

A influência do turismo de eventos na Região das Hortênsias, Rio Grande do Sul, (Brasil): o caso do evento Natal Luz de Gramado

The influence of tourism events in Rio Grande do Sul, (Brazil): a case study of the Natal Luz of Gramado event

Roger Pierre Vidal (VIDAL, R. P.)* e Mario Riedl (RIEDL, M.)**

RESUMO - Este trabalho consiste numa análise do turismo de eventos, enfocando especificamente o evento Natal Luz de Gramado, no Rio Grande do Sul, (Brasil). Para atingir tal objetivo, 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 apresenta 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 (2005 a 2015) devido ao evento Natal Luz.

Palavras-chave: Turismo; 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 this 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; Tourism of Events; Seasonality; Community and Regional Development.

* Formação: Graduação em Administração de Empresas pela Universidade Luterana do Brasil (ULBRA) e Graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Mestrado em Desenvolvimento Regional pelas Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT/RS). Atividade profissional: Economista CORECON-RS N° 8221. Endereço físico para correspondência: Rua Amapá, 261. CEP: 9670-000 – Gramado - Rio Grande do Sul/RS - Brasil. E-mail: rogerpvidal@hotmail.com

** Formação: Graduação e Mestrado em Sociologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Doutorado em Sociologia pela University of Wisconsin-Madison – EUA. Atividade profissional: Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR) das Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT/RS). Endereço físico para correspondência: Avenida Oscar Martins Rangel, 4500 - ERS 115. CEP: 95600-000 – Taquara - Rio Grande do Sul/RS – Brasil.. E-mail: miriedl@terra.com.br

1 INTRODUÇÃO

Historicamente, o turismo tem apresentado um crescimento acelerado a cada ano, conquistando espaços crescentes nos meios de comunicação, nos negócios, na cultura 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. Atualmente não é possível analisar o turismo fora deste contexto.

Um dos grandes problemas dos destinos turísticos é a sua 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 suas estruturas ociosas 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, neste trabalho buscou-se mostrar como o município de Gramado, no Rio Grande do Sul, conseguiu impulsionar significativamente o turismo através da promoção do evento Natal Luz. Na pesquisa se analisou a transformação dos municípios de Canela, Gramado, Nova Petrópolis e São Francisco de Paula, tendo como fator desencadeador de um amplo processo de desenvolvimento o evento conhecido como Natal Luz de Gramado. Conforme Tomazzoni (2007), estes quatro municípios formam o espaço geográfico denominado Região das Hortênsias. Esta denominação foi dada ao conjunto das quatro localidades que têm a hortênsia como flor símbolo.

Em suma, mais especificamente, objetivou-se demonstrar como Gramado tornou-se um dos 3 maiores polos de atração turística no Brasil, segundo Ministério do Turismo (2014). 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 temporada em pleno verão, com o evento Natal Luz. Neste sentido na pesquisa se apurou os motivos do constante crescimento deste evento, tendo como foco os impactos na Região das Hortênsias.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção, objetivou-se resgatar sucintamente parte da literatura que discute o problema da sazonalidade no turismo e as tentativas para a sua superação, bem como a influência do turismo de eventos na promoção do desenvolvimento local.

2.1 TURISMO DE EVENTOS: MODALIDADE PARA REDUZIR A SAZONALIDADE E PROMOVER DESENVOLVIMENTO LOCAL

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

Recomenda-se ter em mente que a criação de um evento necessita implicar, 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 conforme Britto e Fontes (2002) atrasa o desenvolvimento de municípios dependentes da renda gerada pelo turista, e torna ociosa a estrutura turística criada com esforços e investimentos, gerando o mesmo efeito 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 mencionando 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 estava conseguindo 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) menciona 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 discorrendo que o turismo de eventos é relativamente recente, e apenas agora está sendo incorporado na “indústria do turismo”, sendo uma área vasta para pesquisa, 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 segmento novo que vem crescendo significativamente e está trazendo a oportunidade de criar empregos e

empreendimentos, e isto é crucial para o desenvolvimento de uma região. De acordo com Britto e Fontes (2002), o turismo de eventos é um dos que mais estavam crescendo 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, Britto e Fontes (2002), afirmaram que 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) 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.

Oliveira (2001, p. 64) informa que 40% do movimento turístico internacional estavam acontecendo em função da realização de eventos. O autor afirmou 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 geralmente promovem uma grande mobilização de profissionais para sua execução, e isso provoca uma grande movimentação econômica nas cidades. Coutinho e Coutinho (2008) apontaram 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 o mesmo gera. Conforme Delamere, Wankel e Hinch (2001), estavam sendo ignorados os impactos sociais, pois os eventos podem gerar efeitos profundos em uma comunidade. Langen e Garcia (2009) afirmaram, 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 estavam sendo ignorados.

Delamere, Winkel e Hinch (2001) argumentaram que seria 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 de uma comunidade.

Getz (2007) apresentou 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, Winkel e Hinch (2001), o resultado seria 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.

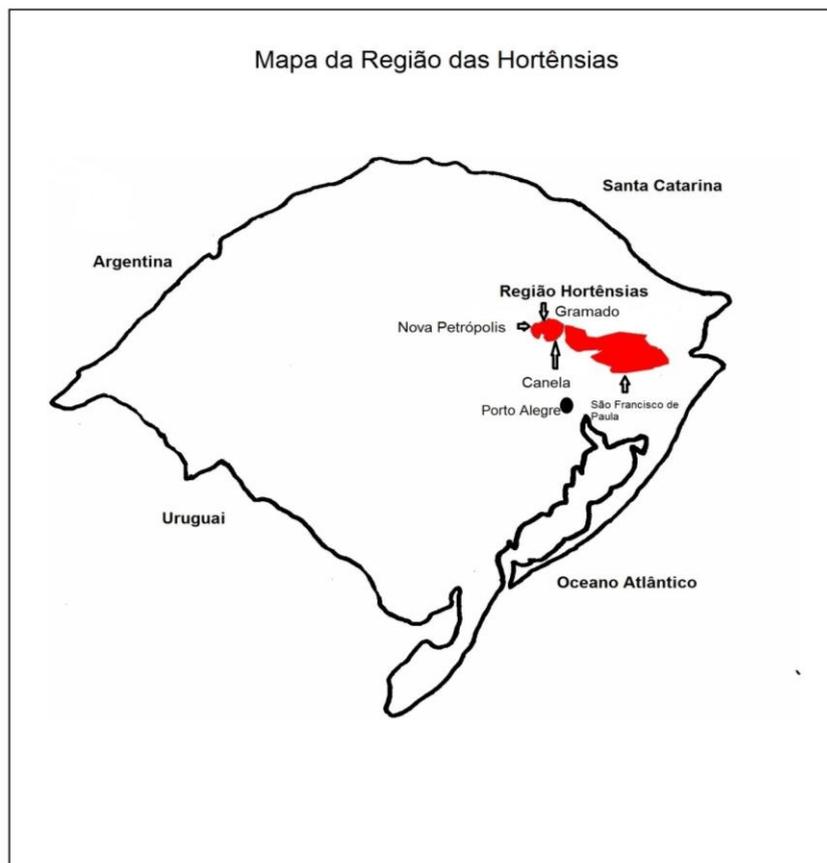
3 METODOLOGIA

Nesta seção apresenta-se uma caracterização sucinta da Região das Hortênsias, além do tratamento metodológico utilizado na pesquisa que embasou as principais análises e conclusões do trabalho.

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. Na figura 1 abaixo se objetiva possibilitar observar a localização da região, bem como a sua distância de Porto Alegre, capital do Estado do Rio Grande Sul.

FIGURA 1- MAPA DA REGIÃO DAS HORTÊNSIAS – RIO GRANDE DO SUL



Fonte: Vidal (2014).

A região tem aproximadamente 4.056,20 km², sendo que São Francisco de Paula responde por cerca de 80% da área total. A região apresentava um Produto Interno Bruto - 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. (FEE, 2014). Canela concentrava 35,41% dos habitantes da Região das Hortênsias no ano de 2012 (FEE, 2014).

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: Fundação de Economia e Estatística do Rio Grande do Sul - FEE (2014).

3.1.2 Estrutura turística da Região das Hortênsias.

Pode-se afirmar 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 aproveitamento dos recursos endógenos dos 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, as paisagens expressivas 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 evidencia uma forte tendência para a atividade do turismo como setor predominante na região. Conforme dados das secretarias de turismo dos municípios da Região das Hortênsias, pode-se perceber que os municípios possuíam uma capacidade hoteleira total de 19.813 leitos em 2014. Esses leitos estavam distribuídos entre 277 hotéis e pousadas. Além disso, os municípios apresentavam um total de 340 restaurantes e bares para atender os turistas que visitavam 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
Agencias de tur. Receptivos	16	54	10	1	81
Atrativos e pontos turísticos	24	43	15	22	104
Locadoras de Carros	7	17	1	0	25

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

Além das belezas naturais da Região das Hortênsias, pode-se dizer que a gastronomia dos municípios é um atrativo que diferencia a região. Na Região das Hortênsias o setor gastronômico 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 acaba encontrando referenciais da culinária típica alemã e italiana.

3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A trajetória metodológica para a elaboração 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 e espetáculos que aconteceram durante o 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 inexistiam informações sobre esse turista.

Para a determinação da amostra, utilizou-se a fórmula sugerida por Biage (2010), na qual se considera o tamanho da população-alvo como sendo a média de público presente ao evento nos últimos 10 anos, conforme Quadro 3.

QUADRO 3 - 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 de Gramado (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, chegou-se ao seguinte resultado, trabalhando com uma margem de erro de 7%.

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

Fonte: Biage (2010).

Onde:

N = média de público no evento nos últimos 10 anos

Z = 1,64 para 90% de confiabilidade

e = margem de erro de 7%

p = proporção de encontrar o resultado correto, considerou-se 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. Entendeu-se 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 e 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

Nesta parte procedeu-se à análise das informações obtidas a partir da pesquisa realizada com uma amostra significativa de turistas presentes, aos principais eventos do Natal Luz de Gramado. A pesquisa foi realizada nos meses de novembro e dezembro de 2014, constituindo que a amostra determinada estatisticamente foi de 197 pessoas. Entretanto neste período conseguiu-se entrevistar 239 indivíduos, o que aumentou a validade e representatividade da amostra e seu o nível de confiança. Nesta seção apresenta-se o contexto do surgimento do evento Natal Luz e seus impactos para a estrutura turística de Gramado e para os demais municípios que compõem a Região das Hortênsias.

4.1 EVOLUÇÃO DE GRAMADO E O SURGIMENTO DOS PRINCIPAIS EVENTOS

Gramado está localizada na serra gaúcha, a 115 km da capital do Estado – Porto Alegre. Segundo dados da Fundação de Economia e Estatística do Rio Grande do Sul - FEE, o município contava em 2012, com 32.758 habitantes.

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.

Conforme Vidal, Burkhard e Morais (2014) 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.

Esse período foi muito próspero para Gramado, tendo se firmado como cidade turística do Rio Grande do Sul afirmam Vidal, Burkhard e Morais (2014). Geralmente as pessoas que moravam na capital tinham Gramado como destino para gozar os finais de semana, além de servir como destino de férias no verão.

Segundo Vidal, Burkhard e Morais (2014, p. 159) 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. Os autores 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.

Conforme Gevehr, Vidal e Nandi (2014) 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, Gevehr, Vidal e Nandi (2014) afirmam que Gramado despontou para o turismo de eventos e foi com essa iniciativa que os Gramadenses investiram nesse nicho turístico. Os mesmos autores mencionam que 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 as 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. (GEVEHR; VIDAL; NANDI, 2014).

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 posteriormente transformou-se em uma das principais festas populares de Gramado. (GEVEHR; VIDAL; NANDI, 2014).

Segundo Gevehr, Vidal e Nandi (2014) o Natal Luz teve seu início com quatro espetáculos no âmbito da Festa das Hortênsias, em apenas oito dias de evento (20/12/1986 a 28/12/1986). Em sua 29^a edição, o acontecimento teve uma duração de 77 dias (31 outubro de 2014 a 15 janeiro de 2015), e contou com mais de 500 apresentações conforme Natal Luz (2014). 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 está composta a partir dos resultados das respostas obtidas pelas entrevistas que foram realizadas durante a temporada do Natal Luz de 2013/2014 e os dados secundários que visavam demonstrar as transformações no fluxo de turistas na região das Hortênsias no período do evento Natal Luz.

Os dados extraídos dos questionários apresentaram que dos respondentes 52% eram do sexo masculino e 48% do sexo feminino.

Quanto à idade dos entrevistados, verificou-se que 60% deles tinham mais de 46 anos, sendo que a faixa etária acima de 56 anos concentrou mais de 1/3 dos visitantes. Os restantes 40% concentraram-se nas faixas mais jovens, mas apenas 3% dos entrevistados estavam com menos de 25 anos.

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

QUADRO 4 - 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 (2014).

O quadro em questão revela algumas constatações importantes. Primeiramente, observa-se que a origem geográfica dos turistas atraídos pelo Natal Luz foi bem diversificada, sendo que praticamente todos os Estados brasileiros estão representados, com exceção da Região Norte, supostamente pela maior distância. Segundo, chamou a atenção o fato de que a maior parcela deles proveio da região Sudeste, especialmente São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais que, juntos, responderam 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.

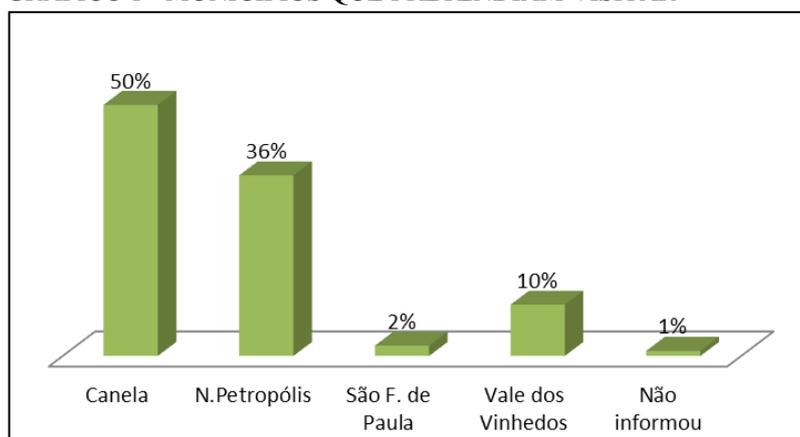
FIGURA 2 – MAPA DAS REGIÕES DO BRASIL DE ORIGEM DOS ENTREVISTADOS



FONTE: Pesquisa de campo realizada (2014).

Outro fator importante evidenciado pela pesquisa de campo diz respeito a um turismo de visitação de escala local no período do evento Natal Luz, mais concentrado na própria região, pois 86% dos entrevistados mencionaram pretender visitar tão somente os municípios da Região das Hortênsias. Considerou-se que esse fato deve-se ao grande número de espetáculos no evento Natal Luz que acaba fixando o visitante no local, já que em 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, compreendendo-se que restaria pouco tempo para visitar municípios de fora da região das Hortênsias.

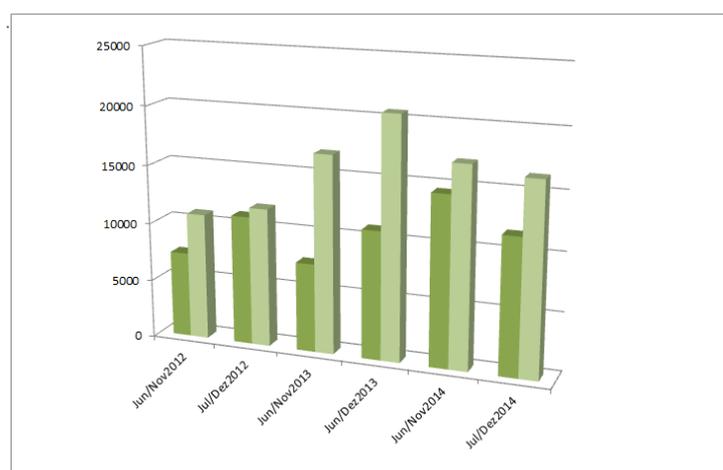
GRÁFICO 1 - MUNICÍPIOS QUE PRETENDIAM VISITAR



FONTE: Pesquisa de campo (2014).

Conferindo os dados do gráfico 1 com as informações da Secretaria de Turismo de Nova Petrópolis constatou-se que o número de visitantes entre os meses de verão (novembro e dezembro) nos anos de 2012 à 2014 havia superado o número de visitantes no inverno. O Gráfico 2 mostra que o evento Natal Luz alavancou o fluxo de turistas nos meses de verão em Nova Petrópolis. Em função do evento Natal Luz, o período de novembro a janeiro passou a ser 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

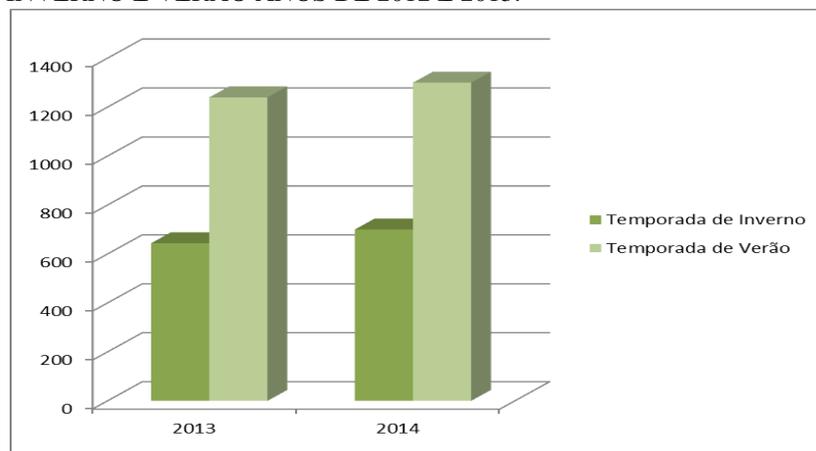


FONTE: Secretaria de Turismo de Nova Petrópolis (2015).

Da mesma forma, no município de Canela, o turismo de verão passou a superar 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.

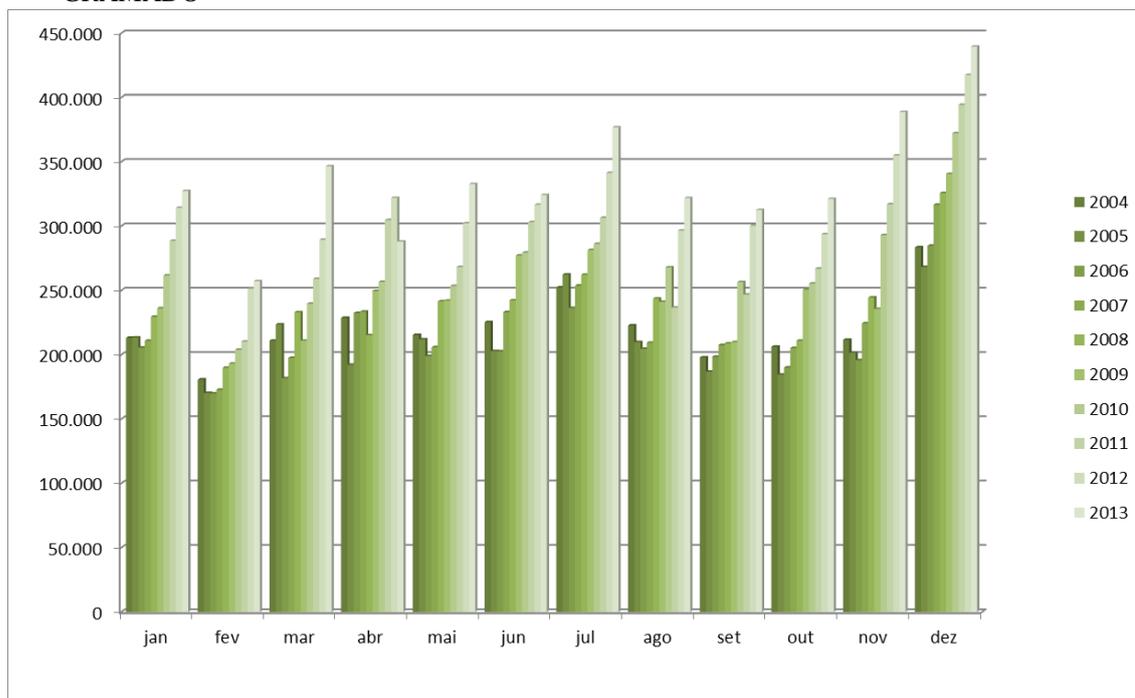


FONTE: Secretaria de Turismo de Canela (2014).

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, constata-se que o evento Natal Luz passou a produzir 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 4, 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 Coroas, Gramado e São Francisco de Paula. Os dados mostram que o fluxo de veículos no mês de dezembro dos últimos dez anos a partir de 2004 superou o do mês de Julho. O gráfico 4 ainda apresenta a importância do evento na economia da região, pois, a partir de 2010, o fluxo de veículos do mês de novembro também passou a superar o do mês de julho. Os dados abaixo comprovam que a temporada de verão superou 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 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).

QUADRO 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, pode-se afirmar que 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 passou a contribuir não só para o município de Gramado, mas também para aumentar a visibilidade do produto turístico da Região das Hortênsias como um todo, gerando uma redução na sazonalidade, verificando-se que o evento passou a ter um efeito multiplicador na economia local e regional.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo se teve o propósito de analisar a influência do “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 há pouco mais de duas décadas em 1986, teve a capacidade de transformar Gramado e a Serra Gaúcha no terceiro polo turístico do Brasil, se posicionando atrás apenas do Rio de Janeiro e Salvador.

Além de analisar a transformação gradual do evento ao longo do tempo, e atingir as dimensões apresentadas atualmente, caracterizando as suas diversas atrações, este trabalho apresentou através do resultado de uma pesquisa aplicada a uma amostra aleatória dos visitantes, a origem geográfica dos participantes. Sendo que os resultados trouxeram um resultado considerado inesperado, já que a maioria provinha das regiões Sudeste e Nordeste, superando os oriundos da própria 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, identificou-se que o número de visitantes durante os meses de novembro, dezembro e janeiro, período no qual se desenrola o evento Natal Luz, passou a superar significativamente o do 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, sob o ponto de vista dos presentes pesquisadores só foi possível justificar pelas constantes inovações e também pelo fato de os coordenadores do evento integrarem 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 passou a ter a capacidade de impulsionar a cadeia econômica local e regional, refletindo os seus efeitos para os municípios vizinhos, envolvendo dezenas de atividades paralelas, num círculo virtuoso que dinamiza a economia e fomenta o desenvolvimento de toda a Região das Hortênsias.

6 REFERÊNCIAS

- ANDRADE, R. B. **Manual de Eventos**. Caxias do Sul: Educs, 2002.
- BIAGE, M. **Econometria**. Florianópolis: UFSC, 2010.
- BRITA RODOVIAS. **Tráfego de Veículos nas Praças do Polo Gramado - 2004 / 2013**. [mensagem pessoal] Mensagem recebida por: <araijm@britarodovias.com.br>. em: 13/01/2015.
- BRITTO, J; FONTES, N. **Estratégias para Eventos**. São Paulo: Aleph, 2002.
- CROSDALES, L. C. C.; TOMAZZONI, E. L. **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: 04/04/2014.
- COUTINHO, H. P. M.; COUTINHO, H. R, M. Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística. **Revista Eletrônica Aboré** - Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo. Edição 03/2008.
- DELAMERE, T. A.; WANKEL, L. M.; HINCH, T. 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: 12/11/2013.
- FEE. FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA DO RIO GRANDE DO SUL. **Dados Abertos**. Disponível em: <www.fee.tche.br>. Acesso no período de 01/04/2013 a 15/05/2015.
- GETZ, D. et al. **Event tourism**: Definition, evolution, and research. In: PROGRESS IN TOURISM MANAGEMENT, 1., 2007, Calgary. Event tourism: Definition, evolution, and research. Calgary: University of Calgary, 2007. v. 1, p. 1-26.
- GEVEHR, D. L.; VIDAL, R. P.; NANDI, A. 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: 01/11/2014.
- LANGEN, F.; GARCIA, B. **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 2009. Disponível em: <www.impact08.net>. Acesso em: 03/04/2015.

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

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Notícias**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 20/06/2014.

NATAL LUZ DE GRAMADO. **Atrações**. Disponível em: <www.natalluzgramado.com.br>. Acesso em: 01/04/2013 a 30/05/2015.

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

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

PORTAL DE NOTÍCIAS GLOBO (Ed.). **Hotéis de Gramado têm ocupação de 95% no fim de semana antes do Natal em 2013**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/natal-luz/2013/noticia/2013/12/hoteis-de-gramado-tem-ocupacao-de-95-no-fim-de-semana-antes-do-natal.html>>. Acesso em: 18/12/2013.

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

SECRETÁRIA DE TURISMO DE CANELA. **Turista em Canela**. [mensagem pessoal] Mensagem enviada por: <turismo@canela.rs.gov.br>. Acesso em: 26/03/2014.

SECRETÁRIA DE TURISMO DE GRAMADO. **2014**. [mensagem pessoal] Mensagem enviada por: <andre.pansera@gramadotur.net.br>. Em: 10/02/2015

SECRETÁRIA DE TURISMO DE NOVA PETRÓPOLIS. **Estrutura turística de Nova Petrópolis**. [mensagem pessoal] Mensagem enviada por: <turismo@novapetropolis.rs.gov.br>. Em: 11/11/2014.

SECRETÁRIA DE TURISMO DE SÃO FRANCISCO PAULA. **Estrutura turística de São Francisco de Paula**. [mensagem pessoal] Mensagem enviada por: <turismosaochico@gmail.com>. Em: 11/11/2014.

SILVA, M. B. R. **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: 01/04/2014.

TOMAZZONI, E. L. **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: 15/12/2014.

VIDAL, R. P; BURKHARD, D; MORAIS, R. T. R. 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: 01/06/2014.

Recebido em: 14-07-2016.

Aprovado em: 13-08-2016.