# Estudio indica São Paulo como pri
# ncipal destino brasileño en el Carnaval del 2014

Desfile de la escuela de samba campeona del 2014, Mocidade Alegre. Foto: Marcos Lins/SPTuris.

Un estudio realizado por la agencia online ViajaNet durante el Carnaval 2014, mostró que la ciudad de São Paulo fue el destino más procurado por los turistas nacionales que compraron pasajes aéreos.

Entre las ciudades visitadas, la capital paulista obtuvo 32,5% de la preferencia, casi el doble que la segunda colocada, Río de Janeiro, con 19%. Salvador, Recife y Brasilia completan la lista de las cinco más bien cotizadas.

El dato muestra que el feriado representa una ganancia en el turismo de la metrópoli. “Este número nos sorprende, pero también muestra el tamaño del potencial de nuestro Carnaval, no apenas en el Sambódromo y en las calles, sino también en paseos alternativos, al final, tenemos la mayor oferta cultural de América del Sur”, dice el secretario especial para Asuntos de Turismo y presidente de SPTuris, Wilson Poit.

Las capitales brasileñas más procuradas por turistas que van a viajar en avión en el Carnaval 2014, según ViajaNet.

São Paulo – 32,5%
Río de Janeiro – 19%
Salvador – 10%
Recife – 8%
Brasilia – 7%
Fortaleza – 6,5%
Curitiba – 6%
Porto Alegre – 6%
Florianópolis – 3,5%
Maceió – 2,5%

**Fuente: ViajaNet, con datos calculados por las ventas hechas hasta el 18 de febrero del 2014.*

**Carnaval de calle es visto como positivo por los fiesteros**

El Observatorio de Turismo de la Ciudad de São Paulo, núcleo de estudios de São Paulo Turismo (SPTuris, empresa municipal de turismo y eventos) divulgó hoy un estudio realizado entre el 21 y 23 de febrero en las principales redes sociales utilizadas actualmente para descubrir lo que los usuarios dijeron sobre el Carnaval de calle de la capital paulista. Fueron colectados mensajes y fotos con las referencias “carnaval”, “calle” y “São Paulo” publicadas en el Twitter, Facebook, Instagram, Foursquare y YouTube.

Entro los resultados, el estudio calculó que la audiencia directa fue de 3,4 millones de personas en el Twitter y Facebook, siendo que la gran mayoría fueron mensajes positivas y apenas 7% fueron negativas.

Las principales publicaciones fueron fotos en Instagram, de personas divirtiéndose en los bloques (45%), mensajes sobre bloques de Carnaval (33%) y la divulgación de la programación del Carnaval de Calle de São Paulo (19%). Otros asuntos tuvieron apenas 3%.

El pico de las publicaciones fue el domingo, con 65%, seguido por el sábado, con 23%, y viernes, con 12%.

Las redes sociales más utilizadas fueron Instagram (45%), Facebook (31%) y Twitter (20%). Otras redes representaron 4%.

Entre las principales palabras usadas por los internautas – además de las expresiones esperadas, como “carnaval”, “bloque”, “calle” y “desfile” – también se destacaron referencias a nombres de bloques, como “pimenta”, “sargento”, y “baixo”, y las regiones como “Vila Madalena” y “Augusta”.

**Estudio del Carnaval SP 2014 en el Sambódromo**

El Observatorio de Turismo también realizó un estudio en el Sambódromo de Anhembi. Fueron 20 encuestadores que aplicaron cuestionarios al público durante los días de desfiles de las escuelas de samba del Grupo Especial.

El destaque fue por cuenta del aumento de 1,16% en el número de turistas (total de 15% del público), del crecimiento de 4,5% en los gastos de estos visitantes (pasando para R$ 762 en el período) y también en la elevación de la permanencia en la ciudad, que fue de 2,6 para 4,4 noches.

Otro dato que llamó la atención, fue la opinión del público con relación a la organización del Carnaval. La mayoría (50,5%) considera que el evento fue mejor o mucho mejor que el del año pasado.

En el estudio de las redes sociales sobre el Carnaval en el Sambódromo de Anhembi, hecho entre los días 24 de febrero y 1º de marzo, la audiencia directa de mensajes enviados en Twitter y Facebook sobre los desfiles de las escuelas de samba fue de 12 millones, siendo el mayor pico el sábado, con 6,2 millones. El Facebook fue la red más utilizada, con 72%, atrás de Twitter (24%) e Instagram (2%).

Sobre el contenido de los mensajes, apenas 3% fue negativo, siendo que la mayoría envió mensajes de apoyo a escuelas de samba (67%), sobre el contenido de los desfiles (16%) y sobre la programación del evento (8%).

De acuerdo con el presidente de SPTuris y secretario municipal para Asuntos de Turismo, Wilson Poit, el Carnaval de este año fue un éxito. “Tuvimos desfiles grandiosos y mucha dedicación, tanto de las escuelas y bloques, como de la Prefectura de São Paulo. Uno de los destaques fue el crecimiento del Carnaval de calle, en lo cual vamos a invertir mucho en los próximos años. Hay puntos a mejorar, pero serán corregidos para el próximo año y vamos a mejorar año a año. Lo más importante es que el Carnaval está creciendo y quedando más democrático y accesible para todos”, dice.

Según Poit, SPTuris está estudiando novedades para el próximo año. “Nuestro objetivo es tener una planificación estratégica más fuerte y bien anticipada, mejorando la organización del Carnaval y buscando más sociedades, tanto para el Sambódromo, como para el Carnaval de calle”, completa.

**Desfile de las Campeonas**

Las cinco primeras colocadas del Grupo Especial y las dos vencedoras del grupo de Acceso, vuelven al Sambódromo de Anhembi el próximo viernes, día 7 de marzo, a partir de las 22:00 horas, para el Desfile de las Campeonas. Los ingresos, a partir de R$ 70, ya están a la venta en las taquillas de Anhembi.

Verifique la orden del Desfile de las Campeonas:
2º lugar Grupo de Acceso – Mancha Verde
1º lugar Grupo de Acceso – Unidos de Vila Maria
5º lugar Grupo Especial – Dragões da Real
4º lugar Grupo Especial – Tucuruvi
3º lugar Grupo Especial – Águia de Ouro
2º lugar Grupo Especial – Rosas de Ouro
1º lugar Grupo Especial – Mocidade Alegre