

A DINÂMICA DO TURISMO DE EVENTOS NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL/BRASIL, NO CONTEXTO DO PLANEJAMENTO E DA COMUNICAÇÃO¹

Dalva Maria Righi Dotto

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

dalvadotto@gmail.com

Lilian Coradini Cerezer

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

liliancerezer@hotmail.com

Monica Elisa Dias Pons

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

monica@ufsm.br

Adrielle Carine Menezes Denardin

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

dricadenardin@hotmail.com

RESUMO

O turismo de eventos possui como principais peculiaridades, em relação às demais atividades turísticas, a duração limitada, o local específico, uma ou mais temáticas definidas e um elevado grau de interação entre os turistas e a comunidade do local em que o evento é desenvolvido. Decorrente da grande variedade de tipologias e atributos inerentes aos eventos, a sua organização pode ser considerada complexa, necessitando de planejamento e gestão adequada para a efetivação de seus objetivos. Visando compreender a dinâmica do turismo de eventos no estado do Rio Grande do Sul e, através de pesquisa exploratória, com abordagem de investigação qualitativa, este estudo teve como intenção realizar o mapeamento, caracterização e análise dos eventos realizados neste Estado. Os resultados demonstraram que, relativo à comunicação, constata-se uma baixa utilização do *website* da Secretaria Estadual de Turismo para a divulgação dos eventos realizados no Estado e, referente à organização, que os eventos com temáticas relacionadas ao movimento que enaltecem as raízes culturais do povo gaúcho, com atividades vinculadas a preservação das tradições como gastronomia, vestimentas e apresentações culturais, predominam em termos quantitativos e, também, possuem planejamento estruturado quanto ao calendário dos eventos e a diversidade de opções de atrativos.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo de eventos; gestão de turismo; planejamento; comunicação; Rio Grande do Sul/Brasil.

¹ Recepção: 24/08/2017.

Aprovação: 20/11/2017.

Publicação: 18/12/2017.

THE DYNAMICS OF EVENT TOURISM IN THE STATE OF RIO GRANDE DO SUL/BRAZIL, IN THE CONTEXT OF PLANNING AND COMMUNICATION

ABSTRACT

The events tourism has as main peculiarities, in relation to other tourist activities, its limited duration, a specific place, one or more defined themes and a high degree of interaction between the tourists and the community of the place where it is developed. Due to the wide variety of typologies and attributes inherent to the events, their organization can be considered complex, requiring adequate planning and management to achieve their objectives. Aiming to understand the dynamics of event tourism in the state of Rio Grande do Sul, and through exploratory research with a qualitative research approach, this study intends to map, characterize and analyze events in this state. Regarding the communication, the results showed that there is a low use of the State Department of Tourism's website for the dissemination of the events held in the State and, in terms of the organization, that the events with themes related to the movement that praises the cultural roots of Rio Grande do Sul's population, with activities linked to the preservation of traditions such as gastronomy, clothing and cultural presentations, predominate in quantitative terms and also have structured planning regarding the timing of events and diversity of attractive options.

KEYWORDS: Event tourism; tourism management; planning; communication; Rio Grande do Sul/Brazil.

Introdução

Os eventos mobilizam turistas que possuem interesse em realizar trocas comerciais, técnico-científicas, promocionais e/ou sociais. Considerando os eventos como atividade turística relevante, para Pelicano (2009), as principais características destes referem-se ao fato de que são planejados, tem duração limitada, podem ter uma ou mais temáticas, envolvem um conjunto de participantes e proporcionam benefícios também às comunidades onde são desenvolvidos. Deste modo, as principais premissas de um evento incluem a reunião formal de pessoas com finalidade específica, em data e local definido, integrando diversas manifestações de turistas e de participantes das comunidades onde ocorrem.

Os estudos sobre o turismo de eventos descrevem uma significativa relevância, tanto econômica, quanto social, para as comunidades onde são desenvolvidos. Entretanto, também se deve considerar às múltiplas possibilidades de objetivos a que estes se propõem, o que determina uma grande quantidade de tipologias, com reflexos nas dificuldades de organização. Neste contexto o planejamento torna-se determinante e deve ser realizado com o intuito de antecipar condições e situações futuras para satisfazer os participantes.

Desenvolver um planejamento adequado significa, primordialmente, definir de forma clara o que os participantes desejam e o que os motiva a participar dos eventos. Este entendimento pode proporcionar uma referência para as demais definições que são relacionadas a todos os atributos que compõem o evento, tais como, a data, o local, a amplitude, a infraestrutura, a comunicação, as parcerias e a segurança.

Considerando essas premissas e compreendendo a relevância econômica, cultural e social da realização de eventos para as populações do entorno em que são realizados, este estudo objetivou mapear e caracterizar os eventos realizados no Rio Grande do Sul / Brasil. Com uma pesquisa de natureza exploratória, com abordagem de investigação de caráter qualitativo foram analisados aspectos referentes a identificação dos organizadores, tipos de eventos, abrangência, periodicidade dos eventos cadastrados no *website* da Secretaria Estadual de Turismo e, também, dos eventos vinculados a temática relacionada à preservação das tradições gaúchas.

1 Turismo de eventos

Dentre as atividades turísticas que proporcionam renda os eventos são considerados relevantes, pois se caracterizam pela facilidade de serem incorporados ao cotidiano do espaço onde ocorrem, em decorrência da possibilidade de integrarem manifestações culturais e por propiciarem lazer e entretenimento, não só para os turistas, mas também para os habitantes da localidade. Simões (2012, p. 6) define evento como:

um acontecimento planejado que tem um início e um fim (ou seja, um tempo delimitado), que se realiza em determinado local ou locais previamente estabelecidos, do qual o público e os *stakeholders* fazem parte da sua composição e do leque de interessados. Pode ainda incluir-se nesta definição que o evento envolve um grupo ou uma comunidade, procurando a sensibilização, inclusão e divulgação - entre quem participa - do objectivo que se pretende alcançar.

Os eventos podem ser analisados pela perspectiva do público-alvo, ou seja, encontram-se eventos organizados para os habitantes da comunidade local e os de maior

amplitude que são destinados à atração de turistas (SMITH E FOREST, 2009). Britto e Fontes (2002) corroboram afirmando que o evento é uma atividade econômica e social, geradora de benefícios para as comunidades promotoras, para os empreendedores e para o comércio. Neste sentido Getz (2002, p. 425), complementa que “os eventos ajudam a fazer dinheiro, exaltam o progresso e as artes da comunidade, proporcionam lazer e são excelentes instrumentos de comunicação”.

Com a capacidade de atingir múltiplos objetivos, para Hoeller (2001, p.51) o turismo de eventos é praticado “com interesse profissional e cultural por meio de congressos, convenções, simpósios, feiras, encontros culturais, reuniões internacionais, entre outros, e é uma das atividades econômicas que mais cresce no mundo atual.” Meirelles (1999) amplia esta definição afirmando que evento é:

um instrumento institucional promocional, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de pessoas físicas, jurídicas, de produtos, serviços e ideias, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia (MEIRELLES, 1999, p.32).

Considerando a natureza das relações que almejam, os eventos podem ser divididos em: (a) comerciais, se associadas às transações de compra e venda de produtos e serviços; (b) promocionais, se utilizados para divulgação institucional ou de apoio às estratégias de marketing; (c) técnicos e científicos, se contemplam especialidades, processos, habilidades, domínio de uma prática, arte ou ciência; e (d) sociais, quando envolvem assuntos próprios da sociedade, comunidade ou agremiação, com vistas ao bem comum (BRASIL, 2010).

Devido a esta amplitude de possibilidades, existem muitas abordagens relacionadas às tipologias dos eventos. Segundo Getz 2008 apud Cardoso (2013) os eventos podem ser classificados segundo a intenção, o propósito e o programa, com as denominações de: (a) eventos culturais: festivais, comemorações e eventos religiosos; (b) eventos educacionais/científicos: conferências, seminários e ações de formação; (c) eventos privados: casamentos, festas e reuniões; (d) eventos políticos: cimeiras², ocasiões especiais e visitas de *vip's*; (e) eventos de negócios: reuniões, convenções, feiras e exposições; (f) eventos artísticos e de entretenimento: concertos e cerimônias de entrega de prêmios; (g) competições desportivas e (h) atividades recreativas.

Na classificação dos eventos descrita por Zanella (2003, apud BORNHOFEN, 2008), os atributos que devem ser considerados são: natureza, fato gerador, objetivos, qualificação ou nível dos participantes, amplitude, área e local, sendo que os eventos podem ser descritos como: (a) comerciais: convenção, *workshop*, mostra, leilão, feira, exposição, desfile, encontro, reunião etc.; (b) culturais: congresso, seminário, simpósio, conferência, curso, palestra, mesa redonda, painel, fórum etc.; (c) sociais: recepção, baile, casamento, formatura, *garden party*³, aniversário, passeio, etc.; (d) artístico/culturais: desfile, festival, concerto, *show*, amostra, exposição etc.; (e) gastronômicos: banquete, coquetel, festival, etc.; (f) esportivos: competição, remate, excursão, premiação; (g) políticos: debate, reunião, palestra, homenagem, convenção; (h) históricos: aniversário, inauguração, comemoração, desfile, etc.;

² Cimeira designa reunião de cúpula, conferência ou congresso.

³ *Garden party* é a denominação de eventos formais realizados em jardins.

(i) religiosos: encontros, conclave⁴, festa, concílio⁵, cerimonial; e (j) científicos ou técnicos: congresso, seminário, palestra, etc.

Outros autores acrescentam diferentes perspectivas para tipificação dos eventos, tais como: abrangência (mundiais, internacionais, latino-americanos, brasileiros, regionais ou municipais); data ou frequência (permanentes, esporádicos, únicos, de oportunidade); categoria e função estratégica (público, privado); dimensão (macroevento, de grande porte, de médio porte, de pequeno porte); perfil dos participantes (geral, dirigido, específico ou especializado); e tipo de adesão (fechado, aberto) (MARTIN, 2003, apud BORNHOFEN, 2008).

De forma particular, adaptado à realidade brasileira e com o intuito de elaborar o Calendário Nacional de Eventos Turísticos, o Ministério do Turismo (MTur) brasileiro define os eventos relacionando-os com a forma como são organizados, referindo-se a sua dinâmica ou técnica e subdivide os diversos tipos de eventos em categorias, que se referem à natureza do evento, ou seja, ao segmento e área de interesse. Os tipos mencionados pelo MTur são: aniversário, congresso e afins, desfile, feira/exposição/mostra, festa, festival, movimento, campeonato/torneio/concurso e outros. Como categorias são citadas: (a) artístico/cultural/folclórico, sendo que artístico refere-se às manifestações de arte ligada à música, pintura, poesia, literatura, dança, escultura, arquitetura, cinema, escrita, entre outras; cultural contempla temáticas características de alguma região, relacionadas a bens materiais e imateriais da cultura das populações e comunidades; e, folclórico inclui o conjunto de tradições e manifestações populares, constituído por lendas, mitos, provérbios, danças e costumes que são passados de geração em geração; (b) científico ou técnico; (c) comerciais ou promocionais; (d) ecoturismo; (e) esportivo; (f) gastronômico; (g) moda; (h) religiosos; (i) rurais e (j) social/cívico/histórico (MTUR, 2015).

Neste mesmo documento são requeridas outras formas de classificação do evento: (a) porte do evento, (b) fluxo turístico; (c) fluxo econômico e (d) relevância cultural. Em relação ao porte do evento estes podem ser considerados macroevento, de grande, médio e pequeno porte; Os macroeventos são de abrangência internacional, com mobilização de milhares de pessoas (exemplos: Copa do Mundo, Jogos Olímpicos e Rock in Rio); os eventos de grande porte mobilizam milhares de pessoas, porém menor que o macroevento (exemplos: Carnavais tradicionais, *Reveillon* e Romaria do Bom Jesus da Lapa); os eventos de médio porte possuem grande fluxo regional e ocorrem com maior frequência (exemplos: congressos regionais, festividades religiosas de maior alcance, seminários e feiras comerciais); e os eventos de pequeno porte que têm caráter mais objetivo e específico, geralmente voltado a um público específico e ocorrendo com maior frequência do que os outros eventos (exemplos: festas locais, pequenas feiras e aniversário da cidade). A definição do fluxo turístico refere-se à procedência do turista e pode ser internacional, nacional, regional e local. O fluxo econômico pode ser alto, médio e pequeno e diz respeito aos impactos diretos ou indiretos do evento na economia da localidade, região, estado ou até mesmo país. E, finalmente, a declaração da relevância cultural classifica os eventos em alta, média e pequena relevância e tem relação

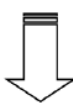
⁴ Conclave é um evento religioso da Igreja Católica que reúne cardeais para a escolha de um novo papa.

⁵ Concílio é uma reunião de autoridades eclesásticas que discutem e deliberam sobre questões pastorais, de doutrina, fé e costumes (moral) e, de acordo com o âmbito, podem ser ecumênicos, plenários, nacionais, provinciais ou diocesanos.

com a importância que o evento tem na representatividade da cultura local, regional ou nacional, considerando aspectos étnicos, sociais, artísticos, ou históricos (BRASIL, 2015).

Sintetizando a percepção de vários autores, Simões (2012) propõem uma forma de classificação dos eventos que se destaca pela inclusão do cruzamento entre os tipos de eventos e seus atributos. Para a autora, quanto à tipologia os eventos podem ser especializados ou multifacetados, ou seja, podem ser organizados sob um tema ou integrarem simultaneamente vários temas. Referente aos atributos os eventos podem ser classificados considerando a dimensão (pequenos, médios, grandes e mega), a abrangência (local, regional, nacional e internacional), os impactos (econômicos, sociais, culturais e territoriais), a ocorrência (singular e plural), o local (*indoor* e *outdoor*), a participação (ativa e passiva) e a organização (espontâneo e programado) (Quadro 01).

Quadro 01 – Classificação dos eventos

Tipo		Atributo							
		Dimensão	Irradiação		Impactes	Ocorrência	Local	Participação	Organização
Especializados	Arte e Espectáculos	Pequenos	Local		Econômicos	Singular	<i>Indoor</i>	Ativa (Participante)	Espontâneo
	Convenções e Congressos								
	Desportivos	Médios	Regional		Sociais	Plural	<i>Outdoor</i>	Passiva (Espectador Telespectador)	
	Econômicos	Grandes	Nacional		Culturais				
	Populares e Religiosos	Mega	Internacional	Não Global	Territoriais				
Outros	Global								
Multifacetados								Programado	
									 Não Organizado Organizado

Fonte: Simões (2012, p. 9)

A amplitude de tipologia dos eventos gera uma grande complexidade na organização ou gestão dos mesmos. Neste quesito o planejamento torna-se essencial e deve ser realizado detalhadamente, considerando as expectativas do público-alvo. Considerando o planejamento, segundo Oliveira (2010), como um processo com o intuito de alcançar, com eficiência, eficácia e efetividade uma situação futura, ao elaborar um plano o organizador do evento objetiva a otimização dos recursos alocados, em relação aos resultados pretendidos.

O planejamento, de forma geral, antecipa condições e situações futuras e determina a maneira mais adequada para atingir os objetivos (BOONE e KURTZ, 2009). O planejamento de eventos inclui, principalmente, a definição das características e expectativas do público-alvo (habitantes locais, turistas ou ambos), a comunicação para atraí-los e fornecimento das informações necessárias, a abrangência, a data, a infraestrutura (transporte, hospedagem, alimentação, segurança, etc.) e a determinação das atrações desejadas pelos participantes do evento (GIACAGLIA, 2003; MATIAS, 2003). Dentre os aspectos que merecem atenção especial na organização de um evento, a comunicação com o público-alvo é relevante, pois no processo de decisão de compra dos consumidores (turistas) a avaliação e a escolha são

realizadas através da promessa decorrente do que é informado pelo organizador, pois o evento é produzido e consumido simultaneamente (KOTLER e KEPLER, 2012; HOFFMANN e BATSON, 2006; BOONE e KURTZ, 2009; GRÖNROOS, 2009). Segundo Hoffmann e Batson (2006, p.215) a comunicação “visa informar, persuadir ou lembrar os clientes sobre um serviço que está sendo oferecido”, sendo que podem ser utilizados inúmeros canais para atingir o público-alvo, tais como, cartazes, anúncios em revistas, jornais, rádio e televisão, *outdoors*, abordagem direta através de *e-mails* ou telefone e páginas na *internet* (SHIMP, 2010; URDAN e URDAN, 2009; KOTLER e KEPLER, 2012).

Considerando que atualmente os consumidores estão interessados em encontrar informações com praticidade e rapidez (TORRES, 2010), a comunicação via *internet* representa essa contemporaneidade e a utilização das mídias interativas eletrônicas possibilita atingir uma grande audiência e é uma forma de alcançar consumidores geograficamente distantes, a qualquer hora, seja através de vitrines virtuais, panfletos interativos, boletins *on-line* e prestação de serviços (BOONE, 2006).

Com o objetivo de disponibilizar informações relevantes que possam ser de interesse dos turistas, a Secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul possui uma página na *internet* com a descrição dos eventos realizados no Estado, dos destinos (localização das cidades e das regiões turísticas), dos roteiros turísticos (detalhes sobre os atrativos) e uma lista com a apresentação e localização de aeroportos, Centros de Atenção ao Turista (CATs) estaduais, localização dos postos de combustíveis com opção de abastecimento de veículos com GNV (Gás Natural Veicular), empresas de *translados/transfers*, agência de turismo receptivos, guias de turismo e rodoviárias existentes.

Este *website* possibilita que os organizadores cadastrem os eventos de forma gratuita, sendo que no cadastramento os eventos são classificados nas categorias: carnaval, cultura, encontros técnicos (congresso, fórum, etc.), esportivos, feiras exposições, festival da canção nativa, folclórico, gastronômico, religioso, rodeio crioulo e Semana Farroupilha. Além da classificação as informações incluem o nome do evento, local e data de realização, âmbito de abrangência, frequência, entidade organizadora, programação e formas de contato, tais como telefone, *email* e *website* (SETUR, 2015).

Particularmente, em relação aos eventos, o principal objetivo deste *website* é facilitar a comunicação entre os organizadores e o público-alvo, estabelecendo um relevante canal que se caracteriza pela gratuidade, pela abrangência e confiabilidade que a Secretaria de Turismo chancela a informação disponibilizada.

2 Procedimentos metodológicos

Para atingir os objetivos propostos neste trabalho foi realizada uma pesquisa de natureza exploratória, com abordagem de investigação de caráter qualitativo (Malhotra, 2011). Primeiramente foi efetuado um levantamento teórico a respeito do tema turismo de eventos em livros, trabalhos acadêmicos e *websites* de organizações. Posteriormente, foi realizada uma investigação em dados disponibilizados pela Secretaria Estadual de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul (SETEL/RS) para sistematização das informações referentes aos eventos divulgados no *website* oficial, referentes ao ano de 2015.

Devido à relevância quantitativa dos eventos vinculados a temática relacionada à preservação das tradições gaúchas, também foram consultados os dados disponibilizados pelas principais organizações que congregam estes eventos, tais como a CBTG (Confederação Brasileira da Tradição Gaúcha) e o Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG-RS) (CBTG, 2017; MTG-RS, 2017).

O levantamento dos dados foi realizado inicialmente no *website* da Secretaria Estadual de Turismo do Rio Grande do Sul, que disponibiliza, de forma gratuita, aos organizadores de eventos uma página em que podem ser anunciados os eventos realizados no Estado. Os eventos são informados por município onde ocorrem e, para este estudo optou-se por agrupar estas informações por região turística, considerando a divisão regional adotada pela referida Secretaria, tornando-as unidades de análise. Após a regionalização dos eventos estes foram categorizados no intuito de possibilitar uma análise detalhada. As categorias de análise emergiram do próprio campo pesquisado e contemplaram as variáveis: quantidade de eventos; período de realização; abrangência do evento (microrregional, regional, estadual, nacional e internacional); tipo de evento (feiras e exposições, religioso, gastronômico, rodeio, carnaval e esportivo); entidade organizadora do evento (Prefeitura, Associações, Instituições privadas, Instituições religiosas e Instituições públicas); e periodicidade em que o evento ocorre. Complementarmente foram analisadas e incorporadas ao estudo informações específicas relacionadas aos eventos com temáticas que enfatizam o movimento cultural que enaltece as raízes culturais do povo gaúcho.

3 Mapeamento e caracterização dos eventos do Rio Grande do Sul/Brasil

Os dados referentes aos eventos que acontecem no estado do Rio Grande do Sul, neste estudo, são apresentados em dois tópicos. Inicialmente são analisados os eventos cadastrados no *website* da Secretaria Estadual de Turismo e, na sequência, os eventos realizados com a temática cultural relacionada às tradições gaúchas.

a) Eventos divulgados pela Secretaria Estadual de Turismo

A análise dos eventos divulgados no *website* da Secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul foi realizada por região turística, de acordo com a divisão regional adotada pela referida Secretaria, considerando a política pública de regionalização do turismo realizada pelo estado do Rio Grande do Sul. Nesta perspectiva o Estado está dividido em 11 regiões e 23 microrregiões, sendo as regiões denominadas e compostas (por microrregiões), conforme descrito a seguir: (a) *Grande Porto Alegre*: Porto Alegre e Delta do Jacuí (8 municípios); Vale do Rio dos Sinos (12 municípios); (b) *Serra Gaúcha*: Hortênsias: (5 municípios); Vale do Paranhana (6 municípios); Uva e Vinho: (33 municípios); Campos de Cima da Serra (8 municípios); Rota das Araucárias (20 municípios); (c) *Litoral Norte Gaúcho*: Litoral Norte Gaúcho (23 municípios); (d) *Hidrominerais*: Cultura e Tradição (12 municípios); Rota Águas e Pedras (23 municípios); Termas e Lagos (16 municípios); (e) *Rota das Terras*: Rota das Terras (22 municípios); (f) *Yicumã*: Rota do Yicumã (33 municípios); (g) *Missões*: Rota do Rio Uruguai (20 municípios); Rota Missões (26 municípios); (h) *Central*: Central (35 municípios); (i) *Vales*: Vale do Rio Pardo (22 municípios); Vale do Taquari (38 municípios);

Vale do Caí (20 municípios); (j) *Costa Doce*: Sul (14 municípios); Centro - Sul (14 municípios); Campanha (7 municípios); Fronteira Gaúcha (9 municípios); e (l) *Pampa Gaúcho*: Campanha (7 municípios); Fronteira Gaúcha (9 municípios) (SETUR/RS, 2015).

No *website* da Secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul, no ano de 2015, estão descritos 524 eventos, sendo que este total de eventos divulgado está distribuído em 172 municípios. Considerando que o Estado possuía 496 municípios, constata-se que somente 35% destes utilizaram o portal da Secretaria para divulgar seus eventos (Quadro 02). Também se observa que as regiões com maior quantidade de municípios que possuem eventos cadastrados foram Pampa Gaúcho, Grande Porto Alegre e Serra Gaúcha, com 56%, 55% e 55%, respectivamente. Opostamente, as regiões com menor quantidade de municípios foram a Rota do Yucumã, Hidrominerais e Costa Doce (21%, 22% e 23%, respectivamente).

Quadro 02 – Eventos divulgados segundo a região turística (2015)

Região	Nº municípios da região	Nº eventos cadastrados	Nº municípios que divulgaram eventos	
			Frequência	%
Grande POA	20	46	11	55
Serra gaúcha	73	172	40	55
Litoral Norte	23	48	12	52
Hidrominerais	51	26	11	22
Rota das Terras	22	7	7	32
Rota do Yucumã	33	16	7	21
Missões	46	30	17	37
Central	35	32	9	26
Vales	80	53	27	34
Costa Doce	97	69	22	23
Pampa Gaúcho	16	25	9	56
TOTAL	496	524	172	35

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados em SETUR/RS (2015)

Um calendário de eventos distribuído adequadamente durante o ano permite uma maior participação de turistas e aos organizadores uma perspectiva de atração ampliada. Neste quesito, considerando os eventos divulgados no *website* da secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul, percebe-se que existe uma disparidade significativa na realização de eventos no decorrer do ano, com uma grande concentração no segundo semestre do ano, mais destacadamente nos meses de setembro, outubro e novembro. Em algumas regiões esta disparidade é acentuada, como as regiões Hidrominerais e o Pampa Gaúcho que cadastraram, respectivamente, 81% e 80% dos seus eventos no segundo semestre (Quadro 03).

Quadro 03 – Período de realização dos eventos (2015)

Período	Grande POA	Serra Gaúcha	Litoral Norte	Hidrominerais	Rota das Terras	Rota do Yucumã	Missões	Central	Vales	Costa Doce	Pampa Gaúcho	TOTAL
Subtotal 1º semestre	20	74	26	5	4	4	11	11	25	35	5	220
%	43	43	54	19	57	25	37	34	47	51	20	41
Subtotal 2º semestre	26	98	22	21	3	12	19	21	28	34	20	304
%	57	57	46	81	43	75	63	67	53	49	80	59
TOTAL	46	172	48	26	7	16	30	32	53	69	25	524

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados em SETUR/RS (2015)

Outras dimensões de análise relevantes referem-se às tipologias ou temáticas dos eventos divulgados, a periodicidade, a abrangência e a entidade organizadora dos eventos.

Observou-se uma predominância dos eventos culturais e, de forma mais representativa, os ligados à cultura e as tradições gaúchas, tais como rodeios crioulos e outras atividades relacionadas à Semana Farroupilha. Também se observou uma grande quantidade de feiras e exposições e eventos de cunho religioso. Em menor proporção encontram-se os eventos cujos atrativos principais são as atividades esportivas e gastronômicas. Outros eventos citados em pequena quantidade referem-se a festividades relacionadas ao carnaval e de natureza profissional denominadas de encontros técnicos.

A periodicidade predominante nos eventos analisados é a anual. Referente à abrangência constatou-se que a maior quantidade dos eventos é direcionada a um público-alvo residente dentro do Rio Grande do Sul e, em menor escala, a atração de turistas no âmbito nacional.

Quanto aos organizadores dos eventos cadastrados, os que mais se destacaram foram as Prefeituras Municipais e suas Secretarias. Também foram encontrados eventos organizados por Associações de Produtores Rurais e de Indústria e Comércio (no caso de feiras e exposições); de entidades ligadas ao movimento tradicionalista (em eventos culturais); organizações religiosas, tais como Dioceses e Arquidioceses (para os eventos de cunho religioso). Entretanto o que merece maior destaque refere-se a grande quantidade de eventos que foi organizado por duas ou mais entidades, que atuam de forma corresponsável.

b) Eventos relacionados ao movimento cultural gaúcho

A maior incidência de eventos no Estado concentra-se no mês de setembro e tem como temática as comemorações do 'Dia do Gaúcho' que ocorre no dia 20 de setembro e que inclui inúmeros eventos numa semana denominada de Semana Farroupilha em que são

desenvolvidas atividades atreladas a um movimento cultural que objetiva preservar as tradições, ressaltando os costumes típicos, através da gastronomia, vestimentas e apresentações culturais. Ressalta-se que o termo gaúcho é a forma como os habitantes do Rio Grande do Sul são designados e a Semana Farroupilha, regulada por uma Lei Estadual, relembra a Revolução Farroupilha, que ocorreu entre 1835 e 1845, e que foi o mais longo e um dos mais significativos movimentos de revoltas civis brasileiros, envolvendo em suas lutas os mais diversos segmentos sociais do Rio Grande do Sul contra o Império brasileiro (SEMANAFARROUPILHA, 2016).

Na Semana Farroupilha os principais espaços onde ocorrem os eventos referentes à preservação da cultura são os CTGs (Centros de Tradições Gaúchas) e os DTGs (Departamento de Tradições Gaúchas) onde ocorrem atrações que incluem, principalmente, refeições com culinária típica, tendo como prato de destaque o churrasco, danças (tradicionalistas, gaúchas de salão e chula), rodas de chimarrão e utilização de vestimentas e símbolos que retratam e celebram a vida do gaúcho da área rural, designados de peões e prendas. Estes eventos são organizados pelos próprios CTGs e DTGs. Além destas atividades, no dia 20 de setembro são realizados desfiles temáticos nas ruas da maioria dos municípios do Estado, organizados, em sua maioria, pelas Prefeituras Municipais em parceria com entidades representativas da tradição gaúcha.

A principal instituição que representa entidades que organizam eventos relacionados à esta temática, no Brasil e no exterior, é a Confederação Brasileira da Tradição Gaúcha (CBTG), que tem por objetivo valorizar, organizar, defender, promover e representar as tradições e a cultura gaúcha e que congrega os MTGs (Movimento Tradicionalista Gaúcho) de diversos estados brasileiros (CBTG, 2017).

O Movimento Tradicionalista Gaúcho do Rio Grande do Sul (MTG-RS) foi formalizado em 1966 e reúne entidades tradicionalistas, distribuídas em 30 Regiões Tradicionalistas. O MTG-RS é “um organismo social de natureza nativista, cívica, cultural, literária, artística e folclórica” e tem por objetivo:

1º - congregar os Centros de Tradições Gaúchas e entidades afins para constituir uma associação que permite padronização de procedimentos e realização de atividades com abrangência estadual ou nacional das quais participam todos os filiados com interesse no tema; 2º - preservar o núcleo da formação gaúcha e a ideologia consubstanciada nos estudos da história, da tradição e do folclore, além do que constam nos documentos fundamentais, como as teses aprovadas em congressos e a Carta de Princípios que define os objetivos do tradicionalismo gaúcho desde o ano de 1961(MTG-RS, 2017).

O MTG, além de participação na Semana Farroupilha, organiza muitos eventos, distribuídos num calendário anual, sendo os principais: Congresso Tradicionalista Gaúcho, em janeiro (o 1º Congresso aconteceu em 1954); FECARS (Festa Campeira do RS) em março; Entrevero Cultural de Peões, em abril; Ciranda Cultural de Prendas, em maio; Ciranda e Entrevero em suas fases regionais, em junho; Convenção Tradicionalista, em julho; Acendimento da Chama Crioula, em agosto; Festejos Farroupilhas, em setembro; FEGADAN (Festival Gaúcho de Danças) e Aniversário do MTG em outubro; ENECAMP (Encontro de Esportes Campeiros) e ENART (Encontro de Artes e Tradição Gaúcha), em novembro. Além dos eventos discriminados no calendário mensal, são realizados o Seminário Estadual de

Prendas, Tchêncontro e o Acampamento da Juventude, com datas fixadas anualmente (MTG-RS, 2017).

Cabe destacar que, além de uma maior concentração de eventos realizados pelos mais diversos segmentos relacionados à data, durante a Semana Farroupilha, esta temática é motivo de muitos outros eventos que ocorrem no decorrer do ano, sendo os mais significativos os rodeios crioulos, bailes com músicas de artistas locais e encontros regionais de danças tradicionais. Os rodeios possuem como atrativo as provas artísticas, *shows* e bailes e tem como atração principal a disputa de provas campeiras, tais como gineteada e tiro de laço (RODEIODEVACARIA, 2017). Os bailes ocorrem, em sua maioria, nos CTGs e DTGs e, geralmente, incluem um jantar com gastronomia típica regional, com música com artistas locais e dança. Além dos bailes, as danças tradicionais são tema principal de eventos de maior repercussão e atração de turistas, tais como o ENART (Encontro de Artes e Tradições Gaúchas) e o JUVENART. O ENART é o mais tradicional evento gaúcho de dança tradicionalista e considerado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) como o maior festival de arte amadora da América Latina. Promovido pelo Movimento Tradicionalista Gaúcho do Estado (MTG-RS), o evento é dividido em três etapas anuais que são: as regionais e as inter-regionais no decorrer do ano e a final que ocorre no mês de novembro. Somente na etapa final do ano de 2016 este evento reuniu 6.000 competidores em 20 modalidades de competição e atraiu 70.000 turistas (ENART, 2017). O JuvEnart é um evento similar ao ENART, porém direcionado ao público juvenil, com caráter artístico/tradicionalista que tem como atração principal o Concurso Estadual de Danças Tradicionais Categoria Juvenil, sendo executado pelo CTG Sentinela da Querência de Santa Maria/RS, em parceria com o MTG-RS, e as entidades públicas Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e Prefeitura Municipal de Santa Maria (IDENTIDADE CAMPEIRA, 2017).

Considerações finais

O setor de turismo e, mais especificamente, o turismo de eventos é uma atividade produtiva que requer organização para atrair e satisfazer os turistas. Nesta perspectiva pondera-se que seja elaborado um planejamento detalhado considerando, além do tipo de evento, o público-alvo, a comunicação, a abrangência, a data, a infraestrutura e as atrações.

Sob o escopo da comunicação do turismo de eventos e analisando o estado do Rio Grande do Sul, constatou-se uma subutilização do *website* da Secretaria de Turismo do Estado, principalmente considerando que a divulgação no *website* da Secretaria de Turismo é gratuita. A baixa utilização do *website* verificou-se sob três aspectos: (a) somente 35% dos municípios gaúchos cadastraram algum evento; (b) as Prefeituras que cadastraram, divulgaram somente alguns eventos realizados; e (c) somente uma parcela reduzida de eventos que são realizados no Estado constam no rol divulgado no *website*.

É válido também ressaltar uma deficiência no planejamento da distribuição de datas de ocorrência dos eventos no decorrer do ano, com predominância de maior quantidade de eventos ocorrendo no segundo semestre o ano. Nota-se que a falta de planejamento do setor de turismo de eventos acarreta em sobreposição de eventos num mesmo período de tempo com a concentração da demanda e a consequente divisão de turistas entre os eventos

disponíveis. Este calendário também é inadequado aos turistas que necessitam escolher entre os eventos disponíveis numa mesma data e não dispõem de opção em datas alternativas.

No detalhamento relacionado aos eventos se verificou que aqueles que possuem maior organização em termos de calendário, de diversidade de opções de atrativos e que predominam em termos quantitativos são os realizados com temáticas relacionadas ao movimento cultural que enaltece as raízes culturais do povo gaúcho, com atividades vinculadas a um movimento cultural que objetiva preservar as tradições, ressaltando os costumes típicos dos antigos habitantes do Rio Grande do Sul. Este é um elemento que atrai uma grande quantidade de participantes e que propicia a realização de muitos eventos, tais como rodeios crioulos, bailes com músicas de artistas locais, encontros regionais de danças tradicionais, eventos gastronômicos com culinária típica e desfiles temáticos nas ruas da maioria dos municípios do Estado. Ressalta-se que estes eventos têm um histórico, sendo realizados há um longo período de tempo e são organizados por uma grande quantidade de entidades.

De forma ampla conclui-se que as múltiplas possibilidades de objetivos (tipologias) de um evento, assim como a amplitude de público-alvo a ser atingido pressupõe, em consequência, complexidade na organização. Assim, uma organização adequada deve conter, primordialmente, um planejamento com identificação das necessidades e desejos dos participantes, definição da infraestrutura do espaço de realização do evento e adoção de uma estratégia de comunicação que proporcione as informações necessárias e suficientes para motivar a participação das pessoas interessadas nos atrativos. Ressalta-se que reconhecer a importância da comunicação e de um planejamento que contemple de forma ampla e detalhada os elementos intrínsecos e essências do evento podem ser decisivos para o sucesso do mesmo, tornando o turismo de eventos mais efetivo e com maior potencial de envolver e proporcionar benefícios aos organizadores e às comunidades onde são desenvolvidos.

Referências

- BORNHOFEN, P.R. **Segurança pública no desenvolvimento do turismo de eventos na região da AMMVI SC**. 2008. 97 f. Dissertação (Pós Graduação em Desenvolvimento Regional), Universidade Regional de Blumenau, SC.
- BOONE, L.E.; KURTZ, D.L. **Marketing Contemporâneo**. São Paulo: Centage Learning, 2009.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de negócios e eventos: orientações básicas**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. – 2.ed – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Calendário Nacional de Eventos Turísticos**. 2015.
- BRITTO J.; FONTES N. **Estratégias para eventos – uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Editora Aleph, 2002.
- CBTG - Confederação Brasileira da Tradição Gaúcha. Disponível em <http://cbtg.com.br>. Acesso em 21 de abril de 2017.
- CARDOSO, M. L. **A Importância da Organização de Eventos no Turismo**. 2013. 81 f. Dissertação (Mestrado em Turismo), Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Portugal.

- ENART – Encontro de Artes e Tradições Gaúchas. Disponível em <http://www.enart2017.com/>. Acesso em 15 de abril de 2017.
- GETZ, D. O evento turístico e o dilema da autenticidade. – In: THEOBALD, W. F. (org). **Turismo Global** – 2ª ed. – São Paulo: SENAC São Paulo, 2002.
- GIACAGLIA, M.C. **Organização de eventos: teoria e prática**. São Paulo: Pioneira, 2003.
- GRÖNROOS, C. **Marketing: gerenciamento de serviços**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- HOELLER, E. H.. Turismo de Eventos: Centreventos Cau Hansen de Joinville/SC. In: ANSARAH, M. G. R. (org.). **Turismo: Segmentação de Mercado**. – São Paulo: Futura, 2001.
- HOFFMANN, K.D.; BATSON, J.E.G. **Princípios de marketing de serviços**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.
- IDENTIDADE CAMPEIRA. Disponível em <http://www.identidadecampeira.com.br>. Acesso em 15 de abril de 2017.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Marketing Management**. New Jersey: Pearson Education, 2012.
- MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- MARTIN, Vanessa. **Manual Prático de Eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.
- MATIAS, M. **Organização de Eventos - Procedimentos e Técnicas**. São Paulo: Manole, 2003.
- MATIAS, M. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 5ª ed. Barueri: Manole, 2010.
- MEIRELLES, G. F. **Tudo sobre eventos**. – São Paulo/SP. STS, 1999.
- MTG-RS. Movimento Tradicionalista Gaúcho do Rio Grande do Sul. Disponível em <http://mtg.org.br/>. Acesso em 21 de abril de 2017.
- OLIVEIRA, D.P.R. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e prática**. São Paulo: Atlas, 2010.
- PELICANO, M. **Festivais de Música** – perfil do consumidor e determinantes dos padrões de consumo. 2009. 239 f. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo), Universidade de Aveiro, Portugal.
- RODEIO DE VACARIA . Disponível em www.rodeiodevacaria.net. Acesso em 12 de maio de 2017.
- SEMANA FARROUPILHA. Disponível em <http://www.semanafarroupilha.com.br/historico>. Acesso em 12 de maio de 2016.
- SETUR/RS. Secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul. Disponível em <http://www.turismo.rs.gov.br>. Acesso em 06 de junho de 2015.
- SHIMP, T. **Propaganda e promoção: aspectos complementares da comunicação integradas de marketing**. Porto Alegre: Bookmann, 2010.
- SIMÕES, M.L.F. **Os Eventos e a Atractividade e Competitividade Turística das Cidades: O Caso de Lisboa**. 2012. 128 f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Especialização em Gestão Estratégica de Eventos), Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal.
- SMITH, M., AND FOREST, K. (2009), Enhancing Vitality or Compromising Integrity? Festivals, Tourism and the Complexities of performing culture, in Picard and Robinsons (eds.) **Festivals, Tourism and Social Change - Remaking Worlds**, Channel View publications, 133-151.

TORRES, C. **Marketing na internet.** 2010. Disponível em <http://www.claudiotorres.com.br/mktdigitalpequenaempresa.pdf>. Acesso em 15 de outubro de 2015.

URDAN, F.T.; URDAN, A.T. **Gestão do composto de marketing.** São Paulo: Atlas, 2006.