

**CARACTERIZAÇÃO E REFLEXÕES SOBRE OS EVENTOS DA REGIÃO
CENTRAL DO RIO GRANDE DO SUL/BRASIL**

**EVENTS TOURISM MANAGEMENT: CHARACTERIZATION AND REFLECTIONS
ON THE EVENTS OF THE CENTRAL REGION OF RIO GRANDE DO SUL /
BRAZIL**

Lilian Coradini Cerezer

Adriele Carine Menezes Denardin

Dalva Maria Righi Dotto

Monica Elisa Dias Pons

RESUMO: Com ênfase no tema turismo de eventos e utilizando como recorte geográfico a região Central do Rio Grande do Sul, este estudo foi realizado através de uma pesquisa exploratória, com abordagem de investigação qualitativa e objetivou sistematizar os eventos divulgados pela Secretaria Estadual de Esporte, Turismo e Lazer (SETEL), com análise por município e região. Os resultados da pesquisa demonstraram que há poucos organizadores de eventos que utilizam essa importante ferramenta gratuita de divulgação e atração de turistas disponibilizada através do *website* da SETEL. Também se constatou que a maioria dos eventos tem periodicidade anual, que há uma concentração maior no segundo semestre e que as parcerias entre setor público e privado para a realização de eventos ainda é incipiente na região estudada.

Palavras-chave: Gestão do Turismo; Turismo de Eventos; Regionalização do Turismo.

ABSTRACT: With an emphasis on the theme of events tourism and using as a geographical cut the Central region of Rio Grande do Sul, this study was conducted through an exploratory research, with a qualitative research approach and aimed to systematize the events disclosed by Department of Sport, Tourism and Leisure (Setel), with analysis by municipality and region. The survey results showed that there are few event planners who use this important tool of dissemination and tourists attraction available in the website of Setel. It was also evident that most of the events are annual, that there is a higher concentration in the second semester of the year and that partnerships between public and private sectors for the realization of events is still incipient in the region studied.

Keyword: Tourism Management; Events Tourism; Tourism Regionalisation.

1 INTRODUÇÃO

Os eventos são um dos motivadores mais importantes do turismo e, também, relevante impulsionador da elaboração e comercialização de pacotes turísticos baseados em destinos. É farta a literatura que documenta a atividade e os

impactos dos eventos planejados – em especial, os megaeventos – e a disputa por eventos sazonais (Olimpíadas, Copa do Mundo de Futebol, Festivais de Música) entre cidades e países. No entanto, como afirma Getz,

foi apenas algumas décadas atrás, que "o turismo de eventos" se estabeleceu, tanto na indústria do turismo como na comunidade de pesquisa, de modo que o crescimento subsequente deste setor só pode ser descrito como espetacular (GETZ, 2008, p. 403).

O turismo de eventos, entre as demais possibilidades da atividade turística, tem se destacado cada vez mais por possibilitar alterações significativas no local de sua destinação. Os organizadores dos eventos elencam estímulos ao desenvolvimento social e econômico, na geração de renda e de empregos. Institui-se, por exemplo, o termo "legado" associado às campanhas de *marketing* para as comunidades receptoras dos eventos, referindo-se as melhorias para a população das cidades que recebem megaeventos.

Pode-se dizer que a importância dos eventos no turismo está na própria origem da atividade, desde seus primórdios, com a própria definição do turismo, que foi criada pelo fato de existirem deslocamentos motivados por eventos.

Na atualidade há um crescimento do turismo de eventos, em níveis globais. O fenômeno dos eventos vem aumentando em número, em diversidade e em popularidade, variando de escalas dos megaeventos aos pequenos festivais comunitários (SMALL, 2007).

Os poderes públicos, em seus diversos níveis, organizam eventos: os estados nacionais para públicos estrangeiros como forma de promoção e divulgação de seus países e os governadores e os dirigentes municipais, para divulgar suas comunidades e atrativos locais como possíveis destinos turísticos, em nível regional e local, tendem a vincular os eventos com pautas da política econômica, social e, às vezes, em segundo plano, artísticas e culturais.

Desta forma, os eventos são uma forma utilizada pelas empresas de marketing para fazer a promoção de seus produtos em certas ocasiões, por exemplo, comemorações de empresas, feiras de negócios, eventos esportivos e espetáculos artísticos.

Este estudo concentra-se na região Central do Rio Grande do Sul, utilizando como referência a divisão por regiões realizada pela Secretaria Estadual de Esporte, Turismo e Lazer (SETEL) no Plano de Desenvolvimento do Turismo do Rio Grande do Sul - 2012-2015 e objetivou sistematizar e analisar, por município e região, o turismo de eventos, considerando os eventos divulgados no *website* da SETEL em 2015. As análises contemplam aspectos referentes à identificação dos organizadores, tipos de eventos, abrangência, periodicidade, além da categorização dos municípios realizada pelo Ministério de Turismo, que resulta da soma das variáveis de desempenho econômico relativos às atividades de turismo, constante do Mapa do Turismo Brasileiro.

2 TURISMO DE EVENTOS

No setor de turismo existem diferentes formas de atração de consumidores, de acordo com as motivações impulsionadoras, no processo de decisão para a aquisição de produtos turísticos. Segundo Montejano (2001) as principais motivações dos turistas são a necessidade de repouso, diversão, lazer e conhecer e interagir com novas culturas. Neste contexto, o turismo de eventos, considerado por Meirelles (1999) como uma forma de reunião, é definido mais detalhadamente por Zanella (2004, p. 69) como

uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com o objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos de natureza comercial, cultural, esportiva, social, familiar religiosa, etc.

Tornou-se cada vez mais perceptível que os eventos são catalizadores de mudanças nas comunidades envolvidas, impulsionando avanços nos transportes, nas comunicações, na hotelaria e na gastronomia, no comércio de bens e serviços da região. Com o crescimento da relevância, dinâmica, diversificação e com impacto econômico no desenvolvimento social, foram definidas tipologias de eventos.

Getz (2008, p.404) propõe uma tipologia com as principais categorias de eventos, com base, principalmente, em sua forma, isto é, diferenças óbvias em seu propósito e programa (Quadro 1).

QUADRO 1: Tipologia do Turismo de Eventos

<p>CULTURAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Festivais - Carnaval - Comemorações - Eventos Religiosos <p>POLÍTICOS E ESTATAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reuniões de Cúpula - Eventos Políticos - Ocasões Especiais - Visitas de VIPs <p>ARTES E ENTRETENIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concertos - Espetáculos - Cerimônia de Premiação 	<p>NEGÓCIOS E COMÉRCIO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reuniões - Convenções - Feiras - Exposições <p>EDUCACIONAIS E CIENTÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conferências - Seminários - Oficinas - Treinamento 	<p>ESPORTES E COMPETIÇÕES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amadores / Profissionais - Espectadores / Participantes <p>RECREACIONAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Esporte e jogos por diversão <p>PARTICULARES / PRIVADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Casamentos - Festas - Reuniões Sociais
--	---	---

Fonte: Adaptado de GETZ, 2008, p. 404.

Ainda segundo Getz (2008, p.405),

alguns [eventos] são para celebração pública (esta categoria inclui os chamados "festivais comunitários", que normalmente contêm uma grande variedade em sua programação e visam fomentar o orgulho e a coesão cívica), enquanto outros estão previstos para fins de concorrência, divertimento, entretenimento, negócios ou socialização. Muitas vezes, eles exigem instalações para fins especiais, e os gestores dessas instalações (como centros de convenções e arenas esportivas) visam tipos específicos de eventos.

Outra classificação dos eventos é apresentada por Matias (2010), que se baseia nas áreas de interesse envolvidas: Artístico, Científico, Cultural, Cívico, Desportivo, Folclórico, Lazer, Promocional, Religioso e Turístico.

Pelas duas classificações apresentadas, entre outras existentes, pode-se ver a amplitude do fenômeno do turismo de eventos e da necessidade de tratá-lo como um complexo e multifacetado objeto de investigação acadêmica.

2.1 Gestão e Impactos do Turismo de Eventos

Um aspecto importante para a realização de eventos é o seu adequado planejamento e sua profissional execução. Para Kotler e Armstrong (2003, p.373),

eventos devem ser entendidos como ocorrências que são planejadas e que objetivam transmitir mensagens para públicos-alvo. Desta forma, por exemplo, shows, exposições, excursões e outros eventos, devem ser compreendidos como canais de comunicação não pessoal.

Diversas áreas, dentre as quais administração, economia, geografia e antropologia tem estudado a atividade turística nos diferentes aspectos da sociedade. Estas pesquisas, segundo Barreto,

permitem relativizar a influência do fenômeno em relação à dos meios de comunicação (no caso da questão cultural) e em relação a outras indústrias (no caso da poluição ambiental), sem contar que evidenciam o importante papel que o turismo vem tendo na recuperação do patrimônio histórico, dos museus, da cultura popular e das tradições (2004, p. 85).

É perceptível que o turismo de eventos exerce papel relevante nos campos econômico, cultural e social. No entanto, não se deve idealizar que todas as influências são positivas (Quadro 2). Afinal, no turismo os impactos “[...] referem-se a gama de modificações ou sequência de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades receptoras” (RUSCHMANN, 2000, p. 34).

QUADRO 2: Exemplos de Impactos do Turismo

SUBSISTEMAS	IMPACTOS POSITIVOS	IMPACTOS NEGATIVOS
Ambiente Natural	<ul style="list-style-type: none"> Alertar a consciência para o patrimônio natural existente. 	<ul style="list-style-type: none"> Poluição. Sobrecarga dos espaços (ex: parque, praias).
Ambiente Sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> Intercâmbio cultural e conhecimento de raças e crenças diferentes. Partilha de valores. Aumento da tolerância entre populações. Valorização do que é genuíno de cada cultura e patrimônio. Aumento do orgulho pela região e cultura local. 	<ul style="list-style-type: none"> Sobrecarga populacional. Segregação social. Perda da identidade das populações. Destruição de estruturas sociais. Congestionamento das atrações turísticas (ex: transportes, infraestruturas). Intensificação dos problemas de drogas / crime.
Ambiente Econômico	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de postos de trabalho. Aumento do rendimento de famílias. Aumento das trocas comerciais com o exterior. Aumento das receitas fiscais. Melhoria de infraestruturas. Desenvolvimento de outros setores da economia. 	

Fonte: CARDOSO, 2013, p. 23.

É indispensável que todo o planejamento de evento leve em consideração a aplicação de metodologias de avaliação e prevenção de impactos nas comunidades envolvidas. Esse é um trabalho que ultrapassa a organização do evento e deve envolver de múltiplas formas diferentes agentes governamentais, privados e comunitários. A administração pública deve licenciar e fazer cumprir as exigências legais, os empreendedores devem planejar para minimizar ao máximo seus impactos negativos, cumprir as leis e respeitar a cultura, e a comunidade deve fiscalizar e participar das discussões exigindo seus direitos.

Com integração e participação dos diferentes agentes envolvidos tem-se a possibilidade de que o turismo de eventos seja propiciador de desenvolvimento local e regional.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para atingir os objetivos propostos neste trabalho foi realizada uma pesquisa de natureza exploratória, com abordagem de investigação de caráter qualitativo (Malhotra, 2011 e FLICK, 2009). Primeiramente foi efetuado um levantamento teórico a respeito do tema turismo de eventos em livros, trabalhos acadêmicos e *websites* de empresas e, posteriormente, uma investigação em dados secundários da Secretaria Estadual de Turismo e Lazer do Estado do Rio Grande do Sul (SETEL/RS) para sistematização das informações referentes aos eventos divulgados no *website* oficial referentes ao ano de 2015. Como recorte geográfico, o estudo utilizou como referência a divisão em regiões turísticas da referida Secretaria de Estado e concentrou a pesquisa na região denominada Central.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 A Regionalização do Turismo no Rio Grande do Sul

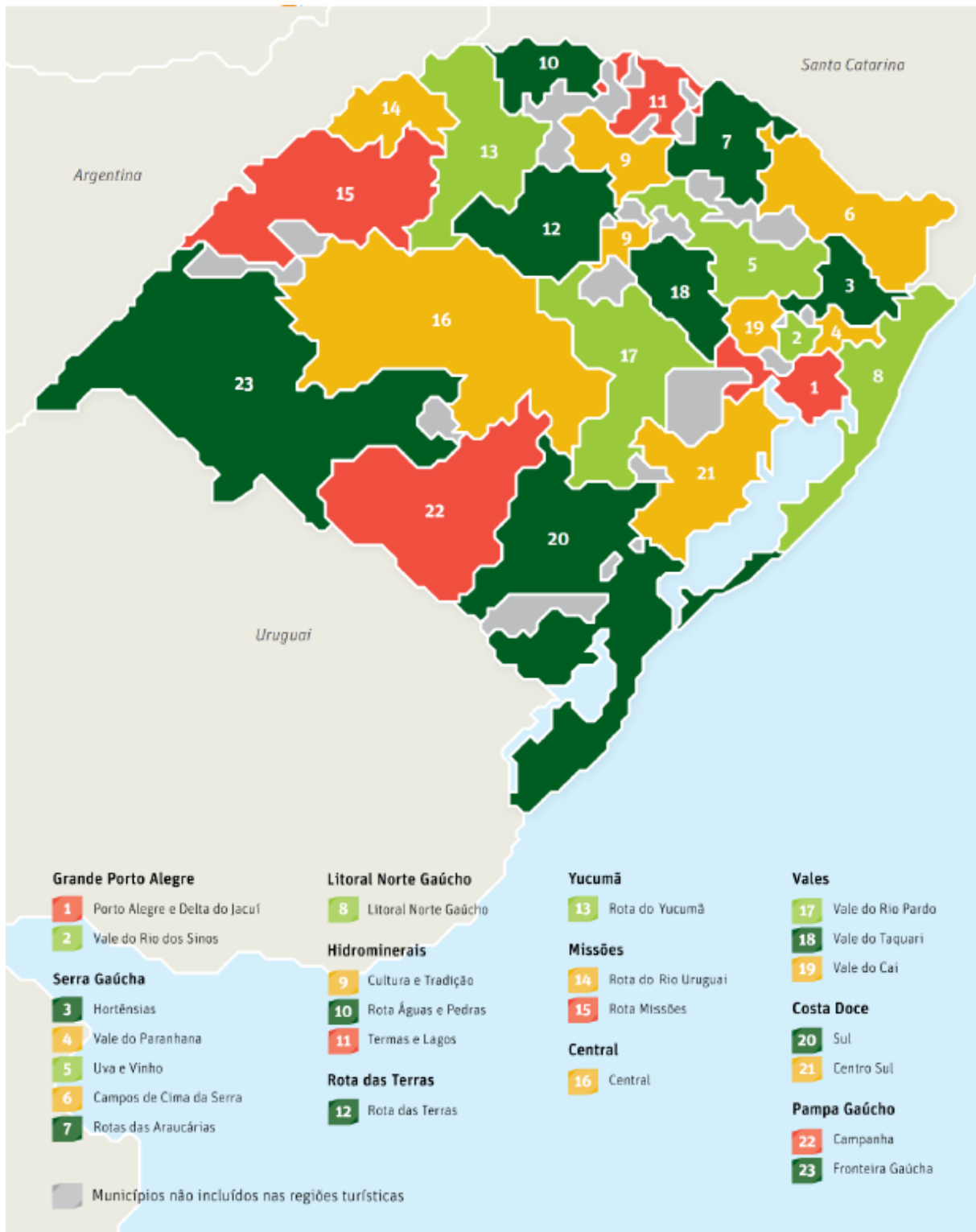
A delimitação de regiões é determinada segundo os fins a que se propõem. Nesta perspectiva, a regionalização turística do Rio Grande do Sul, presente no

Plano de Desenvolvimento do Turismo do Rio Grande do Sul - 2012-2015, foi elaborada pela Secretaria do Turismo, Esporte e Lazer, com o objetivo de

empoderamento destas importantes instâncias de governança (...) essas instâncias devem promover o desenvolvimento do turismo local, fomentando a criação de colegiados municipais de turismo com representantes do poder público, privado e da sociedade civil organizada, e se articulando com outras instâncias de governança e atores envolvidos com o desenvolvimento do turismo em sua região.

Como política pública no setor de turismo, o Estado foi dividido em 11 regiões (Figura 1) e 23 microrregiões: (a) **Grande Porto Alegre** - Porto Alegre e Delta do Jacuí (8 municípios); Vale do Rio dos Sinos (12 municípios); (b) **Serra Gaúcha** - Hortênsias: (5 municípios); Vale do Paranhana (6 municípios); Uva e Vinho: (33 municípios); Campos de Cima da Serra (8 municípios); Rota das Araucárias (20 municípios); (c) **Litoral NorteGaúcho** - Litoral Norte Gaúcho (23 municípios); (d) **Hidrominerais** - Cultura e Tradição (12 municípios); Rota Águas e Pedras(23 municípios); Termas e Lagos (16 municípios); (e) **Rota das Terras** - Rota das Terras (22 municípios); (f) **Yucumã** - Rota do Yucumã (33 municípios); (g) **Missões** -Rota do Rio Uruguai (20 municípios); Rota Missões (26 municípios); (h) **Central** – Central (35 municípios); (i) **Vales** -Vale do Rio Pardo (22 municípios); Vale do Taquari (38 municípios); Vale do Caí (20 municípios); (j) **Costa Doce** – Sul (14 municípios); Centro -Sul (14 municípios); Campanha (7 municípios); Fronteira Gaúcha (9 municípios); e (l) **Pampa Gaúcho** - Campanha (7 municípios); Fronteira Gaúcha (9 municípios) (SETUR/RS, 2015).

FIGURA 1: Mapa das Regiões Turísticas do Estado do Rio Grande do Sul



Fonte: Plano de Desenvolvimento do Turismo do Rio Grande do Sul: 2012-2015. Rio de Janeiro: FGV Projetos, 2012, p. 31.

4.2 Características da Região Central do Rio Grande do Sul no Quesito Turismo

A Região Central (delimitada no item 16 da figura 1) concentra 35 municípios, 652.277 habitantes, 9,3 bilhões PIB, 94 meios de hospedagem, 35 agências de viagem e operadoras e 599 estabelecimentos de A&B. Os municípios que pertencem a esta região são Agudo, Cacequi, Cachoeira do Sul, Capão do Cipó, Cerro Branco, Dilermando de Aguiar, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Formigueiro, Itaara, Ivorá, Jaguarí, Jari, Júlio de Castilho, Mata, Nova Esperança do Sul, Nova Palma, Novo Cabrais, Paraíso do Sul, Pinhal Grande, Quevedos, Restinga Seca, Santa Maria, Santiago, São Francisco de Assis, São João do Polêsine, São Martinho da Serra, São Pedro do Sul, São Sepé, São Vicente do Sul, Silveira Martins, Toropi, Tupanciretã, Unistalda e Vila Nova do Sul (SETUR/RS, 2015).

Os principais destaques da Região Central, no setor de turismo, são a gastronomia italiana na Quarta Colônia, a existência de sítios zoobotânicos e paleontológicos e o turismo religioso. O polo econômico, cultural, tecnológico, acadêmico e logístico da região encontra-se no município de Santa Maria e as principais atrações são a Rota Turística e Gastronômica Santa Maria-Silveira Martins, antigos fósseis de dinossauros, que atrai interesse de grupos de visitantes e de pesquisadores e a Rota Santos Caminhos da Fé (que inclui cinco municípios da Região Central e municípios da Rota Missões) (SETEL/RS, 2015).

Considerando a categorização dos municípios do Mapa do Turismo Brasileiro, realizada pelo Ministério do Turismo, na Região Central do Rio Grande do Sul não há municípios enquadrados na categoria A, somente o município de Santa Maria foi incluído na categoria B, o município de Cachoeira do Sul na categoria C e a maioria enquadra-se na D, seguido da E (Quadro 3) (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2015).

Ressalta-se que o modelo do Mapa do Turismo Brasileiro prevê cinco categorias, de A até E, e é resultado da soma das variáveis de desempenho econômico, considerando o número de estabelecimentos formais cuja atividade principal é hospedagem; número de empregos formais no setor de hospedagem; estimativa de turistas a partir do Estudo de Demanda Doméstica; e estimativa de

turistas a partir do Estudo de Demanda Internacional. Esta categorização classificou os 3.345 municípios do Mapa do Turismo Brasileiro, e visa auxiliar na implementação de políticas públicas mais eficientes, distinguindo as peculiaridades e especificidades de cada região, para uma melhor compreensão do envolvimento de cada município no processo de desenvolvimento regional do turismo (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2015).

QUADRO 3: Categorização dos Municípios da Região Central do Rio Grande do Sul - 2015

MUNICÍPIOS	CATEGORIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS	MUNICÍPIOS	CATEGORIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS
1. Agudo	D	19. Paraíso do Sul	E
2. Cacequi	D	20. Pinhal Grande	E
3. Cachoeira do Sul	C	21. Quevedos	E
4. Capão do Cipó	D	22. Restinga Seca	D
5. Cerro Branco	E	23. Santa Maria	B
6. Dilermando de Aguiar	D	24. Santiago	C
7. Dona Francisca	E	25. São Francisco de Assis	D
8. Faxinal do Soturno	D	26. São João do Polêsine	D
9. Formigueiro	D	27. São Martinho da Serra	E
10. Itaara	E	28. São Pedro do Sul	D
11. Ivorá	D	29. São Sepé	D
12. Jaguarí	D	30. São Vicente do Sul	D
13. Jari	E	31. Silveira Martins	D
14. Júlio de Castilhos	D	32. Toropi	E
15. Mata	D	33. Tupanciretã	D
16. Nova Esperança do Sul	D	34. Unistalda	E
17. Nova Palma	D	35. Vila Nova do Sul	D
18. Novo Cabrais	E		

Fonte: Adaptado de Ministério do Turismo, 2015.

Em análise comparativa, entre a região Central/RS e os dados referentes ao Brasil e a totalidade do estado do Rio Grande do Sul, percebe-se que a Região Central/RS concentra, proporcionalmente, mais municípios na categoria E, e índices

menores nas categorias A, B e C. Baseado neste mapeamento é possível afirmar que os municípios da Região Central possuem menos representatividade de atividade turística, no quesito desempenho econômico, do que a média apresentada no Brasil e no Rio Grande do Sul (Quadro 4).

QUADRO 4: Classificação, por categoria, dos municípios do Brasil, RS e Região Central – 2015

CATEGORIA	BRASIL		RS		REGIÃO CENTRAL	
	Nº MUNICÍPIOS	%	Nº MUNICÍPIOS	%	Nº MUNICÍPIOS	%
A	51	1,52	03	0,64	0	0
B	167	4,99	13	2,78	1	2,9
C	4	15,1	39	8,35	2	5,7
D	1.841	55,04	227	48,6	21	60,0
E	782	23,38	185	39,6	11	31,4
TOTAL	3.345	100	467	100	35	100

Fonte: Adaptado de Ministério do Turismo, 2015.

4.3 O Turismo de Eventos na Região Central do RS

Quando um consumidor pretende realizar alguma atividade que envolve a escolha de um produto turístico, inicia a coleta de informações, no intuito de avaliar as alternativas existentes. Esta busca de informações é parte do processo de decisão de compra do consumidor, que compreende os estágios de (a) pré-compra: com as etapas de estímulo, conscientização do problema, busca de informações e avaliação das alternativas; (b) consumo; e (c) pós-compra (KOTLER e KEPLER, 2012; HOFFMANN e BATSON, 2006; BOONE, L.E; KURTZ, D.L. 2009).

Como o sucesso de um evento pressupõe a atração de pessoas para usufruir a programação, a comunicação entre o organizador e o consumidor é requisito relevante para atingir os objetivos dos proponentes e dos turistas. A comunicação “visa informar, persuadir ou lembrar os clientes sobre um serviço que está sendo oferecido” e, portanto, “não se pode esperar que os clientes usem um serviço que desconhecem” (HOFFMANN E BATSON, 2006, p.215; SHIMP, 2010; URDAN e URDAN, 2009;)

Utilizada de forma mais intensa atualmente, a comunicação via *internet*, reflete a mudança do comportamento do consumidor, que busca informações com praticidade e rapidez (TORRES, 2010). A utilização das mídias interativas eletrônicas possibilita atingir uma grande audiência e é uma forma de alcançar consumidores geograficamente distantes, a qualquer hora, seja através de vitrines virtuais, panfletos interativos, boletins *on-line* e prestação de serviços (BOONE, 2006).

Segundo Tomikawa(2009, p.64),

hoje, a *internet* possibilita ao turista acesso a informações amplas sobre seu objeto de turismo. Dessa forma, suas ações são cada vez mais direcionadas pela quantidade e qualidade das informações prestadas, sejam pelas operadoras de turismo ou órgãos governamentais responsáveis pelo desenvolvimento turístico de uma região.

Além dos *websites* administrados pelos municípios, a Secretaria de Turismo/RS disponibiliza uma ferramenta importante para a comunicação de eventos em sua página na *internet*, onde os organizadores podem, gratuitamente, apresentar os eventos de forma detalhada ao seu público-alvo (SETUR/RS, 2015; SETEL/RS, 2015).

Para este estudo foram considerados os eventos que ocorreram na Região Central do RS em 2015, cadastrados para divulgação no *website* da Secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul. Ressalta-se que a iniciativa de cadastramento dos eventos é dos organizadores e, portanto, os eventos que constam no referido *website* não representam a totalidade dos eventos realizados na região estudada (SETUR/RS, 2015; SETEL/RS, 2015).

QUADRO 5: Eventos da Região Central do RS cadastrados na *website* da SETEL – RS – 2015

MUNICÍPIO	EVENTO	OCORRÊNCIA
Agudo	18ª Festa do Morango e da Cuca	Outubro
Cachoeira do Sul	2ª Fenafest	Novembro

MUNICÍPIO	EVENTO	OCORRÊNCIA
Faxinal do Soturno	12º Festival do Peixe e Feira do Peixe	Março
	23ª Expofax, 11ª Expocolônia e 14ª Mostra do Gado Leiteiro	Maio
	2ª Semana Cultural e Gastronômica e Semana Farroupilha	Setembro
	10º Natal Encanto e Luz	Dezembro
Júlio de Castilhos	54ª Expojuc e 8ª Expoarte	Outubro
Santa Maria	21ª Rodeio Internacional do Conesul	Março
	Carnaval de Santa Maria 2015	Março
	42ª Feira do Livro de Santa Maria	Abril
	Pátio Rural	Junho
	5º Pátio Rural	Julho
	6º Pátio Rural de Santa Maria	Setembro
	48ª Expofeira Agropecuária de Santa Maria	Setembro
	19ª Mercocycle	Outubro
	Expoaer	Outubro
	Romaria Estadual Nossa Senhora Medianeira	Novembro
	23ª Tertúlia Musical Nativista	Novembro
	Natal do Coração 2015	Novembro
Santiago	27ª Copa Santiago Internacional de Futebol Juvenil	Janeiro
	9ª Muamba Regional	Fevereiro
	Carnaval Popular de Santiago	Fevereiro
	13ª Encenação da Paixão e Morte de Cristo	Abril
	13ª Fecoarti	Outubro
São Pedro do Sul	1ª Feira de São Pedro	Abril
São João do Polêsine	Romaria ao Monumento Nossa Senhora da Salete	Setembro
	Natal Iluminado	Dezembro

Fonte: Elaborado pelos autores, a partir dos dados de SETUR/RS, 2015; SETEL/RS, 2015.

Constatou-se que, dos 35 municípios que compõem a região, somente 9 incluíram seus eventos no *website* da Secretaria de Turismo. Santa Maria destaca-se como o município que possui maior número de eventos no referido *website* (12). Na sequência encontra-se Santiago, com 5; Faxinal do Soturno com 4, São João do Polêsine com 3 e os demais com somente 1 evento (Quadro 5). Considerando a totalidade de eventos que aconteceram nos municípios estudados no período considerado percebe-se que a divulgação no *website* da SETEL é realizada somente por uma pequena parcela dos organizadores.

O período de ocorrência dos eventos analisados é mais concentrado nos meses de setembro, outubro e novembro, sendo que, no segundo semestre ocorrem grande parte dos eventos (65%). Isto demonstra falta de planejamento do setor de turismo de eventos, pois a concentração acarreta em sobreposição de eventos num mesmo período de tempo o que dificulta a atração de turistas e pulveriza a demanda.

A periodicidade da quase totalidade é anual, com exceção somente do evento denominado Pátio Rural, que ocorre em Santa Maria. Este quesito apresenta uma particularidade que pode ser utilizada pelos organizadores como uma oportunidade de proporcionar aos turistas experiências singulares para demanda de outros produtos turísticos, além do evento, tais como a natureza, a gastronomia, aspectos culturais, religiosos, entre outros.

QUADRO 6: Características dos eventos da Região Central do RS cadastrados na SETEL – RS – 2015

EVENTO	ORGANIZADOR	TIPO	ABRANGÊNCIA
18ª Festa do Morango e da Cuca	Prefeitura Municipal	Gastronômico	Estadual
2ª FENAFEST	Feira Nacional do Arroz	Feiras e Exposições	Microrregional
12º Festival do Peixe e Feira do Peixe	Prefeitura Municipal	Gastronômico	Microrregional
23ª EXPOFAX, 11ª EXPOCOLÔNIA e 14ª Mostra do Gado Leiteiro	Prefeitura Municipal	Feiras e Exposições	Microrregional
2ª Semana Cultural e Gastronômica e Semana Farroupilha	Prefeitura Municipal	Gastronômico; Semana Farroupilha	Microrregional
10º Natal Encanto e Luz	João Luiz Pozzobon	Religioso	Microrregional
54ª EXPOJUC e 8ª EXPOARTE	Associação Cultural do Comércio, Indústria e Atividade Agropecuária - Expojuc	Feiras e Exposições	Estadual
21ª Rodeio Internacional do Conesul	Associação Tradicionalista Estância do Minuano	Rodeio Crioulo	Internacional
Carnaval de Santa Maria	Prefeitura Municipal	Carnaval	Microrregional
42ª Feira do Livro de Santa Maria	Prefeitura Municipal; Câmara do Livro; CESMA; UFSM; UNIFA; 8ª Coordenadoria Regional de Educação	Feiras e Exposições; Cultural	Microrregional
Pátio Rural	Prefeitura Municipal	Gastronômico	Microrregional
5º Pátio Rural	Prefeitura Municipal	Gastronômico	Microrregional
6º Pátio Rural	Prefeitura Municipal	Gastronômico	Microrregional

EVENTO	ORGANIZADOR	TIPO	ABRANGÊNCIA
48ª Expofeira Agropecuária de Santa Maria	Associação Rural de Santa Maria	Feiras e Exposições	Estadual
19ª Mercocycle	Gaudérios do Asfalto	Esportivo	Internacional
Expoaer	Base Aérea de Santa Maria	Feiras e Exposições	Microrregional
Romaria Estadual Nossa Senhora Medianeira	Arquidiocese de Santa Maria	Religioso	Estadual
23ª Tertúlia Musical Nativista	Prefeitura Municipal	Gastronômico	Microrregional
Natal do Coração 2015	Prefeitura Municipal; Câmara de Dirigentes Lojistas	Religioso	Estadual
27ª Copa Santiago Internacional de Futebol Juvenil	Cruzeiro Esporte Clube de Santiago	Esportivo	Internacional
9ª Muamba Regional	Prefeitura Municipal	Carnaval	Microrregional
Carnaval Popular de Santiago	Prefeitura Municipal	Carnaval	Microrregional
13ª Encenação da Paixão e Morte de Cristo	Prefeitura Municipal	Religioso	Microrregional
13ª FECOARTI	Centro Empresarial de Santiago	Feiras e Exposições	Estadual
1ª Feira de São Pedro	Prefeitura Municipal	Feiras e Exposições	Estadual
Romaria ao Monumento Nossa Senhora da Salete	Paróquia São João Batista	Religioso	Local
Natal Iluminado	Prefeitura Municipal	Religioso	Local
Missa de Aniversário de João Luiz Pozzobon	Polo João Luiz Pozzobon	Religioso	Microrregional
27ª FECOBAT – Feira Estadual de Comércio da Batata Doce	Prefeitura Municipal	Feiras e Exposições	Estadual

Fonte: Elaborado pelos autores, a partir dos dados de SETUR/RS, 2015; SETEL/RS, 2015.

Os eventos divulgados foram categorizados pela tipologia de atrações, sendo que 9 (32%) foram cadastrados como feiras e exposições, 7 (24%) eventos gastronômicos, 7 (24%) eventos religiosos, 3 (10%) com atividades relacionadas ao carnaval, 2 (7%) eventos esportivos e 1 (3%) com atrações referentes a cultura gaúcha (rodeio crioulo). Classificados de abrangência internacional estão os eventos: 27ª Copa Santiago Internacional de Futebol Juvenil, no município de Santiago, o 21ª Rodeio Internacional do Conesul, e a 19ª Mercocycle, ambos em Santa Maria. Dentre os demais eventos, 8 são estaduais, 16 são microrregionais e 2 de abrangência local (Quadro 6).

Quanto à organização, verificou-se que a maioria dos eventos é realizada pelas Prefeituras Municipais (53%). Alguns são realizados em parceria entre o poder público e entidades privadas (7%) e 40% são organizados por instituições privadas

tais como: Paróquia São João Batista de São João do Polêsine, Arquidiocese de Santa Maria, Associação Tradicionalista Estância do Minuano de Santa Maria, Base Aérea de Santa Maria, Associação Rural de Santa Maria, Cruzeiro Esporte Clube de Santiago, entre outros (Quadro 6).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da região Central do Rio Grande do Sul, sob o escopo do setor de turismo, considerando a categorização dos municípios realizada pelo Ministério do Turismo, demonstrou que a Região está muito abaixo da média brasileira e gaúcha, o que indica que o setor ainda tem pouca representatividade no desempenho econômico e tem potencialidades a serem exploradas.

No detalhamento relacionado aos eventos se verificou que predominam as feiras e exposições, eventos gastronômicos e religiosos, com abrangência microrregional e organizados pelas Prefeituras Municipais, isoladamente ou em conjunto com entidades de classe.

Na pesquisa realizada com o intuito de verificar quais eventos da Região Central estão sendo divulgados no *website* da Secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul constatou-se uma subutilização dessa importante ferramenta gratuita de divulgação e atração de turistas por parte dos organizadores de eventos e, principalmente das Prefeituras Municipais da Região analisada. A baixa utilização do *website* verificou-se sob dois aspectos: (a) a maioria das Prefeituras Municipais (74%) e organizadores privados da Região não cadastram os eventos que organizam; e (b) as Prefeituras que cadastram, divulgaram somente alguns eventos realizados.

Considerando um processo eficaz de marketing turístico e a relevância do uso da *internet* na atualidade para divulgação de produtos e serviços, particularmente no segmento de turismo de eventos, percebe-se que há baixa proatividade dos organizadores e do setor público para a divulgação dos eventos, principalmente considerando que a divulgação no *website* da Secretaria de Turismo é gratuita.

Em resumo, pode-se inferir que a região Central tem condições de ampliar a participação do setor de turismo em sua atividade produtiva, com reflexos positivos no desempenho econômico e social, desde que reconheça a importância da aproximação com os turistas e a profissionalização na divulgação e prestação dos serviços ofertados no campo do Turismo de Eventos.

Para o sucesso de um evento é importante o planejamento e a execução adequada. Como cada evento é único, suas interações com o ambiente, os participantes, o público e o próprio sistema de organização necessitam que seu programa seja bem desenhado por equipe profissional, envolvendo turismólogos, relações públicas, jornalistas, gestores de eventos entre outros, considerando que um dos principais apelos de um evento é a ideia de se estar vivendo uma experiência única, não repetível.

Por fim, também é necessário que mais estudos sejam feitos por parte da pesquisa acadêmica em turismo para que se obtenham maiores subsídios que embasem as práticas de gestão em turismo, em especial, a gestão de eventos turísticos. Somente com sólidos conhecimentos, gestão pública comprometida e participação comunitária consequente, as potencialidades do turismo de eventos se realizarão, gerando reflexos positivos no desenvolvimento econômico, social e cultural dos locais/regiões em que são realizados.

REFERÊNCIAS

BARRETTO, M. **Turismo e Legado Cultural: As Possibilidades do Planejamento**. Campinas: Papirus, 2000.

BOONE, L.E; KURTZ, D.L. **Marketing Contemporâneo**. São Paulo: Centage Learning, 2009.

CARDOSO, Margarida Lopes. **A Importância da Organização de Eventos no Turismo**. Dissertação de Mestrado (Turismo). Faculdade de Letras, Universidade do Porto, 2013.

GETZ, Donald. Event Tourism: Definition, Evolution and Research. **Tourism Management**, n.29, 2008, p. 403-428.

HOFFMANN, K.D.; BATSON, J.E.G. **Princípios de Marketing de Serviços**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Marketing Management**. 4.ed. New Jersey: Pearson Education, 2012.

MATIAS, M. **Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas**. 5.ed. Barueri: Manole, 2010.

MEIRELLES, G.F. **Tudo sobre Eventos**. São Paulo: STS, 2009.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 06 jun. 2015.

MONTEJANO, J. M. **Estrutura do Mercado Turístico**. São Paulo: Roca, 2001.

RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável: A Proteção do Meio Ambiente**. São Paulo: Papirus, 2000.

SETEL/RS. Disponível em: <<http://www.setel.rs.gov.br>>. Acesso em: 06 jun. 2015.

SETUR/RS. Secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://www.turismo.rs.gov.br>>. Acesso em: 06 jun. 2015.

SHIMP, T. **Propaganda e Promoção: Aspectos Complementares da Comunicação Integradas de Marketing**. Porto Alegre: Bookmann, 2010.

SMALL, Katie Elizabeth. **Understanding The Social Impacts Of Festivals On Communities**. Tese de Doutorado, University of Western Sydney. 2007, 290p.

TOMIKAWA, J.M. **Marketing turístico e Internet: Uma Análise dos Sites Oficiais de Turismo dos Estados Brasileiros**. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo, Mestrado em Turismo, 2009.

TORRES, C. **Marketing na Internet**. 2010. Disponível em: <<http://www.claudio torres.com.br/mktdigitalpequenaempresa.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2015.

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

ZANELLA, L.C. **Manual de Organização de Eventos: Planejamento e Organização**. São Paulo: Atlas, 2004.