



# Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

## Setor do Turismo de Eventos no Brasil: um breve diagnóstico

Brenda Cortes de Lima  
Edilaine Weber Mannrich  
Mirian Teresinha Pinheiro  
Thays Cristina Domareski Ruiz

**Resumo:** O turismo se constitui numa atividade importante da economia mundial. O setor do turismo de eventos no Brasil obteve um aumento considerável nos últimos tempos, com a inclusão de eventos esportivos, culturais, religiosos, realizados por todo o país. Este trabalho teve como objetivo fazer um diagnóstico do setor do turismo de eventos no Brasil. A pesquisa teve caráter bibliográfico, com abordagem qualitativa. Os resultados desta pesquisa apontam a importância dos eventos para os destinos turísticos, devido ao incremento na economia local, gerando benefícios aos moradores e as empresas turísticas.

**Palavras-chave:** Turismo de Eventos; Destino Turístico; Brasil;

**Abstract:** Tourism is an important activity of the world economy. The sector of event tourism in Brazil has seen a considerable increase in recent times, with the inclusion of sporting, cultural and religious events held all over the country. This paper aimed to analyse the event tourism sector in Brazil. The research had a bibliographic character, with a qualitative approach. The results of this research point to the importance of events for tourist destinations, due to the increase in the local economy, generating benefits for residents and tourism companies.

**Key-words:** Event Tourism; Tourism Destination, Brazil;

### Introdução

O setor de eventos tem impulsionado o turismo no Brasil, demonstrados em diversas ocasiões, como esportivas, musicais, religiosas, entre outras, estimulando o aumento na demanda turística do país. É importante ressaltar que estes acontecimentos trazem consigo, uma grande demanda de turistas nos locais onde são sediados, e possibilitam uma ampla divulgação do país ou da região a qual se executam. “Evento é algo que acontece que tem data e horário de início e fim. Sua realização está associada a um momento no tempo e um local determinado”, (MELLO NETO, 2001). Desta forma pode-se dizer que os eventos possibilitam também desenvolver algumas noções temporais específicas.

A partir deste contexto o objetivo desta pesquisa consistiu em diagnosticar o setor do turismo de eventos no Brasil. O estudo pautou-se na metodologia da pesquisa bibliográfica priorizando a pesquisa de caráter qualitativo. Por se tratar de uma pesquisa bibliográfica foram utilizadas fontes secundárias oriundas de livros, artigos, sites, etc. No trato com as referidas fontes foram estabelecidos diálogos com diferentes autores gabaritados à temática escolhida.

A pesquisa bibliográfica baseia-se na coleta de material de diversos autores sobre um assunto. A principal vantagem dessa pesquisa é o fato de permitir ao

pesquisador uma cobertura mais ampla do que ele poderia pesquisar diretamente (CHIZZOTTI, 2003; GIL, 1999). Enquanto Severino (2007, p. 122) reitera que “a pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc.” Para Marconi e Lakatos (2011) a metodologia qualitativa prioriza pela análise e interpretação detalhada numa investigação.

Desta forma, o trabalho segue organizado com a apresentação breve sobre o histórico dos eventos realizados no Brasil, bem como um panorama sobre os pontos positivos e negativos que estes trazem para as destinações turísticas. Em seguida, apresenta-se uma abordagem sobre a importância dos Convention & Visitors Bureaux, concluindo com uma análise da imagem do país com a obtenção de eventos, apontando sua importância e os benefícios gerados aos destinos turísticos.

### **Grandes Eventos realizados no Brasil**

O Brasil dispõe de diversos eventos ocorridos anualmente, os quais são reconhecidos mundialmente pela sua diversidade e abrangência na receptividade de turistas, como por exemplo, eventos que representam a diversidade cultural do Brasil, como o carnaval, festas típicas das regiões, grupos folclóricos, festas de São João entre outros.

Algumas destinações brasileiras se destacam em relação ao turismo de eventos internacionais, como pode ser visualizado no quadro abaixo.

**Quadro 01: Eventos Internacionais**

Eventos Internacionais												Cidades
2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	
78	66	70	76	60	75	79	75	61	54	29	21	São Paulo – SP
65	64	79	83	69	62	62	41	37	48	39	36	Rio de Janeiro – RJ
14	9	14	12	12	11	5	13	10	4	4	7	Porto Alegre – RS
11	16	9	22	13	12	8	11	1	11	6	4	Brasília – DF
10	9	14	12	13	12	13	7	9	8	3	6	Florianópolis - SC
10	3	11	13	6	9	6	10	2	2	2	2	Belo Horizonte - MG

Fonte: Ministério do Turismo, 2017.

Eventos musicais, esportivos, acadêmicos, culturais e religiosos, são realizados com grande frequência no Brasil, o que podem gerar melhorias na infraestrutura local, bem como novas oportunidades de emprego, ampliando assim, a imagem do destino

tanto nacional quanto internacionalmente.

Mello Neto (2001 p. 84) aponta que: “Os eventos são a mais nova mídia atuante, pois superam em eficácia a propaganda e a publicidade, tornando-se estratégias de comunicação de produtos e marcas. São mídias interativas, que mobilizam a opinião pública, geram polêmica, despertam emoções nas pessoas e fazem do entretenimento a nova indústria.”

Desta forma, os eventos que mais deslocam turistas para o Brasil são os esportivos, musicais e culturais, tendo como exemplo a Copa do Mundo e, o *Rock in Rio*, o festival *Lollapalooza* além da grande festividade da cultura do país, como o Carnaval. É o que afirma o Ministério do Turismo (2015):

[...] Brasil ganhou destaque internacional por sediar grandes eventos esportivos, como a Copa do Mundo, que reuniu mais de 600 mil turistas estrangeiros; musicais, como o Festival *Lollapalooza*, que movimentou R\$ 93 milhões em São Paulo; e religiosos, como a Jornada Mundial da Juventude, o maior evento já realizado no Rio de Janeiro, que atraiu mais de 3,7 milhões de peregrinos. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2015).

Outro evento também significativo para o Brasil foram os Jogos Olímpicos. De acordo com Silva (2016) os Jogos Olímpicos, prospectaram as cidades e seus respectivos países, sedes, impactando positivamente alguns deles, como é o caso do Brasil, o qual obteve uma imagem positiva com a realização dos Jogos no ano de 2016.

Dantas (2016) reitera que os Jogos Olímpicos proporcionam um significativo avanço econômico para a cidade e o país-sede do evento. Embora exija uma série de responsabilidades, principalmente em relação à infraestrutura das cidades-candidatas, os benefícios econômicos gerados pelos jogos são bem maiores do que os próprios investimentos para sua realização, o que é capaz de provocar profundas e permanentes mudanças socioeconômicas positivas. A atração de turistas de diversas partes do mundo faz com que melhorias estruturais permanentes sejam feitas, como rede de transporte, moradia e instalações esportivas. Sem contar nos inúmeros novos postos de trabalho que são gerados direta ou indiretamente através do evento. Ainda sobre a perspectiva do autor, o mesmo afirma que:

Quando foram celebrados os primeiros Jogos Olímpicos da Era Moderna, se pretendia apenas realizar um evento que reunisse algumas centenas de pessoas que praticavam o esporte como atividade de tempo. Mal sabia o

Barão de Coubertin que a competição iria se transformar em um dos principais eventos culturais do planeta, ultrapassando, sem dúvida, os limites do esporte (DANTAS, 2016).

No entanto, com a imagem positiva sobre as Olimpíadas, seguindo a mesma proposta de evento, o Brasil recebeu os Jogos Paralímpicos, que são modalidades adaptadas para deficientes, seja físico ou mental, o esporte foi um meio de encarar esse problema e conseguir passar por eles (OLIMPÍADAS, 2015).

Os jogos paralímpicos foram realizados pela primeira vez em 1960 em Roma, na Itália, mas tem a sua origem na Inglaterra, pois era uma forma de reabilitar militares que eram feridos em guerra. O sucesso foi tão grande que esses jogos foram crescendo e em 1976 mais de quarenta países já estavam participando desses jogos. Em 1992 os jogos paralímpicos tiveram uma grande marca, pois os dois comitês dos jogos paralímpicos e dos olímpicos trabalhavam juntos, e com isso os dois comitês começaram a trabalhar juntos trazendo sempre o esporte para o deficiente (OLIMPÍADAS, 2015).

Reiterando, os grandes eventos também trazem benefícios para as cidades, para a comunidade em geral, e para o turista que pretende visitar o destino, destacam-se os eventos musicais. Este segmento vem crescendo a cada nova edição, com novas propostas, bem como nomes artísticos apresentados no evento, os quais atraem milhares de fãs do mundo todo para contemplar seus ídolos. Uns dos maiores festivais musicais, com destaque no Brasil, são: *Rock in Rio* e o *Lollapalooza*.

O Festival Musical *Rock in Rio*, há 30 anos integra a lista de megaeventos internacionais consolidados no Brasil, já está em sua 17<sup>o</sup> edição sendo seis delas realizadas em terras brasileiras de dois em dois anos. O festival acontece também em outros países como Portugal, Estados Unidos e Espanha e hoje é considerado o maior festival de música do mundo (FESTIVAL FLING, 2012).

Idealizado por Roberto Medina, o *Rock in Rio* surgiu após um período difícil do ponto de vista cultural, momento em que as artes e afins foram duramente reprimidos pelo Regime Militar e ainda eram atingidos pelos seus reflexos, esse fato começou a mudar a partir da década de 1960 com o ápice da Bossa Nova e a mudança de atitude dos artistas, que retomaram sua essência, trazendo de volta o poder da música ao país (JILEK, 2001, p. 11).

Durante suas 6 edições realizadas no Brasil, o *Rock in Rio* alcançou um público estimado de 4.703 milhões de pessoas (*ROCK IN RIO*, 2017). Ainda de acordo com o site, o evento proporcionou benefícios para a cidade, como a geração de 182 mil empregos e, principalmente possui uma atitude sustentável na qual o fundador juntamente com a ajuda de parceiros criaram o projeto socioambiental Amazona

Live. O objetivo do projeto é restaurar áreas na cabeceira e nascentes do Rio Xingu conforme afirma Boeckel, 2016. Até o momento foram 3 milhões de árvores doadas à Amazônia (*ROCK IN RIO*, 2017).

**Quadro 02: Índice de público presente no Evento Rock In Rio**

<b>ANO</b>	<b>TOTAL DE PÚBLICO PRESENTE</b>
<b>1985</b>	1.380.000
<b>1991</b>	198.000
<b>2001</b>	1.235.000
<b>2011</b>	700.000
<b>2013</b>	595.000
<b>2015</b>	595.000
<b>TOTAL</b>	4.703.000

Fonte: Rock In Rio, 2017.

De acordo com o ponto de vista dos idealizadores, o festival musical buscou restabelecer a cultura da música no país, direcionando com este, os olhares do mundo para o Brasil.

Quanto ao Festival *Lollapalooza*, evento musical muito procurado pelo público jovem, fã de clássicos musicais, seu criador Perry Farrell, afirma que o mesmo é visto como um “estilo de vida alternativo”. No local onde é sediado o evento, todo mundo pode viver este estilo de vida alternativo, nos mais variados espaços espalhados pelo Autódromo de Interlagos, como áreas de descanso, brinquedos, *foodtrucks* entre outros, para que todos os momentos fiquem para sempre na memória dos participantes do sucedido (BRASIL, *LOLLAPALOOZA*, 2016).

O *Lollapalooza* apresenta números expressivos durante suas edições. De acordo com Moia (2017), a 6ª edição do evento (2017) atraiu um público de 190 mil pessoas em dois dias de realização, batendo recorde de público, e gerou um equivalente de R\$93.000,00 milhões para a economia da cidade assim como ofertou vagas para empregos formais e temporários além de dar oportunidades para jovens em atividades voluntárias. As duas últimas edições, 2015 e 2016, atraíram respectivamente 136 mil e 170 mil pessoas.

Notadamente tanto os eventos esportivos, quanto os culturais, serem indiscutivelmente para divulgar o país receptor, atraindo mais demandas, desde que seja otimizada as ações do turismo para tal feito. Dentre as ações exemplifica-se os

investimentos em infraestrutura, ampliando os setores em geral, disponibilizado mais vagas de emprego.

Com o registro de crescimento do setor de eventos no Brasil, ocorreu um certo avanço na geração de novos empregos e renda das empresas fornecedoras de serviços e produtos turísticos. No entanto, possui um vasto campo ainda a ser explorado, pois esta atividade incentiva o desenvolvimento socioeconômico local, contribuindo para geração de empregos, renda e criação de infraestrutura que beneficiam não somente os turistas, mas também a população do destino. Silva (2016) afirma que:

Um evento promove um grande deslocamento de pessoas e/ou profissionais durante a sua execução, ocasionando uma grande movimentação econômica nas cidades sedes. É importante observar que o turista de eventos é motivado por interesses profissionais, mesclando atividades de trabalho e lazer, tornando-se um consumidor com grande potencial de consumo do item diversão. Outro aspecto importante do Turismo de Eventos é o fato do turista planejar um retorno com familiares para os destinos que mais lhe agradaram (SILVA, 2016, s/p).

Coutinho e Coutinho (2007, p. 01), afirmam que o turismo de eventos é hoje um mercado próspero, que caminha cada dia mais para sua consolidação dentro da economia, duas grandes vertentes contribuíram para alcançar esse mercado, o atual nível de competitividade em todos os setores e a velocidade da informação, que faz com que qualquer profissional necessita se atualizar, especializar e aperfeiçoar para se desenvolver.

Portanto, os eventos trazem consigo diversos benefícios para as destinações turísticas, e para o país como um todo, pois com o aumento da atividade turística, se faz necessário que os destinos obtenham melhorias na qualidade do atendimento de seus serviços prestados, na infraestrutura local, e nos atrativos da destinação, para se manter sempre à frente ao mercado competitivo. Gilda Fleury Meirelles (1999) enfatiza que:

Este é um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito, e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia (GILDA FLEURY MEIRELLES, 1999, p. 21).

Os investimentos em infraestrutura, melhoram as destinações e a atraem mais

demanda de turistas, que em se tratando de eventos é mais lucrativo pois segundo o Portal Brasil (2014), o turista de eventos e negócios, gasta quatro vezes mais que o turista de lazer. Este dado é confirmado pela ABEOC (Associação Brasileira de Empresas de Eventos), conforme tabela abaixo:

**Quadro 3: Estimativa dos gastos dos participantes de eventos - 2013**

Tipo de participante	Número de participantes	Permanência média (dias)	Gasto médio		Gasto total	
			em R\$	em US\$	em R\$	em US\$
Residente	151.325.582	1,2	69,22	32,09	12.569.708.159,47	5.827.402.948,29
Não-Residente	50.846.204	3,9	437,16	202,67	86.688.636.578,77	40.189.446.721,73
<b>Total</b>	<b>202.171.787</b>	<b>1,9</b>	<b>161,76</b>	<b>74,99</b>	<b>99.258.344.738,24</b>	<b>46.016.849.670,02</b>

Fonte: ABEOC. SEBRAE; Observatório do Turismo, 2014.

Além dos benefícios econômicos advindo do evento quando bem planejado, há que ressaltar que eles também podem ocasionar alguns percalços se falharem em algumas questões preliminares, como organização e planejamento de controle sobre todos os aspectos.

### **Pontos positivos e negativos gerados pela realização de eventos no Brasil**

Os pontos positivos e negativos na realização de um evento variam de acordo com a perspectiva dos organizadores, da cidade sede e da população do local onde o evento será sediado. Para muitos os pontos positivos se sobressaem, pois divulga a imagem turística do local, bem como influencia na melhora da economia e dá outros benefícios aos cidadãos. Souza; Dropa; Marcos (2015), em um artigo sobre o evento musical *Rock in Rio*, exemplificam alguns pontos positivos que o evento pode oferecer:

Tem o aspecto cultural, visto que o evento musical cultural propicia novas experiências, novas culturas, conhecer novas pessoas, e também não deixa de ser uma manifestação da arte, manifestação da música, fatores de forte característica cultural. E observando sobre o aspecto social há o encontro de pessoas de fora do entorno com os habitantes locais, havendo possibilidades de intercâmbio de culturas, propiciando impactos tanto positivos quanto negativos. (SOUZA; DROPA; MARCOS, 2015, p. 09).

É perceptível que a influência do turismo de eventos, traz consigo grandes relevâncias para as destinações turísticas. Com a implantação deste setor, como é o caso do Brasil, é grande o número de benefícios gerados as cidades-sede dos

eventos, como por exemplo, a geração de novos empregos, melhorias na infraestrutura da cidade, bem como na economia e na imagem turística dos mesmos, conforme tabela a seguir:



Fonte: ABEOC; SEBRAE; Observatório do Turismo, 2014.

Ao se fazer uma análise da importância deste setor, é possível perceber, que este vem se tornando o principal fator econômico do Brasil, visto que este acarreta na movimentação econômica do país, já que os participantes dos eventos propostos, tendem a se hospedar nas proximidades das celebrações, bem como se alimentarem nos restaurantes e lanchonetes, fazer compras, e realizar as demais atividades disponibilizadas nesta ocasião.

Em se tratando de divulgação do destino, ressalta-se a participação das empresas que patrocinam os eventos no geral, cujo tem por objetivo expandir suas marcas por meio de ações de marketing, fator este que gera benefícios tanto para as empresas quanto para as celebrações em questão.

Existem também pontos negativos da realização de eventos. Os gastos utilizados para a realização de um evento muitas vezes impedem que este seja executado por questões de viabilidade econômica e, com o possível grande número de turistas que chegam à localidade sede, há o risco de impactos ambientais. Os autores Souza; Dropa; Marcos (2015) reforçam que:

Os pontos negativos da realização de um evento como o *Rock in Rio* no Brasil têm várias vertentes, podendo ser por problemas estruturais, de logística, sociais, ambientais, econômicos, de segurança, entre tantos outros (SOUZA; DROPA; MARCOS, 2015, p. 11).

Podem-se citar problemas convencionais, ocorridos em quaisquer eventualidades, ocasionados primordialmente pela falta de organização e controle dos responsáveis do evento, como por exemplo, questões voltadas a segurança, gerando percalços com furtos ou mesmo extravio de documentos. Outro aspecto negativo é em questão ao aproveitamento da situação, ocasionado pelas empresas prestadoras de



serviços, como meios de hospedagem e praças de alimentação, cujo adotam uma supervalorização de seus produtos, com preços geralmente abusivos, durante a realização de um evento, aproveitando-se assim, do aumento de demanda gerada pela ocasião, sem contar com a falta de qualificação dos profissionais envolvidos na organização e no setor operacional do evento.

Tem-se como exemplo a diversidade cultural, onde os moradores locais não se sentem confortáveis com a chegada de muitos turistas e a inserção deles em seu dia-a-dia, pois acabam mudando o cotidiano da cidade de uma forma geral, muitas vezes conturbando a vida dos moradores locais, como no trânsito, supermercados e etc. Estes fatores implicam na imagem que o turista leva da cidade sede do evento, podendo assim, não gerar boas experiências, fazendo com que os leve a recomendar ou não o destino turístico.

Podem ser observados aspectos positivos e negativos na realização de eventos. Os eventos precisam se consolidar no Brasil para que o segmento se desenvolva e continue crescendo e a receita turística possa beneficiar os envolvidos. Uma pesquisa disponibilizada pelo MTur (2016), aponta respeito da imagem turística do Brasil nas Olimpíadas:

A boa avaliação da imprensa internacional em relação aos Jogos Olímpicos deverá aumentar consideravelmente a exposição positiva do país na mídia internacional nos próximos meses. Segundo pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo com a imprensa estrangeira que esteve no país em função do evento, 59,7% afirmaram que suas próximas matérias deverão ser positivas - crescimento de 62% em relação ao período anterior aos jogos, de 36,8%. Paralelamente, o número de matérias negativas deve reduzir de 22,8%, antes dos jogos, para 7,2% pós-competição. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2016).

Com base nesta citação, é de suma importância ressaltar que os eventos trazem consigo diversos pontos positivos que podem acarretar na imagem turística do destino.

Portanto, os eventos e a sua estrutura no geral se mostram de suma importância para a imagem turística do país, visto que estes trazem consigo uma melhoria econômica a longo prazo e possíveis turistas nas próximas temporadas decorrentes da divulgação do país.

## A importância dos Convention & Visitors Bureau para o setor de eventos

Os Conventions & Visitors Bureau (CVB), têm representado uma significativa importância para os destinos turísticos, que visam ampliar sua estrutura para receptividade de novos eventos, e para que ocorram mudanças na infraestrutura de sua cidade para ocorrência dos mesmos. Entende-se por CVB:

**Convention & Visitors Bureau** é uma organização de instituições que promovem o turismo e a receptividade de uma cidade ou localidade para convenções e visitação de eventos e atrações diversas. No Brasil existe O Brasil Convention & Visitors Bureau que congrega os “bureaux” do Brasil, proprietária das marcas Convention & Visitors Bureau e room tax em todo território Nacional (CONVENTION & VISITORS BUREAUX, 2016).

Sendo assim, estas organizações não governamentais, que não possuem fins lucrativos, tem como objetivo, promover o desenvolvimento econômico e social do destino a qual representa, por meio de incentivos da indústria do turismo, atuando como instrumento de planejamento, promoção, apoio, captação e geração de eventos e estímulo ao turismo de entretenimento e lazer dos destinos eminentes (CONVENTION & VISITORS BUREAUX, 2016).

No Brasil existem entidades que atuam como “Convention & Visitors Bureau”, através da Confederação Brasileira de Convention & Visitors Bureau, cujo tem por finalidade promover e representar o segmento das atividades de suas associadas, como:

### Quadro 4: Atividades exercidas pelo Convention & Visitors Bureau

Promover e cultivar o inter-relacionamento das entidades associadas, incentivando, em especial, o intercâmbio de experiências e informações;
Diligenciar junto aos poderes públicos, apresentando-lhes alternativas e auxiliando na tomada de decisões que visem ao fomento do Turismo Brasileiro, particularmente o Turismo de Eventos;
Contribuir para o aperfeiçoamento das entidades associadas, visando à qualificação no desempenho de suas atividades;
Exercer, de modo geral, as atribuições que, por lei e pelos usos e costumes de nosso país, sejam reservadas às associações civis.

Fonte: Convention & Visitors Bureau, 2016.

Os mais usuais associados vinculados aos CVBx são os empreendimentos hoteleiros, restaurantes, locais e serviços de apoio a eventos, organizadores de congressos, operadores e agências de turismo.

O propósito dos CVBx é voltado ao desenvolvimento dos destinos por meio da atração turística atraída para o mesmo, utilizando, no entanto, de promoção e divulgação do destino, o que cativa turistas para negócios, lazer e eventos, dependendo da promoção efetuada (GESTÃO, 2016).

Um CVB está praticamente sempre direcionado à atração de visitantes de eventos profissionais, tal qual a primeira organização desse tipo. Alguns trazem o foco de trabalho explícito no nome, limitando a sua área de atuação: Convention Bureau (quando não trabalham visitantes), Convention & Incentive Bureau (idem, mas destacando a importância do incentivo) ou Convention & Visitors Bureau (quando se propõem a trabalhar ambos) (GESTÃO, 2016).

Portanto, os Conventions são importantes instituições, pois com o auxílio delas nas destinações turísticas, possibilita-se o desenvolvimento de novas práticas com novas visões acerca das cidades, países ou regiões, que poderão propiciar melhorias tanto na infraestrutura, quanto nas práticas mais salutares em prol do desenvolvimento turístico.

### **Importância da imagem do país decorrente dos eventos**

O Brasil é um país com potencial turístico, por suas belas praias, suas paisagens naturais e por sua cultura diferenciada. O turismo de eventos vem para impulsionar esses aspectos positivos que o país possui. Segundo o Ministério do Turismo (2010), o Brasil já é o 11º país a sediar eventos de grande porte e internacionais. Com a vinda de um grande número de turistas a visitar o país nesse segmento turístico, a imagem turística melhora e traz ao Brasil a imagem de país receptor. O Ministério do Turismo exemplifica de uma forma clara o conceito de turismo de eventos e os benefícios que o mesmo traz ao Brasil:

No Brasil, esse tipo de turismo vem apresentando números expressivos, resultado da soma de investimentos em infraestrutura e equipamentos turísticos, da promoção da imagem do país no exterior, da crescente profissionalização dos serviços à favorável conjuntura econômica e pela conquista de referências mundiais no desenvolvimento tecnológico e científico em diversas áreas. No entanto, a consolidação desse segmento no País exige, ainda, uma melhor estruturação e organização relacionada à

oferta de serviços qualificados. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

A imagem positiva que o turismo de eventos proporciona ao Brasil já fez com este segmento fosse o segundo maior atrativo de turistas estrangeiros ao país. Alguns eventos de grande porte já se consolidaram pelo país como, por exemplo, a *Oktoberfest*, *Rock in Rio*, *Free Jazz Festival*, encenação da Paixão de Cristo dentre outros, e por conta disso possui um público fidelizado vindo de todos os Estados brasileiros e até mesmo do mundo (MONTES; CORIOLANO, 2003). Esses turistas movimentam a economia do país e, a receita advinda destes, são convertidas em melhorias na infraestrutura local. A ABEOC (Associação Brasileira de empresas de eventos), em uma publicação sobre eventos, divulga os números alcançados pelo turismo de eventos no Brasil no ano de 2015:

No Brasil, Eventos e Turismo representam mais de 11,4 milhões de empregos diretos, terceirizados e indiretos, sendo 7,5 milhões no segmento Eventos. Foram contabilizados 590 mil eventos no país no ano passado, sendo cerca de 300 mil na cidade de São Paulo. Segundo a International Congress and Convention Association (ICCA), os ingressos do Turismo de Eventos e Congressos superam US\$ 1 trilhão e movimentam 160 milhões de participantes no mundo. (ABEOC, 2015).

Contudo, é perceptível a importância deste segmento turístico pelo desenvolvimento que este traz ao país. A captação de eventos e recursos se faz necessária para o contínuo crescimento deste setor e da imagem turística do Brasil como um todo, para turistas do exterior como também nacionais.

Pode-se afirmar que os eventos representam um segmento de grande importância socioeconômica no mercado turístico. É atraente e está em franco crescimento, favorecendo e exigindo a expansão dos serviços de infraestrutura, a dinamização dos atrativos das cidades-sede, assim como de todos os setores da cadeia produtiva do turismo. (MONTES; CORIOLANO, 2003, p. 63).

É notável que apesar dos diversos percalços econômicos, políticos e sociais, pelos quais passa a nação brasileira, o crescimento do setor é um aspecto positivo que deve ser estimulado.

Eventos como as Olimpíadas, trouxeram ao país uma imagem positiva, pois superou-se grande parte das expectativas referentes ao sucesso da realização dos mesmos. Segundo Silva (2016), ao decorrer dos anos, algumas notícias repercutiram internacionalmente como a contaminação das águas onde ocorreriam competições, ameaças de contaminação pelo zika-vírus e principalmente a segurança do evento que sofreu diversas oscilações no que se refere à verba

destinada a este importante segmento da organização do evento, principalmente pelo fato de estarem ocorrendo muitos atentados terroristas em todo o mundo.

No entanto, ainda sobre a percepção do autor Silva (2016), o Brasil foi alvo de muitas críticas, a respeito de possíveis acontecimentos durante a realização dos jogos. Notou-se, no entanto que a percepção da imprensa foi diferente da realidade experimentada, fazendo assim, com que a imagem do Brasil alcançasse um impacto positivo.

Contudo, mesmo tendo a possibilidade de ter adquirido pontos positivos na constituição da imagem, os destinos turísticos precisam ater-se ao fato que muitas outras demandas precisam ser atendidas para que a referida imagem seja realmente positiva. Dentre as demandas há que se levar em consideração a necessidade de minimizar as mazelas do local, como por exemplo, a violência, tornando-se imperioso ampliar a segurança, indispensável para o desenvolvimento do turismo em geral. Tanto a segurança como outras necessidades devem ser propiciadas se processos solidificadores se efetivarem, como por exemplo, melhorias de setores prioritários como educação. Somente com a efetivação dos referidos processos é que a imagem do local se concretizará de forma positiva, propiciando melhorias na qualidade de vida de moradores e conseqüentemente, facilitando o desenvolvimento do turismo em geral.

### **Considerações finais**

Conclui-se que o setor de eventos possui lugar de destaque no cenário do turismo brasileiro, obtendo um crescimento considerável no decorrer dos anos, constituindo-se no principal receptor de turistas estrangeiros ao Brasil e importante propulsor socioeconômico.

Além de impulsionar o mercado turístico, tendo em vista que os turistas deste segmento gastam mais do que um visitante convencional, o setor gera benefícios não somente para as cidades sedes dos eventos ou as empresas organizadoras, mas também para a população local.

Destaca-se a importância dos eventos de grande porte, como os musicais,

esportivos, e culturais, devido a grande massa de turistas que estes atraem para o país, e em decorrência disso alguns fatores positivos auxiliam na consolidação deste setor para o país. De modo geral, os eventos proporcionam além da propulsão do fluxo turístico, uma divulgação do destino em si, ocasionando uma melhoria na economia e na infraestrutura local do destino, favorecendo a população local.

Dentre os eventos de grande porte abordados, este trabalho destacou as Olimpíadas e Paralimpíadas, bem como os eventos musicais, tais como *Rock In Rio* e *Lollapalooza*. Todos os referidos eventos geram benefícios e consolidam a imagem do Brasil internacionalmente, como destino receptivo, o qual atrai milhares de olhares ao país.

Atribui-se importância aos Convention & Visitors Bureaux, pois os mesmos auxiliam no crescimento das destinações turísticas, possibilitando o desenvolvimento de novas visões e novos reconhecimentos sobre a cidade, país ou região, atuando como instrumento chave na captação de eventos. Por meio de suas ações, os CVBx buscam promover o desenvolvimento econômico e social das destinações, através de incentivos da indústria do turismo, atuando como instrumento de planejamento, promoção, apoio, captação e geração de eventos e estímulo ao turismo de entretenimento e lazer.

O estudo foi breve, apontando a possibilidade de futuras investigações sob outros olhares, bem como com outras formas de discussão para melhor diagnosticar o setor de eventos tão importante para o Brasil. Contudo acredita-se poder contribuir com as reflexões apresentadas acerca do setor do turismo de eventos que tem crescido nos últimos tempos, e que tem produzido benefícios para as destinações turísticas, pois, a pesquisa também possibilita mesmo que de forma incipiente uma melhor interpretação da realidade auxiliando teoricamente no processo de desenvolvimento do turismo em geral.

## **REFERÊNCIAS**

ABEOC. Associação Brasileira de Empresas de Evento; SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio A Micro e Pequenas Empresas; OBSERVATÓRIO DO TURISMO. II

**Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil - 2013.** 2014. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2014/10/II-dimensionamento-setor-eventos-abeoc-sebrae-171014.pdf>>. Acesso em: 06/mai. 2017.

ABEOC. Associação Brasileira de empresas de eventos. **Fórum Eventos debateu tendências e o futuro do setor no Brasil e no exterior.** 2015. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/2015/04/forum-eventos-debateu-tendencias-e-o-futuro-do-setor-no-brasil-e-no-exterior/>>. Acesso em: 25/nov. 2016.

BRASIL, *Lollapalooza*. **Lollapalooza Brasil: A Experiência.** 2016. Disponível em: <<https://www.lollapaloozabr.com/a-experiencia-lollapalooza-brasil/>>. Acesso em: 16/nov. 2016.

BRASIL, *LOLLAPALOOZA*. **Lollapalooza Brasil divulga balanço final e confirma edição de 2016.** Disponível em: <<https://www.lollapaloozabr.com/2015/loollapalooza-brasil-divulga-balanco-final-e-confirma-edicao-de-2016/>>. Acesso em: 03/mai. 2017.

BOECKEL. Cristina. **Rock in Rio vai incentivar plantio de árvores e fazer show na Amazônia.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2016/04/rock-rio-vai-incentivar-plantio-de-arvores-e-promover-show-na-amazonia.html>>. Acesso em: 03/mai. 2017.

CHIZZOTTI, A. 2003. **A pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais: evolução e desafios.** Revista Portuguesa de Educação, Universidade de Minho: Braga, v. 16, nº 2, p. 221-236.

CONVENTION & VISITORS BUREAUX (Brasil). **História.** 2016. Disponível em: <<http://brasilcvb.com.br/a-historia/>>. Acesso em: 31/out. 2016.

CONVENTION & VISITORS BUREAUX (Brasil). **Quem somos.** 2016. Disponível em: <<http://brasilcvb.com.br/sobre/>>. Acesso em: 24/out. 2016.

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. ed. 03. 2007. Disponível em: <[http://www.revistas.uea.edu.br/old/abore/artigos/artigos\\_3/Hevellyn Perola Menezes](http://www.revistas.uea.edu.br/old/abore/artigos/artigos_3/Hevellyn%20Perola%20Menezes)>

Coutinho.pdf>. Acesso em: 19/Set. 2016.

DANTAS, Tiago. **A importância dos Jogos Olímpicos**. 2016. Disponível em: <<http://brasilecola.uol.com.br/educacao-fisica/a-importancia-dos-jogos-olimpicos.htm>>. Acesso em: 16/Nov. 2016.

FESTIVAL FLING.**The Top 10 Music Festivals in the World**. Disponível em: <<http://festivalfling.com/best-music-festivals-2012/>>. Acesso em: 05/Dez. 2016.

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

GESTÃO de CVB: **Conceitos essenciais de CBVx**. 2016. Disponível em: <<http://www.gestaodecvb.com/p/conceitos-essenciais-de-cvbx.html>>. Acesso em: 24/Out. 2016.

JILEK, Mariane. **Rock In Rio: O Precursor dos Eventos Musicais**. Um Case de Sucesso de Marketing de Entretenimento. 2001. Disponível em: <<http://www.avm.edu.br/monopdf/24/MARIANE%20JILEK.pdf>>. Acesso em: 03/Mai. 2017.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica: ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis, metodologia jurídica**. 6. ed. rev. e ampl. São Paulo, SP: Atlas, 2011.

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Tudo Sobre Eventos**. São Paulo: STS, 1999.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Criatividade em eventos**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2001.

MOIA, Mariana. **Organização do Lollapalooza Brasil divulga balanço final da edição de 2017**. Disponível em: <<https://br.nacaodamusica.com/posts/lollapalooza-brasil-balanco-final-2017/>>. Acesso em: 03/Mai. 2017.

MTUR. **Jogos Rio 2016 mudam a imagem do Brasil na imprensa internacional**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7132-jogos-rio-2016-mudam-a-imagem-do-brasil-na-imprensa-internacional.html>>. Acesso em: 24/Out. 2016.

MTUR. **Turismo de Negócios e Eventos: Orientações Básicas**. 2010. Disponível



em:

<[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_de\\_Negocios\\_e\\_Eventos\\_Orientacoes\\_Basicas.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Negocios_e_Eventos_Orientacoes_Basicas.pdf)>. Acesso em: 24/Out. 2016.

**MTUR. Turismo de negócios e eventos ganha força no Brasil com crescimento de quase 8%.** Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/5606-a-for%C3%A7a-do-turismo-de-neg%C3%B3cios-no-brasil.html>>. Acesso em: 27/Abr. 2017.

MONTES, Valéria Alves; CORIOLANO, Luzia Neide M. T. **Turismo de Eventos: promoções e parcerias no Brasil.** 2003. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63619/66384>>. Acesso em: 26/Nov. 2016.

OLIMPIADAS, do Rio 2016. **História da Paraolimpíada.** 2015. Disponível em: <<http://olimpiadasdorio2016.com/historia-da-paraolimpiada/>>. Acesso em: 05/Dez. 2016.

PORTAL BRASIL. 2014. **Turista de negócios gasta quatro vezes mais que o de lazer.** Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/09/turista-de-negocios-gasta-quatro-vezes-mais-que-o-de-lazer#acontent>>. Acesso em: 02/Mai. 2017.

*ROCK IN RIO.* **História.** Disponível em: <<http://rockinrio.com/rio/pt-BR/historia>>. Acesso em: 03/Mai. 2017.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico.** 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Bruno de Oliveira da. **Principais legados dos Jogos Olímpicos de verão das cidades de Barcelona, Sydney, Atenas, Pequim, Londres e Rio de Janeiro.** 2016. TCC (Graduação) - Curso de Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2016.

SILVA, Nilza Costa da. **Turismo de Eventos.** 2016. Disponível em: <<http://www.revistaturismo.com.br/artigos/eventos.html>>. Acesso em: 28/Nov. 2016.

SOUZA, Luiz Fernando de; DROPA, Márcia Maria; MARCOS, Nataly Maceno. **Pontos positivos e negativos na realização de um Evento de Porte**

**Internacional no Brasil - Estudo de Caso: ROCK IN RIO.** 2015. Disponível em:  
<<http://festivaldeturismodascataratas.com/wp-content/uploads/2015/12/6.-Pontos-Positivos-e-Negativos-na-Realização-de-um-Evento-de-Porte-Internacional-no-Brasil-Estudo-de-Caso.pdf>>. Acesso em: 24/Out. 2016.