

**FACULDADES INTEGRADAS DE TAQUARA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL
MESTRADO**

**A INFLUÊNCIA DO TURISMO DE EVENTOS NA REGIÃO DAS HORTÊNSIAS,
RIO GRANDE DO SUL: O CASO DO EVENTO NATAL LUZ DE GRAMADO**

ROGER PIERRE VIDAL

Taquara

2015

ROGER PIERRE VIDAL

**A INFLUÊNCIA DO TURISMO DE EVENTOS NA REGIÃO DAS HORTÊNSIAS,
RIO GRANDE DO SUL: O CASO DO EVENTO NATAL LUZ DE GRAMADO**

Dissertação apresentada como critério parcial para obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Faccat – Taquara-RS, sob orientação do Prof. Dr. Mário Riedl.

Taquara

2015

Dedico este trabalho aos meus filhos Arthur e Laura, pelo carinho e paciência nesta jornada de dois anos de estudos; à minha esposa, pela compreensão, pelo companheirismo e por sempre me incentivar a estudar e a acreditar nos meus sonhos.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus pela saúde para poder concluir o Curso de Mestrado em Desenvolvimento Regional.

Ao Professor Dr. Mario Riedl, meu orientador, cujo brilho intelectual iluminou o caminho que percorri, esperando que suas recomendações tenham sido corretamente interpretadas.

O processo de construção desta Dissertação teve o apoio dos professores das Faculdades Integradas de Taquara-FACCAT, que de forma ímpar contribuíram para a minha evolução acadêmica. Tenho a plena certeza de que termino esta caminhada com meus pilares mais sólidos e com uma bagagem teórica muito mais rica e completa, sendo que depois das aulas no curso de mestrado em Desenvolvimento Regional, posso falar: “Sou um Economista”.

À Brita Rodovias e Gramadotur, por disponibilizar informações essenciais à pesquisa.

Às Secretarias de Turismo e da Fazenda de Gramado.

Ao meu pai Moacir Vidal, minha mãe Vera Lucia Vidal e aos meus irmãos, pois cada um, ao seu modo, todos contribuíram para a consecução deste trabalho.

Aos meus colegas de mestrado, pela convivência e amizade nesta dura e árdua caminhada do conhecimento.

“A educação tem raízes amargas, mas os seus frutos são doces”.

Aristóteles

“Se sonhar um pouco é perigoso, a solução não é sonhar menos, é sonhar mais.”

Marcel Proust

“Somos do tamanho de nossos sonhos”

Fernando Teixeira

RESUMO

Este trabalho consiste numa análise do fenômeno conhecido como turismo de eventos, enfocando especificamente o evento Natal Luz de Gramado, no Rio Grande do Sul. Para atingir este objetivo, partiu-se da caracterização do evento em todas suas fases históricas, bem como em seus diversos atrativos. Além disso, realizou-se uma pesquisa com uma amostra de visitantes do acontecimento, a fim de traçar o perfil dos participantes. Utilizou-se também um conjunto de dados secundários com o objetivo de analisar a sua influência no enfrentamento do problema da sazonalidade do turismo, bem como seus impactos no desenvolvimento da Região das Hortênsias.

Palavras-chave: Turismo de eventos. Sazonalidade. Desenvolvimento local e Regional.

ABSTRACT

This dissertation is an analysis of the phenomenon known as tourism of events, stressing specifically the “Natal Luz of Gramado” in the state of Rio Grande do Sul, Brazil. To meet the objective we characterize the event in its historical phases as well as its major attractions. Furthermore, we conducted a research with a sample of visitors in order to describe their characteristics. We also used a set of secondary data with the objective of analyzing the impact of the event on the seasonality problem, as well as its influence on the development of the “Região das Hortênsias”.

Key-words: *Tourism of Events. Seasonality. Community and Regional Development Region*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cascata do Caracol.....	37
Figura 2 - Parque Vale da Ferradura.....	37
Figura 3 - Mundo a Vapor.....	38
Figura 4 - Entrada do Parque Terra Mágica Florybal	38
Figura 5 - Catedral de Pedra Nossa Senhora de Lourdes de Canela	39
Figura 6 - Lago Negro	40
Figura 7 - Lago Joaquina Rita Bier.....	40
Figura 8 - Parque Snowland.....	41
Figura 9 - Parque Aldeia do Imigrante.....	42
Figura 10 - Labirinto Verde.....	42
Figura 11 - Monte Mallakoff.....	43
Figura 12 - Lago São Bernardo	44
Figura 13 - Livraria Miragem	44
Figura 14 - Principal Barragem de São Chico (Salto).....	45
Figura 15 - Capa do Folheto Programação	48
Figura 16 - Folheto Programação.....	49
Figura 17 - Espetáculo Natalis	57
Figura 18 - Espetáculo Nativitaten	58
Figura 19 - Grande Desfile de Natal.....	60
Figura 20 - Grande Desfile de Natal no Desfilódromo.....	60
Figura 21 - Fantástica Fábrica de Natal	62
Figura 22 - Árvore Cantante	64
Figura 23 - Enfeite com Utilização de Garrafas Pet	67
Figura 24 - Premiação do Projeto PET 2014.....	68

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Evolução do Número de Turistas no Evento Natal Luz de Gramado, 2003-2013	51
Gráfico 2 - Ocupação da Rede Hoteleira em Gramado, 2010, 2011 e 2012	51
Gráfico 3 - Número de Turistas em Nova Petrópolis nas Temporadas de Inverno e Verão Período 2012 a 2014.	52
Gráfico 4 - Movimento Turístico em Canela nas Temporadas de Inverno e Verão Anos de 2012 e 2013	53
Gráfico 5 - Fluxo de Veículos nas Praças de Pedágios que Conduzem a Gramado	54
Gráfico 6 - Balancete Geral Natal Luz 2012/2013	66
Gráfico 7 - Faixa Etária	72
Gráfico 8 - Dias de Permanência na Região	75
Gráfico 9 - Municípios que Pretende Visitar	76
Gráfico 10 - Estimativo de Gasto Diário do Turista, por Pessoa	76

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 - Região das Hortênsias.....	31
Mapa 2 - Regiões de Origem dos Entrevistados.....	74

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - PIB da Região das Hortênsias e do Rio Grande do Sul 2006-2011.....	31
Quadro 2 - População e Área dos Municípios.....	32
Quadro 3 - VAB a Preços Básicos Taxa Crescimento 2005 a 2011 – Agropecuários.	33
Quadro 4 - VAB a Preços Básicos Taxa Crescimento 2005 a 2011 – Indústrias....	33
Quadro 5 - VAB a Preços Básicos Taxa Crescimento 2005 a 2011 – Serviços.....	33
Quadro 6 - VAB a Preços Básicos- Participação no Valor Agregado.....	34
Quadro 7 - VAB a Preços Básicos- Participação no Valor Agregado em Percentual.	34
Quadro 8 - Estrutura Turística da Região das Hortênsias – 2014.....	35
Quadro 9 - Fluxo de Veículos nas Praças de Pedágios que Conduzem a Gramado.....	55
Quadro 10 - Atrações Criadas no Evento Natal Luz de 1990 -2013.....	56
Quadro 11 - Atrações do Natal Luz em 2013/2014.	59
Quadro 12 - Resultados Financeiros do Espetáculo Nativitaten, 2012/2013.	28
Quadro 13 - Resultados Financeiros do Grande Desfile de Natal Edição 2012/2013.	61
Quadro 14 - Resultados Financeiros da Fantástica Fábrica de Natal, 2012/2013. .	62
Quadro 15 - Atrações Gratuitas Natal Luz 2013/2014.....	63
Quadro 16 - Receitas e Despesas com Atrações Natal Luz 2012/2013.....	65
Quadro 17 - Cursos oferecidos pela Escola das Artes de Gramado, 2012.	69
Quadro 18 - Total de Público no Evento Natal Luz de Gramado – 2003 – 2013.....	70
Quadro 19 - Grau de Escolaridade.....	72
Quadro 20 - Região e Estado de Origem dos Entrevistados.....	73
Quadro 21 - Dias de Permanência na Região.....	75

LISTA DE SIGLAS

FEARTE: Feira Nacional de Artesanato
FEE: Fundação de Economia e Estatística
IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
OMT: Organização Mundial do Turismo
OSPA: Orquestra Sinfônica de Porto Alegre
IPHAN: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
PIB: Produto Interno Bruto

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	Objetivos	16
1.1.2	Objetivo Geral	16
1.1.3	Objetivos Específicos	16
1.2	Procedimentos metodológicos	16
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1	Patrimônios Culturais: uma forma de promover o turismo	18
2.2	Turismo e Desenvolvimento Regional	21
2.3	Turismo de Eventos: Modalidade para reduzir a sazonalidade e promover desenvolvimento local	26
3	ASPECTOS GERAIS DA REGIÃO DAS HORTÊNSIAS	31
3.1	Estruturas do valor adicionado bruto da Região das Hortênsias	32
3.2	Estrutura turística da Região das Hortênsias	35
3.3	Principais pontos turísticos da Região das Hortênsias	36
3.3.1	Pontos turísticos de Canela.....	36
3.3.2	Pontos turísticos de Gramado	39
3.3.3	Pontos turísticos de Nova Petrópolis.....	41
3.3.4	Pontos turísticos de São Francisco de Paula	43
4	TRAJETÓRIA DO EVENTO NATAL LUZ E SUAS PRINCIPAIS ATRAÇÕES. IMPACTOS DO EVENTO NATAL LUZ EM GRAMADO E REGIÃO DAS HORTÊNSIAS	46
4.1	Evolução de Gramado e o surgimento dos principais eventos	46
4.2	Natal Luz	48
4.3	Natal Luz - a evolução no período de 2003 a 2013: os impactos do evento Natal Luz em Gramado e região	50
4.4	Principais atrações do evento Natal Luz	56
4.4.1	Espetáculo Natalis.....	57
4.4.2	Espetáculo Nativitaten.....	58
4.4.3	Grande Desfile de Natal	59
4.4.4	Fantástica Fábrica de Natal.....	61

4.4.5	Espetáculos gratuitos aos turistas e residentes de Gramado.....	63
4.5	Inserção da comunidade local na organização do evento Natal Luz.....	66
4.5.1	Escola das Artes de Gramado.....	68
5	ANÁLISE DOS DADOS	70
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	78
	REFERÊNCIAS	80
	APÊNDICE	86
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO USADO NA PESQUISA PARA COLETA DE DADOS.....	87

1 INTRODUÇÃO

Na sociedade atual, o turismo desenvolve-se a cada ano, conquistando espaços crescentes nos meios de comunicação, nos negócios, no interesse e no cotidiano das pessoas. O volume de crescimento do turismo, tanto em âmbito nacional, como regional e local, vem despertando o interesse de diversos segmentos da sociedade brasileira. De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT, 1998), o turismo é uma atividade que favorece o desenvolvimento local: gera emprego, aumento de renda dos trabalhadores, investimentos de capital em novas oportunidades de negócio. Hoje não é possível analisar o turismo fora deste contexto.

Um dos grandes problemas dos destinos turísticos é a forte sazonalidade, observada em vários de seus segmentos. Os motivos são diversificados, pois a demanda turística se concentra em determinados períodos, como o verão para destinos turísticos do litoral, além de períodos de férias escolares, feriados prolongados, etc. Neste sentido, a demanda turística fica concentrada em certos períodos do ano e traz reflexos negativos para os destinos turísticos, como utilizar mão-de-obra temporária. Além disso, hotéis e restaurantes passam grande parte do tempo com sua infraestrutura ociosa e com grande oscilação nos seus rendimentos. Conforme Britto e Fontes, (2002) a sazonalidade no turismo é compreendida como a concentração de turistas em determinado período e a falta deles em outros.

O turismo tem evoluído em todo o mundo, permitindo uma grande movimentação interna que afeta todos os níveis sociais. Neste contexto, a promoção de eventos é uma alternativa que pode contribuir para manter alta a taxa de ocupação da infraestrutura turística, além de trazer lucros e consolidar a imagem de uma região turística. Segundo artigo da Revista dos Eventos (2004), citado por Britto e Fontes (2002), o setor de eventos é um dos que mais crescem no Brasil, gerando 2,9 milhões de empregos e atraindo mais de 80 milhões de participantes anualmente, provocando um resultado econômico para mais de uma centena de categorias econômicas.

Com esses argumentos o trabalho tentará mostrar como o município de Gramado, no Rio Grande do Sul, conseguiu impulsionar significativamente o turismo através da promoção do evento Natal Luz. A pesquisa analisou o desenvolvimento de toda a Região das Hortênsias, tendo como fator desencadeador de um amplo

processo de desenvolvimento o fenômeno do evento conhecido como Natal Luz de Gramado, para assim verificar os eventuais impactos do evento para a região. Da mesma forma, almejou investigar como a comunidade local, aliada ao poder público, através da promoção do evento, conseguiu promover o desenvolvimento e crescimento em períodos que eram considerados de relativa ociosidade turística e econômica no município. Lins (2007) cita que “o problema da sazonalidade, especificamente, só poderia ser equacionado com iniciativas capazes de propiciar a distribuição do fluxo turístico entre as estações”. Para Lins (2007), a sazonalidade pode ser equilibrada através de eventos com uma combinação de uma infraestrutura adequada para promovê-los. Verifica-se que a cidade de Gramado desenvolveu toda uma sofisticada rede para a promoção de eventos, desde locais apropriados, bem como uma infraestrutura de hospedagem que dá à cidade um diferencial nessa área.

Este trabalho analisará o processo de construção das vantagens diferenciais da estrutura turística de Gramado, no sentido de identificar o quanto e de que modo a cadeia produtiva do turismo local pode promover o desenvolvimento do município e da região através da promoção do evento Natal Luz, atraindo número crescente de turistas a cada ano e verificar os reflexos desse processo para a Região das Hortênsias. Para tanto, o trabalho abordou a importância do turismo para o desenvolvimento local e regional de um modo amplo, utilizando diferentes indicadores. Dentro desse setor se trabalhou com a importância do turismo de eventos. A pesquisa mostrou a trajetória do evento Natal Luz, dos primeiros passos até a situação atual, examinando os eventuais impactos econômicos do Natal Luz para a Região das Hortênsias.

Em suma, objetivamos demonstrar como Gramado tornou-se um dos 3 maiores polos de atração turística no Brasil. Ao lado do Rio de Janeiro e Salvador, Gramado conseguiu constituir-se em referência nacional quando se trata da promoção de eventos com capacidade de atrair massivos contingentes de turistas.

O Natal Luz, evento que foi criado para reduzir o impacto da sazonalidade nos meses de verão em Gramado, tornou-se, com o tempo, o principal evento da Serra Gaúcha. A região cuja principal temporada turística concentrava-se nos meses de inverno, conseguiu prolongar e aumentar o fluxo turístico, criando uma segunda alta temperada em pleno verão, com o evento Natal Luz, concentrado nos meses de verão. Neste sentido a pesquisa apurou os motivos do constante crescimento deste evento, tendo como foco amplo os impactos na Região das Hortênsias.

Dessa forma, sintetizou-se o problema de pesquisa na seguinte formulação: O evento Natal Luz de Gramado está plenamente consolidado e provocando significativas transformações no município de Gramado. Pergunta-se até que ponto o evento Natal Luz de Gramado está influenciando o Desenvolvimento da Região das Hortênsias como um todo?

1.1 Objetivos

1.1.2 Objetivo Geral

O objetivo geral deste trabalho consiste em analisar o evento Natal Luz do município de Gramado e sua influência na Região das Hortênsias.

1.1.3 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos são;

- Mostrar a estrutura da região das Hortênsias;
- Descrever a trajetória do Evento Natal Luz de Gramado desde o seu surgimento;
- Apresentar as principais atrações do evento Natal Luz;
- Analisar os impactos do evento Natal Luz para a economia de Gramado e para a Região das Hortênsias.
- Analisar o impacto do turismo de eventos na demanda turística da Região em estudo.

1.2 Procedimentos metodológicos

A trajetória metodológica dessa dissertação consistiu na utilização de dados primários e fontes secundárias. Os dados primários foram obtidos a partir de uma pesquisa de campo, conduzida pelo autor, que se caracterizou pela aplicação de um questionário (Apêndice A) a uma amostra aleatória de turistas participantes dos diferentes eventos do Natal Luz. Nessa pesquisa foram entrevistadas 239 pessoas de ambos os sexos. As entrevistas foram realizadas durante os meses de novembro e dezembro de 2013 e janeiro de 2014. Com esse estudo, objetivou-se traçar um perfil do turista que ocorre à Serra Gaúcha para acompanhar o Natal Luz. A análise

foi essencialmente descritiva, uma vez que praticamente nada se conhece sobre esse turista.

Já as informações colhidas de fontes secundárias tiveram como objetivo dar suporte à análise dos impactos do evento Natal Luz na região como um todo. As principais fontes destes dados foram as Prefeituras Municipais, as Secretarias Municipais de Turismo, a Fundação de Economia e Estatística (FEE) do Estado do Rio Grande do Sul e a empresa Brita Rodovias, concessionária das estradas pedagiadas que dão acesso à região.

Após este capítulo introdutório, a presente dissertação tem a seguinte estrutura:

O Capítulo 2 apresenta a revisão de literatura e tem como objetivo descrever os assuntos e temas analisados para fundamentar e qualificar a pesquisa. A revisão de literatura é uma forma de interpretar e confirmar a importância do estudo sobre o impacto do evento Natal Luz na Região das Hortênsias. Segundo Stake (2011), a pesquisa de literatura evidencia que se verificou de forma consciente os conteúdos teóricos como forma de sustentar o trabalho. A revisão da literatura concentrou-se nos seguintes temas: Patrimônio Cultural, Turismo em geral e Turismo de Eventos.

O Capítulo 3 apresenta os dados e aspectos gerais da Região das Hortênsias, tendo como objetivo mostrar a estrutura turística da Região.

O Capítulo 4 apresenta o contexto do surgimento e a trajetória do evento Natal Luz. Apresenta o diagnóstico e a análise financeira do Natal Luz, bem como a participação da comunidade na sua organização e os seus resultados.

O Capítulo 5 apresenta o diagnóstico e a análise dos resultados, apresentando os impactos do evento Natal Luz em Gramado e Região, tendo como base as entrevistas realizadas com uma amostra de seus participantes.

O Capítulo 6 apresenta as considerações finais da pesquisa, bem como as recomendações para outros estudos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção apresenta a revisão de literatura que visa a dar sustentação à pesquisa e discute como o patrimônio cultural, o turismo em geral e o turismo de eventos podem provocar impactos significativos para o desenvolvimento local e regional.

2.1 Patrimônios Culturais: uma forma de promover o turismo

O patrimônio cultural é um conjunto de bens de natureza material e imaterial que, são considerados coletivos e preservados durante o tempo. Segundo Maia (2003), o patrimônio cultural é apresentado na Constituição Federal de 1988 que o define, em seu artigo 216, como:

Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira [...]. (MAIA, 2003, p. 39).

O patrimônio cultural admite, ainda, os diferentes costumes de viver de uma sociedade, transmitidos de geração a geração e recebidos por tradição. Esses, para se tornarem um patrimônio precisam ser reconhecidos e partilhados pela comunidade, como é o caso em Gramado com o evento Natal Luz. Como já afirmado, o patrimônio cultural é dividido em duas categorias: os bens materiais e os bens imateriais. Na visão de Feitosa e Silva (2011), os bens imateriais são todos aqueles relacionados à memória, identidades e heranças de um povo ou nação e o patrimônio cultural material, é todo aquele que pode ser visto e tocado. O Natal Luz de Gramado, através da Lei nº 13.060 do ano 2008, tornou-se um Patrimônio Cultural do Estado do Rio Grande do Sul. O evento está relacionado à história e à evolução da sociedade gramadense, que através da comunidade local, tornou-se referência quando se fala em Gramado.

Para Rodrigues (2006) o patrimônio cultural é um conjunto de bens, que são de interesse do coletivo eternizados durante o tempo. Esses têm a função de rememorar acontecimentos tidos como importantes na memória social.

Tomaz (2010) afirma que o patrimônio cultural vai além de mera concepção de bens materiais e imateriais, deve ser compreendido como um processo social,

formado através da dinâmica das experiências coletivas, que a coletividade preserva e transforma com o passar dos anos.

Também Choay (2006, p.11), discute o conceito sobre o patrimônio, que segundo ele representa “um bem destinado ao usufruto de um grupo que se ampliou a dimensões planetárias, constituído pela acumulação contínua de uma diversidade de objetos que se congregam por seu passado comum”. Tomaz (2010) afirma que a preservação do patrimônio cultural é, acima de tudo, conservar traços históricos de um grupo. Desta forma, pode-se considerar o patrimônio cultural, como fruto da identidade de um povo. Segundo Gevehr, Vidal e Nandi (2014), este representa tudo o que deve ser preservado, ou seja, tudo o que não deve ser perdido.

O patrimônio cultural imaterial, de acordo com o IPHAN, é transmitido de geração a geração, constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana. É apropriado por indivíduos e grupos sociais como importantes elementos de sua identidade. A intensa participação da comunidade gramadense na organização e execução dos diversos eventos do Natal Luz demonstra que o evento foi incorporado à cultura imaterial da comunidade.

Neste sentido, os eventos populares podem ser abordados, como uma categoria pertencente ao campo do patrimônio cultural imaterial, englobando saberes, lugares e modos de fazer, que comunicam algo sobre a identidade de um grupo, transmitidos de geração em geração. Com isso, percebe-se que os hábitos e as tradições de um povo dizem e mostram parte da sua cultura. Ainda, para Veloso (2006), o conceito de referência cultural ressalta o processo de produção e reprodução de um determinado grupo e aponta para a existência de um universo simbólico partilhado.

Neste contexto, o Natal Luz de Gramado, reconhecido como um patrimônio cultural do Estado do Rio Grande do Sul, é um evento promovido pela comunidade local e tem caráter popular, religioso, cultural e social, transmitindo e retratando o cotidiano e a trajetória histórica da sociedade gramadense.

Na perspectiva apresentada pelo IPHAN, os eventos são atos humanos que se transformam em ato social e cultural. Dessa forma, as festas e os eventos populares retratam o cotidiano de uma sociedade, e são criados de acordo com um processo histórico, articulando elementos tradicionais, com o objetivo de criar algo

único, que se torna particular, singular e reconhecível por aqueles que olham de fora. Pode-se compreender o evento Natal Luz como um sistema simbólico, que atua como vetor de comunicação, que permite a compreensão da sociedade em que se está inserido, pelos agentes que o visitam.

Com o desenvolvimento do turismo, os eventos populares tem se tornado os principais atrativos turísticos. Conforme Arantes (2004), os festejos populares têm permitido um aporte financeiro importante para as comunidades locais. Com isso, os eventos populares, como é o caso do Natal Luz de Gramado, têm a capacidade de comunicar aspectos identitários, geográficos, históricos e culturais da comunidade, além de gerar recursos econômicos ponderáveis.

Mesmo com a potencialidade financeira proporcionada às comunidades a partir das festas e eventos, Veloso (2006) faz um contraponto sobre o patrimônio cultural na sociedade contemporânea. Para a autora, houve uma intensa ação de comercialização da cultura, com incremento ao consumo da cultura de forma maciça. Para Veloso (2006), se “[...], permitiu o acesso mais igualitário aos equipamentos culturais por parte de diferentes grupos sociais e, por outro lado, maquiou, ou pelo menos simplificou ou banalizou as manifestações culturais com o verniz do consumo.” (VELOSO, 2006, p.445).

A mesma autora pondera sobre o perigo de transformar o Patrimônio Cultural Imaterial apenas pelas suas formas objetivadas, objetos ou produtos de consumo, visando ao lucro. Em seu entendimento “sempre que as manifestações do patrimônio imaterial se transformam em mercadoria, em entretenimento para o consumo, em espetacularização, a ênfase é posta no fetiche” (VELOSO, 2006, p.445). Sendo assim, na perspectiva apresentada pela autora, desfazem-se as relações sociais dos indivíduos produtores da cultura e do patrimônio, e se exaltam as relações entre as mercadorias. Para que não se perca o sentido de determinada manifestação cultural produzida pelos grupos, faz-se, segundo Veloso (2006), necessário distanciar-se da coisificação e espetacularização do Patrimônio. Este certamente é um risco sempre presente em eventos como o Natal Luz.

Em conformidade com Gevehr, Vidal e Nandi (2014), com a globalização e o aumento da indústria mundial do turismo, há uma tendência muito grande em transformar o patrimônio cultural em produtos de consumo. Isso fica claro nos grandes eventos populares do Brasil, que atualmente são muito utilizados para incrementar a atividade turística local e Gramado constitui um exemplo perfeito.

Veloso (2006) chama atenção para a observação sobre o poder econômico e político relacionados a conglomerados de empresas que projetam o turismo com vinculação ao patrimônio. A partir do uso do Patrimônio como forma de estimular o comércio local, potencializa-se a criação de um cenário artificial a partir desta mercantilização. Com o passar do tempo, o turismo pode tornar-se apenas um comércio. Na linha de pensamento de Gevehr, Vidal e Nandi (2014), os comerciantes passam a utilizar-se dos espaços no entorno dos patrimônios utilizados para atração turística e passam a visualizar esses patrimônios apenas como forma de obtenção de lucros, hostilizando até mesmo a relação com o turista.

Oliveira (2008) observa que a criação de um cenário de cultura artificial, num primeiro momento faz com que os turistas sejam recebidos com entusiasmo. Depois, entretanto, as relações vão se deteriorando, tornando essas relações apenas comerciais, onde existe uma maior necessidade de atender de forma mais completa este turista e fazendo com que o prestador de serviço fique apático às atividades que potencializam o seu negócio, sendo estas, a cultura e o patrimônio.

Na conjuntura acima apresentada observa-se que o evento Natal Luz aumentou o fluxo de turistas, gerando uma mudança em Gramado no período de verão. Cabe uma análise sobre até que ponto este patrimônio cultural da sociedade gramadense tornou-se um objeto de consumo, ou apenas uma mercadoria, vista como forma de lucro, causando alterações e conflitos entre os diferentes grupos sociais atingidos pelas mudanças.

Deste modo, quando se fala em Patrimônio Cultural, é necessário compreender que este é fruto de relações sociais e da evolução de um grupo ou comunidade no seu processo histórico. Contudo, o patrimônio cultural não pode correr o risco de tornar-se apenas um objeto de consumo visando apenas ao lucro, pois quando isso acontece começa a perder os valores e significados coletivos.

2.2 Turismo e Desenvolvimento Regional

Para entender a evolução do turismo, será retomado o conceito de turismo e em qual setor da economia o turismo pertence. O turismo é classificado no setor terciário da economia, que corresponde ao setor serviços, visando à satisfação de diversas necessidades humanas, derivadas do deslocamento temporário das pessoas para destinações fora de seu local de residência e que tornam

indispensáveis serviços como transporte, alojamento, alimentação e entretenimento (LAGE; MILONE, 2000, p. 26).

O turismo hoje é considerado a principal atividade econômica, a maior “indústria” existente, superando setores tradicionais da economia, como a indústria automobilística, eletrônica e petrolífera. O setor tornou-se um grande gerador de postos de trabalho, produzindo 192 milhões de empregos diretos em nível mundial e um número incalculável de atividades paralelas (OLIVEIRA, 2001).

Tendo em vista os resultados que o turismo vem tendo como atividade econômica, é importante salientar que o Brasil é um polo turístico com imenso potencial, sendo que, após a estabilidade econômica, o brasileiro começou a viajar mais e aproveitar mais o tempo livre investindo em viagens. Nas palavras de Oliveira (2007), o setor do turismo deverá crescer de 4% a 7 % ao ano, correspondendo a aproximadamente 10% do PIB mundial, representando investimentos de capital superiores a US\$ 776 milhões em novas instalações e equipamentos. A Organização Mundial do Turismo (1998), por sua vez, prevê um crescimento no setor de 4% a 5% por ano, podendo atingir a meta de 6,7% no ano de 2020, enquanto se estima para a economia mundial, em seu todo, um crescimento inferior a 3% (OLIVEIRA, 2007, p. 194).

Para a quantificação de empregos gerados é admitida a hipótese de que o aumento na demanda final leva ao crescimento da produção na mesma proporção, implicando aumentos de emprego e expansão da renda, o que leva, por sua vez, ao aumento de demanda por bens de consumo por parte das famílias, implicando aumento da produção desses bens, o que resulta em aumento de emprego nesses setores (2002, p. 133).

De acordo com Lickorish (2000, p. 132), “quando um destino é bem sucedido, o gasto dos turistas é amplamente difundido, gerando um efeito multiplicador econômico”. O reflexo disso é que mais trabalhadores buscarão esse local, precisarão de mais casas para morar, lojas, transportes, serviços, etc., provocando a instalação de postos de gasolina, táxis, ampliação do comércio, enfim, dos serviços que atendem a população residente e os turistas.

O turismo vai muito além da geração de renda: o turismo é uma ferramenta transformadora, pois é um agente que resgata a tradição local e promove a inclusão social; com o aumento da economia local através do turismo há uma necessidade de treinar e qualificar os profissionais dessa área. Oliveira (2008) diz que “o turista quer

chegar à cidade e além da excelência na prestação dos serviços já comprados (estrutura física), ele quer receber a simpatia, o aconchego, o sorriso no rosto, enfim, a “alegria” em ser recepcionado pela comunidade local”.

Se os impactos forem positivos irá ocorrer um intercâmbio cultural entre turista e sociedade local. Quando há participação da sociedade local, o turismo possibilita uma variação e aumento dos gastos na própria comunidade, criando-se um ciclo de benefícios para a economia local e população.

Esse fato se observa no turismo, na Região das Hortênsias, durante os meses de verão, quando uma verdadeira multidão se dirige para a Serra em busca dos espetáculos Natalinos, gerando um impacto econômico e cultural, e segundo Steil (1998) provocando interação social e cultural entre os turistas e população local.

Além disso, pode-se observar que o turismo na Região das Hortênsias torna-se também um turismo no campo da religião, onde cria uma composição turística de valores, que segundo Steil (1998) acaba mesmo que de forma inconsciente uma tradição peregrina, produzindo além de um turismo de eventos e espetáculos, um turismo religioso.

O turismo, na concepção de Steil (1998), proporciona ao turista conhecer outro modo de viver; o autor ainda afirma que inicia-se neste processo, o de conhecimento do sentimento de pertencer ao grupo social, pois viajar consiste numa transação cultural, onde o turista reforça o sentimento de pertencimento ao seu próprio grupo.

Os impactos negativos também poderão atingir os núcleos turísticos. Conforme a Organização Mundial do Turismo – OMT (1998, p.11) são três os impactos negativos que o turismo pode trazer: impactos econômicos, impactos socioculturais e impactos ambientais.

O turismo cria um cenário de cultura artificial. Com o passar dos anos, o turismo torna-se apenas um comércio, porque os comerciantes locais passam a vê-lo apenas como forma de obtenção de lucros.

Reflete-se assim no impasse de que o Turismo por um lado conserva a cultura local, por outro cria um cenário de cultura artificial para os turistas. Num primeiro momento, os residentes receberiam os visitantes com entusiasmo e euforia, sendo visto como uma atividade que gera fonte de renda e prazer. Depois, com o aumento do fluxo de turistas, o contato entre eles e a comunidade local vai se

tornando menos pessoal, e a comunidade sente pressão por parte dos turistas de ter uma infraestrutura turística mais completa. Assim o turismo não se constitui mais em novidade, e os moradores tornam-se mais apáticos em relação à atividade, vendo-a como uma maneira de obter lucro fácil. Quando o fluxo de turistas aumenta ainda mais, gerando mudanças na localidade como preços elevados, podem afetar limites de tolerância e até provocar sabotagem por parte da comunidade, causando irritação e conflitos. Sendo assim, neste contexto a comunidade local passaria a agir com hostilidade em relação aos turistas (OLIVEIRA, 2008).

Nas palavras de Oliveira (2008), os impactos sócio culturais são a perda de identidade local, onde os comerciantes locais somente pensam no lucro e perdem a essência do bem atender: a hospitalidade.

Em relação à percepção dos conflitos do turismo, Ross (2002) expõe que ela diminui à medida que aumenta a distância entre a moradia dos residentes e a zona turística. É preocupante o fato de que o turismo vai contra o modo de vida da população local, gerando futuros conflitos, como: congestionamento no trânsito, aglomeração de gente, filas enormes no comércio, lotação em estacionamentos, alteração na aparência da comunidade, encarecimento do custo de vida, entre outros.

Com um número excessivo de turistas, a comunidade local pode perder a identidade local e criar efeitos socioculturais negativos.

No que tange aos impactos socioculturais, pode ocorrer perda de identidade local, consequência da influência da cultura exógena, trazida pelos turistas. Em pequenas localidades pode ocorrer uma mudança nos padrões de consumo, geralmente criados pelos hábitos de compra dos turistas, onde poderão ser despertadas necessidades de consumo até então estranhas aos moradores. Também se corre o risco do aumento de problemas sociais como consumo de drogas ilícitas, alcoolismo e prostituição (OLIVEIRA, 2008).

O turismo também contribui para o surgimento de comunidades criadas e inventadas como forma de atrair o interesse do turista. Na visão de Steil (1998), são inventadas as comunidades turísticas, criam estilos e padrões de culturais artificiais que diferem dos moldes culturais locais.

Outro fator muito estudado no turismo é a sazonalidade. De acordo com Droulers e Milani (2002), a sazonalidade decorre da concentração da demanda em um curto período de tempo; conseqüentemente, a polarização no espaço (que

corresponde a uma alta densidade de ocupação territorial) gera efeitos negativos para as regiões turísticas.

Almeida (2000) aponta que os prejuízos do turismo sazonal em muitas localidades são muito maiores do que o retorno que ele proporciona em épocas de temporada. Além disso, basta uma temporada ruim, com mau tempo, ou problemas na economia nacional, que um local demorará anos para se recompor economicamente. Ainda, segundo Mota (2001, p. 98), a sazonalidade produz consequências em diversos níveis: gera desemprego, mortalidade de microempresas, queda no faturamento de empresas turísticas, alteração no sistema de gestão, compromete a qualidade no atendimento, modifica a política promocional do produto turístico, altera preços, exige maior flexibilidade administrativa, dentre outras.

A sazonalidade é um problema que prejudica as regiões turísticas e pode se tornar um problema sério para o desenvolvimento local. Por isso, é fundamental saber gerenciar a oportunidade, analisando a realidade existente com objetividade, para não cair na tentação de adotar modelos de desenvolvimento turístico que perturbem a harmonia do desenvolvimento socioeconômico, agredam a cultura local, e provoquem um esgotamento acelerado dos recursos.

O problema da sazonalidade do turismo afeta seriamente a realidade socioeconômica de Gramado, já que o movimento turístico concentrava-se nos meses de inverno. Graças à multiplicação de eventos, distribuídos ao longo do ano, o fluxo turístico alcançou um significativo equilíbrio durante o ano todo.

Lins (2007) argumenta que o planejamento do turismo tem importantes contornos para a aprendizagem local sobre o setor turístico. Sua ideia é complementada pelas palavras de Cavaco (1996), que diz que é o planejamento que traz aprendizagem local, sendo esse aprendizado endógeno. Como estratégia para o desenvolvimento local, é fundamental ter-se os referenciais de desenvolvimento da mobilização dos próprios recursos.

Dando ênfase à importância do planejamento e a busca por novos caminhos que levem ao desenvolvimento, Hirschman (1988 *apud* Cavaco, 1996) destaca que “o desenvolvimento depende não tanto da combinação ótima de recursos e fatores de produção como de fazer aflorar e mobilizar recursos e capacidades escondidas, dispersas ou mal utilizadas”. Em outras palavras, “não há territórios condenados, mas apenas territórios sem projetos” (CAVACO, 1996). Neste sentido, o

planejamento é muito importante para o desenvolvimento local, e entende-se que uma região pode, a longo prazo, explorar o turismo, e o sucesso vai depender da capacidade dos agentes locais de envolverem a comunidade em torno de objetivos comuns para o desenvolvimento do turismo. Para Lins (2007), uma cidade turística sem planejamento não consegue competir com cidades turísticas planejadas. O autor ainda acrescenta que o turismo não traz benefícios imediatos - os resultados vem a longo prazo.

A intensificação do turismo não traz reflexos positivos automáticos na sociedade em termos do desenvolvimento local. Dinamizando várias atividades, exige consciência local que identifique e incorpore socialmente os benefícios decorrentes, minimizando efeitos desestruturantes de caráter social e no meio-ambiente pela busca da rentabilidade no menor espaço de tempo possível, o que caracteriza atitude autofágica. O planejamento e a política do turismo exige judiciosa relação entre sua exploração e o potencial dos recursos locais, sobretudo quando se trata de recursos naturais. Áreas de turismo sem controle e planejamento evidentemente não podem competir com destinações turísticas planejadas (LINS, 2007).

O desenvolvimento local através do turismo deve pressupor, interinamente, oportunidades de que os recursos disponíveis sejam aproveitados e as deficiências e carências sejam supridas sem o abalo do equilíbrio dinâmico de uma sociedade. O planejamento é o primeiro passo para a sociedade local alcançar o desenvolvimento através do turismo, mas para o sucesso é preciso que as fases seguintes tenham coordenação e cooperações entre os setores públicos e privados.

2.3 Turismo de Eventos: Modalidade para reduzir a sazonalidade e promover desenvolvimento local

O turismo de eventos desenvolve-se a cada ano, ampliando espaço em áreas turísticas. O volume de crescimento do turismo, especialmente o de eventos surge como forma de promover as regiões turísticas. Neste sentido, Britto e Fontes (2002) conceituam os eventos como acontecimentos planejados e organizados que agrupam pessoas em um espaço físico temporal. O turismo de eventos é uma atividade que favorece o desenvolvimento local, gera emprego, aumento de renda dos trabalhadores, investimentos de capital em novas oportunidades de negócio.

É interessante ter sempre em mente que a criação de um evento implica, principalmente, no aproveitamento das características originais da localidade com pré-disposição a sediá-lo, pois o objetivo maior não é apenas agradar ao público-alvo, mas também trazer divisas para a localidade receptora, divulgar os atrativos turísticos locais e gerar uma cadeia produtiva ao seu redor. Observa-se que Gramado voltou-se para a articulação e planejamento de eventos como forma de promover o turismo e, por consequência, o desenvolvimento do município.

A sazonalidade atrasa o desenvolvimento de municípios dependentes da renda gerada pelo turista, e torna ociosa a estrutura turística criada com esforços e investimentos, gerando ociosidade em toda a cadeia dependente do turismo, causando perda de renda para empresários e desemprego para a sociedade com o turismo convencional.

Neste contexto, Lins (2001) afirma que a promoção de eventos é uma alternativa que pode contribuir para manter alto o fluxo turístico, além de trazer lucros e consolidar a imagem de uma cidade turística. Silva (2003) aponta que os eventos contribuem para o aumento de visibilidade dos produtos. Crosdales e Tomazzoni (2010), ainda, completam dizendo que os eventos são alternativas para reduzir os problemas decorrentes da sazonalidade, sendo que os eventos têm um efeito multiplicador na economia, pois aumentam a movimentação dos diferentes setores da economia local.

Com o exposto, observa-se que Gramado conseguiu construir, através dos anos, uma estrutura turística para impulsionar o turismo de eventos, que aliada a sua estrutura natural e paisagística fez com que se tornasse um pólo turístico nacional.

Gramado construiu uma imagem de cidade européia e usa isso como forma de atrair turistas, mas além das belas paisagens fez surgir uma estrutura voltada também para eventos. Conforme a Prefeitura de Gramado (2015), a cidade consegue atender confortavelmente 41.700 pessoas em eventos diferenciados simultaneamente, sendo que a capacidade de atender pessoas nos eventos é maior que a população da cidade.

O autor australiano Getz (2007) diz que o impacto do turismo de eventos tem sido bem documentado, sendo importante investir nesta ideia para gerar competitividade para os destinos turísticos. O autor, ainda, completa dizendo que o turismo de eventos é novo, e apenas agora está sendo incorporado na indústria do turismo, sendo uma área vasta para pesquisa. Penteadó, citado por Silva (2003),

afirma que os eventos de forma geral são poucos estudados, sendo que o Brasil ainda está construindo uma tradição profissional na produção desta área.

O turismo de eventos pode ser visto como um setor novo que vem crescendo significativamente e está trazendo a oportunidade de criar empregos e empreendimentos, e isto é muito importante para o desenvolvimento de uma região. De acordo com o artigo da revista dos eventos (2004), citado por Britto e Fontes (2002), o setor de eventos é um dos que mais crescem no Brasil, gerando 2,9 milhões de empregos e atraindo mais de 80 milhões de participantes, provocando um resultado econômico para mais de uma centena de categorias econômicas.

Além de promover o desenvolvimento do turismo, os eventos podem resolver os problemas de sazonalidade em cidades que dependem do turismo, e assim fomentar o crescimento regional por meio de iniciativas capazes de promover o fluxo turístico na baixa estação.

Os eventos em Gramado tornaram-se fundamentais para manter a estrutura turística local, pois a cidade os têm o ano todo como forma de manter a estrutura disponível ao turismo convencional. Entre esses eventos, os principais são: Festival de Cinema; Festa da Colônia; Festival de Gastronomia; Festival de Publicidade; Festival do Turismo; Natal Luz; Chocofest.

Para Andrade (2002, p.41), os eventos constituem parte significativa na composição do produto turístico, atendendo intrinsecamente às exigências de mercado em matéria de entretenimento, lazer, conhecimento, descanso e tantas outras motivações. Podem representar, quando adequadamente identificados com o espaço onde se realizam, a valorização dos conteúdos locais, tornando-os parte destacada da atração.

A criação de um evento implica, principalmente, no aproveitamento das características originais da localidade com predisposição a sediá-lo, pois o objetivo maior não é apenas agradar ao público-alvo, mas também trazer divisas para a localidade receptora, divulgar os atrativos turísticos locais e gerar uma cadeia produtiva ao seu redor.

Oliveira (2001, p.64) informa que 40% do movimento turístico internacional acontece em função da realização de eventos. O autor afirma que esse é o tipo de turismo mais disputado pelos países, porque nessas ocasiões os produtos turísticos são vendidos em grandes quantidades, como passagens aéreas e rodoviárias, diárias em hotéis, refeições, *souvenirs*, produtos e serviços em geral, além da

intensa contribuição na divulgação dos atrativos naturais, culturais e artificiais da região sede do evento.

Neste contexto, os eventos podem ser uma alternativa para o turismo regional, tendo em vista o seu potencial econômico e social.

Há uma distinção marcante para os eventos, que é a sua capacidade de atração constante, em qualquer época, enquanto o Turismo tradicional é mais acentuado nos períodos de férias e de feriados prolongados, incorporando fatores significativos de modismos (ANDRADE, 2002, p.41).

Sendo assim, o turismo de eventos visa fomentar o fluxo turístico em diferentes épocas do ano, para tentar um maior equilíbrio entre a oferta e a demanda. Os eventos sempre promovem uma grande mobilização de profissionais para sua execução, e isso provoca uma grande movimentação econômica nas cidades. Coutinho e Coutinho (2008) apontam que o turista de eventos geralmente triplica seu gasto diário comparado a um turista de lazer. Dessa forma, apresenta-se como uma solução ideal para as cidades turísticas, pois as celebrações em baixa temporada encontram facilidades, já que a disponibilidade de locais para sediá-los aumenta.

No entanto, o turismo de eventos ainda é muito focado nos impactos econômicos, deixando de lado outros fatores importantes que os mesmos geram. Conforme Delamere *et al* (2001), são ignorados os impactos sociais, pois os eventos podem gerar efeitos profundos na comunidade. Langen e Garcia (2009) afirmam, ainda, que os efeitos socioculturais e ambientais são provavelmente mais importantes do que os econômicos, mas tendem a ser ignorados. Os autores ainda completam que especialmente os efeitos negativos são ignorados.

Delamere *et al* (2001) argumentam que é preciso compreender e tentar um equilíbrio entre os interesses econômicos, sociais, culturais, políticos e ambientais, sendo este equilíbrio importante e essencial na promoção de uma abordagem sustentável para o desenvolvimento de eventos dentro da comunidade

Getz, citando Delamere *et al* (2001), apresenta que alguns problemas que podem surgir com os eventos são: congestionamento do tráfego, problemas de estacionamento, aglomeração em lojas e instalações locais superlotadas, o que pode atrapalhar a vida dos habitantes locais, além da perda da identidade local, e destruição do patrimônio cultural.

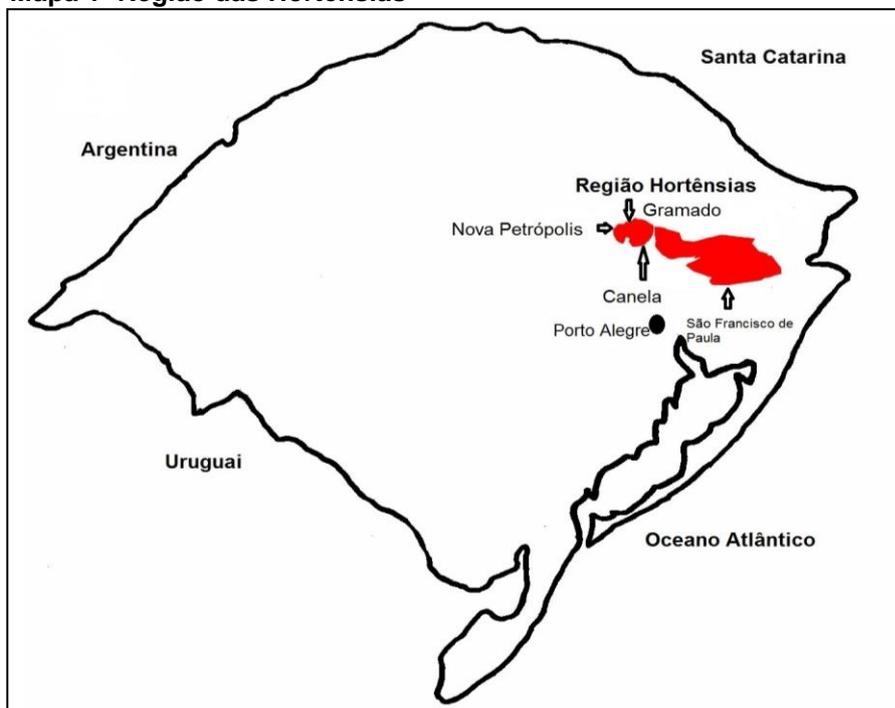
Neste sentido, é importante um planejamento local para explorar este segmento que surge como alternativa para o desenvolvimento das regiões turísticas. O planejamento deve ocorrer entre autoridades locais, organizadores dos eventos e comunidades, assim, de acordo com Delamere *et al* (2001), o resultado será um equilíbrio entre benefícios e custos.

O desenvolvimento local, através do turismo de eventos, deve pressupor, interinamente, oportunidades para que os recursos disponíveis sejam aproveitados e as deficiências e carências sejam supridas sem o abalo do equilíbrio dinâmico de uma sociedade.

3 ASPECTOS GERAIS DA REGIÃO DAS HORTÊNSIAS

A Região das Hortênsias, no Rio Grande do Sul, compõe-se de quatro municípios: Canela, Gramado, Nova Petrópolis e São Francisco de Paula. O trabalho aborda o espaço geográfico da Região das Hortênsias, pois essa denominação, segundo Tomazzoni (2007), foi dada às quatro localidades que têm a hortênsia como flor característica. O mapa objetiva a localização da região, bem como a sua distância de Porto Alegre.

Mapa 1- Região das Hortênsias



Fonte: Autor (2014).

O quadro 1 mostra o Produto Interno Bruto (PIB) da Região das Hortênsias e dos municípios que a compõe, em comparação com o PIB do Rio Grande do Sul, no período de 2006 a 2011.

Quadro 1- PIB da Região das Hortênsias e do Rio Grande do Sul 2006-2011

Estado - Região - Municípios	2006 (R\$ mil)	2007 (R\$ mil)	2008 (R\$ mil)	2009 (R\$ mil)	2010 (R\$ mil)	2011 (R\$ mil)
Rio Grande do Sul	156.826.932,00	176.615.073,00	199.494.246,00	215.863.879,00	252.482.597,00	263.633.398,00
Canela	288.805,00	314.411,44	332.358,60	370.448,38	432.162,12	462.402,02
Gramado	390.965,60	441.109,14	464.441,57	506.180,44	629.430,03	683.986,50
Nova Petrópolis	254.623,31	283.424,68	298.217,69	346.486,47	400.634,28	435.897,27
São Francisco de Paula	208.440,00	219.140,00	266.922,00	323.078,00	326.144,00	310.665,72
Região das Hortênsias	1.142.833,91	1.258.085,26	1.361.939,86	1.546.193,29	1.788.370,43	1.892.951,52

Fonte: FEE (2014).

No quadro 1, percebe-se que o município de Gramado destaca-se com uma participação de 36% no PIB regional no ano de 2011. Outro aspecto que o quadro apresenta refere-se ao PIB de São Francisco de Paula que teve retração de 2010 para 2011, caindo 4,75%, sendo que todos os demais municípios apresentaram um crescimento próximo à média estadual. Assim, enquanto o PIB do município de Gramado cresceu 8,67%, Canela teve 7% de crescimento e Nova Petrópolis foi o município que mais cresceu no período, chegando a 8,80% de crescimento. Já o estado do Rio Grande do Sul, apresentou um crescimento de 9,04%.

Quadro 2- População e Área dos Municípios

Região das Hortênsias			
Municípios	População/ 2012	Área km ²	Área km ² %
Canela	40006	254,60	6,3%
Gramado	32758	237,00	5,8%
Nova Petrópolis	19432	291,10	7,2%
São Francisco de Paula	20761	3273,50	80,7%
Total	112957	4056,20	100%

Fonte: FEE (2014).

A região tem aproximadamente 4056.20 km², sendo que São Francisco de Paula responde por cerca de 80% da área total. A região apresentava um PIB de R\$1,8 bilhão no ano de 2011, sendo que a região contava com uma população total de 112.957 habitantes em 2012. Canela concentrava 35,41% dos habitantes da Região das Hortênsias no ano de 2012.

3.1 Estruturas do valor adicionado bruto da Região das Hortênsias

Os quadros 03, 04 e 05 mostram a evolução do valor agregado Bruto do estado Rio Grande do Sul e faz uma comparação com a Região das Hortênsias e seus municípios.

Quadro 3-VAB a Preços Básicos Taxa Crescimento 2005 a 2011 – Agropecuários

Agropecuária						
Município	2005 a 2006 cres	2006 a 2007 cres	2007 a 2008	2008 a 2009	2009 a 2010	2010 a 2011
Estado Rio grande Sul	0,43	0,2	0,2	0,03	0,02	0,1
Canela	0,44	-0,04	-0,11	0,25	-0,02	-0,04
Gramado	0,2	-0,31	0,18	0,17	-0,08	0,03
Nova Petrópolis	0,17	0	0,08	0,04	0,14	0,42
São Francisco de Paula	0,26	-0,04	0,45	0,31	-0,17	-0,2
Região das Hortênsias	0,25	-0,06	0,32	0,25	-0,11	-0,07

Fonte: Adaptado FEE (2014).

Quadro 4- VAB a Preços Básicos Taxa Crescimento 2005 a 2011 – Indústrias

Indústria						
Município	2005 a 2006 cres	2006 a 2007 cres	2007 a 2008	2008 a 2009	2009 a 2010	2010 a 2011
Estado Rio grande Sul	0,02	0,07	0,12	0,21	0,16	-0,04
Canela	-0,03	0,05	-0,12	0,36	0,16	0,07
Gramado	0,11	0,19	-0,08	0,25	0,27	-0,04
Nova Petrópolis	0,07	0,13	-0,06	0,39	0,05	0,02
São Francisco de Paula	-0,17	0,07	0,03	0,3	0,2	0,02
Região das Hortênsias	0,04	0,13	-0,07	0,32	0,17	0,01

Fonte: Adaptado FEE (2014).

Quadro 5- VAB a Preços Básicos Taxa Crescimento 2005 a 2011 – Serviços

Serviços						
Município	2005 a 2006 cres	2006 a 2007 cres	2007 a 2008	2008 a 2009	2009 a 2010	2010 a 2011
Estado Rio grande Sul	0,10	0,13	0,12	0,10	0,16	0,04
Canela	0,07	0,10	0,06	0,12	0,17	0,07
Gramado	0,09	0,14	0,04	0,10	0,24	0,08
Nova Petrópolis	0,09	0,12	0,04	0,18	0,15	0,10
São Francisco de Paula	0,12	0,06	0,22	0,21	0,00	-0,05
Região das Hortênsias	0,09	0,11	0,08	0,15	0,15	0,06

Fonte: Adaptado FEE (2014).

Os quadros dos valores agregados deixam claro que o setor que mais cresceu na Região das Hortênsias foi o setor de serviços, o mesmo fenômeno se observa no Rio Grande do Sul. O município de Gramado destacou-se apresentando maior crescimento no período de 2005 a 2011.

O quadro 06 mostra um leve crescimento no setor dominante de serviços na Região das Hortênsias como um todo, sendo que em 2005 tinha uma participação de 73,96 % e em 2011 o setor de serviços a correspondeu a 75,55 % do valor agregado.

O quadro 06 ainda evidencia o setor de serviços como sendo o mais importante da economia da Região das Hortênsias, onde o Valor Adicionado dos Serviços (ao qual o turismo pertence) correspondeu no período de 2005-2011, a

74% do total. O único município da região que tem a estrutura do valor agregado mais concentrada na agropecuária é São Francisco de Paula, pois tem suas bases econômicas na produção de madeiras e pecuária.

Quadro 6- VAB a Preços Básicos- Participação no Valor Agregado

Municipios-Estado-Região	Setores	Valores Agregados						
		2005 (R\$ mil)	2006 (R\$ mil)	2007 (R\$ mil)	2008 (R\$ mil)	2009 (R\$ mil)	2010 (R\$ mil)	2011 (R\$ mil)
Estado Rio grande Sul	Agropecuária	8.764.507,00	12.570.985,00	15.118.200,00	18.117.031,00	18.622.363,00	19.026.837,00	20.913.952,00
	Indústria	37.469.422,00	38.153.425,00	40.923.746,00	45.708.151,00	55.173.909,00	63.989.289,00	61.158.495,00
	Serviços	123.742.471,00	135.612.452,00	153.732.796,00	172.252.265,00	188.902.506,00	219.048.035,00	227.717.100,00
Canela	Agropecuária	5.541,00	7.958,00	7.673,00	6.796,00	8.480,00	8.281,00	7.914,00
	Indústria	52.662,00	51.326,00	53.895,00	47.596,00	64.764,00	75.301,00	80.884,00
	Serviços	246.471,00	262.787,00	289.046,00	305.841,00	342.196,00	400.690,00	427.375,00
Gramado	Agropecuária	9.753,00	11.675,00	8.025,00	9.499,00	11.083,00	10.240,00	10.507,00
	Indústria	79.572,00	88.432,00	105.091,00	96.949,00	120.941,00	154.172,00	148.335,00
	Serviços	309.573,00	337.939,00	383.972,00	399.020,00	440.241,00	545.761,00	591.225,00
Nova Petrópolis	Agropecuária	20.682,00	24.136,00	24.025,00	25.905,00	26.892,00	30.649,00	43.391,00
	Indústria	72.649,00	77.684,00	87.732,00	82.895,00	115.574,00	121.230,00	123.083,00
	Serviços	207.009,00	225.624,00	252.094,00	262.309,00	308.640,00	353.513,00	388.221,00
São Francisco de Paula	Agropecuária	64.628,00	81.702,00	78.546,00	114.141,00	149.487,00	124.330,00	99.335,00
	Indústria	25.352,00	20.986,00	22.379,00	23.081,00	30.110,00	36.100,00	36.727,00
	Serviços	176.558,00	197.389,00	208.663,00	255.217,00	309.142,00	309.883,00	293.256,00
Região das Hortênsias	Agropecuária	100.604,00	125.471,00	118.269,00	156.341,00	195.942,00	173.500,00	161.147,00
	Indústria	230.235,00	238.428,00	269.097,00	250.521,00	331.389,00	386.803,00	389.029,00
	Serviços	939.611,00	1.023.739,00	1.133.775,00	1.222.387,00	1.400.219,00	1.609.847,00	1.700.077,00

Fonte: Adaptado FEE (2014).

Quadro 7- VAB a Preços Básicos- Participação no Valor Agregado em Percentual

Municipios-Estado -Região	Setores	Valor Agregados em Pcentual						
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Estado Rio grande Sul	Agropecuária	5,16	6,75	7,21	7,67	7,09	6,30	6,75
	Indústria	22,04	20,48	19,51	19,36	21,00	21,18	19,74
	Serviços	72,80	72,78	73,28	72,96	71,91	72,52	73,51
Canela	Agropecuária	1,82	2,47	2,19	1,89	2,04	1,71	1,53
	Indústria	17,28	15,94	15,37	13,21	15,59	15,55	15,67
	Serviços	80,90	81,59	82,44	84,90	82,37	82,74	82,80
Gramado	Agropecuária	2,44	2,67	1,61	1,88	1,94	1,44	1,40
	Indústria	19,95	20,19	21,14	19,18	21,13	21,71	19,78
	Serviços	77,61	77,15	77,24	78,94	76,93	76,85	78,82
Nova Petrópolis	Agropecuária	6,89	7,37	6,60	6,98	5,96	6,06	7,82
	Indústria	24,19	23,72	24,11	22,34	25,62	23,99	22,19
	Serviços	68,92	68,90	69,28	70,68	68,42	69,95	69,99
São Francisco de Paula	Agropecuária	24,25	27,23	25,37	29,09	30,59	26,44	23,14
	Indústria	9,51	6,99	7,23	5,88	6,16	7,68	8,55
	Serviços	66,24	65,78	67,40	65,03	63,25	65,89	68,31
Região das Hortênsias	Agropecuária	7,92	9,04	7,78	9,60	10,17	7,99	7,16
	Indústria	18,12	17,18	17,69	15,38	17,19	17,82	17,29
	Serviços	73,96	73,78	74,53	75,03	72,64	74,18	75,55

Fonte: Adaptado FEE (2014).

A exposição dos dados acima confirma que o setor de serviços é o mais importante na Região das Hortênsias e que em particular o turismo corresponde por grande parte da economia da região.

3.2 Estrutura turística da Região das Hortênsias

A evidência mostra que o turismo pode dar uma contribuição real para o desenvolvimento de uma região, e no caso de certos lugares mais remotos e deprimidos, é a atividade econômica que tem maior potencial para alavancar o crescimento local. Este papel tem a ver com a possibilidade de tirar partido dos recursos endógenos desses territórios. No caso da Região das Hortênsias há um importante potencial turístico, já explorado em parte, sendo resultado da variedade e singularidade dos seus recursos naturais, e as belas paisagens do alto da serra, a riqueza da história da região, a variedade gastronômica e de muitas manifestações culturais.

Nesta parte do trabalho pretende-se mostrar a estrutura turística da região das hortênsias, tendo como base dados fornecidos pelas secretarias de turismo dos quatro municípios em estudo. Segundo dados das secretarias de turismo, pode-se perceber no quadro 8 que os municípios têm uma capacidade hoteleira total de 19.813 leitos. Esses leitos estão distribuídos em 277 hotéis e pousadas. Além disso, os municípios apresentam um total de 340 restaurantes e bares para atender os turistas que visitam a Região. O quadro 8 sintetiza estas informações relativas ao ano de 2014.

Quadro 8- Estrutura Turística da Região das Hortênsias – 2014

Estrutura Turística	Canela	Gramado	N. Petrópolis	São F. de Paula	Região Hortênsias
Total de Leitos	6.000	12.000	1.498	315	19.813
Hotéis /Pousadas	64	154	33	26	277
Restaurantes /Bares	84	169	48	39	340
Taxis	27	35	23	43	128
Agencias de tur. Receptivos	16	54	10	1	81
Atrativos e pontos turísticos	24	43	15	22	104
Locadoras de Carros	7	17	1	0	25

Fontes: Secretária de Turismo de Canela, Gramado, Nova Petrópolis e São Francisco de Paula (2014).

Além das belezas naturais da Região das Hortênsias, pode-se dizer que a gastronomia dos municípios é um atrativo que diferencia a região. Além de toda a estrutura hoteleira, o local conta com 340 restaurantes e bares, com capacidade de

atender mais de 30 mil pessoas simultaneamente. Esta grande variedade traz excelentes alternativas ao turista que vem a esta área. Na Região das Hortênsias a parte gastronômica tem uma fundamental importância para o desenvolvimento do turismo, sendo que esse tema merece uma pesquisa mais aprofundada. Os municípios construíram uma imagem da gastronomia local que reporta às cidades européias, sendo que quando se refere à gastronomia da Região das Hortênsias, o turista imediatamente lembra-se da culinária típica alemã e italiana.

3.3 Principais pontos turísticos da Região das Hortênsias

Esta sessão pretende apresentar os principais pontos turísticos de cada município da Região das Hortênsias, segundo dados fornecidos pelas secretarias de turismo dos municípios.

3.3.1 Pontos turísticos de Canela

O município de Canela apresenta 24 atrativos turísticos, sendo que destes destacam-se: o Parque do Caracol, o Mundo a Vapor, o Parque Terra Mágica Florybal, o Vale da Ferradura e a Catedral de Pedra.

A Cascata do Caracol tem uma queda livre de 131 metros de altura, tendo como principal atração deste parque a escada de 730 degraus que conduz até a base da cascata. Segundo a Secretaria de Turismo de Canela (2014), no Parque do Caracol também existe um observatório ecológico, o qual consiste de um elevador panorâmico que conduz a uma plataforma envidraçada a 27m de altura, permitindo uma visão de 360 graus do Parque Estadual do Caracol.

Figura 1- Cascata do Caracol

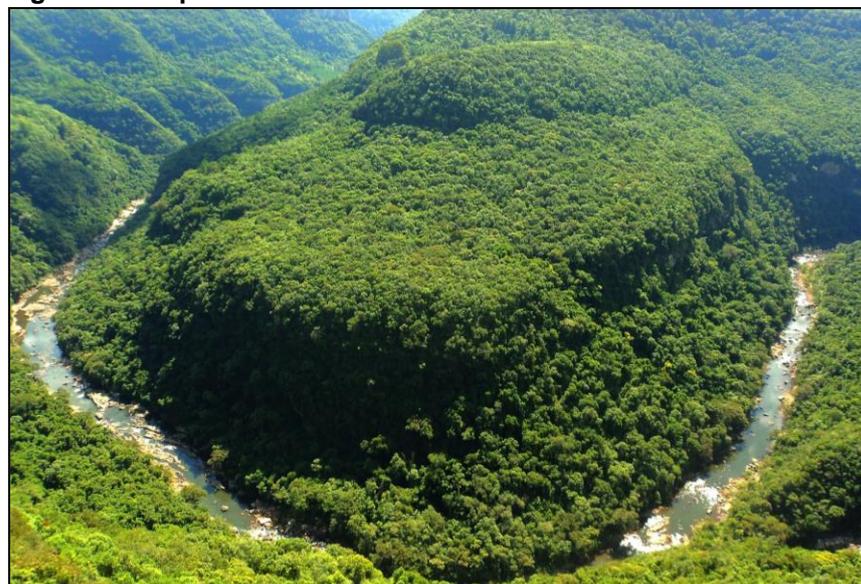


Fonte: Site Prefeitura Canela (2014).

No Parque Vale da Ferradura, a natureza é um espetáculo à parte, onde há belas paisagens aliada com uma grande variedade de animais silvestres. Encontram-se no parque animais como: quati, macaco-prego, bugio-ruivo, cutia, gambá, veado-mateiro, graxaim e muitos roedores. Sendo um lugar muito procurado para o turismo de aventura, como trilhas e rapel.

O Parque Vale da Ferradura está localizado ao norte do município de Canela. A área do parque faz parte da bacia hidrográfica do rio Caí. Nesta bacia, existem 11 Unidades de Conservação municipais e particulares, duas estaduais e uma Federal.

Figura 2- Parque Vale da Ferradura



Fonte: Site Prefeitura Canela (2014).

Segundo a Secretaria de Turismo de Canela (2014), o Mundo a Vapor é um parque temático que mostra a época em que o mundo era movido pela força a vapor.

Figura 3- Mundo a Vapor



Fonte: Site Mundo a Vapor (2014).

A Terra Mágica Florybal é um parque novo na Região das Hortênsias, mas está se destacando e atraindo milhares de turistas devido às suas tecnologias e ambientes temáticos. Neste parque existem réplicas de dinossauros que se movem e emitem sons característicos das espécies. A figura 4 apresenta o pórtico de entrada do parque, onde um gigante de pedra impressiona os visitantes.

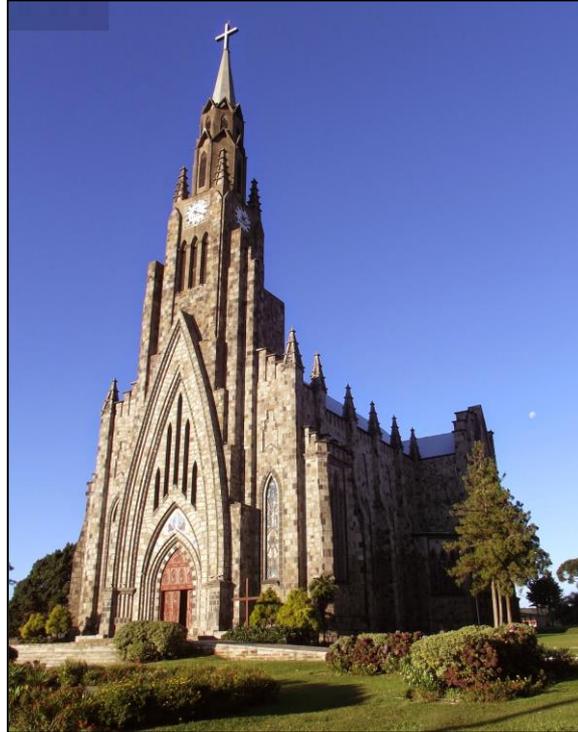
Figura 4- Entrada do Parque Terra Mágica Florybal



Fonte: Site parque terra magica Florybal (2014).

A Catedral de Pedra Nossa Senhora de Lourdes encontra-se no centro de Canela e sua beleza é grandiosa e imponente pelo estilo gótico inglês. Possui uma torre de 65 metros de altura e um carrilhão de 12 sinos.

Figura 5- Catedral de Pedra Nossa Senhora de Lourdes de Canela



Fonte: Site Prefeitura de Canela (2014).

3.3.2 Pontos turísticos de Gramado

O município de Gramado apresenta 43 atrativos turísticos. Os principais pontos são: Lago Negro, Rua Coberta, Lago Joaquina Rita Bier, Mini Mundo, Snowland, Aldeia do Papai Noel, Museu de Cera, Museu do Automóvel, entre outros.

Segundo a Prefeitura de Gramado (2014), inicialmente, o Lago Negro chamava-se Vale do Bom Retiro. Após um incêndio que arrasou a imensa mata existente na região, Leopoldo Rosenfeldt reconstruiu o lago, decorando suas margens com árvores importadas da Floresta Negra da Alemanha, daí seu nome, Lago Negro. Suas águas são profundas e de um verde escuro carregado, refletindo o alto dos pinheiros que se alternam com o colorido das azaléias no inverno e o azul das hortênsias no verão.

Figura 6- Lago Negro



Fonte: Site Prefeitura de Gramado (2014).

O Lago Joaquina Rita Bier também foi Idealizado por Leopoldo Rosenfeldt. Possui 17.000m², num espaço cercado de casas de veraneio, hotéis e araucárias com mais de 70 anos. O lago é embelezado por uma pequena ilha em seu interior. Neste Lago é realizada uma das principais atrações do evento Natal Luz, o espetáculo Nativitaten.

Figura 7- Lago Joaquina Rita Bier



Fonte: Site Prefeitura de Gramado (2014).

O município de Gramado vem, nos últimos anos, destacando-se num conjunto de atrativos turísticos privados, sendo que em 2013 foi inaugurado o primeiro parque da neve das Américas. O Snowland oferece diversas atividades na neve para todas as idades, incluindo esqui, snowboard, Tubing, snowplay e várias outras atrações na

neve. Segundo site do Snowland (2014), só existem sete parques cobertos no mundo e com neve o ano inteiro, igual ao Snowland.

Figura 8- Parque Snowland



Fonte: Site Snowland (2014).

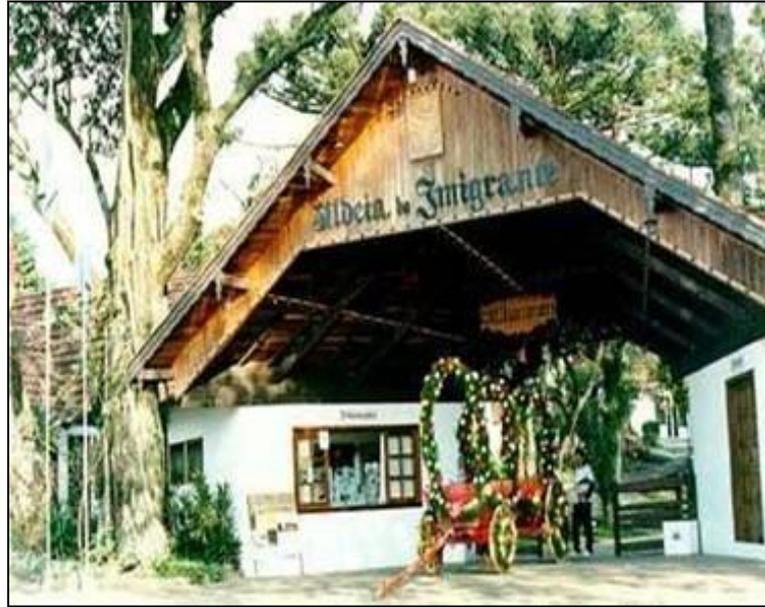
A Prefeitura de Gramado concedeu o troféu Gramado empreendedor de 2014 a sete empresas que apresentaram maior valor de contribuição de ISSQN, sendo que conforme a Prefeitura de Gramado (2014), o Parque Snowland, em seu primeiro ano de funcionamento, foi homenageado com esse troféu, pois foi uma das empresas que mais arrecadou o ISSQN para o Município.

3.3.3 Pontos turísticos de Nova Petrópolis

O município de Nova Petrópolis apresenta 15 atrativos turísticos, sendo que destes destacam-se o Parque Aldeia do Imigrante, Labirinto Verde e Monte Mallakoff.

Em conformidade com a Secretaria do Turismo de Nova Petrópolis (2014), o parque Aldeia do Imigrante é o atrativo turístico de maior destaque no município. Foi criado para resgatar e preservar o passado histórico dos imigrantes que colonizaram esta região, predominando a imigração alemã. O Parque está dividido em dois espaços, sendo o primeiro a Aldeia Bávara e o segundo a Aldeia Histórica, na qual há a representação da história dos primeiros imigrantes em forma de Museu.

Figura 9- Parque Aldeia do Imigrante



Fonte: Site Prefeitura Nova Petrópolis (2014).

O município de Nova Petrópolis teve um grande auxílio da comunidade local para formar seus atrativos turísticos, um exemplo é o labirinto verde, pois Nova Petrópolis é hoje conhecida nacionalmente por esse produto turístico.

Figura 10- Labirinto Verde



Fonte: Site Prefeitura Nova Petrópolis (2014).

O Monte Mallakoff tem paredes de pedra basáltica, com paredões de mais de 100 metros de altura. No alto, encontra-se uma pedra meio suspensa, conhecida como Pedra do Silêncio. É propício para escalada o ano inteiro e considerado uma

das formações mais difíceis de escalar do mundo. Está localizado numa área repleta da mata nativa com diversas trilhas, num total de 16 hectares.

Figura 11- Monte Mallakoff



Fonte: Site Prefeitura Nova Petrópolis (2014).

3.3.4 Pontos turísticos de São Francisco de Paula

O Município de São Francisco de Paula apresenta 22 atrativos turísticos. Os principais pontos são: Lago São Bernardo, Livraria Miragem e suas Barragens. A cidade de São Francisco de Paula destaca-se por ter vários atrativos turísticos Naturais, como cascatas, parques ecológicos, barragens e grandes fazendas históricas.

De acordo com a Secretária do Turismo de São Francisco de Paula, o Lago São Bernardo é o cartão postal de São Chico¹, localizado no centro do município. Possui uma extensão de 1.900 metros e profundidade média de 5 metros. É um local de muita beleza e tranquilidade, ideal para a apreciação das belas paisagens naturais que ali se encontram.

¹ Nome utilizado para referenciar-se São Francisco de Paula.

Figura 12- Lago São Bernardo



Fonte: Site Prefeitura São Francisco de Paula (2014).

O município de São Francisco de Paula tem uma atração turística bem incomum na Região das Hortênsias. O município conta com uma das melhores Livrarias do estado do Rio Grande do Sul, a livraria Miragem. O que chama atenção na livraria, que também é umas das principais atrações do local, é a sua história, onde uma professora aposentada torna realidade seu sonho, e construiu no interior do estado um centro cultural de mais de dois mil metros quadrados, tendo em seu interior uma capela do ano 1918 nas condições originais.

Figura 13- Livraria Miragem



Fonte: Site Prefeitura São Francisco de Paula (2014).

As barragens de São Francisco de Paula também se destacam por suas belezas naturais e atraem um número significativo de turistas para a região. Em São

Chico encontram-se quatro barragens: A Barragem do Blang que fica a 14 km do centro da cidade; a Barragem da Divisa, que se encontra a 35 km do centro; a Barragem do Bugre faz ligação com a Barragem do Salto, localizado no distrito de Eletra, a 23 km da sede do município. As Barragens são fontes alimentadoras do sistema energético e são de propriedade da Companhia Estadual de Energia Elétrica do Rio Grande do Sul.

Figura 14- Principal Barragem de São Chico (Salto)



Fonte: Site Prefeitura São Francisco de Paula (2014).

As grandes fazendas de São Francisco de Paula são atrativos turísticos do município, muitos turistas da região metropolitana buscam essas propriedades para conhecer e desfrutar o estilo de vida campeiro. Geralmente nessas fazendas são oferecidos aos visitantes o tradicional churrasco gaúcho e passeios a cavalos.

4 TRAJETÓRIA DO EVENTO NATAL LUZ E SUAS PRINCIPAIS ATRAÇÕES. IMPACTOS DO EVENTO NATAL LUZ EM GRAMADO E REGIÃO DAS HORTÊNSIAS

4. 1 Evolução de Gramado e o surgimento dos principais eventos

Gramado está localizada na serra gaúcha, a 115 km da capital do Estado – Porto Alegre. Segundo dados da Fundação de Economia e Estatística do Rio Grande do Sul - FEE, o município contava em 2013, com 33.187 habitantes. Conforme o censo de 2010 do IBGE, a população urbana de Gramado alcançava 29.013 pessoas, e a população residente na área rural era de 3.260 pessoas.

Os autores Gevehr, Vidal e Nandi (2014) contam que em 1918 surgiu o primeiro estabelecimento de hospedagem em Gramado, o Hotel Bertolucci, mas só em 1930, depois de concluído o processo de colonização, e tendo o trem como via de ligação à Capital do Estado, Gramado ganhou forma e tamanho de uma cidade turística, devido às suas belezas naturais.

Os primeiros a visitarem Gramado eram chamados de veranistas, pois frequentavam Gramado nos meses de verão, buscando as temperaturas mais amenas; provinham principalmente da região metropolitana de Porto Alegre. Os principais atrativos da época eram o clima ameno, os rios, riachos e lagos, e inúmeras cascatas exuberantes. O movimento turístico durante o inverno era insignificante devido à falta de estrutura local.

Esse período foi muito próspero para Gramado, tendo se firmado como cidade turística do Rio Grande do Sul. Geralmente as pessoas que moravam na capital tinham Gramado como destino para gozar os finais de semana, além de servir como colônia de férias no verão.

Em meados de 1950 o processo de desenvolvimento da região passa por uma forte estagnação, já que o turismo nessa cidade sofre uma redução significativa. Vidal, Burkhard e Morais (2014) apontam dois motivos como causa do fenômeno:

O primeiro foi o surgimento do veraneio no litoral gaúcho, quando surgiram os balneários turísticos junto ao litoral. O segundo foi o processo iniciado pelo Governo Federal de troca da matriz de transporte ferroviário para a matriz de transporte rodoviário. (VIDAL; BURKHARD; MORAIS, 2014, p.159).

Em 1954 Gramado consegue sua emancipação política. Com a autonomia administrativa, consegue reverter a crise, intensificando o processo de desenvolvimento do município. O período é um marco para o processo de consolidação de uma região turística, pois os primeiros administradores almejavam aumentar o número de turistas nos meses de verão. E assim criaram, em 1958, a Festa das Hortênsias.

Quando essa festa surgiu, em dezembro de 1958, Gramado despontou para o turismo de eventos e foi com essa iniciativa que os Gramadenses investiram nesse nicho turístico. A Festa das Hortênsias foi o marco inicial de todos os eventos em Gramado e foi inspirada nas plantações de hortênsias que cobriam as entradas da cidade, com objetivo de atrair os turistas durante os meses de verão.

A partir dessa festa, Gramado tornou-se conhecida nacionalmente, e desde então o turismo local tem se direcionado para uma constante produção de eventos que, cada vez mais, tornaram-se indispensáveis para sustentar a infraestrutura turística no município. Através do tempo, Gramado conseguiu acompanhar mudanças e as tendências do turismo. Por meio do empreendedorismo de seu povo, conseguiu aliar as belezas naturais a um espírito inovador, e desenvolveu uma das melhores e mais sofisticadas estruturas de eventos do Brasil.

A Festa das Hortênsias teve como primeiro filho a Feira Nacional de Artesanato (FEARTE), que foi o primeiro evento nacional que aconteceu em Gramado. Era um evento voltado a mostrar o artesanato da cidade para o Brasil, e contou com a participação de artesões de todo o país. Este foi o único evento ligado à Festa das Hortênsias que teve uma vida curta, pois deixou de ser realizado a partir de 1988.

A partir da Festa das Hortênsias também foram criados os principais eventos que Gramado tem na atualidade: o Natal Luz, o Festival de Cinema e a Festa do Colono. O Festival de Cinema nasceu no ano de 1969, quando dentro da Festa das Hortênsias foram apresentadas duas mostras de filmes. A Festa da Colônia surgiu no ano de 1985, inicialmente voltada para a comunidade local, mas hoje transformou-se em uma das principais festas populares de Gramado.

A Festa das Hortênsias, através dos anos, foi reinventada e diversificada para outros eventos, sempre com o objetivo de atrair turistas e promover o município nos meses de verão. Vidal, Burkhard e Morais (2014) afirmam que Gramado, a partir da

Festa das Hortênsias, passou a aprender e transformar seu espaço em um território turístico.

4. 2 Natal Luz

A Festa das Hortênsias teve seu término no ano de 1986, e neste mesmo ano iniciou o 1º Natal Luz de Gramado (GENEROSI, 2011). As figuras 15 e 16 apresentam a programação da 12ª Festa das Hortênsias e 1º Natal Luz de Gramado.

Figura 15 - Capa do Folheto Programação



Fonte: Museu Hugo Daros (2014).

Figura 16- Folheto Programação

programa:

Programação Oficial da 12ª Festa das Hortênsias

20/12/86 - Sábado
 08:00h - Alvorada Festiva.
 18:00h - Apresentação das candidatas a rainha das Hortênsias - com desfile pela cidade.
 21:00h - Abertura do 1º Natal Luz com a participação de 25 corais do Rio Grande do Sul, que farão uma caminhada musical natalina do Lago Joaquina Rita Bier à Praça da Matriz.
 22:00h - Abertura oficial da 12ª Festa das Hortênsias com entrega da chave da cidade pelo Prefeito Municipal ao Papai Noel.
 Local: Praça da Matriz.
 22:15h - Concerto de Natal com a Orquestra Sinfônica de Porto Alegre, com acompanhamento de 600 coralistas, e regência do maestro Eleazar de Carvalho.
 Local: Praça da Matriz.
 24:00h - Espetáculo Pirotécnico - Igreja Matriz.

21/12/86 - Domingo
 16:00h - Escolha da rainha da 12ª Festa das Hortênsias com Show Banda "Os Eles".
 Local: Lago Joaquina Rita Bier.

24/12/86 - Quarta-feira
 23:00h - Noite de Natal - Presépio Vivo
 Local: Praça da Matriz.

27/12/86 - Sábado
 15:00h - Prova de Kart
 Local: Centro.

28/12/86 - Domingo
 17:00h - Encerramento do 1º Natal Luz, com despedida do Papai Noel.
 Local: Praça Major Nicoletti.

31/12/86 - Quarta-feira
 18:30h - Show - Grupo Canto Livre
 Local: Praça Major Nicoletti

02/01/87 - Sexta-feira
 20:30h - Grande Show no Lago Joaquina Rita Bier:
 Borghetti e Grupo
 Banda Garotos da Rua
 Espetáculo Pirotécnico

03/01/87 - Sábado
 20:00h - Homenagem às famílias de Gramado
 Local: Sociedade Recreio Gramadense.

04/01/87 - Domingo
 12:00h - Grande Prêmio Gramado Anos 60.
 (Prova automobilística de Gordini e DKW)
 Padrinho: Francisco Landi
 Local: Gramado Cross Clube

10/01/87 - Sábado
 10:00h - Inauguração das novas instalações da Prefeitura Municipal de Gramado.
 23:00h - Baile de coroação da rainha da 12ª Festa das Hortênsias.
 Local: Sociedade Recreio Gramadense.

11/01/87 - Domingo
 16:00h - Desfile de encerramento da 12ª Festa das Hortênsias, com carros alegóricos de flores e rainhas de todo o Brasil.

Promoção:
**PREFEITURA MUNICIPAL
 DE GRAMADO**

Hugo Daros

Fonte: Museu Hugo Daros (2014).

O Natal Luz teve seu início com quatro espetáculos no âmbito da Festa das Hortênsias, em apenas oito dias de evento (20/12/1986 a 28/12/1986). Em sua 29ª edição, o acontecimento teve uma duração de 77 dias (31 outubro a 15 janeiro), e conta com mais de 500 apresentações. O Natal Luz, nos dizeres de Gevehr, Vidal e Nandi (2014), é o maior evento natalino do Brasil e também o principal evento do município de Gramado.

4.3 Natal Luz - a evolução no período de 2003 a 2013: os impactos do evento Natal Luz em Gramado e região

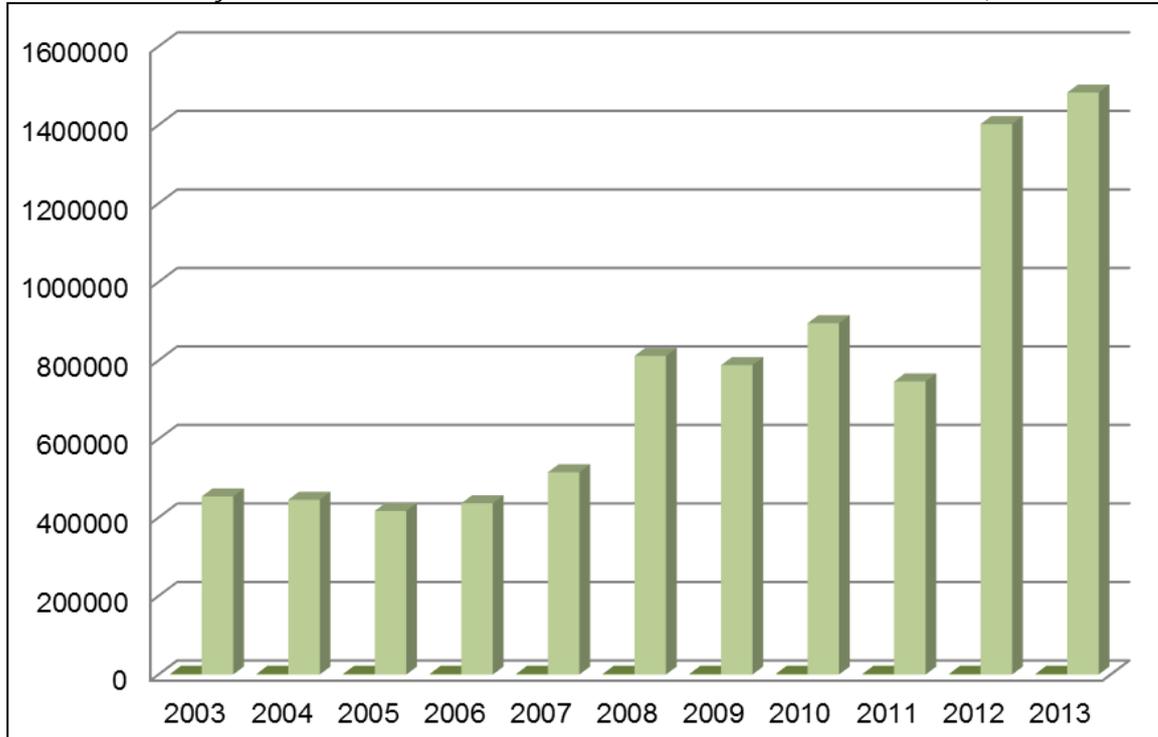
O evento Natal Luz foi criado para reduzir o impacto da sazonalidade² em Gramado nos meses de verão, e tornou-se, com o passar dos anos, o principal evento da serra gaúcha. A região cujo principal atrativo concentra-se nos meses de inverno, tem conseguido prolongar e aumentar o fluxo turístico fora dessa temporada e cria uma segunda alta temporada no município de Gramado e região. O evento que iniciou com uma caminhada iluminada e vozes entoando cantos natalinos, tem conquistado, a cada ano, um número maior de turistas, atraindo cada vez mais pessoas para a Região das Hortênsias, transformando um período que era considerado de baixa temporada no período de maior lucratividade e movimento turístico.

Nas palavras de Gevehr, Vidal e Nandi (2014), a celebração, a cada ano, atrai um número maior de visitantes, sendo que em 2003 atraiu 453.649 turistas, já em 2013 o evento contou com um público de 1.482.665 participantes. Esses números mostram que o acontecimento teve um significativo crescimento em 10 anos.

O Natal Luz, nos últimos dez anos, ainda, na visão de Gevehr, Vidal e Nandi (2014), teve uma evolução no número de público em torno de 227%. O principal motivo do crescimento no número de turistas foi a ampliação do calendário do evento e a constante implementação de novos espetáculos e atrações, passando em 2008 a durar dois meses. O Gráfico 1 apresenta o crescimento do evento Natal Luz no período de 2003 a 2013.

² A sazonalidade é um fenômeno que é caracterizado pela instabilidade entre oferta e demanda nos determinados períodos do ano, mais especificamente, no caso do turismo, conhecidos como épocas de alta estação e baixa estação

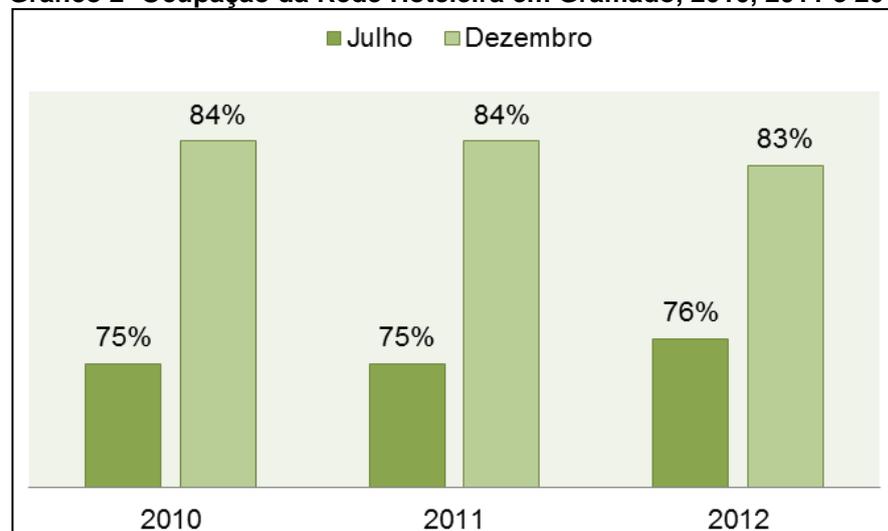
Gráfico 1- Evolução do Número de Turistas no Evento Natal Luz de Gramado, 2003-2013.



Fonte: Gevehr, Vidal e Nandi (2014).

Todos os anos o evento conta com um significativo aumento no fluxo de turistas, sendo que nos últimos três anos está superando a temporada de inverno. O Gráfico 2 aponta a comparação entre os meses de julho e dezembro nos anos de 2010 a 2012 no que se refere à ocupação da rede hoteleira. O Gráfico mostra que o evento Natal Luz alavancou o fluxo de turistas no mês de dezembro.

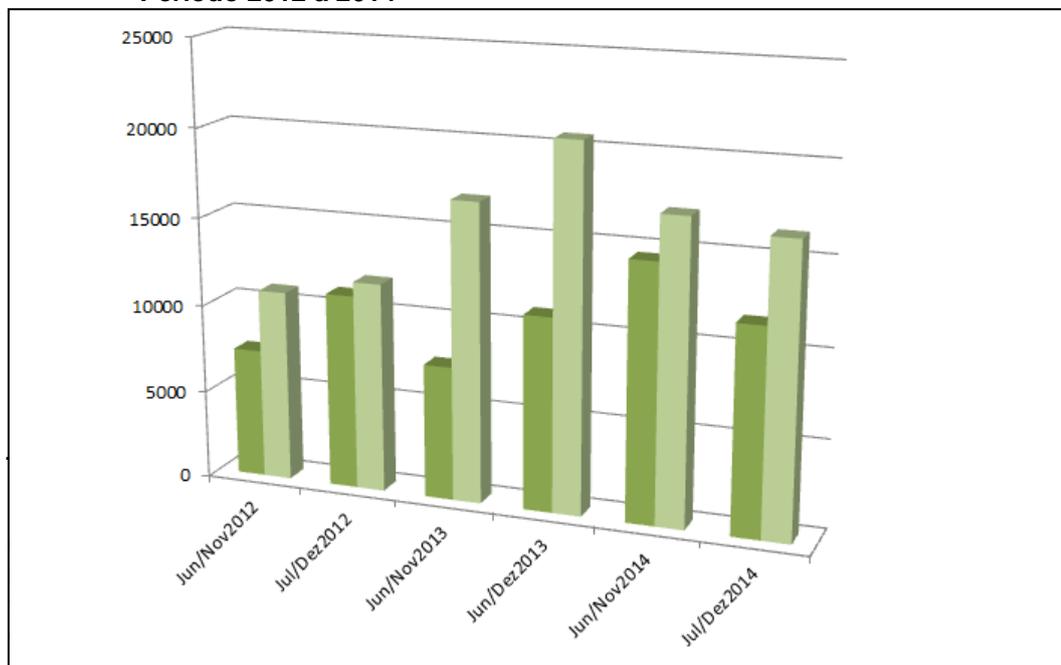
Gráfico 2- Ocupação da Rede Hoteleira em Gramado, 2010, 2011 e 2012.



Fonte: Gevehr, Vidal e Nandi(2014).

Hoje, em função do evento Natal Luz, o período de novembro a janeiro é considerado um período de grande movimento no setor turístico e hoteleiro de Gramado e região. Segundo a secretária de turismo de Nova Petrópolis o número de visitantes entre os meses de verão (novembro e dezembro) nos anos de 2012 à 2014 tem superado o número de visitantes no inverno. O Gráfico 3 mostra que o evento Natal Luz alavancou o fluxo de turistas nos meses de verão em Nova Petrópolis.

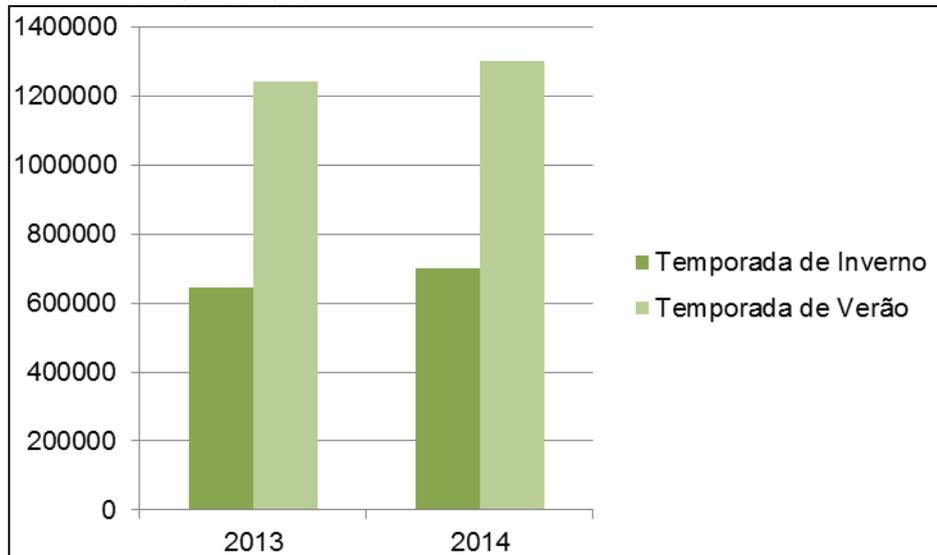
Gráfico 3 - Número de Turistas em Nova Petrópolis nas Temporadas de Inverno e Verão Período 2012 a 2014



Fonte: Secretaria de Turismo de Nova Petrópolis (2015).

Da mesma forma, no município de Canela, o turismo de verão vem superando o turismo de inverno, conforme se percebe pelo gráfico 4. Esse fenômeno é uma consequência direta do evento Natal Luz em Gramado, pois quem participa desse evento, invariavelmente visita as atrações de Canela, situada a tão somente 9,2 Km de Gramado.

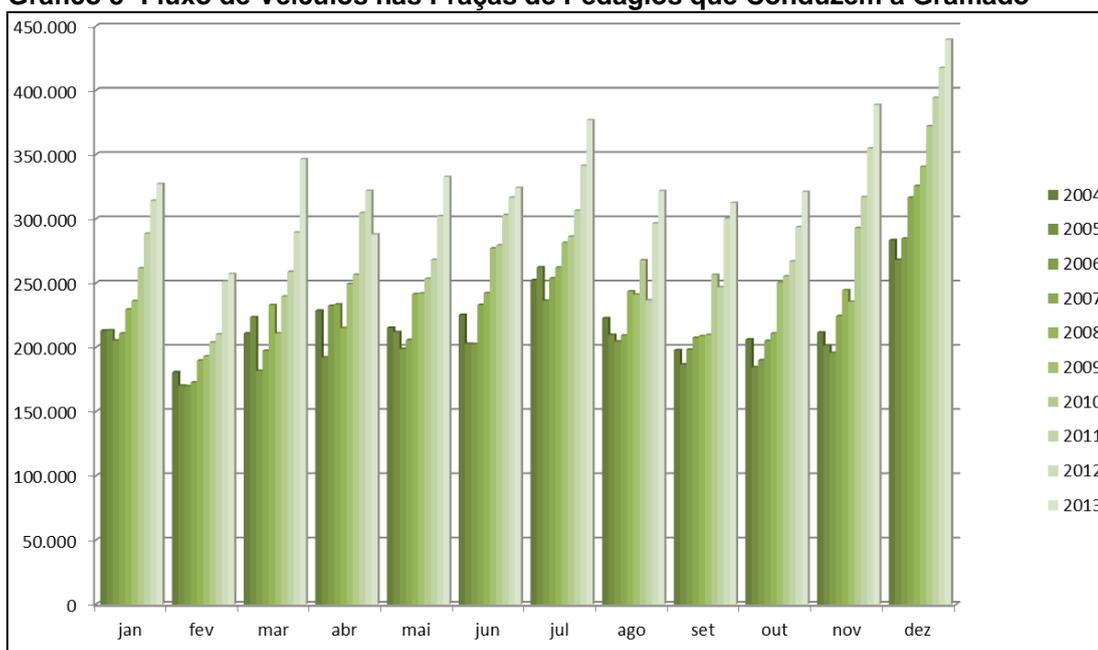
Gráfico 4- Movimento Turístico em Canela nas Temporadas de Inverno e Verão Anos de 2012 e 2013



Fonte: Secretaria de Turismo de Canela (2014).

Segundo o portal de notícias Globo (2014), no período de 20 a 29 de dezembro de 2013, a projeção de ocupação era de 95% dos leitos da cidade de Gramado, sendo uma das alternativas para hospedagem, pequenas pousadas e hotéis de menor porte nas cidades vizinhas, como Canela, Nova Petrópolis e São Francisco de Paula. Ou seja, efetivamente, o evento Natal Luz produz efeitos positivos na comunidade e região, uma vez que provoca aumento das atividades econômicas e, com isso, maior oferta de trabalho e geração de renda regional.

O gráfico 05, a seguir, mostra o fluxo de veículos que visitaram Gramado no período de 2004 a 2013, com dados registrados nas praças de pedágios de Três Corroas, Gramado e São Francisco de Paula. Os dados mostram que o fluxo de veículos no mês de dezembro dos últimos dez anos está superando o mês de Julho. O gráfico 05 ainda apresenta a importância do evento na economia da região, pois, a partir de 2010, o mês de novembro também está superando o mês de julho. Os dados abaixo comprovam que a temporada de verão está superando a de inverno na região das Hortênsias, pois o mês de janeiro no ano de 2013 superou o mês de junho no fluxo de veículos para Gramado. Esses dados comprovam a importância do evento Natal Luz que modificou radicalmente o padrão de turismo em Gramado e região.

Gráfico 5- Fluxo de Veículos nas Praças de Pedágios que Conduzem a Gramado

Fonte: Brita Rodovias (2015).

Quadro 9- Fluxo de Veículos nas Praças de Pedágios que Conduzem a Gramado

Mês	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Total 2004-2013
Jan	213.128	213.298	205.552	210.794	229.595	236.196	261.592	288.469	314.172	327.393	2.500.189
Fev	180.677	170.174	169.842	172.764	189.749	193.032	203.974	210.211	251.217	257.220	1.998.860
Mar	210.878	223.428	181.675	197.457	232.922	210.778	239.610	258.869	289.354	346.462	2.391.433
Abr	228.691	192.111	232.330	233.442	215.200	249.513	256.655	304.639	321.873	287.925	2.522.379
Mai	215.348	211.954	198.972	205.777	241.469	241.944	253.444	268.183	302.237	332.593	2.471.921
Jun	225.287	202.746	202.694	233.099	242.248	277.062	279.326	303.010	316.677	324.090	2.606.239
Jul	252.270	262.282	236.390	253.671	262.195	281.291	286.194	306.384	341.316	376.822	2.858.815
Ago	222.770	209.785	204.580	209.325	243.592	241.034	267.803	236.652	296.531	321.698	2.453.770
Set	197.903	186.757	198.460	207.519	208.777	209.700	256.375	246.748	300.199	312.474	2.324.912
Out	206.210	184.514	190.011	205.099	210.893	250.500	255.283	266.993	293.651	321.035	2.384.189
Nov	211.619	201.389	195.658	224.418	244.467	235.593	293.021	317.010	354.996	388.800	2.666.971
Dez	283.459	268.160	284.657	316.618	325.765	340.500	372.235	394.336	417.354	439.535	3.442.619

Fonte: Brita Rodovias (2015).

Neste contexto, a promoção do Natal Luz é uma alternativa que contribuiu para melhorar o fluxo turístico nos meses de verão. Além de trazer lucros e consolidar a imagem de uma região turística, essa atividade contribui não só para o município de Gramado, mas também aumenta de visibilidade do produto turístico da Região das Hortênsias como um todo, gerando uma redução na sazonalidade, sendo que o evento tem um efeito multiplicador na economia local e regional.

O grande motivo para o crescimento do evento é a sua inovação constante. Os autores Gevehr, Vidal e Nandi (2014) apontam que o acontecimento, a cada ano, apresenta melhoria nas atrações, oferecendo novos espetáculos aos turistas que buscam o Natal Luz, como se pode observar no quadro 10:

Quadro 10- Atrações Criadas no Evento Natal Luz de 1990 -2013

Ano	Atrações Criadas
1990-1992	Corais
1993	Apresentação de corais e 3 pianistas em balsas no Lago Joaquina Rita Bier
	Chegada do Papai Noel
	Arvore Cantante
1997-2000	2 grandes Concertos
2001	Grande Desfile de Natal
	Nativitaten
2003-2005	Natal no Sul
2006	Fantástica Fábrica de Natal
2007	Tributo ao maestro Eleazar de Carvalho
2008	A encantadora Arca de Noel
2009	Povo da Vila de Natal
2010	
2011	
2013	
2013	Natalis

Fonte: Natal Luz de Gramado (2014)

Elaborado: Nandi e Vidal (2014)

O evento cresceu com a parceria na sua organização com setores da comunidade, e foi se fortalecendo durante o tempo, apresentando resultados positivos para a economia local, gerando um desenvolvimento em um período considerado de baixa temporada para os municípios da Região das Hortênsias. Esses resultados geraram ano após ano um efeito multiplicador para o evento, e esse efeito proporcionou que a cada edição do Natal Luz fosse reinventado e inovado.

O Natal Luz de 2013/2014, em sua 28ª edição, apresentou aos turistas e à população local mais de 500 atrações em 73 dias de duração. Gevehr, Vidal e Nandi (2014) contribuem dizendo que o evento passa a ser preparado com forte apelo comercial, sendo que em sua 29ª edição foi ampliado para 77 dias de duração com início no dia 30 de outubro de 2014, prolongando-se até 11 de janeiro de 2015. O quadro 11 mostra as atrações do evento Natal Luz na sua mais recente edição.

Quadro 11- Atrações do Natal Luz em 2013/2014

Nº	Atrações do Natal Luz 2013/2014
1	Corrida e Caminhada de Noel
2	Nativitaten
3	Grande Desfile de Natal
4	Fantástica Fábrica de Natal
5	Natalis
6	Árvore Cantante
7	Au Au, Uma Aventura de Natal
8	Concertos de Natal
9	Corais
10	Exposição de Renas Decoradas
11	Folia dos Reis
12	Fritz: o chapéu do Papai Noel
13	Happy Hour Christmas
14	Natal no Sul
15	Parada de Natal
16	Quinteto de Natal
17	Rua dos Quebra-Nozes
18	Show de Acendimento das luzes
19	Tannenbaumfest
20	Teatro de Bonecos
21	Vila de Natal

Fonte: Natal Luz de Gramado (2014)

Elaborado: Vidal e Nandi.

Observa-se que a partir de 2001 o Natal Luz começa a criar as suas principais atrações com espetáculos de grande porte, nesse ano o evento passa a ser descentralizado Generosi (2011), sendo criadas atrações que possibilitaram uma grande participação de público.

Em 2001 foram criados o Nativitaten e o Grande Desfile de Natal. Após 13 anos, esses espetáculos continuam sendo as principais atrações do Natal Luz. Além desses, foram criados a Fantástica Fábrica de Natal no ano de 2006 e no ano de 2013 a principal inovação foi o espetáculo Natalis, constituindo esses os principais espetáculos do evento Natal Luz em termos de público.

4.4 Principais atrações do evento Natal Luz

O Natal Luz de Gramado, através da Lei nº 13.060 do ano 2008 tornou-se um Patrimônio Cultural do Estado do Rio Grande do Sul, e Gevehr, Vidal e Nandi (2014) informam que esse ato contribuiu para o revigoramento da memória do principal

evento turístico da Serra Gaúcha e também para o fortalecimento no imaginário do turista, quanto à imagem do Natal Luz. O evento Natal Luz, através dos anos, está se reinventando e desenvolvendo novos eventos em sua programação, com o objetivo principal de atrair turistas e promover a região nos meses de verão. Nesta sessão serão apresentados os principais espetáculos do evento Natal Luz e seus impactos em Gramado e região.

4.4.1 Espetáculo Natalis

A cada ano que passa, o evento renova-se, sendo esse um dos motivos do seu constante crescimento. Na edição de 2013/14, a principal atração foi o novo espetáculo “Natalis” que teve como principal objetivo resgatar a religiosidade do Natal Luz. A principal novidade do show foi a tecnologia trazida dos Estados Unidos, a “Water Screen”, inovação que gera imagens e efeitos especiais na água. O site do Natal Luz (2014) informa que a atração é inédita no Brasil e conta a história da celebração do nascimento de Jesus Cristo, através da voz de Cid Moreira³ e de gigantescas telas de água com dimensões de até 200 mts² de área de projeção.

Figura 17- Espetáculo Natalis



Fonte: Site Natal Luz (2014).

³ Cid Moreira é um jornalista (TV globo), locutor e apresentador brasileiro. Cid é famoso mundialmente por sua voz grave e singular, a qual impõe a sensação de um eco aos espectadores.

4.4.2 Espetáculo Nativitaten

O espetáculo Nativitaten é um musical que conta a história do nascimento de Cristo pelas vozes de cantores líricos e de 100 vozes com melodias clássicas natalinas, tendo como um dos grandes diferenciais desta atração a combinação de um show de luzes, sons, fogos de artifício e água; esses elementos cênicos, pirotécnicos e hidráulicos são combinados com os cantores líricos e o coral, tendo como resultado um coro a céu aberto, unindo tecnologia e música clássica, que de acordo com os organizadores do Natal Luz (2014), atende a um público de até 5.000 pessoas a cada espetáculo.

Figura 18- Espetáculo Nativitaten



Fonte: Site Natal Luz (2014).

O espetáculo Nativitaten, em sua 27ª edição em 2012/2013, teve 21 apresentações, com um público de 109.505 pagantes; o quadro 12 apresenta o resultado financeiro do espetáculo.

Quadro 12- Resultados Financeiros do Espetáculo Nativitaten, 2012/2013

Nativitaten	
Receitas com vendas de ingressos	R\$ 6.681.035,25
Despesas	R\$ 3.293.376,75
Resultado	R\$ 3.387.658,50

Fonte: Gramadotur (2014).

O Nativitaten, na sua 27ª edição, contou com a participação de 105 artistas em seu elenco. Destes, cinco eram cantores líricos e o restante formado por um coral de 100 vozes da Escola das Artes de Gramado. Observa-se que o Nativitaten é o espetáculo que tem o maior público pagante no evento Natal Luz, sendo o espetáculo que gera o melhor resultado financeiro, com um lucro de R\$ 3.387.658,50 na sua edição de 2012/2013.

O Espetáculo Nativitaten foi criado em 2001, sendo um dos responsáveis por alavancar o crescimento e desenvolvimento do Natal luz. Esse espetáculo foi o único que não sofreu nenhuma alteração significativa em sua estrutura básica, chegando à sua 13ª edição com características originais, mas sempre contando com detalhes inovadores, como uso do fogo e maior participação do público presente.

4.4.3 Grande Desfile de Natal

O Grande Desfile de Natal surgiu no ano de 2001 junto com o espetáculo Nativitaten. Esses espetáculos foram criados com o objetivo de alavancar e tornar o evento nacionalmente conhecido. Consoante Generosi (2011), esta atração foi inspirada nas PARADAS DA DISNEY. Para a criação desse espetáculo foi contratado um dos principais artistas carnavalescos da época, Joãozinho Trinta e sua equipe. O Grande Desfile de Natal é composto por um show de som, luz, alegorias, bailarinos, patinadores, atores e acrobatas. É um espetáculo leigo, divertido e ancorado em cenas múltiplas medievais. O grande cortejo é composto por 400 integrantes em seu elenco.

Figura 19- Grande Desfile de Natal



Fonte: Site Natal Luz (2014).

Figura 20- Grande Desfile de Natal no Desfilódromo



Fonte: Site Natal Luz (2014).

O Grande Desfile de Natal costumava ser um desfile aberto na principal Avenida de Gramado. Devido à grande evolução de público nos últimos anos, o evento foi transferido para o parque de exposições, Expogramado, na sua 29ª edição. Para tanto construiu-se um desfilódromo com estrutura fechada. Em

concordância com a organização do Natal Luz (2014), o local tem capacidade de público para mais de 4.200 pessoas com estacionamento exclusivo.

O Grande Desfile de Natal, em sua 27ª edição Natal Luz, teve 21 apresentações, com um público de 64.077 pagantes. O quadro 13 apresenta o resultado financeiro desse espetáculo.

Quadro 13- Resultados Financeiros do Grande Desfile de Natal Edição 2012/2013

Grande Desfile de Natal	
Receitas com vendas de ingressos	R\$ 3.899.953,00
Despesas	R\$ 1.883.484,00
Resultado	R\$ 2.016.469,00

Fonte: Gramadotur (2014).

O Grande Desfile de Natal, na sua 27ª, edição contou com a participação de 377 artistas em seu elenco, sendo 95% deles residentes de Gramado. Observa-se que além de um lucro de R\$ 2.016.469,00, o Grande Desfile de Natal gera renda para os moradores do município, o que evidencia um efeito multiplicador na economia de Gramado e região.

4.4.4 Fantástica Fábrica de Natal.

Em 2006 estreou o espetáculo Fantástica Fábrica de Natal, um musical em forma de teatro, que conta a história de duas crianças que adormecem e passam a conhecer o incrível mundo da imaginação, um local onde são fabricados todos os brinquedos que o Papai Noel distribui no natal.

Figura 21- Fantástica Fábrica de Natal



Fonte: Site Natal Luz (2014).

Em sua edição de 2014/2015, a principal novidade do espetáculo foi a reformulação do cenário, o palco foi transformado em estilo Elisabetano⁴, com a parte da frente avançando em direção à plateia, e mais lados do proscênio⁵, trazendo para bem mais próxima a relação palco-público. O quadro 14 apresenta o resultado financeiro que a Fantástica Fábrica de Natal apresentou em 2012/2013, quando registrou um lucro de R\$ 1.978.920,34.

Quadro 14- Resultados Financeiros da Fantástica Fábrica de Natal, 2012/2013

Fantástica Fábrica de Natal	
Receitas com vendas de ingressos	R\$ 4.029.259,15
Despesas	R\$ 2.050.338,81
Resultado	R\$ 1.978.920,34

Fontes: Gramadotur: (2014).

⁴ O período elisabetano é o período associado ao reinado da rainha Elizabeth I (1558-1603) e considerado frequentemente uma era dourada da história inglesa. Essa época corresponde ao ápice da renascença inglesa, na qual se viu florescer a literatura e a poesia do país.

⁵ Proscênio é a parte do palco localizada na frente do cenário, sendo então, o espaço que separa a plateia do palco. O proscênio tem a função de permitir com que aqueles que se situam nas primeiras fileiras possam ter um bom campo de visão daquilo que se passa no palco.

A Fantástica Fábrica de Natal, na sua 27ª edição do Natal Luz no de 2012/2013, contou com 90 artistas em seu elenco. Observa-se que além de um lucro de R\$ 1.978.920,00, a Fantástica Fábrica de Natal atraiu um público pagante de 59.459 pessoas.

4.4.5 Espetáculos gratuitos aos turistas e residentes de Gramado

O Natal Luz atraiu em seus principais espetáculos um público de 229.791 pessoas em sua 27ª edição no ano de 2012/2013, e segundo os organizadores do Natal Luz (2014), na edição de 2014/2015 foram colocados à venda 360 mil ingressos, sendo que 244.233 já estavam antecipadamente vendidos; havia uma expectativa de público em todas as principais atrações em torno de 300 mil pessoas. Além dos grandes espetáculos, o evento Natal Luz proporciona para os turistas e moradores locais mais de 17 atrações inteiramente gratuitas e que atraem milhares de visitantes para os 77 dias do evento.

O quadro 15 apresenta as atrações gratuitas da 29ª edição do Natal Luz. Os principais destaques dos eventos abertos são: os espetáculos Árvore Cantante e os Concertos de Natal.

Quadro 15- Atrações Gratuitas Natal Luz 2013/2014

Nº	Atrações Gratuitas Natal Luz 2013/2014
1	Corrida e Caminhada de Noel
2	Árvore Cantante
3	Au Au, Uma Aventura de Natal
4	Concertos de Natal
5	Corais
6	Exposição de Renas Decoradas
7	Folia dos Reis
8	Fritz: o chapéu do Papai Noel
9	Happy Hour Christmas
10	Natal no Sul
11	Parada de Natal
12	Quinteto de Natal
13	Rua dos Quebra-Nozes
14	Show de Acendimento das luzes
15	Tannenbaumfest
16	Teatro de Bonecos
17	Vila de Natal

Fonte: Site Natal Luz (2014).

A *Árvore Cantante* foi criada em 1993 sendo o espetáculo gratuito mais tradicional do evento Natal Luz, composto por um coral de crianças. No ano de 2014 o coral ganhou um novo formato, sendo que a atração passou a contar com um coral de 40 vozes, formado por alunos da Escola das Artes de Gramado, contando ainda com um grupo de bailarinas de sapateado e jazz.

Figura 22- Árvore Cantante



Fonte: Site Natal Luz (2014).

Os concertos de Natal foram inseridos na programação do Natal Luz entre 1997 e 2000. Inicialmente eram apresentados pela Orquestra Sinfônica de Porto Alegre (OSPA) e pela Orquestra de Teutônia; atualmente esse espetáculo é realizado pela Orquestra de Gramado.

Conforme a Prefeitura Municipal de Gramado (2014), o concerto de Natal teve sua última apresentação na edição 29º no evento Natal Luz, pois a Secretaria de Turismo de Gramado lançou em 2014 um novo evento, o Gramado In Concert. A Secretária do turismo Rosa Helena Volk comenta que será mais um “grande acontecimento para Gramado”. O Gramado In Concert terá sua primeira edição entre os dias 31 de janeiro a 08 de fevereiro de 2015.

O evento Natal Luz, através dos anos, foi se reinventado e está se ramificando para outros eventos, sempre com o objetivo de atrair turistas e promover

a região nos meses de verão. Observa-se que o Natal Luz, em sua 29ª edição, teve o primeiro evento desvinculado, criando vida própria, e aqui fica uma pergunta para futuros trabalhos: será esse o primeiro espetáculo do Natal Luz a criar vida própria?

O Natal Luz teve em sua 27ª edição despesas com atrações gratuitas no valor de R\$ 978.164,66, no entanto, apresentou um lucro líquido nesse mesmo ano de R\$ 2.553.000,00. O quadro 16 e o gráfico 06 apresentam a grande importância dos principais espetáculos para realização do evento Natal Luz, pois 70% das receitas do evento provêm da venda de ingressos, isso evidencia a sua autonomia financeira. Observa-se que as atrações pagas são as principais fontes de receitas e isso evidencia que essas atrações ajudam a custear as atrações gratuitas.

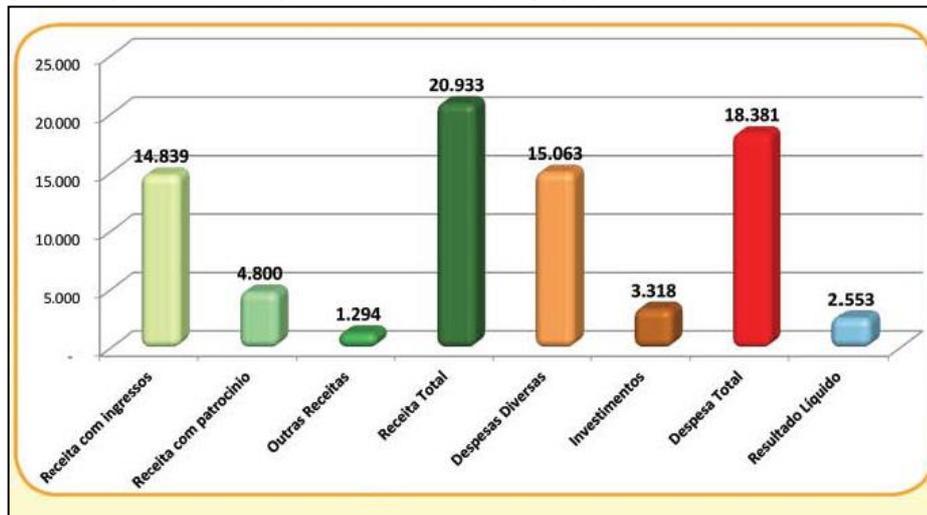
Quadro 16- Receitas e Despesas com Atrações Natal Luz 2012/2013

Receitas das Atrações Natal Luz 2012/2013	
Atrações Principais	Receitas
Nativitaten	R\$ 6.681.035,25
Fantástica Fábrica de Natal	R\$ 4.029.259,15
Grande Desfile de Natal	R\$ 3.899.953,00
Au Au uma Aventura de Natal	R\$ 191.212,50
Natal Camperio	R\$ 37.485,00
Total de Receitas	R\$ 14.838.944,90
Despesas com Atrações Natal Luz 2012/2013	
Atrações Principais	Despesas
Nativitaten	R\$ 3.293.376,75
Fantástica Fábrica de Natal	R\$ 2.050.338,81
Grande Desfile de Natal	R\$ 1.883.484,00
Au Au uma Aventura de Natal	R\$ 242.090,00
Natal Camperio	R\$ 205.250,00
Devolução de ingressos	R\$ 216.458,70
Total Despesas com Atrações Principais	R\$ 7.890.998,26
Atrações Gratuitas	Despesas
Vila de Natal	R\$ 355.103,26
Parada de Natal	R\$ 80.000,00
Show de Acendimentos das Luzes	R\$ 104.000,00
Rua coberta (arvore cantante)	R\$ 189.780,00
concertos de Natal	R\$ 180.000,00
corrida de Noel	R\$ 6.459,80
Parquinho,cinema 6D e tour de Natal	R\$ 62.821,60
Despesas com Atrações Gratuitas	R\$ 978.164,66
Total de Receitas	R\$ 5.969.781,98

Fontes: Gramadotur (2014).

O evento Natal Luz em 2012/2013 teve em suas despesas 18% gastos com investimentos. Esse dado comprova a importância e a preocupação em melhorar a sua infraestrutura a cada ano. Segundo a Gramadotur, os principais investimentos foram: Cobertura da Expogramado (R\$ 470.000,00), Instalação de sistema de Segurança na Expogramado (70.000,00), Construção do Desfilódromo (R\$ 2.550.000,00) e arquibancadas e banheiros na Expogramado (R\$ 227.529,00), totalizando uma despesa de R\$ 3.317.629,00.

Gráfico 6- Balancete Geral Natal Luz 2012/2013



Fonte: Gramadotur: (2014).

4. 5 Inserção da comunidade local na organização do evento Natal Luz.

O grande motivo do sucesso deste evento é o fato de os organizadores envolverem a comunidade desde seu surgimento, fortalecendo o trabalho em conjunto do Natal Luz com a comunidade local. O evento Natal Luz envolve a comunidade o ano todo, pois assim que uma edição se encerra, a próxima começa a ser planejada nos mínimos detalhes.

O evento trabalha para promover e desenvolver a sociedade local; tem uma escola de formação de atores, que todos os anos forma para o acontecimento talentos locais, como bailarinos, atores, cantores, etc. Para Gevehr, Vidal e Nandi (2014), a edição também busca uma característica social, já que, segundo dados do site do Natal Luz (2014), arrecadou em 2011 mais de 15 toneladas de alimentos que foram doados, além de gerar emprego e renda para a sociedade local, contribuindo para uma economia mais sustentável, pois o acontecimento é, em sua maioria,

decorado com materiais reciclados. Um exemplo é a campanha de garrafas pet nas escolas, que envolve todas as escolas do município na arrecadação de garrafas para serem transformadas em enfeites de Natal.

Figura 23- Enfeite com Utilização de Garrafas Pet



Fonte: Site Natal Luz (2014).

De acordo com o site do evento Natal Luz (2014), em sua 29ª edição, foram usadas mais de 400 mil garrafas PET⁶ na montagem da decoração, sendo que na principal rotatória da cidade, na Avenida Borges de Medeiros, foi instalada uma árvore natalina de 11 metros de altura, com um carrossel, totalmente elaborada com garrafas Pet.

A Coordenadora Geral da montagem da decoração do Natal Luz afirma que há cerca de 35 pessoas que trabalham na montagem da decoração, sendo que de forma indireta esse número chega a dobrar, pois em sua 29ª edição proporcionou para 40 artesões locais a possibilidade de trabalharem em suas residências. A Coordenadora esclarece que são pessoas com crianças pequenas ou com alguma limitação, ou mesmo idosos que não têm como sair de casa. A Gramadotur (2014) informa que foram investidos no projeto R\$ 460 mil, o que é uma referência no Brasil, pois o projeto Pet é uma atitude sustentável desenvolvida pela comunidade

⁶ O PET - Poli(Tereftalato de Etileno) - é um poliéster, polímero termoplástico. PET é o melhor e mais resistente plástico para fabricação de garrafas.

gramadense juntamente com todas as escolas municipais que fazem parte da campanha para arrecadar as garrafas para produção de enfeites para o Natal Luz. No ano de 2014, foram oito escolas que se destacaram na coleta de garrafas Pet, sendo que essas ganharam tvs de led de 40 polegadas, já os alunos destaques no projeto que envolve mais de 900 pessoas, receberam brinquedos, tablets, máquina fotográfica e smartphones.

Figura 24- Premiação do Projeto PET 2014



Fonte: Prefeitura municipal de Gramado (2014).

O projeto de reaproveitamento de garrafas PET surgiu no Natal Luz de 2003, quando foram produzidos os primeiros objetos que decoravam as árvores na Praça Major Nicoletti e na Praça das Comunicações, e após 11 anos mostra-se com grande potencial para a economia local, pois esse projeto, além de sustentável, tem uma função social e econômica muito importante para o município de Gramado.

4.5.1 Escola das Artes de Gramado

Com a ampliação do evento a partir de 2001, e o crescimento anual constante, o evento Natal Luz teve a necessidade de ampliar o seu elenco. Dessa forma, em 2008 foi criado o projeto de formação de artistas locais, tendo como objetivo a valorização da comunidade gramadense e também de reduzir custos com

a contratação de artistas de outros municípios. No ano de 2008 surge o projeto social do evento Natal Luz, denominado escola das Artes Pedro Henrique Benetti, hoje denominada Escola das Artes. Seu principal objetivo é formar artistas locais em idade escolar para participarem dos espetáculos do Natal Luz.

De acordo com a Gramadotur (2014), são investidos anualmente R\$ 300 mil para atender 400 crianças, sendo que em 2013 foram treinadas 250 crianças, adolescentes e adultos, os quais receberam aulas, uniformes e materiais necessários às modalidades artísticas em que atuam. Da totalidade dos estudantes envolvidos, 90% foram incorporados ao corpo artístico do Natal Luz. Observa-se que a escola conta com 21 professores para atender as várias modalidades de cursos oferecidos. Em 2013 foram oferecidos nove cursos em sua programação, conforme o quadro 17.

Quadro 17- Cursos oferecidos pela Escola das Artes de Gramado, 2012

Nº	Curso no ano de 2013
1	Teatro de bonecos
2	Técnica vocal
3	Teclado
4	Violino
5	Teatro
6	Perna de pau
7	Ballet
8	Circo e Jazz noturno
9	Sapateado e Jazz diurno

Fonte: Site Prefeitura municipal (2014).

Segundo a diretora cultural da Escola das Artes, a partir de 2013 foram incluídas novas modalidades de cursos que foram: aulas de violão, street-dance, malabares/equilíbrio, e projeção folclórica. A diretora afirma que os novos cursos foram criados para ampliar a formação dos artistas gramadenses para todos os eventos culturais de Gramado.

5 ANÁLISE DOS DADOS

Com vistas ao objetivo de traçar um perfil do público que tem assegurado a cada ano o expressivo sucesso do evento Natal Luz de Gramado, procedeu-se a aplicação de um questionário (Apêndice) a uma amostra desses visitantes. As entrevistas foram realizadas durante a temporada do Natal Luz de 2013/2014.

Para a determinação da amostra, utilizamos a fórmula tradicional (BIAGE, 2010), na qual consideramos o tamanho da população-alvo como sendo a média de público presente ao evento nos últimos 10 anos, conforme Quadro 18 abaixo.

**Quadro 18- Total de Público no Evento Natal Luz de Gramado
– 2003 – 2013**

Ano	Público
2003	453.649
2004	445.423
2005	416.934
2006	436.466
2007	515.264
2008	811.611
2009	788.192
2010	894.901
2011	746.836
2012	1.402.416
2013	1.482.665
Média	839.436

Fonte: Secretária do Turismo (2014)

Aplicando-se a fórmula para a determinação da amostra e utilizando como indicador da população-alvo a média de público presente ao evento nos últimos 10 anos, chega-se ao seguinte resultado, trabalhando com uma margem de erro 7%.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p(1-p)}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

Fonte: Biage (2010)

Onde,

N = média de público no evento nos últimos 10 anos

$Z = 1,64$ para 90% de confiabilidade

$e =$ margem de erro de 7%

$p =$ proporção de encontrar o resultado correto, consideramos 50%.

Assim, o resultado obtido para o tamanho da amostra foi:

$$n = \frac{839436 * 1,96^2 * 0,50(1 - 0,5)}{(839436 - 1) * 0,07^2 + 1,96^2 * 0,5 * (1 - 0,50)}$$

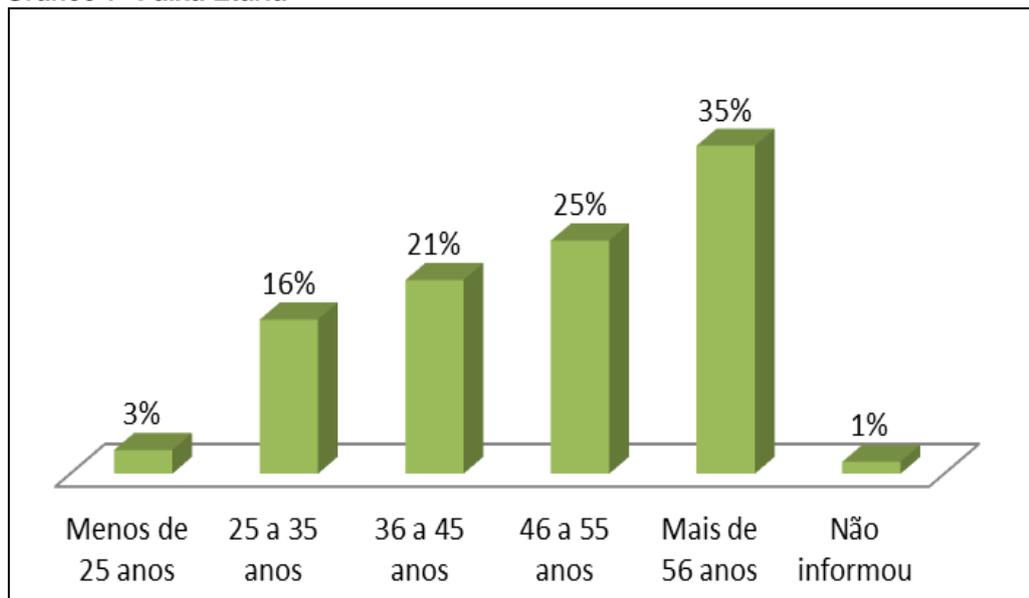
$$n = 197$$

Todas as entrevistas foram realizadas durante os dias dos maiores espetáculos do Natal Luz e sempre com pessoas escolhidas aleatoriamente e que estavam participando dos diferentes eventos. Os entrevistados foram normalmente abordados nas principais ruas de Gramado, sendo que a recusa em participar nas entrevistas foi insignificante. Entendemos que o tamanho da amostragem assegura a representatividade do público participante do evento.

Os dados analisados a seguir foram extraídos, na sua totalidade, dos questionários aplicados.

Foram realizadas um total de 239 entrevistas, sendo que os respondentes eram 52% do sexo masculino e 48% do sexo feminino.

Quanto à idade dos entrevistados, verifica-se que 60% deles têm mais de 46 anos, sendo que a faixa etária acima de 56 anos concentra mais de 1/3 dos visitantes. Os restantes 40% concentram-se nas faixas mais jovens, mas apenas 3% dos entrevistados têm menos de 25 anos. Esses dados demonstram que o público atraído pelo evento é majoritariamente constituído por pessoas “maduras”, que ainda se emocionam com a magia e o significado do período natalino. A seletividade de um público com mais idade também pode estar sendo causada pelo fator econômico.

Gráfico 7- Faixa Etária

Fonte: Pesquisa de campo realizada pelo autor (2014).

Em relação ao grau de escolaridade dos turistas entrevistados, observou-se que 46% possuem o ensino superior, seguidos de 30% com nível de pós-graduação. Já 20% têm o ensino médio e apenas 4% o ensino fundamental.

Quadro 19- Grau de Escolaridade

Grau de Escolaridade	Nº Entrevista	%
1º Grau	9	4%
2º Grau	48	20%
Superior	110	46%
Pós-Graduação	72	30%
Total	239	100%

Fonte: Pesquisa de campo realizada pelo autor (2014).

Verifica-se que o público que ocorre ao Natal Luz apresenta um elevado nível educacional, já que mais de $\frac{3}{4}$ dos entrevistados concluiu o ensino superior, bem acima da média nacional. Essa constatação provavelmente tem relação com o alto custo do turismo em Gramado e na Serra Gaúcha. Conclui-se, portanto, que o evento Natal Luz é altamente seletivo em termos de público. Ao mesmo tempo, infere-se também que ainda existe um amplo segmento da população que pode ser atraído pelo espetáculo, dependendo de promoções por parte dos agentes do turismo na montagem de pacotes mais acessíveis à maioria da população brasileira.

Já no que se refere à origem geográfica dos participantes do evento Natal Luz, apresenta-se o Quadro abaixo.

Quadro 20 - Região e Estado de Origem dos Entrevistados

Região	Estado	Total	%	Nº
Sul	Paraná	69	28,9	10
	Rio Grande do Sul			31
	Santa Catarina			28
Sudeste	Espírito Santo	87	36,4	2
	Minas Gerais			18
	Rio de Janeiro			25
	São Paulo			42
Nordeste	Alagoas	67	28,0	6
	Bahia			16
	Ceará			14
	Maranhão			3
	Paraíba			4
	Pernambuco			16
	Piauí			2
	Rio Grande do Norte			3
	Sergipe			3
	Centro-Oeste			Distrito Federal
Goiás		3		
Mato Grosso		2		
Norte	Pará	1	0,4	1
Argentina e Uruguai	Estrangeiros	7	2,9	7
Total	28	239	100	239

Fonte: Pesquisa de campo realizada pelo autor (2014).

O quadro em questão revela algumas constatações interessantes. Primeiramente, vê-se que a origem geográfica dos turistas atraídos pelo Natal Luz é bem diversificada, sendo que praticamente todos os Estados brasileiros estão bem representados, com exceção da Região Norte, pela maior distância. Segundo, surpreende o fato de que a maior parcela deles provém da região Sudeste, especialmente São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais que, juntos, respondem por mais de 1/3 dos visitantes. Supõe-se que esse fato esteja associado ao maior poder aquisitivo da população residente nesses Estados. Terceiro, esperava-se uma significativa concentração de turistas do estado do Rio Grande do Sul. Entretanto, apenas 13% deles eram oriundos do próprio Estado.

Mapa 2- Regiões de Origem dos Entrevistados

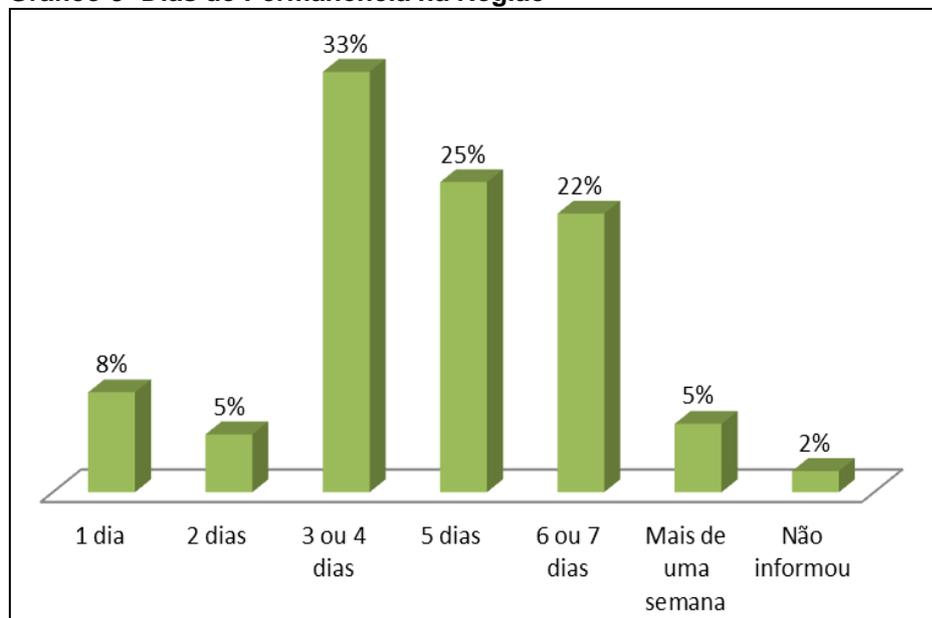
Fonte: Pesquisa de campo realizada pelo autor (2014).

Outro dado relevante diz respeito ao tempo de permanência na região planejado pelo turista. Percebe-se pelos dados do Quadro 21 que a grande maioria (84%) pretendeu alongar a sua estada na região. Desse contingente, 52% planejava permanecer por pelo menos cinco dias. Esse fato certamente tem íntima relação com a diversidade de atrações oferecida pela Serra Gaúcha que, ao longo do tempo, tem-se tornado um dos principais destinos turísticos do país. Da mesma forma, a sofisticada qualidade da infraestrutura turística proporcionada pela região também tem um papel relevante nessa decisão por parte do turista. O impacto econômico dessa opção não pode ser desprezado, pois sabe-se que os gastos efetuados pelo turista aumentam proporcionalmente com o tempo de sua permanência na região. Normalmente, os primeiros dias são consumidos pelo turista em conhecer as atrações locais, sendo que a partir do terceiro dia o comércio local passa a usufruir das compras efetuadas pelos visitantes.

Quadro 21- Dias de Permanência na Região

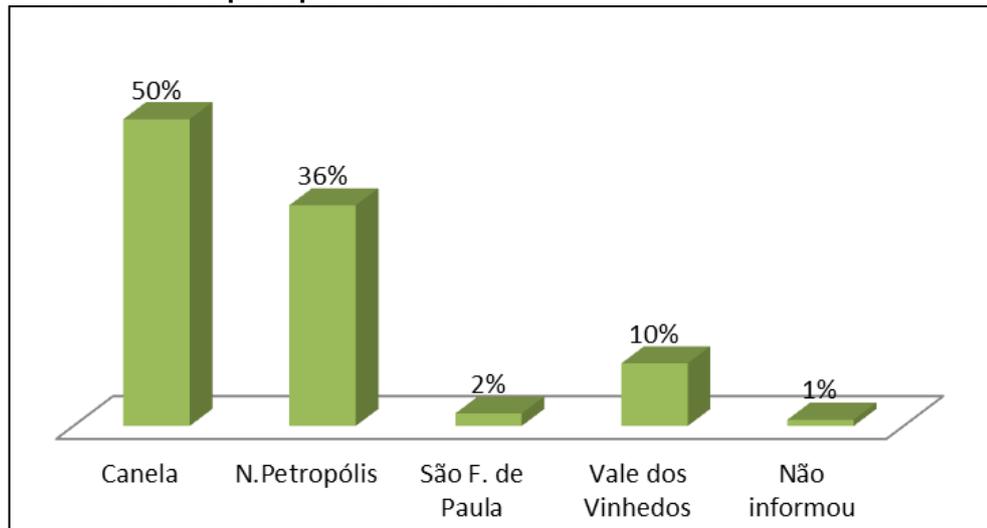
Dias que pretende ficar na cidade	Nº	%
1 dia	19	8%
2 dias	11	5%
3 ou 4 dias	80	33%
5 dias	59	25%
6 ou 7 dias	53	22%
Mais de uma semana	13	5%
Não informou	4	2%
Total	239	100%

Fonte: Pesquisa de campo realizada pelo autor (2014).

Gráfico 8- Dias de Permanência na Região

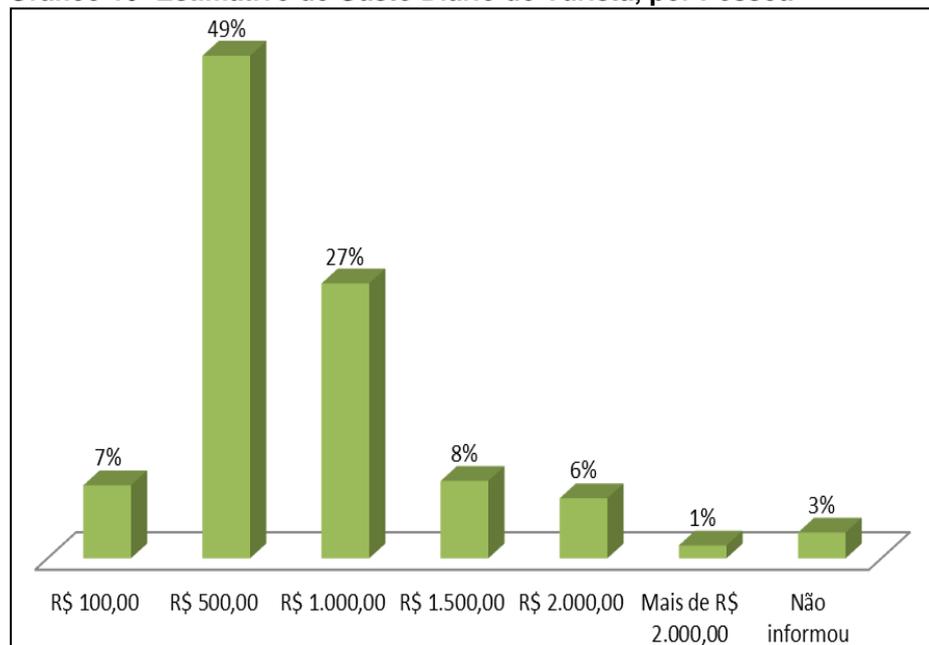
Fonte: Pesquisa de campo realizada pelo autor (2014).

Outro fator importante evidenciado pela pesquisa de campo diz respeito a um turismo local no período do evento Natal Luz, mais concentrado na região, pois 86% dos entrevistados pretendia visitar tão somente os municípios da Região das Hortênsias. Esse fato deve-se ao grande número de espetáculos no evento Natal Luz que acaba fixando o visitante no local, já que todos os dias há uma programação diferente, com espetáculos variados. Acrescente-se a isso a variedade de atrativos turísticos existentes na Região das Hortênsias e o tempo médio de permanência do turista, compreende-se que resta pouco tempo para visitar municípios de fora.

Gráfico 9- Municípios que Pretende Visitar

Fonte: Pesquisa de campo realizada pelo autor (2014).

Conforme se percebe pelo gráfico 10, verifica-se que o público que acorre ao Natal Luz apresenta um nível de renda elevado, já que 49 % estima gastar R\$ 500 por dia, por pessoa; já 27 %, até R\$ 1.000,00 e 15% estima gastar acima de R\$ 1.000,00 por dia na viagem. Esses dados reforçam a evidência de um público mais seletivo, com uma renda acima da média nacional. Essa relação reforça o alto custo do turismo em Gramado e na Serra Gaúcha. Conclui-se, portanto, que o evento Natal Luz tem um custo elevado para o turista. O Gráfico 10 apresenta estimativa de gasto diários do turista no evento Natal Luz.

Gráfico 10- Estimativo de Gasto Diário do Turista, por Pessoa

Fonte: Pesquisa de campo realizada pelo autor (2014).

O Natal Luz atrai milhares de pessoas com objetivo de promover o turismo regional e movimentar a economia do município de Gramado e região no período de Verão, evento que com o passar dos anos transformou Gramado em um grande parque temático de novembro a janeiro.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação teve o propósito de analisar a influência do fenômeno denominado “turismo de eventos” sobre o desenvolvimento regional, focando o caso concreto do evento “Natal Luz” de Gramado, no Rio Grande do Sul. Esse evento, iniciado timidamente há pouco mais de duas décadas, teve a capacidade de transformar Gramado e a Serra Gaúcha no terceiro polo turístico do Brasil, atrás apenas do Rio de Janeiro e Salvador.

Além de analisar a transformação radical do evento ao longo do tempo, e atingir as dimensões apresentadas hoje, caracterizando as suas diversas atrações, este trabalho traçou também o perfil do turista participante do evento. Através de uma amostra aleatória dos visitantes, vimos que se trata de uma população com alto nível de escolaridade e com renda média bem acima da média nacional. A origem geográfica dos participantes nos surpreendeu, já que a maioria provinha das regiões Sudeste e Nordeste, superando os oriundos da Região Sul. Cabe destacar também que a faixa etária dominante dos visitantes é bem mais elevada do que a média brasileira, atestando que o evento atrai majoritariamente pessoas com mais de 40 anos de idade.

Outro fato a ser destacado é que o Natal Luz tem sido o principal responsável por transformar Gramado e Região num destino turístico de verão, quando até poucos anos atrás se caracterizava como destino turístico a ser apreciado preferencialmente nos meses de inverno. Pelos dados referentes ao fluxo turístico mensal, percebemos que o número de visitantes durante os meses de novembro, dezembro e janeiro, período no qual se desenrola o evento Natal Luz, supera significativamente o turismo durante os meses de junho, julho e agosto.

Outro aspecto a ser destacado é a capacidade que esta celebração tem demonstrado, ao longo do tempo, de integrar a comunidade local na organização e realização dos seus principais espetáculos. Esse é um trunfo que, do nosso ponto de vista, não pode ser negligenciado pela organização do evento, sob o risco de promover o estranhamento e o distanciamento da população local dos atrativos do evento e de todos os detalhes que o cercam.

Cabe ressaltar que o turismo de eventos em Gramado é o principal fator a assegurar o enfrentamento exitoso do problema da sazonalidade no turismo, que tem afligido tantos destinos turísticos. Graças à sequência de eventos diferenciados

e bem organizados ao longo do ano, Gramado e a Serra Gaúcha apresentam um fluxo turístico consolidado e permanente o ano todo.

A pesquisa realizada evidenciou, ainda, que o evento Natal Luz tem a capacidade de impulsionar a cadeia econômica local e regional, transbordando os seus efeitos para os municípios vizinhos, envolvendo dezenas de atividades paralelas, num círculo virtuoso que irriga a economia e fomenta o desenvolvimento de toda a Região das Hortênsias.

Embora o sucesso alcançado pelo evento Natal Luz seja incontestável, considerando as evidências analisadas, alguns obstáculos reais ou potenciais permanecem, merecendo a atenção das autoridades envolvidas. Um dos problemas mais sérios diz respeito à mobilidade urbana durante o período de sua realização. Muitas vezes a circulação pela cidade torna-se caótica e estressante, o que com o tempo e a repetitividade poderá abalar o apoio incondicional que a população local tem concedido ao fato. Outro aspecto diz respeito à exploração imobiliária, o que tem feito com que a aquisição e locação de imóveis em Gramado seja das mais onerosas no Estado. Finalmente, é preciso atentar para o fato de que o evento tem sua inspiração no espírito natalino e todo o significado que o envolve. Neste sentido, existe o risco dos espetáculos adquirirem cada vez mais a artificialização das atrações da Disneylândia. Esta ameaça tem sido exitosamente enfrentada até agora pela participação da comunidade em todas as fases do planejamento e execução dos espetáculos, o que definitivamente precisa ser apoiado e estimulado.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, E.M. de. *Turismo litorâneo: ocupação urbana e formação de ilhas de calor*. Turismo em análise. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes da USP, v.11, n.2, 2000.

ANDRADE, Renato Brenol. *Manual de Eventos*. Caxias do Sul: Educs, 2002.

ARANTES, Antonio A. *Patrimônio Imaterial e a Sustentabilidade de sua Salvaguarda*. Resgate, v. 8, n. 1, 2004.

BIAGE, Milton. *Econometria*. Florianópolis: UFSC, 2010.

BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. *Estratégias para Eventos*. São Paulo: Aleph, 2002.

CASIMIRO FILHO, F. *A contribuição do turismo para a economia brasileira*. – Tese de Doutorado, Piracicaba-SP, 2002

CAVACO, Carminda. *Turismo rural e desenvolvimento local*. In: RODRIGUES, Adyr A. B. (org.). Geografia e turismo. Reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 1996.

CAVALLI, Rafael. *Imagens da Região das Hortênsias*. 2014. Disponível em: <<http://www.rcavalli.com.br>>. Acesso em: 20 nov. 2014

CROSDALES, Lucia del Carmen Campillo; TOMAZZONI, Edegar Luis. *Organização e gestão do evento natal luz e seus retornos para o turismo de Gramado (RS)*. UCS, Caxias, v. 1, n. 1, p.1-16, 09 jul. 2010. Disponível em: <<http://www.ucs.br/ucs/tplSeminTur2010>>. Acesso em: 04 abr. 2014.

COUTINHO, Hevellyn Pérola Menezes; COUTINHO, Helen Rita Menezes. *Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística*. Revista Eletrônica Aboré - Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo. Edição 03/2007. Disponível em: <http://www.revistas.uea.edu.br/old/abore/artigos/artigos_3/Hevellyn%20Perola%20Menezes%20Coutinho.pdf>. Acesso em: 01 maio 2014.

_____. *Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade*, 2008.

CHOAY, Françoise. *A Alegoria do Patrimônio*. 3. ed. São Paulo: Unesp, 2006

DELAMERE, Thomas A.; WANKELE, Leonard M.; HINCH, Thomas D.. *Development Of A Scale To Measure Resident Attitudes Toward The Social Impacts Of Community Festivals, Part I: Item Generation And Purification Of The Measure*. Event Management, Usa, v. 7, n. 1, p.11-24, nov. 2001.

DROULERS, M.; MILANI, C. R. S. *Desenvolvimento local e turismo em Tarrafal - Cabo Verde*. Paris: UNESCO, 2002

ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. *Noticias*. Disponível em: <<http://www.rs.gov.br/>>. Acesso em: 12 nov. 2013.

FEITOSA, Mônica Nascimento; SILVA, Sandra Siqueira da. *Patrimônio Cultural imaterial e políticas públicas: os saberes da culinária regional como fator de desenvolvimento local*. Salvador: UFB, 2011

FLORYBAL. *Parque Terra Mágica Florybal*. 2014. Disponível em: <www.florybal.com.br>. Acesso em: 25 out. 2014

FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA DO RIO GRANDE DO SUL. FEE. *Dados Abertos*. Disponível em: <www.fee.tche.br>. Acesso no período de 01/04/2013 a 15/05/2015.

GENEROSI, Andressa. *Natal Luz Em Gramado (RS), Tradição e Inovação: Um olhar sobre os fatores que determinam o retorno dos turistas ao evento*. 2011. Dissertação (Mestrado) - Curso de Turismo, UCS, Caxias do Sul, 2011

GETZ, Donald et al. *Event tourism: Definition, evolution, and research*. In: *PROGRESS IN TOURISM MANAGEMENT*, 1., 2007, Calgary. Event tourism: Definition, evolution, and research. Calgary: UniversityOf Calgary, 2007. v. 1, p. 1 - 26.

GEVEHR, Daniel Luciano; VIDAL, Roger Pierre; NANDI, Aline. Natal Luz de Gramado: um patrimônio cultural da comunidade promovendo desenvolvimento regional na Serra Gaúcha. *Revista Brasileira Desenvolvimento Regional*. Blumenau, v. 2, n. 1, p.197-221, 20 mar. 2014. Fundação Universidade Regional de Blumenau. Disponível em: <www.furb.br/rbdr>. Acesso em: 01 out. 2014.

GRAMADO SITE. Disponível em <<http://gramadosite.com.br/>> Acesso em: 20 mar. 2012 a 31 maio 2012.

GRAMADO, Programação do 1º Natal Luz de. *Folheto do Primeiro Natal Luz de Gramado*. [mensagem pessoal] Mensagem enviada por: <mariliadaros@gmail.com>. em: 05 maio 2014.

_____. Relatório das Atividades do 27º Natal Luz. *Natal Luz*, Gramado, v. 1, n. 1, p.1-23, maio 2013. Anual

_____. *Dados do Natal Luz 2014*. [mensagem pessoal] Mensagem enviada por: <andre.pansera@gramadotur.net.br>. em: 10 fev. 2015

_____. *Dados do Natal Luz*. [mensagem pessoal] Mensagem enviada por: <presidencia@gramadotur.net.br>. em: 01 jan. 2015.

_____. *Dados Escola das Artes e Projeto PET*. [mensagem pessoal] Mensagem enviada por: <caroline.volk@gramadotur.net.br>. em: 08 jan. 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE. *Economia do turismo - Análise das atividades características do turismo*. 2010, n.5. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/industria/economia_tur_20032007/publ_comp_ecotur.pdf>. Acesso em: 01 out. 2014.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. IPHAN. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/>>. Acesso em: 01 fev. 2015.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. Fundamentos econômicos do turismo. In: LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. (org.). *Turismo: Teoria e Prática*. Campinas, P: Papirus, 2000. p. 25 - 37.

LANGEN, Floris; GARCIA, Beatriz. *Measuring the Impacts of Large Scale Cultural Events: A Literature Review*. Impacts 08 Is A Joint Programme Of The University Of Liverpool And Liverpool John Moores University Commissioned By Liverpool City Council, Liverpool, p.1-12, 1 maio 2008. Disponível em: <www.impact08.net>. Acesso em: 03 abr. 2015.

LICKORISH, Leonard; LENKINS, Carson L. *Introdução ao Turismo*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LINS, Hoyêdo Nunes. Interações, aprendizagem e desenvolvimento: Ensaio sobre o turismo em Florianópolis. *Revista Turismo-visão e Ação*. v. 9. n.1, p.107-120. Florianópolis: jan./abr. 2007.

LINS, Hoyêdo Nunes. *Economia Regional e Urbana*. Florianópolis: Departamento de Ciências – UFSC: 2009.

LINS, Hoyêdo Nunes. Florianópolis, cluster turístico?. *Revista Turismo em análise*. v.11, n. 2, p. 55-70. São Paulo: nov. 2001.

MAIA, Felícia Assmar. Direito à memória: o patrimônio histórico, artístico e cultural e o poder econômico. *Movendo Idéias*, Belém, v. 8, n. 13, p.39-42, jun. 2003.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Notícias*. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

MOTA, K.C.N. *Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal*. São Paulo: Atlas, 2001.

MUNDO A VAPOR. *História do mundo a Vapor e Imagem*. Disponível em: <<http://mundoavapor.com.br/>>. Acesso em: janeiro a abril de 2015.

NATAL LUZ DE GRAMADO. *Atrações*. Disponível em: <www.natalluzgramado.com.br>. Acesso em: 01 abr.2013 a 30 maio 2015.

OLIVEIRA, Ana Carolina; GENEROSI, Andressa. Enlightened Christmas In Gramado/RS/Brazil. *Revista dos Ventos, Caxias*, v. 1, n. 1, p.73-77, 10 Jan./jun. 2010. Semestral.

OLIVEIRA ,E.S. Impactos socioambientais e econômicos do turismo e as suas repercussões no desenvolvimento local – caso do município de Itacaré- Bahia *Revista Desenvolvimento Local* ,vol. 8, n.2, p.193-202,set.2007.

OLIVEIRA, Héliida Vilela. A prática do turismo como fator de inclusão social. Anhanguera Educacional S.A. - *Revista de Ciências Gerenciais*. v. XII, n. 16, 2008.

OLIVEIRA, Valmir Martins de. Turismo de negócios e eventos no desenvolvimento do município de Guarulhos. *Revista Turismo em Análise*, São Paulo: v. 11, n. 1, maio/2001.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO.OMT. *Desenvolvimento do Turismo Sustentável*; manual para organizações locais, 1998.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CANELA. *Estruturas turística da Cidade de Canela*. [mensagem pessoal] Mensagem enviada por: <turismo@canela.rs.gov.br>. em: 11 nov. 2014.

_____. *Turista em Canela*. [mensagem pessoal] Mensagem enviada por: <turismo@canela.rs.gov.br>. Acesso em: 26 mar. 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE GRAMADO. Disponível em <www.gramado.rs.gov.br/> Acessado no período de 01/03/2013 a 25/05/2015.

_____. *Programação do 1º Natal Luz*. Gramado: Hugo Daros, 1986. 1, color, 10x21

PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA PETRÓPOLIS. *Estrutura turística de Nova Petrópolis*. [mensagem pessoal] Mensagem enviada por: <turismo@novapetropolis.rs.gov.br >. em: 11 nov. 2014.

_____. *Turista em Nova Petrópolis*. [mensagem pessoal] Mensagem enviada por: <turismo@novapetropolis.rs.gov.br >. em: 23 mar. 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO FRANCISCO PAULA. *Estrutura turística de São Francisco de Paula*. [mensagem pessoal] Mensagem enviada por: <turismosaochico@gmail.com>. em: 11 nov. 2014.

_____. *Imagens dos Pontos Turísticos: Imagens*. 2014. Disponível em: <<http://www.saofranciscodepaula.rs.gov.br/>>. Acesso em: 01 out. 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DE GRAMADO. Disponível em <www.gramado.rs.gov.br/> Acessado no período de 01/03/2014 a 25/05/2015.

RODRIGUES, Cíntia Nigro. *Territórios do patrimônio: tombamentos e participação social na cidade de São Paulo*. 256 f. Dissertação (Mestrado em Geografia), Departamento de Geografia, USP, São Paulo, 2006

ROSS, Glenn F. *Psicologia do Turismo*. São Paulo: Contexto, 2002.

SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 6., 2010, Caxias. *Sabores e Fazeres no Turismo*. Caxias: Ucs, 2010. 16 f. Disponível em: <<http://www.ucs.br/ucs/tpiSeminTur2010/eventos>>. Acesso em: 09 jun. 2010.

SILVA, Mariângela Benine Ramos. *O Evento como Estratégica na comunicação das organizações: Modelo de Planejamento e Organização*. 2003. Disponível em: <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/eventosecerimonias/0321.htm>>. Acesso em: 01 abr. 2014.

SNOWLAND. *Imagens do Park*. 2014. Disponível em: <www.snowland.com.br/>. Acesso em: 15 out. 2014.

STEIL, Dr. Carlos Alberto. Peregrinação e Turismo: O Natal em Gramado e Canela. In: XXII Reunião anual da Anpocs, 22., 1998, Caxambu, MG. *Grupo de Trabalho: Religião e Sociedade (16)*. Porto Alegre: Ufgrs, 1998. v. 1, p. 1 - 17.

STAKE, Robert E. *Pesquisa Qualitativa: estudando como as coisas funcionam*. Porto Alegre: Penso, 2011.

TOMAZ, Paulo Cesar. A Preservação do Patrimônio Cultural e sua Trajetória no Brasil. *Revista de História e Estudo Culturais*, São Paulo, v. 7, n. 2, p.1-12, maio/ago. 2010. Disponível em:<www.revistafenix.pro.com.br>. Acesso em: 01 maio 2014.

TOMAZZONI, Edegar Luís, Turismo e Desenvolvimento Regional: Modelo APL TUR Aplicado à Região das Hortênsias (Rio Grande do Sul – Brasil). *Turismo e desenvolvimento regional*. 2007. 385 f. Tese (Doutorado) - Curso de Escola de Comunicações e Artes, Relações Públicas, Propaganda e Turismo, USP, São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/>>. Acesso em: 15 dez. 2014.

VELOSO, Mariza. O Fetiche do Patrimônio. *Habitus*, Goiânia, v. 4, n. 1, p.437-454, Jan/jun. 2006.

VIDAL, Roger Pierre; BURKHARD, Daniela; MORAIS, Roberto T. Ramos. As dimensões escalares do Desenvolvimento Regional: o caso da evolução do turismo em Gramado-RS. *Revista Interdisciplinar do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional da Faccat*, Taquara, v. 11, n. 1, p.149-165, 01 jun. 2014. Semestral. Disponível em:<<https://seer.faccat.br>>. Acesso em: 01 jun. 2014

APÉNDICE

APÊNDICE A- QUESTIONÁRIO USADO NA PESQUISA PARA COLETA DE DADOS.

ROTEIRO PARA ENTREVISTA

Público Pesquisado: Turistas participantes do Evento Natal Luz de Gramado/RS

Objetivo da Entrevista: Analisar o perfil dos turistas participantes do Evento Natal Luz e quais os impactos deste evento no Desenvolvimento da Região das Hortênsias

Propósito da Pesquisa: Realização de uma Dissertação de Mestrado das Faculdades Integradas de Taquara. O autor não mencionará nomes e designação de qualquer espécie que identifique o respondente.

Data do preenchimento: ____/____/201____.

Local da entrevista: Gramado Canela Nova Petrópolis São Francisco de Paula

Rua Hotéis Evento Natal outro: _____.

1- Qual o Estado/País de residência do entrevistado?

ESTADO: _____ PAÍS: _____

2- Sexo:

FEMININO MASCULINO

3- Faixa Etária:

Menos de 25 25 a 35 36 a 45 46 a 55 56 ou mais

4- Grau de escolaridade:

1º Grau 2º Grau Superior Pós-graduação

5- Além do sr.(a), quantas pessoas fazem parte do seu grupo?

0 1 2 3 mais de 4

6- O Evento Natal Luz teve alguma influência na escolha do período para visitar a região das hortênsias?

Sim Não

Por quê?

7- Em qual cidade está hospedado (a)?

Gramado Canela Nova Petrópolis São Francisco de Paula

outra:_____.

8- Qual o motivo principal para hospedar-se nesta cidade

Preço. Disponibilidade Indicação Relação custo/benefício

Outros:_____

9- Quantos dias pretende ficar na região das Hortênsias

1Dia 2 Dias 3 ou 4 dias 5 dias 6 ou 7 dias mais de uma semana

10- Pretende visitar outras cidades da região das hortênsias?

Sim Não

Qual cidade? Gramado Canela São Francisco de Paula Nova Petrópolis

Outra(s): _____

Motivo da visita? _____

Ponto Turístico Restaurante Compra

11- Incluindo hospedagem, alimentação, compras, ingressos para os eventos, etc., qual a sua estimativa de gasto diário?

até 100 Reais até 500 reais até 1000 reais até 1500 reais até 2000

reais Mais de 2000 reais.

Observações Informais:
