupação pelo turismo. Já no Bairro da Mooca, em São Paulo, observa-se um processo de transformação imobiliária, as tradicionais indústrias cederam espaço para os novos e distintos empreendimentos.

Cardoso (2019), compreendo os eventos de moda e turismo como um nicho emergente, visto que, a cada edição dos eventos, surgem novidades e peculiaridades que despertam o interesse de turistas e demais agentes oferece pistas relevantes para a relevância de se compreender justamente a significância destes para o desenvolvimento de destinos turísticos, e nisto se inclui os locais onde são realizados e seus entornos. De acordo com a International Congress and Convention Association (ICCA, 2019), o Brasil ocupa a 17ª posição do ranking de países sede dos eventos internacionais.

Logo, em termos metodológicos, após a revisão da literatura empreendida nas seções anteriores e a análise de fontes oficiais em websites oficiais e não oficiais das cidades de São Paulo e de Nova York, foi estabelecido um raio de proximidade de 5 km ao entorno do local principal do evento NYFW 2022 e SPFW 2022 (primeiros semestre), conforme Quadro 5:

Quadro 5. Localização dos eventos da SPFW (1o Edição de 2022)*

Semanas	Principal local de ocorrência dos eventos em 2022.1
NYFW	Springs Studios, St. Jonhs LN, Soho, NY. (a)
SPFW	Komplexo Tempo, Av. Henry Ford, n. 511 Mooca SP. (b)

*31 de maio de 2022 - 04 de maio de 2022.

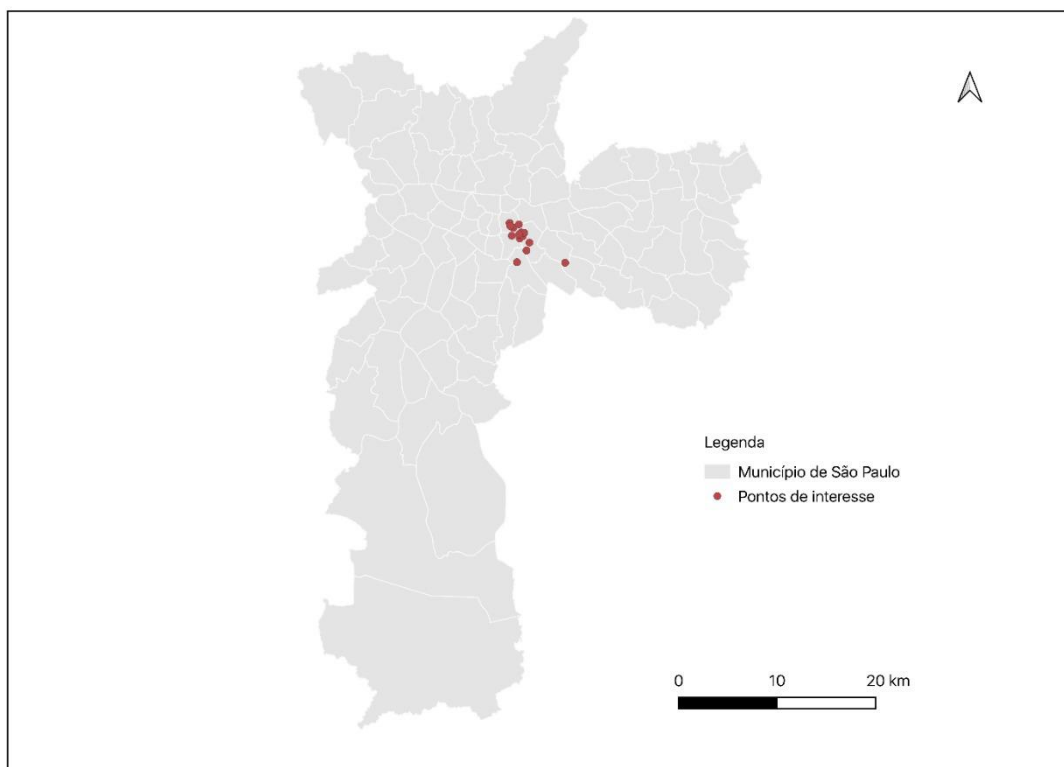
Fonte: Elaboração própria a partir de consulta às fontes: (a) <https://nyfw.com/home/> (b) <https://spfw.com.br/>

A seguir são apresentados e discutidos os dados secundários que foram coletados e organizados sobre Nova York (3.2.1) e São Paulo (3.2.2.) para a elaboração de mapas utilizando o apoio do software QGis 3.8 Zanzibar.

3.2.1. São Paulo

São Paulo é uma metrópole localizada no sudeste brasileiro que recebeu a 54 edição da SPFW em 2022.1 (SPFW+, 2022). Nesse sentido, e conforme as características apresentadas por Prideaux (1998) citadas no Quadro 4 é possível compreender que o destino turístico é internacionalizado. Contudo, torna-se relevante discutir a relação que o turismo de eventos, mais precisamente o turismo de moda, e a SPFW tem para o destino. Nesse sentido, após estabelecer o raio de 5km do entorno do local principal deste (vide Quadro 5) foi possível coletar e organizar dados sobre infraestrutura turística e transportes (vide Quadro 4) que estão dispostos em visão geral na Figura 2:

Figura 2. Visão Geral pontos de interesse em São Paulo (Brasil)



Fonte: Prefeitura de São Paulo (2015). Dados Abertos. Distritos do Município de São Paulo Disponível em <http://dados.prefeitura.sp.gov.br/pt_PT/dataset/distritos> Acesso em 16 nov. 2022.

No bairro da Mooca, encontra-se o Komplexo Tempo, local onde foi realizado o São Paulo Fashion Week 2022 (1o. edição). O processo histórico do bairro é estudado por diversos pesquisadores, visto que é um dos bairros mais antigos de

São Paulo. Bianchi (2019) discorre sobre o processo de revitalização do bairro da Mooca como um projeto que tem o propósito de transformá-lo em um espaço multifuncional, que abrange cultura, turismo e moradia, portanto, um bairro que desempenha diferentes atividades e com uma diversidade cultural.

Bianchi (2019), ainda pontua a arte como uma ferramenta essencial na reorganização do espaço urbano, que reconhece os sentimentos valorizando histórias e sensações nos moradores. Miranda (2000) aponta que o espaço urbano é cada vez mais um espaço dinâmico e cultural, isto porque a cidade é um local que desenvolve a ideia de contemporaneidade, criação e inovação. Logo, a SPFW que segundo Camelo (2016):

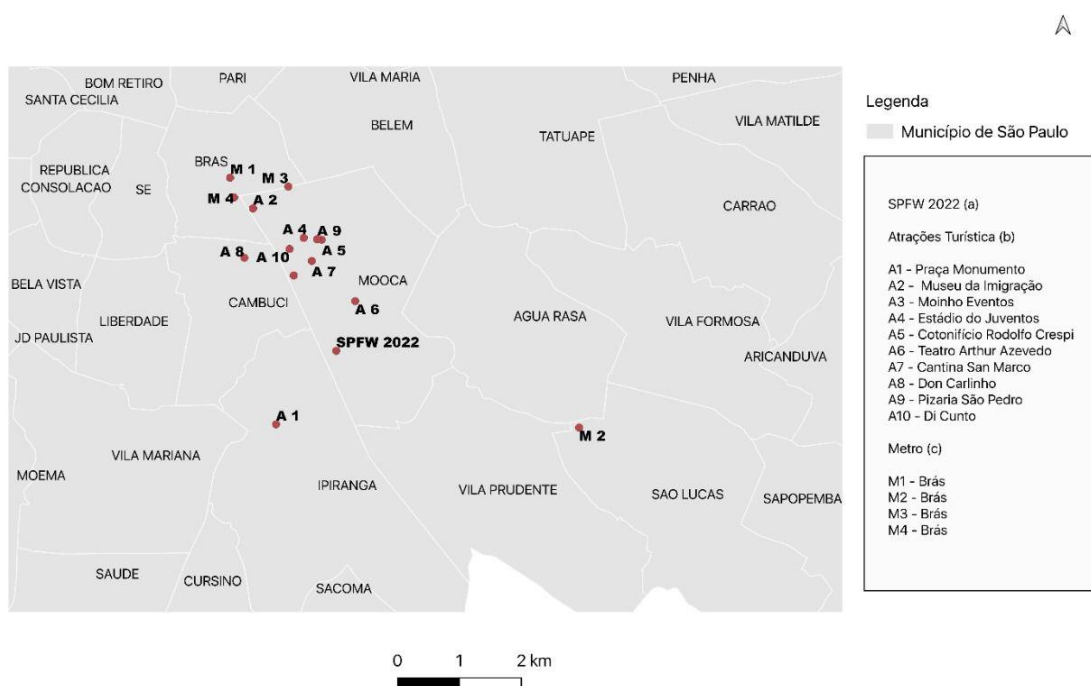
(...) É resultado do desejo, por parte dos produtores, empresários e estilistas, de estabelecer um padrão internacional aos eventos de moda brasileiros, para que o Brasil possa competir com as principais capitais da moda no mundo (CAMELO, 2016, p.303).

Logo, entende-se que a realização das semanas de moda incentiva a vinda de turistas para o Brasil, um polo de moda, além de núcleo receptor consolidado de turismo. As edições anuais das semanas de moda geram um grande fluxo de visitantes para as cidades sede e movimentam os segmentos de turismo, hotelaria, serviços, alimentação e transporte. Reiterando a afirmativa, a partir de um estudo de caso de São Paulo, Caiado afirma que:

Ao longo dos últimos quinze anos, a SPFW transformou o mercado, promoveu o negócio da moda e posicionou o Brasil como importante pólo mundial de criatividade, além de ter sido um dos principais atores no fomento e profissionalização do setor (CAIADO, 2011, p.143).

Para tanto, a Figura 3 oferece uma visão em *zoom*, ou seja, aproximação, a partir da qual é possível compreender as dinâmicas com maior precisão.

Figura 3. Zoom do SPFW 2022 (1o edição)



Fonte: Prefeitura de São Paulo (2015). Dados Abertos. Distritos do Município de São Paulo Disponível em <http://dados.prefeitura.sp.gov.br/pt_PT/dataset/distritos> Acesso em 16 nov. 2022.

Ainda sobre a Figura 3, nota-se que há uma relação próxima com os bairros adjacentes tais como Cambuci e Brás, por isso, é importante ressaltar que estes bairros também são influenciados pelo SPFW 2022 e não somente a Mooca, enquanto o principal local do evento. Contudo, destaca-se também o bairro do Ipiranga e São Lucas.

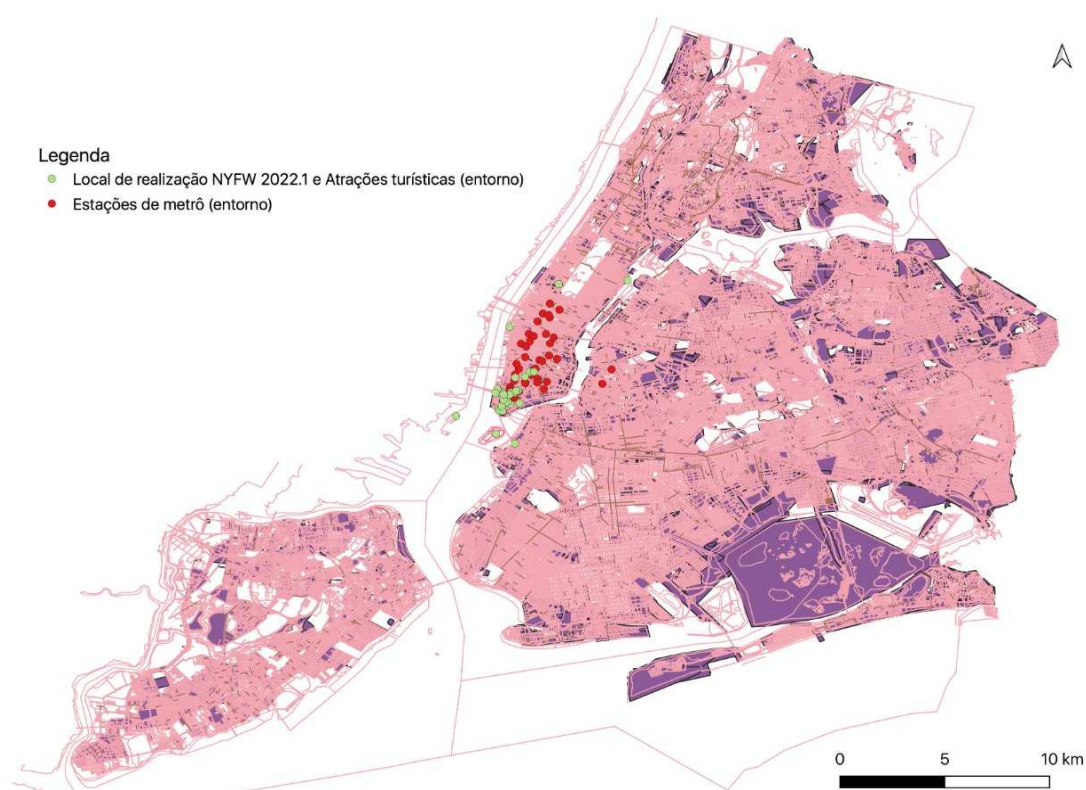
Conforme Bianchi (2019) fica evidente que a nova função que eventos desta natureza traz para o bairro que o sedia, também se estende para outros, influenciando-os, Albuquerque (2021) aponta que SPFW alavanca não apenas o mercado da moda no país, mas abrange outros setores, a autora argumenta que as semanas de moda vão além dos desfiles, pois inúmeros eventos ocorrem em regiões próximas ao local principal, decorrente das Fashions Weeks, induzindo o público a percorrer a cidade. A seguir será analisada a NYFW 2022.

3.2.2. Nova York

A cidade de Nova York, assim como a de São Paulo, é uma metrópole e está localizada na Ilha de Manhattan que faz parte do condado de Nova York. Esta recebeu pelo septuagésimo ano as edições da NYFW, como estudo de caso, analisaremos a edição do primeiro semestre de 2022 (SPFW+, 2022). De acordo com as características apresentadas por Prideaux (1998) e averiguadas no Quadro 4 é possível compreender que esse destino turístico também é internacionalizado. No entanto, assim como São Paulo, torna-se importante analisar a relação que o turismo de eventos, e em especial o turismo de moda, e a NYFW tem com o destino.

Nesta parte do estudo, também foi estabelecido o raio de 5km do entorno do local principal deste (vide Quadro 5), daí foi possível coletar e organizar dados sobre infraestrutura turística e transportes (vide Quadro 4) que estão dispostos em visão geral nas Figuras 4 e 5:

Figura 4. Visão Geral pontos de interesse em Nova York (Estados Unidos)

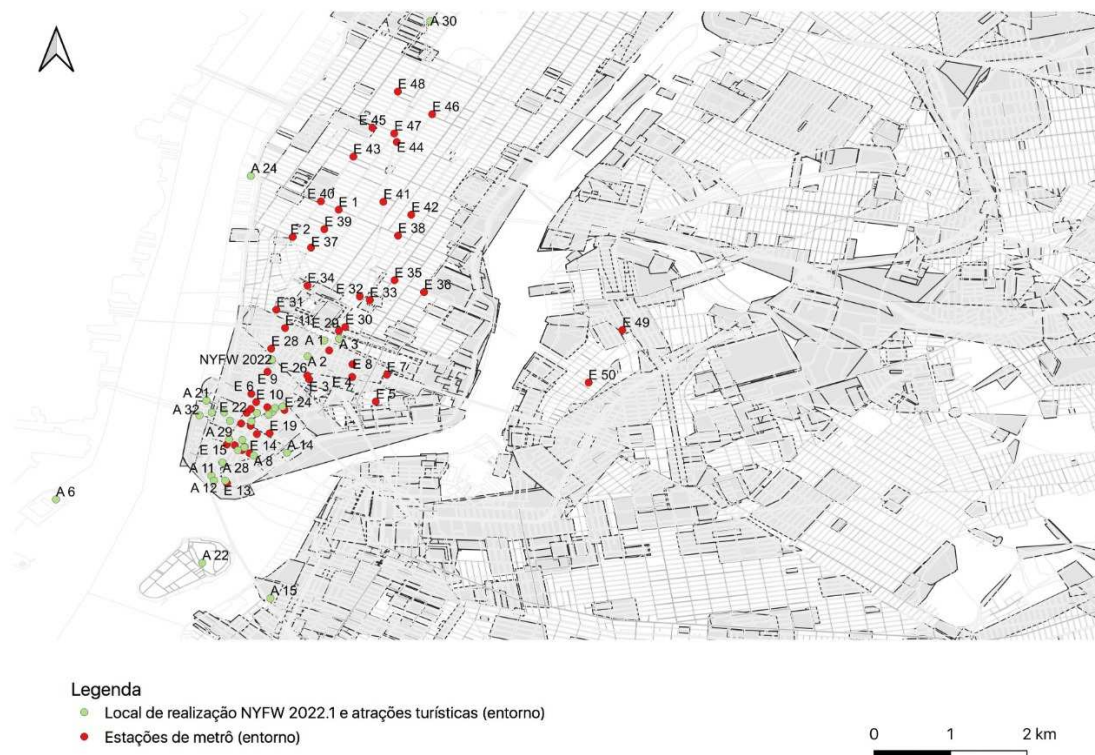


Fonte: The Official Guide disponível em< <https://www.nycgo.com/>> acesso em 2 dez de 2022. Shapes de Nova York, disponível em< <https://data.cityofnewyork.us/>> acesso em 12 dez de 2022.

No bairro do Soho, localiza-se o Springs Studios, onde foi realizado o Nova York Fashion Week 2022 (1o. edição). É importante salientar que a maioria dos atrativos são museus, memoriais e parques, portanto, identifica-se que são atrativos culturais, ou seja, os segmentos de alimentos e bebidas e meios de hospedagem não foram considerados nesta análise.

Camelo (2016) discorre sobre os benefícios do turismo de eventos e negócios como um incentivo ao desenvolvimento social e cultural, de maneira a contribuir com a geração de empregos, renda e infraestrutura que, por sua vez, beneficia os turistas e a cidade anfitriã.

Figura 5. Zoom do NYFW 2022 (1o edição)



Fonte: The Official Guide disponível em < <https://www.nycgo.com/> > acesso em 2 dez de 2022 . Shapes de Nova York, disponível em < <https://data.cityofnewyork.us/> > acesso em 12 dez de 2022.

Acerca do bairro de SoHo, Santamaria (2009), expõe que a contemporaneidade afeta o bairro, como um resultado de um patrimônio histórico plurifacetado e da ação de agentes e forças sociais que modificam o significado

socioeconômico da região. A evolução recente do SoHo, apontada pelo autor como o período pós anos 1980, exhibe essencialmente algumas das características de um bairro central em uma cidade global contemporânea "pós-industrial". O bairro, segundo Santamaria, ilustra a variedade de processos sociais envolvidos no que Lefebvre definiu de maneira generalizada de "produção do espaço".

Em síntese, o espaço cultural deve muito à legitimação geral da cultura e da arte como modo produtivo e de vida no Ocidente. Ainda segundo o autor, o turismo contempla a vivência de um sentido urbano recentemente estruturado pela apropriação da história, além de influenciar e ressaltar o aspecto do consumismo da revitalização dos centros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o objetivo geral deste trabalho analisa-se que a relação e relevância dos eventos de moda para/com os destinos turísticos, pode-se estabelecer que o segmento cresce e amplia os fluxos turísticos, desta maneira, a economia torna-se dinâmica através da geração de empregos, manifestações culturais e fortificação da imagem da cidade, visto que realização de um evento, por si só, não o consolida enquanto destino turístico no cenário de viagens global.

Conforme exposto, as Semanas de Moda, são eventos que englobam vários setores, que vão além de novidades para a próxima estação. Portanto, é aceitável que os eventos, notadamente os eventos de moda, como as Fashion Weeks, sejam uma importante ferramenta para a geração de empregos e renda. Ademais, este setor é um dos responsáveis pelo desenvolvimento da infraestrutura turística e da atividade turística. Nesse contexto, ratifica-se que a realização das Semanas de Moda incentiva o fluxo de turistas para as cidades realizadoras das Semanas contribuindo para a internacionalização dos mesmos, em concordância com o Quadro 4.

Ao realizar uma pesquisa exploratória e descritiva, de natureza qualitativa, através de levantamento bibliográfico para a composição de referencial teórico sobre semanas de moda, eventos e desenvolvimento de destinos turísticos, e considerando que a coleta de dados secundários sobre as semanas de moda de Nova York e São Paulo, foram recolhidas em websites oficiais relativos à moda e

turismo, tais como: Ministério de Turismo, empresas ligadas a interface entre eventos, moda e turismo; entre outros, de ambos os países (Brasil e Estados Unidos), conclui-se que os eventos (SPFW e NYFW), além de apresentarem as principais tendências do universo da moda nesses países, são também uma oportunidade de turistas experienciarem as cidades de uma maneira nichada, isto é: que permite uma experimentação individualizada. Tal afirmativa é corroborada por Janiskee (1996) que notou que o poder das atrações dos eventos está diretamente ligado ao ensejo de uma vivência única no destino, ao perquirir as fashions weeks, compreende-se que os visitantes consomem os destinos de maneira singular.

O paralelo entre a SPFW e NYFW aponta que as cidades são internacionalizadas e se internacionalizam mais em função dos mesmos (vide Quadro 4). Porém, apesar da paridade na classificação, existem diferenças expressivas nos destinos analisados (vide Figuras 3 e 5), considerando, notadamente: (1) o histórico do evento e o (2) o histórico de urbanização dos bairros onde ocorreram as primeiras edições das fashions weeks de 2022.

Em suma, em termos de limitações do estudo foram a escassez de referências bibliográficas e de dados secundários; Sobre pesquisas futuras, ressalta-se a importância de avanços científicos sobre a temática com a finalidade de expandir o conhecimento da interface entre turismo de moda e urbanismo, uma vez que a história do urbanismo aparenta influenciar e ser um fator determinante a esse tipo de evento e a internacionalização dos destinos turísticos que os sedia - São Paulo e Nova York. Outro aspecto é o estudo das características específicas da demanda.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, A. Turismo e eventos de moda: uma análise da relação entre moda e turismo a partir das grandes semanas de moda. Rio de Janeiro, 2021.

ALBUQUERQUE, S. Turismo de eventos: a importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo. Brasília, DF, 2004.

ALLIS, T. Em busca das mobilidades turísticas. Revista do Programa de Pós

Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, 2016.

Anuário Estatístico EMBRATUR - 2007 Brasília: **Ministério do Turismo/Instituto Brasileiro de Turismo/Diretoria de Estudos e Pesquisas**, 2007. V. 33 268p. Dados de 2006

BIANCHI, M. **Arte e movimento: requalificação do bairro da Mooca**. Universidade Presbiteriana Mackenzie São Paulo-SP. São Paulo, 2019.

BRAGA, E.O.. Gentrificação. In: GRIECO, B.; TEIXEIRA, L.; THOMPSON, A. (Orgs.). **Dicionário IPHAN de Patrimônio Cultural**. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro, Brasília: IPHAN/DAF/Copedoc, 2016. (verbete). ISBN 978-85-7334-299-4.

BRITTO, J.C.; FONTES, N.D. Turismo e Eventos: Instrumento de Promoção e Estratégia de Marketing Turismo em Análise. São Paulo, maio 1997

BUTLER, R. W. **The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources**. Canadian Geographer. 1980.

CAIADO, A.S.C. **Economia Criativa: Economia Criativa na cidade de São Paulo: diagnóstico e potencialidade**. São Paulo: FUNDAP. 2011.

CAMELO, P. M. COSTA, E. R. **Semanas de moda e turismo de eventos no brasil**. Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade, Caxias do Sul, v. 8, n. 3, 2016.

CARDOSO, H.N. **Contribuições e influências no turismo a partir dos eventos de moda: São Paulo Fashion Week. 2019**. 40 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo)—Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

CARNEIRO, J. B., & FONTES, N. D. (1997). **Turismo e eventos: instrumento de promoção e estratégia de marketing**. *Revista Turismo Em Análise*, 8(1), 65-74. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v8i1p65-7>

CAMARGO, B.V.; JUSTO, A.M. **IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais**. *Temas em Psicologia*, v. 21, n. 2, p.513-518, 2013. Acesso em: 10 jun. 2022.

COOPER, Chris et al. **Turismo, princípios e práticas**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007

CURSINO, R. P.; DE PAULA, G. L.; BARJA, P. R. **São Paulo Fashion Week na mídia: conceito e/ou mercado?** VII Conferência Brasileira de Estudos em Comunicação e Mercado, São Paulo, jan. 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/323943354_SAO_PAULO_FASHION_WEEK_NA_MIDIA_CONCEITO_EOU_MERCADO. Acesso em: 10 jun. 2022.

CZAJKOWSKI, A. CZAJKOWSKI, S. **Eventos: uma estratégia baseada em experiência**. Editora Intersaberes, 2017.

DUARTE, J. **Organização e Gestão de Eventos**. Monografia de Licenciatura em Ciências da Comunicação. Universidade Fernando Pessoa. 2009, 113 p

EILA MELL, **The Big Reveal: Deconstructing The Slip Dress** disponível em <<https://www.theguardian.com/fashion/2016/mar/07/the-big-reveal-deconstructing-the-slip-dress> >. Acessado em 17 de Dezembro de 2021.

EXAME. Doria reduz repasse da prefeitura para desfiles da SPFW em 37%. **Revista Exame**, São Paulo, 7 mar. 2017. Disponível em: <https://exame.com/brasil/doria-reduz-repasse-da-prefeitura-para-desfiles-da-spfw-em-37/>. Acesso em: 17 set. 2022.

FASHIONUNITED. **This is how much New York makes during New York Fashion Week**. FashionUnited, 7 set. 2016. Disponível em: <https://fashionunited.com/news/business/this-is-how-much-new-york-makes-during-new-york-fashion-week1/2016090712800>. Acesso em: 15 set. 2022.

FASHIONUNITED. **Paris Fashion Week What is Paris Fashion Week?** **FashionUnited**, [s. d.]. Disponível em: <https://fashionunited.com/landing/paris-fashion-week/>. Acesso em 15 set. 2022.

GAMA, G. **Glossário de classificação e tipologia de eventos**. Disponível em <<https://umagamadeeventos.blogspot.com/>> acesso 10 set 2022.

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

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em <<https://www.capital.sp.gov.br/turista/atracoes>> Acesso em 4 de outubro de 2022.

GOVERNO DO PARANÁ. Orientação para a Gestão Municipal do Turismo. Disponível em <http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/Apostila_Gestao_Municipal.pdf> Parana, Curitiba, 2017.

ICCA. **Report 2019** .Disponível em: <https://www.iccaworld.org/>. Acesso em: 19 dez. 2022.

JANISKEE, R. L. **Historic houses and special events**. Annals of tourism research, [S. I.], v. 23, n. 2, p. 398-414, 1996.

LEITE, R. P. **As 4 semanas de moda mais famosas do mundo**. Textile Industry, 2017. Disponível em: <https://textileindustry.ning.com/> Acesso em: 15 set. 2022.

MALONEY, Carolyn. **THE ECONOMIC IMPACT OF THE FASHION INDUSTRY**. February 2019 Disponível em <https://www.jec.senate.gov/public/_cache/files/39201d61-aec8-4458-80e8-2fe26ee8a31e/economic-impact-of-the-fashion-industry.pdf>. Acesso em: 17 de Dezembro de 2022.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do Turismo: marcos conceituais**. In: Programa de Regionalização do Turismo: roteiros do Brasil. 2010, pág 46.

MIRANDA, D. **Reflexões sobre o papel da cultura na cidade de São Paulo**. São Paulo Perspec. São Paulo, v.14,n,p.105-110. Acesso em 18 dez de 2022.

NYC. Disponível em
<<https://www.nyc.gov/site/designcommission/public-programs/tours/city-hall.page>>
Acesso em 4 de outubro de 2022.

OMT. **Handbook on tourism market segmentation: maximizing marketing effectiveness**. Madrid: OMT, 2007.

OMT and UNSTAT (1994 page. 83). **Recommendations on Tourism Statistics**. WTO, Madrid and United Nations, New York.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Disponível em
<http://dados.prefeitura.sp.gov.br/pt_PT/dataset/distritos> Acesso em 4 de outubro de 2022.

LAGE, B. H. G. (1992). **Segmentação do mercado turístico**. *Revista Turismo Em Análise*, 3(2), 61-74. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v3i2p61-74>

LOHMANN, G. PANOSSO NETO, A. **Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas**. Editora Aleph Ltda, São Paulo, 2008.

PANOSSO NETTO, A. **Filosofia do Turismo: teoria e epistemologia**. Editora Aleph Ltda, São Paulo, 2011.

PRIDEAUX, B. **The resort development spectrum - a new approach to modeling resort development**. Department of Hospitality Tourism and Property Management, The University of Queensland. April 1998.

QGIS 3.8 Zanzibar. <<https://blog.qgis.org/2019/07/23/qgis-3-8-zanzibar-is-released/>>
Acesso em 22 de setembro de 2022.

SALVIATI, E. **Manual do Aplicativo Iramuteq**. Disponível em
<<http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/manual-do-aplicativo-iramuteq-par-maria-elisabeth-salviati>>, acessado em: 29 de setembro de 2022.

SANTAMARIA, G. **An interpretation of urban change in New York's SoHo**. New York, 2009.

SPFW + disponível em < <https://spfw.com.br/> > acesso em 22 de setembro de 2022.

STRAUSS, S. **FASHIONNYC2020**, Disponível em <https://static1.squarespace.com/static/53025e31e4b07a6f64083257/t/584e2d676a4963e616c68458/1481518445222/Fashion_study.pdf >. Acesso em: 17 de Dezembro de 2021.

TADINI, R. **Fundamentos do Turismo**. v. 1 / Tadini, R.F.; Melquiades, T. – Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2010.

TENAN, I.P.S. **Eventos**. São Paulo: Aleph, 2002. (Coleção ABC do Turismo).

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

UNITED NATIONS & WORLD TOURISM ORGANIZATION. (1994). **Recommendations on Tourism Statistics** (Statistical Papers, Series M No. 83). New York: United Nations. World Tourism Organization – UNWTO. Disponível em < www.unwto.org >.

Vogue. (2019)

<<https://vogue.globo.com/moda/noticia/2022/10/sao-paulo-fashion-week-confira-o-line-up-e-todos-os-detalhes-da-edicao-54.ghtml>> Acesso em 22 de setembro de 2022.

WALKER, J. R. **Introdução à Hospitalidade**. 2ª Edição. Editora Manole: Barueri – SP, 2002

WITT, S. & MOUTINHO. L.. 1989. **Tourism marketing and management handbook**. London: Prentice-Hall. 656p.

WOS. **Web of Science**. Disponível em < <https://www.webofscience.com> > Acesso em: 23 de janeiro de 2022.

ZANELLA, L.C.. **Manual de Organização de Eventos: Planejamento e Operacionalização**. (5ª Ed). São Paulo/SP: Atlas, 2012

ZANELLA, L.C. – **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. São Paulo: Atlas, 2003.