

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

Mestre em Desenvolvimento Regional – FACCAT, Economista CORECON-RS N° 8221 e Graduado em Administração de Empresas. *E-mail:* rogerpvidal@hotmail.com

Mario Riedl

Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR) das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT/RS. Doutor em Sociologia pela University of Wisconsin-Madison – EUA. *E-mail:* miriedl@terra.com.br

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 o objetivo desta pesquisa, realizou-se uma pesquisa com uma amostra de 239 visitantes do acontecimento, bem como uma análise de dados secundários, que teve como escopo dar suporte a análise dos impactos do evento na Região das Hortênsias. Buscou-se também analisar a sua influência no enfrentamento do problema da sazonalidade do turismo nos meses de verão. A pesquisa traz como resultado a transformação na última década entre o turismo de verão e de inverno na Região das Hortênsias, devido ao evento Natal Luz. Observou-se uma modificação radical no fluxo de visitantes em Gramado e Região na última década devido ao evento Natal Luz.

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

ABSTRACT: This paper 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

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.

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 dos municípios de Canela, Gramado, Nova Petrópolis e São Francisco de Paula, 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. Conforme Tomazzoni (2007), estes quatro municípios formam o espaço geográfico denominado Região das Hortênsias, pois este nome foi dado às quatro localidades que têm a hortênsia como flor característica.

Em suma, objetivamos demonstrar como Gramado tornou-se um dos 3 maiores polos de atração turística no Brasil, segundo Ministério do Turismo (2014). 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.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Turismos 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 polo 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. Penteado, 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.

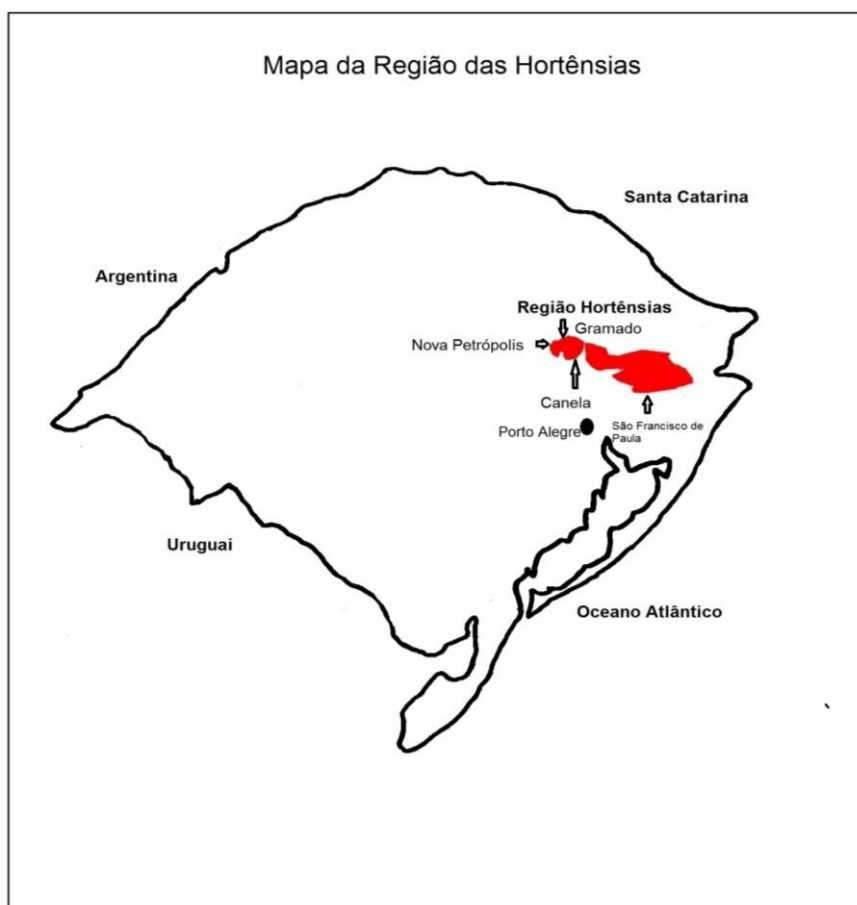
O desenvolvimento local, através do turismo de eventos, deve pressupor, interinamente, oportunidades para que os recursos disponíveis sejam aproveitados e as deficiências e carências sejam supridas sem o abalo do equilíbrio dinâmico de uma sociedade.

3 METODOLÓGIA

3.1 Cenários: 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 abaixo objetiva a localização da região, bem como a sua distância de Porto Alegre, capital do Estado do Rio Grande Sul.

Mapa 1- Região das Hortênsias – Rio Grande do Sul



Fonte: Autor (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.

Quadro-1 População e Área dos Municípios

| Região das Hortensias | | | |
|------------------------|-----------------|----------------------|------------------------|
| Municípios | População/ 2012 | Area km ² | Area 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)

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.

A estrutura turística da Região das Hortênsias evidência uma forte tendência para a atividade do turismo como setor predominante na região. Segundo dados das secretarias de turismo dos municípios da Região das Hortênsias, pode-se perceber 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 2 sintetiza estas informações relativas ao ano de 2014.

Quadro 2- 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 |
| Agências 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. Na Região das Hortênsias a parte gastronômica tem uma fundamental importância para o desenvolvimento do turismo. 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 Procedimentos Metodológicos

A trajetória metodológica deste artigo consistiu na utilização de dados primários e fontes secundárias. Os dados primários foram obtidos a partir de uma pesquisa de campo, conduzida pelos autores, que se caracterizou pela aplicação de um questionário 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 analisar a origem geográfica dos turistas atraídos pelo Natal Luz e verificar os possíveis impactos no turismo da Região das Hortênsias no período do evento. A análise foi essencialmente descritiva, uma vez que praticamente nada se conhece sobre esse turista.

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 03.

**Quadro 03- 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%.

Fórmula 1- para a determinação da amostra

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

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:

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

$$n = 197$$

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.

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 empresa Brita Rodovias, concessionária das estradas pedagiadas que dão acesso à região.

Os dados secundários tiveram como objetivo mostrar a transformação na última década entre o turismo de verão e de inverno na região das Hortênsias, devido ao evento Natal Luz de Gramado.

4. ANÁLISE DOS DADOS

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) informam 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 Moraes (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.

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 de 2014 a 15 janeiro de 2015), 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.

4.2 A influência do turismo de eventos na Região das Hortênsias, Rio Grande do Sul: O caso do evento Natal Luz de Gramado

Com vistas ao objetivo de analisar a influência do evento Natal Luz de Gramado na Região das Hortênsias, a análise dos dados será composta pelas entrevistas que foram realizadas durante a temporada do Natal Luz de 2013/2014 e os dados secundários que visam demonstrar as transformações no fluxo de turista na região das Hortênsias no período do evento Natal Luz.

Os dados extraídos dos questionários apresentam que dos respondentes 52% eram 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.

Já no que se refere à origem geográfica dos participantes do evento Natal Luz, apresenta-se o Quadro 4.

Quadro 04- 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 | 8 | 3,3 | 3 |
| | 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

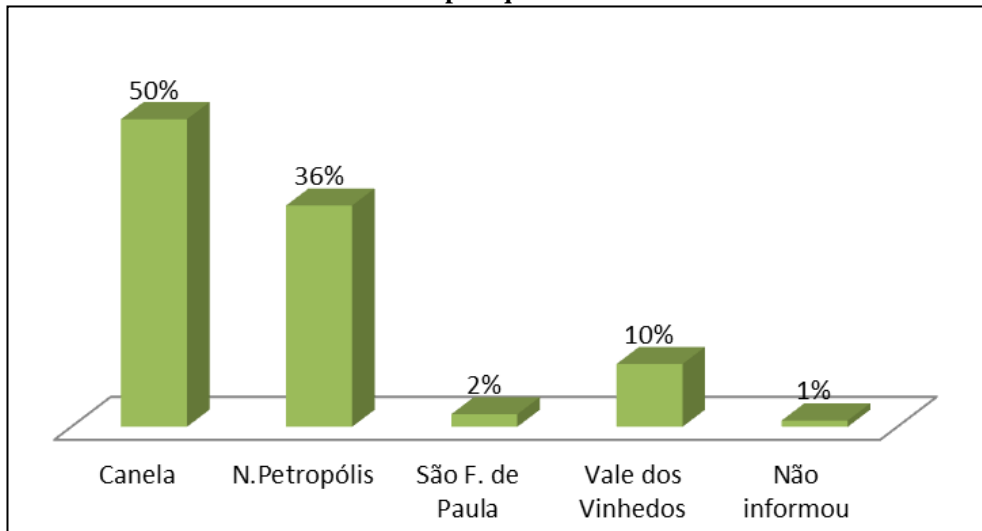


Fonte: Pesquisa de campo realizada pelo autor (2014).

Outro 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.

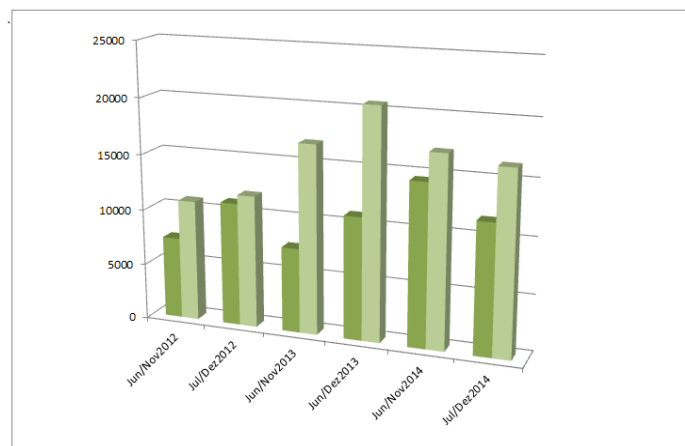
Gráfico 01- Municípios que Pretende Visitar



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

Checando os dados do gráfico 1 com as informações da secretária de turismo de Nova Petrópolis os números 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 02 mostra que o evento Natal Luz alavancou o fluxo de turistas nos meses de verão em Nova Petrópolis. 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 da região.

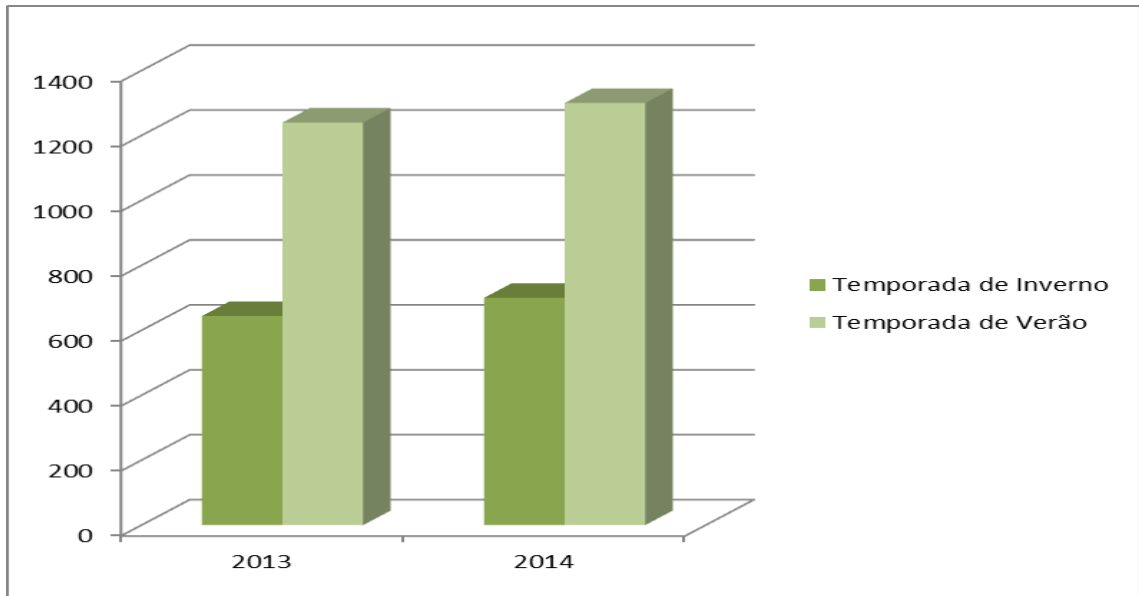
Gráfico 2- Número de Turistas em Nova Petrópolis nas Temporadas de Inverno e Verão Período 2012 a 2014



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 3. 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 3- Movimento Turístico em Canela nas Temporadas de Inverno e Verão Anos de 2012 e 2013.



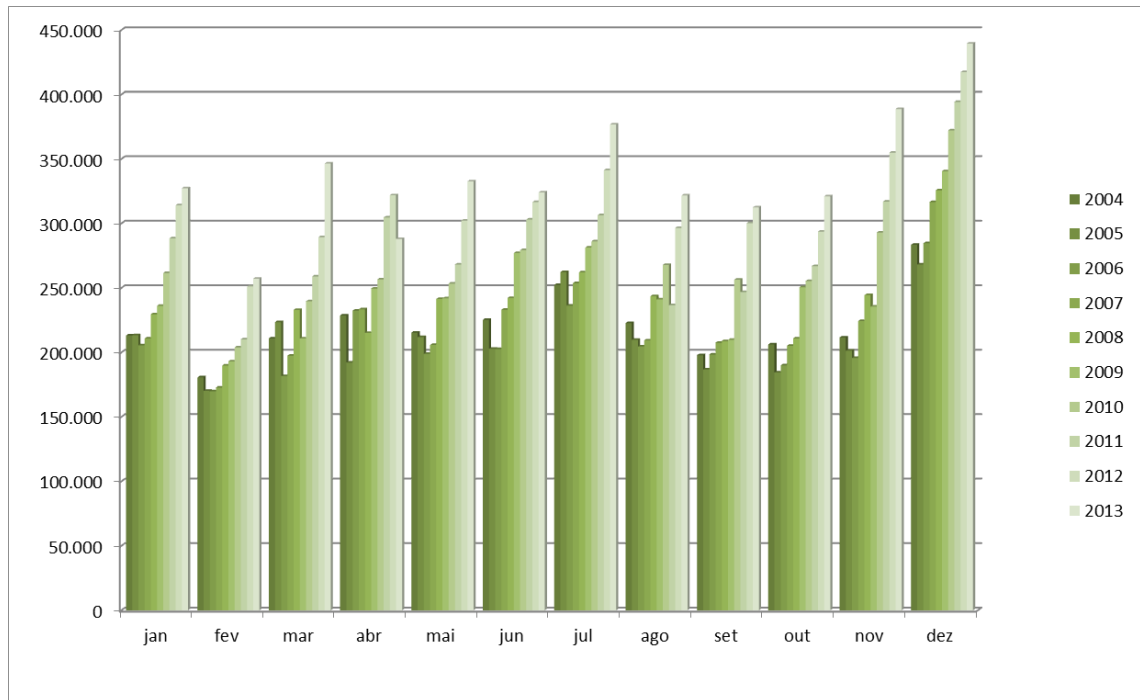
Fonte: Secretaria de Turismo de Canela(2014)

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 04, 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 04 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 4- Fluxo de Veículos nas Praças de Pedágios que Conduzem a Gramado



Fonte: Brita Rodovias (2015)

Tabela 5- 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.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho 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 apresentou através de uma amostra aleatória dos visitantes, a origem geográfica dos participantes. Sendo que nos surpreendeu, já que a maioria provinha das regiões Sudeste e Nordeste, superando os oriundos da Região Sul.

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 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 atrair um número crescente de turistas a cada ano. Esse é um trunfo que, do nosso ponto de vista só foi possível pelas contantes inovações e também pelo fato dos coordenadores do evento integrar a comunidade local na organização e realização dos seus principais espetáculos. Este fato 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.

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.

REFERÊNCIAS

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

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

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

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.

DELAMERE, Thomas A.; WANKEL, 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.

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

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.

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, 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.

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.

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.impacts08.net>. Acesso em: 03 abr. 2015.

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

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

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

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

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.

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

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.

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