

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE – UNICENTRO
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – SESA/II
DEPARTAMENTO DE TURISMO – DETUR/II**

RAFAEL HENRIQUE ALVES

**ANÁLISE DOS EVENTOS REALIZADOS PELO MUNICÍPIO DE ILHA
COMPRIDA/SP NA BAIXA TEMPORADA COMO INSTRUMENTOS PARA
MINIMIZAÇÃO DA SAZONALIDADE DA ATIVIDADE TURÍSTICA.**

**IRATI/PR
2013**

RAFAEL HENRIQUE ALVES

**ANÁLISE DOS EVENTOS REALIZADOS PELO MUNICÍPIO DE ILHA
COMPRIDA/SP NA BAIXA TEMPORADA COMO INSTRUMENTOS PARA
MINIMIZAÇÃO DA SAZONALIDADE DA ATIVIDADE TURÍSTICA.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Turismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste, *campus* de Irati, como requisito parcial para a obtenção de grau de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Me. Diogo Lüders Fernandes

**IRATI/PR
2013**

Dedico este trabalho às pessoas mais importantes da minha vida: meus pais, **Jaribe e Neusa**, a meus irmãos **Dudu, Nil e Renan** e a minha namorada **Shaiane**, que confiaram no meu potencial para esta conquista. Não conquistaria nada se não estivessem ao meu lado. Obrigado, por estarem sempre presentes em todos os momentos, me dando apoio, incentivo, determinação e fé.

AGRADECIMENTOS

Acima de tudo agradeço a Deus, que sempre esta ao meu lado.

Aos meus Pais, **Jaribe e Neusa**, que me deram toda a estrutura para que me tornasse a pessoa que sou hoje. Pela confiança e pelo amor que me fortalece todos os dias.

Em especial agradeço ao professor **Diogo**, que foi um orientador extraordinária, estando sempre presente, esclarecendo as minhas dúvidas, tendo muita paciência, competência, confiança e conhecimentos. Obrigado pelo tempo investido a mim.

À minha namorada **Shaiane**, ofereço um agradecimento mais do que especial, por ter vivenciado comigo passo a passo todos os detalhes deste trabalho, por ter me dado todo o apoio que necessitava nos momentos difíceis, todo carinho, respeito, por ter me aturado nos momentos de estresse, e por tornar minha vida cada dia mais feliz.

Agradeço aos membros da banca, Elieti e Paula por avaliarem meu trabalho e acrescentarem detalhes importantes.

Agradeço a Marcia e Del Carlos, por serem atenciosos e me atenderem da melhor forma possível e ajudar no que fosse necessário e também aos proprietários das pousadas que tiveram paciência em responder o questionário.

Agradeço meus familiares que sempre acreditaram no meu trabalho e me ajudaram no que foi preciso.

À todos os meus professores, futuros colegas, fizeram com que eu continuasse e chegasse até onde cheguei.

Agradeço a todos os meus amigos e colegas de trabalho que de alguma maneira ajudaram para esta realização.

“Suba o primeiro degrau com fé. Não é necessário que você veja toda a escada. Apenas dê o primeiro passo.”

(Martin Luther King)

RESUMO

Os eventos possuem a capacidade de atrair turistas de diferentes segmentos para um destino turístico, isto faz com que os municípios que possuem o turismo focado em um determinado segmento obtenha uma diversidade de atrações turísticas em épocas diferentes da visitação habitual, possibilitando uma minimização da sazonalidade. Esse é o caso de Ilha Comprida/SP, que por ser um município litorâneo, tem como segmento turístico predominante o turismo de sol e praia, mas sabe-se que este está vinculado a condições climáticas sofrendo com a sazonalidade. Portanto o objetivo geral da pesquisa é analisar os eventos realizados pelo município de Ilha Comprida/SP na baixa temporada como instrumentos para minimizar a sazonalidade da atividade turística. Para alcançar o objetivo geral foram traçados os seguintes objetivos específicos: Levantar os eventos realizados na baixa temporada pela Prefeitura Municipal de Ilha Comprida/SP; Identificar como os eventos podem ser utilizados como instrumento de minimização da sazonalidade turística. Para tanto a pesquisa de caráter qualitativa descritiva, se baseou na pesquisa bibliográfica, documental e entrevistas com os gestores das pousadas e o gestor do município. Foi identificado que a baixa temporada é o mês de Julho, onde são realizados os eventos: Ilha Blues Festival Internacional, Mostra de Teatro da Ilha e a Ilha Julina. Pode-se observar que ambos os gestores das pousadas e do município compreendem os eventos como instrumento para minimização da sazonalidade, mas por sua vez tal fato ainda não é evidenciado na prática segundo relato dos gestores das pousadas. Observou-se ainda que há divergências entre o gestor público e privado, e que há a necessidade de uma comunicação mais efetiva entre ambos para um melhor resultado dos eventos como alternativa na baixa temporada.

PALAVRA CHAVE: Eventos; Ilha Comprida/Sp; Sazonalidade; Turismo.

ABSTRACT

The events have the ability to attract tourists from different segments to a destination, this makes the municipalities that have tourism focused on a particular segment get a diversity of tourist attractions at different times of visitation usual, allowing a minimization of seasonality. This is the case of Ilha Comprida/ SP, which is a coastal city, is predominantly tourism sector tourism of sun and beach, but it is known that this is linked to climatic conditions suffering from seasonality. Therefore the objective of the research is to analyze the events held by the city of Ilha Comprida / SP in low season as instruments to minimize the seasonality of tourist activity. To achieve the overall goal were outlined the following specific objectives: Raise events held in the off season by the Municipality of Ilha Comprida / SP; Identify how events can be used as a tool to minimize the seasonal tourist . For both qualitative descriptive research study was based on the research literature, documentary and interviews with the managers of hotels and the city manager. It was identified that the off season is the month of July, which hosts events: Island Blues Festival International Exhibition of Theatre of the Island and Island Julina. It can be observed that both managers of hotels and the city understand the events as a tool to minimize the seasonality, but in turn this fact is not yet evident in practice as reported by the managers of inns. It was also observed that there are differences between the public authority and private, and that there is a need for more effective communication between them for a better outcome of events as an alternative in the low season.

KEY WORDS: Events; Ilha Comprida/Sp; Seasonality; Tourism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Mapa de Ilha Comprida/SP.....	34
Figura 02 - PIB (Produto Interno Bruto).....	35
Figura 03 - Temperaturas e precipitação em Ilha Comprida.....	36
Figura 04 - Ponte Prefeito Laércio Ribeiro.....	37
Figura 05 – Ostra Lagamar.....	39
Figura 06 - Público no show do Skank no Ilha Verão 2013.....	40
Figura 07 - Entrada do Ilha Blues 2013.....	41
Figura 08 - Público presente na Mostra de Teatro 2013.....	42
Figura 09 - Cartaz de divulgação da 15ª Mostra de Teatro.....	43
Figura 10 - Estrutura montada para a Ilha Julina.....	44
Figura 11 - Público presente na Ilha Julina.....	44
Figura 12 - Vista aérea do Boqueirão Norte de Ilha Comprida.....	45

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Tipologia de eventos e seus setores responsáveis.....	21
Quadro 02 - Diversas causas da Sazonalidade.....	24
Quadro 03 - O impacto dos eventos na quebra da sazonalidade de oferta e de demanda no destino turístico.....	32

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 - Meses considerados temporada para as pousadas.....	48
Gráfico 02 - Meses de menor procura.....	48
Gráfico 03 - Principais eventos em Ilha Comprida.....	49
Gráfico 04 - Principais eventos na Baixa Temporada.....	49
Gráfico 05 - Benefícios dos eventos para Ilha Comprida.....	50
Gráfico 06 - Benefícios dos eventos para as pousadas.....	50
Gráfico 07 - Ideias para aumentar a procura na baixa temporada.....	51

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
2. METODOLOGIA	15
3.TURISMO DE EVENTOS: INSTRUMENTO DE MINIMIZAÇÃO DA SAZONALIDADE TURÍSTICA	17
3.1.TURISMO E EVENTOS.....	17
3.2.SAZONALIDADE.....	23
3.2.1. Oferta Turística e Demanda Turística.....	27
3.3. EVENTOS COMO INSTRUMENTO PARA MINIMIZAÇÃO DA SAZONALIDADE.....	29
4. CARACTERIZAÇÃO DE OBJETO DE ESTUDO	34
4.1 Eventos realizados em Ilha Comprida/SP.....	39
5. APRESENTAÇÃO DOS DADOS	46
5.1. ENTREVISTA COM O GESTOR MUNICIPAL.....	46
5.2. ENTREVISTA COM O GESTOR DAS POUSADAS.....	47
6. ANÁLISE DOS DADOS	52
CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS	61
APÊNDICES	65

INTRODUÇÃO

O turismo consiste na permanência temporária de pessoas fora do domicílio, ocasionado por diversos motivos, os quais são divididos em segmentos para obter um melhor aproveitamento do público alvo, o turismo de eventos faz parte deste setor, e possui uma grande vantagem, pois é possível mesclar diversos segmentos de turismo com os eventos, tornando-os focados a determinado público-alvo.

O turismo caracteriza-se no deslocamento voluntário de pessoas a destinos diferentes em busca de atrações que podem ser: religiosa, aventura, negócios, eventos entre outras, esse setor está em crescimento no Brasil, demonstrando grande importância para a economia e o desenvolvimento turístico como um todo. (ABEOC, 2013a; ABEOC, 2013b).

O segmento de eventos está se destacando dentro do setor de turismo, cresce a cada ano e tem a característica de auxiliar os demais setores do turismo fazendo com que os turistas visitem a localidade durante todos os períodos do ano. (ABEOC, 2013a; BAHL, 2003; BRITTO; FONTES, 2002).

Turismo de evento não é simplesmente o evento em si, mas sim, todo o planejamento que o envolve, e pode ser definido como um acontecimento previamente planejado, com local específico para alcançar os resultados para o público-alvo.

Os eventos não necessitam de uma data ou clima específico, podendo ser realizado em diferentes épocas do ano e também há possibilidade de abordar temas variados, atraindo turistas com motivações diferentes para o município sede, podendo auxiliar na minimização da sazonalidade.

A sazonalidade deve ser entendida como o uso concentrado de turistas de determinado local durante um período de tempo, fazendo com que fora deste período, na baixa estação, a procura por esta destinação diminua consideravelmente, esta variação do fluxo econômico prejudica o desenvolvimento turístico do local (BAHL, 2003; FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008).

O evento proporciona a vinda de um número grande de público, divulgando o local, fazendo com que os turistas o visitem na baixa estação, entende-se que o turista terá uma experiência diferente do segmento que geralmente é abordado pelo município na alta estação. Proporcionando uma diversidade da oferta turística

municipal, gerando ganhos econômicos, sociais, culturais e locais, durante vários períodos do ano, conforme o calendário de eventos.

Como não depende de fatores climáticos e épocas específicas, os eventos podem ser realizados no inverno, quando os municípios litorâneos não possuem procura para o principal segmento que é o turismo de sol e praia. Portanto os eventos demonstram importância para continuidade de fluxo econômico na baixa estação, movimentando os setores envolvidos com o setor turístico.

Além da economia, um dos outros benefícios oferecidos pelos eventos a cidade é a “redução da sazonalidade do turismo, abastecendo a infraestrutura” (ALBUQUERQUE, 2004, p.38), portanto o turismo de eventos é uma ótima alternativa para auxiliar na baixa estação, acredita-se que os resultados desta pesquisa demonstrou os efeitos obtidos com a realização dos eventos, evidenciando se este possui alguma relevância para a minimização da sazonalidade turística no município de Ilha Comprida/SP.

O município de Ilha Comprida/SP está localizado a 200 quilômetros de São Paulo/SP e 260 quilômetros de Curitiba/PR, tem esse nome por possuir 74 quilômetros de faixa de areia e chega a ter pontos com 4 quilômetros entre uma margem e outra.

Ilha Comprida/SP tem como tendência natural trabalhar com o turismo de sol e praia por ser um município litorâneo. O que realmente está acontecendo, segundo a assessoria de imprensa do município, a ilha recebe uma população flutuante de 400 mil turistas na alta temporada.

Os eventos também são responsáveis por estes números, pois o município traz grandes eventos, a fim de que haja mais entretenimentos para os turistas, não dependendo somente do turismo de sol e praia. Já no inverno, os eventos acabam se tornando o atrativo principal, pois os fatores climáticos fazem com que o turismo de sol e praia fique obsoleto.

Isto demonstra a importância do setor de turismo na Ilha Comprida e, conseqüentemente, o segmento de eventos. O município possui um calendário anual de eventos, o mesmo demonstra que na alta estação são desenvolvidos diversos eventos, *shows* nacionais, para atender a demanda do turista de sol e praia, denominado Ilha Verão. No mês de inverno também são desenvolvidos eventos, como: Ilha Julina, Mostra de teatro e Ilha Blues Festival, todos no mês de Julho.

No decorrer da pesquisa, observou-se que os meses de baixa temporada são Março, Abril, Maio, Junho, Julho, Agosto, Setembro, Outubro e Novembro. Em decorrência disto, foram verificados os eventos que ocorrem nesse período, com ênfase no mês de Julho, por ser o mês que possui maior quantidade de eventos realizados pela Prefeitura Municipal.

Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar os eventos realizados pelo município de Ilha Comprida/SP, na baixa temporada, como instrumentos para minimizar a sazonalidade da atividade turística, a qual tem como problemática a seguinte questão: Os eventos realizados na baixa temporada pela Prefeitura Municipal de Ilha Comprida/SP são instrumentos que possibilitam a minimização da sazonalidade turística?

Para alcançar o objetivo geral e responder o problema da pesquisa foram desenvolvidos os seguintes objetivos específicos: Levantar os eventos realizados na baixa temporada pela Prefeitura Municipal de Ilha Comprida/SP; Identificar como os eventos podem ser utilizados como instrumento de minimização da sazonalidade turística; Avaliar, segundo entrevista com proprietários dos estabelecimentos hoteleiros, a minimização da sazonalidade turística, nos períodos de baixa temporada, referente aos eventos realizados no município de Ilha Comprida/SP.

O referencial teórico levantado demonstra que os eventos são considerados instrumentos que auxiliam na minimização da sazonalidade, mas há a possibilidade de que este fenômeno não ocorra, o que pode ser ocasionado por diversos motivos aleatórios.

2. METODOLOGIA

A pesquisa em questão baseou-se em um estudo qualitativo exploratório a respeito dos eventos realizados pelo município de Ilha Comprida/SP, na baixa temporada, como instrumentos para minimizar a sazonalidade da atividade turística, segundo os registros das hospedagens nos estabelecimentos hoteleiros. O estudo referente a esta pesquisa foi caracterizado em três etapas distintas: pesquisa bibliográfica e documental, pesquisa de campo e análise dos dados.

A pesquisa bibliográfica teve como intuito aprofundar o conhecimento do pesquisador sobre o tema de pesquisa, assim como construir uma base teórica para observação e análise do objeto e objetivo propostos. Esta pesquisa utilizou diversas fontes, como: livros, artigos e revistas online, e outros meios que falavam sobre a temática em questão e puderam contribuir à pesquisa, de modo a identificar como os eventos poderiam ser utilizados como instrumento de minimização da sazonalidade turística.

Na pesquisa bibliográfica, foram abordados os seguintes temas: Turismo de eventos e sazonalidade, em que citou autores, como: Allen *et al.*, 2003; Andrade, 1998; Ansarah, 2001; Bahl, 2003; Britto; Fontes, 2002; Giacaglia, 2006; Matias, 2004; Melo Neto, 2005, Mota, 2001; Fernandes; Cardozo; Maganhotto, 2008.

Além de periódicos científicos, como: Caderno Virtual do Turismo, Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, Turismo em Análise, Turismo: Visão e Ação e Revista virtual Partes. De modo a embasar o trabalho, assim foi possível formar um marco teórico que auxiliou na constatação da realidade dos eventos como instrumento de minimização da sazonalidade turística.

Para pesquisa documental, foi utilizado o calendário anual de eventos do município, que está disponível no endereço eletrônico da Prefeitura Municipal de Ilha Comprida¹. Esta pesquisa foi realizada para ter conhecimento de quais são os eventos realizados, no período de baixa temporada, pela Prefeitura Municipal de Ilha Comprida/SP.

Outro material avaliado foi a entrevista com os gestores das pousadas, para abordar se está havendo alteração no número de hospedagens durante a realização dos eventos na baixa temporada. Os eventos realizados na baixa temporada, em Ilha Comprida/SP, concentram-se no boqueirão norte da ilha, local este que possui infraestrutura para atender o turista. Optou, também, em conhecer os empreendimentos mais próximos aos locais dos eventos, tendo um total de cinco

¹Endereço Eletrônico da Prefeitura Municipal de Ilha Comprida/SP - <http://www.ilhacomprida.sp.gov.br/>

gestores das pousadas, os quais foram submetidos à entrevista, para auxiliar na captação de dados para a pesquisa.

Após a pesquisa bibliográfica e documental, foi realizada a pesquisa de campo, para a coleta de dados, por meio de entrevista junto ao gestor do município e aos proprietários das pousadas. Neste momento da pesquisa, foi elaborado um roteiro semiestruturado para entrevista com o gestor do município, conforme apêndice 01, para ter conhecimento de qual é a real finalidade da execução dos eventos para a comunidade local, turistas e empresários da cidade.

Aos proprietários das pousadas, selecionadas na etapa anterior, foi aplicada uma entrevista semiestruturada, conforme apêndice 02, com finalidade de conhecer a situação de hospedagem do estabelecimento hoteleiro nos dias de realização dos eventos, e como os proprietários veem a importância desses na baixa temporada.

As entrevistas foram realizadas, no mês de Julho/2013, com o gestor do município, na Prefeitura Municipal de Ilha Comprida/SP, via e-mail a pedido do gestor de turismo e com os proprietários nas próprias pousadas localizadas próximas às sedes dos eventos e, posteriormente, foram transcritas para análise do material coletado.

A última etapa da pesquisa consistiu nas análises dos dados coletados, sendo estes apresentados e analisados, com base no emparelhamento dos dados obtidos, de modo a cruzar as datas dos eventos e as entrevistas com o gestor e proprietários das pousadas selecionadas, desta forma, confrontando a realidade encontrada com a teoria estudada.

Os resultados obtidos, nas entrevistas, foram transcritas, com o objetivo de formulação de hipóteses explicativas do problema estudado.

Por meio das técnicas, descritas anteriormente, foi possível atingir o objetivo geral da pesquisa que consistia em analisar os eventos realizados pelo município de Ilha Comprida/SP, na baixa temporada, como instrumento para minimizar a sazonalidade da atividade turística.

3. TURISMO DE EVENTOS: INSTRUMENTO DE MINIMIZAÇÃO DA SAZONALIDADE TURÍSTICA

De acordo com os objetivos propostos para este trabalho, faz-se necessária a explanação de alguns temas e conceitos, envolvendo a atividade turística, eventos, sazonalidade e a utilização dos eventos para minimizar a sazonalidade turística.

Os temas demonstram importância para entender como o turismo funciona e, dentro dele, como o segmento de eventos é trabalhado, assim, podendo observar a relação dos eventos com a minimização da sazonalidade e a utilização deste segmento para amenizar este fenômeno na atividade turística.

3.1 TURISMO E EVENTOS

O turismo é um setor que vem crescendo a cada ano e se caracteriza pela existência de atrações que motivam certo número de pessoas a deslocarem de seu domicílio habitual e permanecer temporariamente no destino (PIRES *et al.*, 2002; ABEOC, 2013a; ABEOC, 2013b; ABEOC, 2013c).

O setor está sendo impulsionado pelos avanços das tecnologias de transportes e comunicações, por meio de uma melhora significativa, quanto à qualidade e tempo de serviços prestados. O aumento do tempo livre, os direitos trabalhistas e a melhora da qualidade de vida também contribuíram para o crescimento do turismo. A mobilidade tomou conta da maioria dos habitantes das nações industriais, assim, as pessoas aproveitam as oportunidades para viajar e para fugir do cotidiano, com a maior frequência possível (ZUCCO; MAGALHÃES; MORETTI, 2010; KRIPPENDORF, 1989).

O turismo é uma mistura de fenômenos e relações, fenômenos que surgem por causa do deslocamento de pessoas e a permanência temporária delas fora de seu local de residência. O turismo é composto pela soma de relações de serviços, obtidas pela mudança de residência temporária, podendo ser composto por pretextos de negócios ou profissionais (DE LA TORRE, 1995 *apud* ANSARAH, 2001; BARRETTO, 1995).

Dentre as definições de turismo, pode-se observar um padrão, nos seguintes elementos: deslocamento, permanência temporária fora do domicílio, elementos motivadores, os quais podem possuir variação. (BARRETTO, 1995; ANSARAH, 2001; KRIPPENDORF, 1998; ANDRADE, 1998).

Para que o turismo possa se desenvolver em um determinado local, é necessária a criação de um atrativo que motive a viagem, ou o aproveitamento de um atrativo já existente no município que possua potencial de atratividade junto ao público-alvo (BOULLÓN, 2002; BAHL, 2003).

O turismo está acoplado aos atrativos para obter a procura dos turistas, estes por sua vez, são definidos, como: locais, objetivos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento do turista, para conhecê-los, e podem ser naturais, culturais, manifestações, usos tradicionais e populares, realizações técnicas e científicas contemporâneas e acontecimentos programados. Os eventos possuem um grau de importância, quanto ao potencial de atratividade para o local onde está sendo sediado (BOULLÓN, 2002; BAHL, 2003; BRASIL, 2010a).

A segmentação apresenta um papel fundamental na atividade turística, pois, com essa divisão, é possível focar em motivações exclusivas de viagens e, assim, uma escolha adequada de atrativos para atender a esta demanda, tornando o setor algo mais direcionado (ANSARAH, 2001).

Para uma melhor compreensão do setor de turismo, este foi caracterizado em segmentos, os quais são: turismo da terceira idade, de saúde, cultural, religioso, estudos, eventos, negócios, aventura, gastronômico, rural, dentre outros. (ANSARAH, 2001).

Dentre os setores de turismo, o segmento de eventos vem se desenvolvendo gradativamente, e é importante ressaltar que os eventos esportivos, que vão acontecer no Brasil, levantaram a reflexão sobre as oportunidades no segmento de turismo de eventos. A 9ª Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo, realizada pela Fundação Getúlio Vargas, apurou um crescimento de 23,2% no turismo de eventos, superando o aumento de 21,9% nas operações das agências de viagens. Este crescimento é devido a exposição do país na mídia internacional, devido aos megaeventos esportivos (ABEOC, 2013b).

Em 2011, no Brasil, foram realizados em torno de 330 mil eventos, gerando uma renda de R\$ 37 bilhões e a geração de três milhões de empregos diretos e indiretos. A grande maioria desses eventos está em São Paulo, onde acontece uma feira a cada quatro dias e nove eventos por hora. Gerando mais de R\$ 8 bilhões no ano e movimentando 56 setores da economia. Isto enfatiza o que Melo Neto (2005) expõe, dizendo que o evento é a nova forma de aumentar negócios nos dias de

hoje, sem eventos não se atrai o público. (BATISTA; PINTO, 2007; ABEOC, 2013a; ABEOC, 2013b; ABEOC, 2013c).

O segmento de turismo de eventos tem se tornado uma solução para ampliar os setores de agenciamento, hotelaria, transporte, entre outros, pois o evento está sendo utilizado como um dos instrumentos mais viáveis e de maior sucesso em comunicação, isso faz com que aumente a procura e auxilie na economia desses setores. Deste modo, os eventos não podem ser um fenômeno isolado, precisam estar inseridos no planejamento turístico do município. O governo local, tendo o desejo de promover o turismo de eventos, deve procurar parcerias com as empresas privadas e realizar investimento na infraestrutura urbana e turística da cidade sede (ABEOC, 2013a; ABEOC, 2013c; MELO NETO, 2005).

Os eventos auxiliam o setor do turismo, as alternativas de desenvolvimento turístico estão cada vez mais vinculadas a estas atividades. Assim, o turismo acaba se voltando ao evento para atrair turistas e divulgar os atrativos, criando uma imagem positiva e atraente para o local (ANDRADE, 1998; CARNEIRO, 2011).

Ansarah (2001) define eventos como um acontecimento planejado, em determinado tempo e local, sendo utilizado como uma estratégia de comunicação, para o próprio evento e, também, à cidade que está o sediando. Matias (2004) ressalta algumas características que definem eventos, como uma ação profissional, mediante pesquisa, planejamento, organização, controle e implantação de um projeto, conjunto de atividades com o objetivo de alcançar o seu público-alvo com o lançamento de produtos, realização de um ato comemorativo com finalidade mercadológica ou não, a soma de ações previamente planejadas para obter determinados resultados.

Giacaglia (2006) diz que os eventos têm como finalidade ampliar o relacionamento em família, no trabalho, na escola ou no lazer, fazendo com que quebre a rotina, podendo ter diversas finalidades diferentes.

Os eventos em sua maioria consistem em acontecimentos eventuais, planejados e organizados antecipadamente, com local e data pré-definidos, possui em geral objetivo de atingir um determinado público-alvo que possuem um interesse em comum (FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTTO, 2008, s/p).

Desta forma, os eventos são atividades previamente planejadas para alcançar objetivos, como: amenizar a sazonalidade, expandir o marketing turístico, promover a qualidade do município, exploração de novos atrativos, novos turistas, fidelização

do turista entre outros. O objetivo do evento varia de acordo com a ideia principal do organizador e que área ele pretende atingir com a realização do evento. (BRITTO; FONTES, 2002; GIACAGLIA, 2006; FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008; COUTINHO; COUTINHO, 2007; ZUCCO; MAGALHÃES; BAHL, 2003, ANSARAH, 2001, MATIAS, 2004).

Qualquer evento, que reúna clientela de diferentes localidades, cria oportunidade de viagens na medida em que as pessoas se deslocam para participar desses acontecimentos, aproveitando a ocasião para passeios e compras, o que favorece a utilização dos bens, atrativos e serviços da cidade, aumentando, assim, o lucro e a permanência na destinação. (BRITTO; FONTES, 2002).

Isto demonstra a relação entre eventos e o turismo, quando há um evento, no município, pessoas de outras cidades vão à procura do atrativo (evento), tendo a possibilidade de conhecer o local onde está sediado o evento, o que pode ser caracterizado como turismo, pois o turismo engloba as atividades realizadas pelas pessoas durante viagens em lugares diferentes do seu local habitual, em período menor que um ano, por motivos de lazer, negócios entre outros. (DE LA TORRE, 1995 *apud* ANSARAH, 2001; BARRETTO, 1995; ANSARAH, 2001; KRIPPENDORF, 1998; ANDRADE, 1998; OMT, 2001).

Compreende-se que os eventos fazem parte do turismo, tanto como forma de complemento a um atrativo como o atrativo propriamente dito.

Os eventos estão tão integrados ao nosso meio cultural que podem ser gerados por quase todos os setores governamentais, corporativos e comunitários, Allen *et al.* (2003) ilustra, em um quadro, os inúmeros tipos de eventos e, também, seus possíveis geradores.

Quadro01: Tipologia de eventos e seus setores responsáveis

Geradores de eventos	Tipos de eventos
<i>SETOR GOVERNAMENTAL</i>	
Governo Central	Cerimônias cívicas e comemorações;
Corporações de eventos	Eventos de grande porte – foco em eventos esportivos e culturais;
Autoridades do espaço público	Eventos de entretenimento público, lazer e recreação;
Turismo	Festivais, eventos de interesse especial e de estilo de vida, promoções referentes ao destino;
Bureau de convenções	Reuniões, incentivos, convenções e exposições;
Artes	Festivais de arte, eventos culturais, programas turísticos, exposições temáticas de arte;
Questões étnicas	Eventos étnicos e multiculturais;
Esportes e recreação	Eventos esportivos, sede de eventos estatais, nacionais e internacionais;
Jogos e corridas	Corridas e carnavais;
Desenvolvimento econômico	Foco em eventos que envolvam benefícios para o desenvolvimento industrial e para a geração de empregos;
Governo local	Eventos, festivais e férias comunitárias;
<i>SETOR CORPORATIVO</i>	
Campanhas e corporações	Promoções, lançamentos de produtos e patrocínios de formação de imagem;
Associações de setores da economia	Promoções de setores da economia, feiras de negócios, conferências;
Empresários	Eventos pagos de esportes, concertos e exposições;
Mídia	Promoções de mídia, por exemplo, concertos, gincanas e campanhas;
<i>SETOR COMUNITÁRIO</i>	
Clubes e sociedades	Eventos de grupo de interesse especial;
Instituições de caridade	Eventos de caridade e coleta de fundos;
Organizações esportivas	Eventos esportivos locais.

Fonte: ALLEN *et al.*, 2003

Essa divisão foi empregada para que cada organização que lida com temas que correlacionam com as suas atribuições, fazendo com que o planejamento do evento se torne adequado ao tema e ao público-alvo. (ALLEN *et al.*, 2003).

Entende-se que o turismo de eventos, não consiste exclusivamente do ato de realizar o evento, mas sim em todo o planejamento para que a atividade alcance os resultados esperados. E que o evento não é simplesmente uma festa ou celebração, mas sim, ações planejadas com a intenção de alcançar os resultados pretendidos para o seu público-alvo. (BRITTO; FONTES, 2002; FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008).

Os eventos possuem uma série de impactos positivos e negativos, Allen *et al.*, (2003) divide estes impactos em: social e cultural, física e ambiental, política, turismo e economia. Sendo que os organizadores de eventos devem assegurar que os

objetivos dos eventos sejam orientados para a maximização do retorno à comunidade local. (ALLEN *et al.*, 2003; FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008; COUTINHO; COUTINHO, 2007; BRITTO; FONTES, 2002).

Os impactos socioculturais dos eventos têm como efeitos positivos: a vivência compartilhada com pessoas que vivem outra realidade, dando oportunidade de aprendizado com a vida do outro, o fortalecimento do orgulho comunitário acontece, quando a população local tem vontade em demonstrar aos visitantes o quão belo e rico são os eventos da sua cidade. A participação da comunidade desenvolve um papel muito importante no evento, pois, além de gerar renda e emprego, dá a chance da comunidade local demonstrar a cultura do município para os visitantes, entre outros. Os efeitos negativos abrangem a alienação da comunidade, que está relacionada à aculturação da população local, que utiliza as diferentes referências de seus visitantes, afetando a cultura local, perda do conforto, que pode ser do ruído gerado, inflação dos custos de bens e serviços, o que pode afetar a comunidade local e deslocamento social. (FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008; COUTINHO; COUTINHO, 2007; BRITTO; FONTES, 2002; ALLEN *et al.*, 2003).

O meio ambiente é uma excelente maneira de divulgar as características de um local, eventos com este foco trazem benefícios, como: aumento da consciência ambiental, fazendo o público olhar de maneira diferente para o ambiente ao seu entorno, exposição do meio ambiente e exemplos para melhores hábitos. Já os negativos são: danos ao meio ambiente, poluição e perturbação acústica. Assim sendo, ao realizar eventos, deve haver uma harmonia com o ambiente, é importante minimizar ao máximo os impactos negativos gerados pela atividade. O aspecto primordial é que o local seja construído adequadamente, para isso, harmonizando a tecnologia das construções com o ambiente local. (ALLEN *et al.*, 2003; RODRIGUES; RODRIGUES, s/d).

Os eventos de caráter ambiental possibilitam uma oportunidade para demonstrar quais as melhores maneiras de manuseio do lixo, mudando atitudes e hábitos dos cidadãos que desconhecem as maneiras corretas de armazenamento. (ALLEN *et al.*, 2003).

As políticas e os políticos representam uma importante parte dentro dos eventos, quando os imperadores romanos descobriram que o circo tinha o poder de desviar as críticas e reforçava a popularidade política, foi-se usado dos eventos para assegurar a satisfação do público e seu lugar no poder. Assim os governos do mundo todo perceberam a capacidade que o mesmo tinha de atrair visitantes, gerar

uma maior lucratividade, aumento na renda de impostos; gerar emprego à cidade sede, alienar a população e, também, enriquecer o perfil dos políticos. (ALLEN *et al.*, 2003; FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008).

Para o turismo, o evento faz a promoção do destino, e é considerado uma mídia interativa e serve como estratégia de penetração e desenvolvimento de mercados, aumentando o tempo de permanência, conseqüentemente, os gastos, assim, incrementando o setor turístico. O evento constitui um formador de imagem, criando um perfil para o destino, fazendo com que o local tenha uma vantagem competitiva de marketing. O turismo de eventos tem o poder de atrair visitantes na baixa temporada, quando os transportes, restaurantes e meios de hospedagens estão com baixa procura, isso faz com que o turista use esta infraestrutura que estava ociosa. (ALLEN *et al.*, 2003; COUTINHO; COUTINHO, 2007; FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008; METO NETO, 2005).

Getz (1997 *apud* Allen *et al.* 2003, p.18) complementa “em muitos destinos os habitantes preferem a baixa temporada para suas próprias celebrações, e estas propiciam eventos de maior autenticidade aos visitantes.”

Sendo assim, o turismo de eventos é uma atividade que envolve diversas atividades do setor de turismo, o planejamento para a execução desta atividade necessita do apoio da infraestrutura que o município disponibiliza. Para que a atividade ocorra da maneira esperada, é necessário ter um objetivo claro, a fim de se caracterizar em um instrumento de desenvolvimento social, econômico, ambiental e turístico, de modo a minimizar a sazonalidade, nos destinos turísticos, nos períodos de baixa temporada, onde a procura por estes produtos diminui consideravelmente.

3.2 SAZONALIDADE

O termo sazonalidade deriva do inglês ‘season’ e ‘stagion’ do italiano, do português ‘estacionalidade’, ou seja, pertinente às estações do ano. A sazonalidade, de um modo geral, é caracterizada pela variação nos negócios das empresas durante um determinado período, ocorre em alguns períodos e em outros não. (PIMENTEL, 2008; MOTA, 2001). No turismo, Butler (2001, *apud* PIMENTEL, 2008) diz que a sazonalidade é a variação temporal do fluxo turístico, e pode ser expressa pelo número de turistas, pelos gastos, pelo aumento do tráfego nas estradas, pelo emprego e pela movimentação de visitantes nas atrações. Tem como característica

a exploração de determinado local, em um espaço e tempo específicos, sendo um fenômeno decorrente da concentração das atividades no espaço e no tempo, resultado de causas naturais, econômicas e institucionais. (ALBUQUERQUE, 2004; BAHL, 2003; QUEIROZ; CAVALHEIRO, 2003, BRAMBATTI, 2011).

As causas da sazonalidade variam de destino para destino, de acordo com a localização geográfica, origem do turista e atratividade, os fatores mais comuns entre os destinos seriam: as férias escolares; o tempo livre; os fatores mercadológicos (concorrência, moda, baixa segmentação de produtos), ambientais (guerras, situações políticas, épocas chuvosas, estações do ano etc.), econômicas (câmbio, renda etc.) e estruturais (violência, epidemias, falta de infraestrutura, etc). (MOTA, 2001, BRAMBATTI, 2011).

Diversos autores demonstram as diferentes causas da sazonalidade, conforme quadro a seguir:

Quadro02: Diversas causas da Sazonalidade.

Autor	Causas da Sazonalidade
Baron (1975)	- Sazonalidade natural, sazonalidade institucional, calendário institucional e civil, causas sociais e econômicas;
Hartmann (1986)	- Sazonalidade natural, sazonalidade institucional;
Butler (1994)	- Sazonalidade natural, sazonalidade institucional, pressão social e moda, épocas desportivas, inércia e tradição;
Butler e Mao (1997)	- Fatores físicos e socioculturais nos países de origem e de destino;
Frechtling (2001)	- Clima, costumes sociais/feriados, fatores/hábitos profissionais, calendário institucional e civil;
Baum e Hagen (1999)	- Acrescentam constrangimentos da oferta as causas apresentadas por Frechtling (2001);
Allcock (1995)	- Sazonalidade comportamental.

Fonte: Adaptado de Koenig-Lewis e Bishoff, 2005; Allcock, 1995 (*apud* MARTINS, 2010).

Analisando as diversas causas da sazonalidade, apresentada no quadro 02, conclui-se que as principais são as naturais e as institucionais que, nesta pesquisa, será dividida em dois grupos: 1) provocada pelas causas naturais, ou seja, estações do ano, e 2) causas institucionais, que seriam fatores culturais, religiosos, éticos e sociais. (PINO *et. al.* 1994; PIMENTEL, 2008; MARTINS, 2010).

Quanto às causas naturais, estas afetam diversos setores, como: a construção, os transportes, o turismo, entre outros. As variações climáticas afetam diretamente a sazonalidade no turismo, como, por exemplo: as cidades litorâneas que são dependentes dos fatores climáticos para obter a vinda de turistas ao

município. Outro exemplo seria o estudo de caso, desenvolvido por Jeffrey e Barden (1999, *apud* PIMENTEL, 2008), sobre os hotéis da Inglaterra em que demonstra que os hotéis, localizados próximos à praia, possuem maior impacto da sazonalidade em comparação aos hotéis localizados nos centros urbanos, com foco no segmento de turismo de negócios.

E, quanto aos fatores culturais, relacionados ao calendário, faz com que ocorra a variação de demanda em determinada época do ano. Como as férias escolares ou dos trabalhadores, poder aquisitivo e concentração espaço-temporal das pessoas, e os feriados mais populares, o Ano Novo, por exemplo, que é relacionado ao solstício de verão, fazendo com que as cidades distantes das litorâneas sofram com a sazonalidade nesse período do calendário. Outro exemplo seriam as férias escolares de verão, que possuem maior período e fazem com que as férias profissionais também sejam marcadas nesse período, o que acaba influenciando na concentração de procura por destinos de turismo de sol e praia nessa época do ano. A sazonalidade é considerada um problema turístico global, pois afeta a maioria dos destinos turísticos. (PINO *et al.* 1994; SCHEUER; BAHL, 2011; MARTINS, 2010).

A magnitude da sazonalidade faz com que haja a necessidade da criação de atrativos que não dependam exclusivamente de fatores climáticos, uma vez que, onde existir turismo, existirá a sazonalidade. (PINO *et al.* 1994; PIMENTEL, 2008).

A sazonalidade possui características negativas que merecem atenção, quanto à atividade turística, pois, segundo Bahl (2003), na alta temporada é produzida a saturação de serviços, como: falha no abastecimento de água e energia elétrica, deficiência na rede de esgoto, poluição das águas, aumento de ruídos. Em contra partida, no período de baixa temporada, diversas empresas, que dependem da demanda gerada pelo turismo, são obrigadas a fechar causando desemprego à comunidade local.

Estas características ocorrem, mas, para um município que tem como principal fonte de renda o turismo, torna-se fundamental a minimização da sazonalidade, para obter um equilíbrio entre estes fenômenos.

A sazonalidade é composta por dois tipos: a de demanda e a de oferta. A sazonalidade de demanda é o período de maior predisposição para o consumo de produtos turísticos, consiste na carência da procura por algum local ou atrativo em determinada época do ano, que pode ser amenizada quando o local consegue evitar a concentração de veraneios e dividir a demanda durante o ano, as ações para

alcançar estes objetivos seriam: incentivar férias fora do verão, preços mais atraentes e criação de eventos. (BAHL, 2003; MARTINS, 2010, BRAMBATTI, 2011).

A sazonalidade de oferta é o período de maior oferta turística, denominado de alta temporada, caracteriza-se na grande quantidade de produtos ofertados em empresas de bens e serviços destinadas a servir às necessidades exclusivas dos turistas, pois não há demanda suficiente para consumir os produtos, assim, alguns empreendimentos se obrigam a fechar, diferente de um posto de gasolina que serve aos turistas, mas também a comunidade local, a criação de novos produtos que motivem a vinda dos turistas durante o ano todo pode auxiliar na amenização da sazonalidade. (BAHL, 2003; PIMENTEL, 2008; MARTINS, 2010, BRAMBATTI, 2011).

É fundamental, para o planejador do município, saber as causas e efeitos da sazonalidade, para auxiliar no foco empregado no planejamento turístico da cidade, buscando amenizar o fenômeno, algo que demonstra importância, tanto para o planejador quanto para as empresas privadas envolvidas na atividade turística, tornando a distribuição de demanda turística algo mais homogêneo durante o ano. (SCHEUER; BAHL, 2011).

Para alcançar a minimização da sazonalidade, a gestão turística deverá estabelecer estratégias para reduzi-la, a diversificação dos produtos e a complementação dos atrativos da alta estação são estratégias eficientes, assim como os eventos, que vêm demonstrando ser uma estratégia que causa resultados plausíveis pelo fato de poder ser realizado em época considerada baixa estação, tornando-os um complemento no conjunto das atividades turísticas, fazendo, assim, com que estes tenham poder paralelo ao turismo convencional. (BEM; ASSIS, 2010; ALBUQUERQUE, 2004; PIMENTEL, 2008).

O evento é uma solução, quando a oferta é maior que a demanda, pois consegue captar determinada demanda nas baixas estações. Albuquerque (2004) relata que o turismo de eventos é conhecido como o turismo de baixa estação por manter em movimento as atividades no setor durante os meses mais fracos, Senfft (2004) acrescenta que as organizações de eventos anuais nos períodos de baixa estação podem ser grandes parceiros através da minimização da sazonalidade turística. Para Andrade (1998), as alternativas de desenvolvimento turístico estão cada vez mais vinculadas a eventos.

Portanto, entende-se que a sazonalidade é a exploração de certo local com espaço e tempo delimitados pelos fenômenos naturais, institucionais, econômicos,

trazendo variação de fluxo econômico para a localidade onde ocorre, sendo um deste o turismo. Vê-se que o evento tem a capacidade de minimizar os efeitos da sazonalidade indiferente da existência ou não de atrativos naturais e culturais. O turismo de eventos vem sendo considerado o setor que proporciona retorno econômico e social para o local onde é sediado. (COUTINHO; COUTINHO, 2007; CARNEIRO, 2011; FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008).

Conclui-se que a sazonalidade é um fenômeno causado por fatores climáticos, institucionais, econômicos e culturais, que pode ser determinante para o município, como para as cidades litorâneas, onde a procura diminui consideravelmente nas estações frias, os eventos demonstram ser uma alternativa que apresenta benefícios para diversos setores, trazendo um público que tem como tendência uma maior estadia e maiores gastos.

3.2.1. Oferta Turística e Demanda Turística

Como pode ser observado anteriormente, a sazonalidade turística consiste em um fenômeno decorrente da diferenciação da demanda frente à oferta em um destino turístico, em períodos de tempos determinados, durante o ano, o que acarreta a alta e a baixa estação. Influenciando, assim, no uso dos elementos da oferta e em seus preços, segundo as leis da própria procura. (LAGE; MILONE, 2000).

Isso quer dizer que, quanto maior a procura maior será o preço dos produtos ofertados, normalmente ocorre porque é comum que a oferta de um destino turístico não varie com tanta flexibilidade durante o ano, devido às características da própria oferta. (DIAS; CASSAR, 2005).

A oferta turística possui três elementos: Atrativos turísticos, equipamentos e serviços para dar apoio a atividade turística e infraestrutura de apoio, que seriam as infraestruturas básicas de um município. (LAGE; MILONE, 2000).

Logo, a oferta turística consiste em todos os atrativos que uma região oferece, tanto natural quanto artificial, assim como os bens e serviços disponibilizados à demanda pelo destino turístico. (LAGE; MILONE, 2001; DIAS; CASSAR, 2005).

O consumidor tem como objetivo principal o maior aproveitamento de seus gastos, pela escolha da melhor combinação possível dos produtos do turismo, a demanda turística está ligada a bens e serviços, assim como preço, tempo, desta

forma, a demanda está voltada à decisão e ao comportamento. (CARDOZO, 2007; LAGE; MILONE, 2001).

Para Lage; Milone (2001), a demanda turística é definida como a quantidade de bens e serviços turísticos que os indivíduos desejam consumir. E, segundo Cooper *et al.* (2007), possui três componentes, os quais constituem a demanda total do turismo: demanda real ou efetiva, demanda reprimida, e não-demanda, conforme segue abaixo:

- Demanda real ou efetiva: é o número real de pessoas ou turistas que visitam uma localidade;
- Demanda reprimida: é a parte da população que por algum motivo não viaja, estes representam a demanda potencial, que por alguma mudança vão passar a viajar. A qual pode se tornar a demanda adiada, que é influenciada através da oferta e de ações climáticas.
- Não-demanda: é a parte da população que, por algum motivo, não viaja, ou não possuem condições de viajar.

Para a sazonalidade de demanda, entende-se que a demanda reprimida é a que mais se enquadra, pois pode ser influenciada pela oferta ou ações climáticas.

Dias; Cassar (2005) trazem as características da demanda turística, as quais são:

- Sazonalidade: é a concentração da demanda em determinado período de tempo;
- Elasticidade: são variações da demanda, por motivos como mutação de fatores culturais, sociais, políticos, e econômicos;
- Concentração espacial: é o fluxo de turistas que visitam determinada região, ocorrendo assim uma concentração especial de demanda;
- Heterogeneidade: são produtos diferenciados dentro do turismo.

Conclui-se que a oferta e a demanda turística são influenciadas pela realização de um evento, em determinado período de baixa temporada em um município, pois há a necessidade de apropriar os bens e serviços para proporcionar apoio à atividade turística, como os horários de atendimento e a venda de produtos específicos. Caso o evento seja temático, a demanda sofre um relativo crescimento recorrente à realização do evento na cidade sede, fazendo com que o consumo dos bens e serviços também aumente.

3.3 EVENTOS COMO INSTRUMENTO PARA MINIMIZAÇÃO DA SAZONALIDADE

A sazonalidade é um fenômeno que ocorre em diversos municípios, sendo frequente nos municípios litorâneos, onde a procura se concentra no segmento de turismo de sol e praia, fazendo com que o período mais frio do ano (baixa temporada) sofra com a sazonalidade, é neste momento que o poder público e a iniciativa privada devem usar da criatividade para amenizar este fenômeno. Dentro do turismo, existem diversos segmentos, como: turismo de negócio, de aventura, de pesca, de saúde, gastronômico, eventos, religioso, ecoturismo, cultural, rural. Todos confirmam ser interessantes para auxiliar na minimização da sazonalidade, mas o segmento que demonstra obter melhores resultados para a minimização de tal fenômeno é o segmento de eventos. Um exemplo, que diversas cidades utilizam, seria o carnaval fora de época, o qual faz com que o turista frequente a cidade nos períodos de baixa temporada. (ALBUQUERQUE, 2004; BAHL, 2003; QUEIROZ; CAVALHEIRO, 2003, GOMES, 2004).

Os eventos afetam os aspectos sociais, culturais, ambientais, econômicos e turísticos, trazendo mudanças significativas para o desenvolvimento turístico da localidade. Para alcançar tais resultados, os eventos não podem ser algo isolado, necessitam estar em harmonia com o planejamento turístico do município, para que todos os setores de apoio ao turista estejam adequados para atender a demanda gerada, e trabalhar de forma integrada para melhor receber o turista proporcionando uma experiência única e de qualidade. (ALLEN *et al.*, 2003; FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008; BAHL, 2003; BRITTO; FONTES, 2002).

Em relação aos aspectos socioculturais afetados pelos eventos, a vivência compartilhada com pessoas que vivem outra realidade, dando oportunidade de aprendizado com a vida do outro, o fortalecimento da autoestima da comunidade, quando a população local tem orgulho em demonstrar aos visitantes o quão belo e rico são os eventos da sua cidade, a participação da comunidade desenvolve um papel muito importante no evento, pois, além de gerar renda e emprego, dá a chance da comunidade local demonstrar a cultura do município para os visitantes, tais aspectos referem-se aos impactos positivos, que, quando aplicados adequadamente, podem auxiliar na amenização da sazonalidade turística local. (FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008; COUTINHO; COUTINHO, 2007; BRITTO; FONTES, 2002; ALLEN *et al.*, 2003).

Os aspectos ambientais são considerados uma excelente maneira de divulgar as características de um local e a sensibilização ambiental, eventos com este foco trazem benefícios, como: aumento da consciência ambiental, fazendo o público olhar de maneira diferente para o ambiente ao seu entorno, exposição do meio ambiente e exemplos para melhores hábitos. Para ter o mínimo de impacto à natureza, o evento deve estar em harmonia com o local, eventos deste tipo atraem turistas de segmentos relacionados com a temática, como turismo rural, ecoturismo entre outros segmentos focados na natureza, fazendo com que ocorra a diversificação do público que frequenta a localidade. (ALLEN *et al.*, 2003; RODRIGUES; RODRIGUES, s/d).

Para o turismo, os eventos são considerados meios de promoção do destino, fazendo com que o nome do município acompanhe o desenvolvimento de mercado, tem como característica formar a imagem da cidade sede, criar um perfil para o destino, agregar os atrativos, elevando o marketing. Para a sazonalidade turística, o segmento de eventos demonstra ser uma solução, pois atrai turistas na baixa temporada, quando a oferta turística está ociosa. (ALLEN *et al.*, 2003; COUTINHO; COUTINHO, 2007; FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008; MELO NETO, 2005; PIMENTEL, 2008; MARTINS, 2010, BRASIL, 2010b).

É de grande relevo citar que o turismo de eventos não possui sazonalidade, isto se deve aos eventos terem a característica de atrair turistas que vêm ao atrativo por outra motivação fora da segmentação que, tradicionalmente, é trabalhada pelo destino turístico. E também por ser realizado em datas específicas e, previamente, planejado a fim de evitar este fenômeno entre outros que podem prejudicar o andamento do evento. (BRITTO; FONTES, 2002; GIACAGLIA, 2006; FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008; COUTINHO; COUTINHO, 2007; ZUCCO; MAGALHÃES; BAHL, 2003; ANSARAH, 2001; MATIAS, 2004).

O Ministério do Turismo (2010b) esboça alguns exemplos de atividades que podem ser elaboradas durante todo o processo do evento, para desenvolver a agregação dos atrativos, os quais são:

- Roteiros turísticos regionais pré e pós-evento – em períodos que antecedem ou sucedem os encontros, é possível promover viagens na região;
- Visitas técnicas e missões empresariais – os centros tecnológicos, de pesquisas, industriais, as universidades e outros podem oferecer visitas, organizadas pelos prestadores de serviços turísticos, como complemento à programação oficial do evento;

- Roteiros comerciais – correspondem a itinerários de visitação, para atrair investidores, fornecedores e compradores de produtos da região para, em uma mesma viagem, apresentar mais opções de negócios;
- Atrativos locais – passeios e visitas aos atrativos turísticos da região, explícitos em folhetos, guias e mapas turísticos, na programação cultural da cidade, com opções de entretenimento e diversão distribuídos nos postos de informações turísticas, hotéis, centros de eventos, restaurantes e comércio em geral e, também, durante os intervalos dos eventos, com apresentação de vídeos;
- Apresentações culturais durante os eventos – uma forma de promover a identidade cultural do destino e valorizar os artistas locais é incluí-los na programação dos eventos, com performances artísticas, demonstrações e exposições de arte e artesanato;
- Clubes, cartões e programas de descontos e de fidelidade – os empreendimentos turísticos, as lojas de artesanato, as casas noturnas, os restaurantes, os cinemas, entre outros empreendimentos diretamente e indiretamente envolvidos com a atividade turística, podem realizar parcerias e fornecer promoções e descontos, aumentando o gasto médio do turista e estimulando-o a retornar;
- Recepção temática – trata-se da organização de atividades culturais em aeroportos, portos, rodoviárias, pátios, contemplando as características da cultura local, na recepção ou saída do turista;
- Transporte – pode-se negociar com o empresariado local o *transfer* gratuito para compras, refeições, atividades culturais e outras.

Essa agregação se torna algo importante para todos os setores envolvidos, fazendo com que a demanda, gerada pelo evento, mobilize todo o entorno, movimentando a economia e, possivelmente, trazendo novos turistas para os atrativos.

O segmento de eventos está se destacando dentro do setor de turismo, o qual possui uma grande procura, e múltiplos temas que podem ser abordados, consequentemente públicos diferentes.

Com estas características, o segmento de eventos se tornou um instrumento essencial para a minimização da sazonalidade, tanto a de oferta quanto a de demanda, que demonstram estar relacionadas, pois, quando a demanda turística está baixa, os empreendimentos que atendem exclusivamente os turistas, necessitam diminuir o atendimento, ou até fechar as portas. (BAHL, 2003; PIMENTEL, 2008; MARTINS, 2010).

Os impactos que a sazonalidade de demanda e de oferta gera e, também, de que maneira os eventos quebram estes impactos, podem ser resumidos, de acordo com o quadro 03.

Quadro03: O impacto dos eventos na quebra da sazonalidade de oferta e de demanda no destino turístico.

SAZONALIDADE DE OFERTA	
<i>Efeito da Sazonalidade</i>	<i>Quebra da sazonalidade por meio dos eventos</i>
Diminuição da procura de equipamentos turísticos na baixa temporada;	Oportuniza oferta do serviço dos equipamentos nos períodos da realização do evento, fora da alta temporada;
Concentração de uso dos atrativos na alta temporada;	Diversidade de atrações por meio da realização de eventos;
Aumento na taxa de desemprego;	Oportunidade de emprego nos eventos e/ou infraestrutura de apoio;
Exploração de apenas um atrativo	Agregação dos atrativos com os eventos propostos na localidade;
Baixa atratividade na baixa temporada;	Criação de novos atrativos envolvendo os eventos e o próprio evento na baixa temporada.
SAZONALIDADE DE DEMANDA	
<i>Efeito da Sazonalidade</i>	<i>Quebra da sazonalidade por meio dos eventos</i>
Grande fluxo de turistas na alta temporada;	Continuidade de fluxo de turistas em outros períodos do ano por meio da realização de eventos;
Vinda de turistas habituais;	Diversificação do perfil de visitantes com eventos de temáticas diferentes;
Marketing do município	Os eventos são considerados formas eficientes de marketing.

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em ALLEN *et al.*, 2003; FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008; BAHL, 2003; BRITTO; FONTES, 2002; PIMENTEL, 2008; MARTINS, 2010; COUTINHO; COUTINHO, 2007.

O quadro 03 demonstra a importância do evento para o local que lida com a sazonalidade, conforme: Albuquerque (2004), Senfft (2004) e Andrade (1998), expõem a importância do turismo de eventos para a baixa temporada e que as ações de desenvolvimento turístico estão cada vez mais vinculadas aos eventos.

Os eventos possibilitam o aumento do fluxo na baixa temporada e a variação da oferta turística local, o que traz turistas que estão em busca de segmentos distintos do que é considerado tradicional, no período de alta temporada, dando ao turista habitual a oportunidade de conhecer outro lado do município, saindo do segmento que possui uma intensa demanda na alta estação, para um segmento considerado novo para o turista, que, além de proporcionar uma experiência diferente, na mesma localidade, possibilita a diversificação da oferta, o segmento de eventos tem como característica uma maior permanência do turista no local e,

consequentemente, maiores gastos. (ALLEN *et al.*, 2003; FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008; BAHL, 2003; BRITTO; FONTES, 2002).

Para fortalecer essa variação da oferta turística, o município deverá distribuir atrações para motivar a visitação em diferentes épocas do ano e também em diversos lugares da localidade, fazendo com que a atividade turística envolva mais a comunidade e se torne algo contínuo ao longo do ano.

Quanto mais especializados são os destinos, a sazonalidade será maior, assim demonstra a importância da diversificação das atrações e a variação da oferta com a realização de eventos, que possuem inúmeras possibilidades, para atender diversos segmentos diferentes, também é importante salientar que a combinação de tipos de turismo pode extinguir a palavra sazonalidade do vocabulário de determinada região. (MARTINS, 2010; GIACAGLIA, 2006).

Desta forma, os eventos estão sendo utilizados como instrumento de minimização da sazonalidade, uma vez que, dependendo do tipo de evento, este não possui influência de fatores climáticos ou época específica para ser realizado, atraindo turistas que, normalmente, não iriam ao local simplesmente por não ter afinidade ao segmento turístico da destinação. Contudo, o setor de eventos pode ser utilizado pelos gestores do destino como um instrumento de diversificação da demanda, da oferta e de quebra da sazonalidade, proporcionando retorno econômico, cultural, ambiental e social para o local onde é sediado.

4. CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

O estudo foi realizado no município de Ilha Comprida/SP, nome derivado da sua característica de ser uma ilha e ter 74 km de extensão e, no máximo, 5 km de largura em alguns pontos, localizado a 24°91'S e 47°80'W, no extremo sul do Estado de São Paulo, emancipado em 30 de Dezembro de 1991 pela Lei estadual nº 7644, 30-12-1991, segundo dados do IBGE (2010), a população era de 9.025 com área territorial de 191,972 km². Segundo a assessoria de imprensa da Prefeitura, o município possui uma população flutuante de 400 mil pessoas/ano.

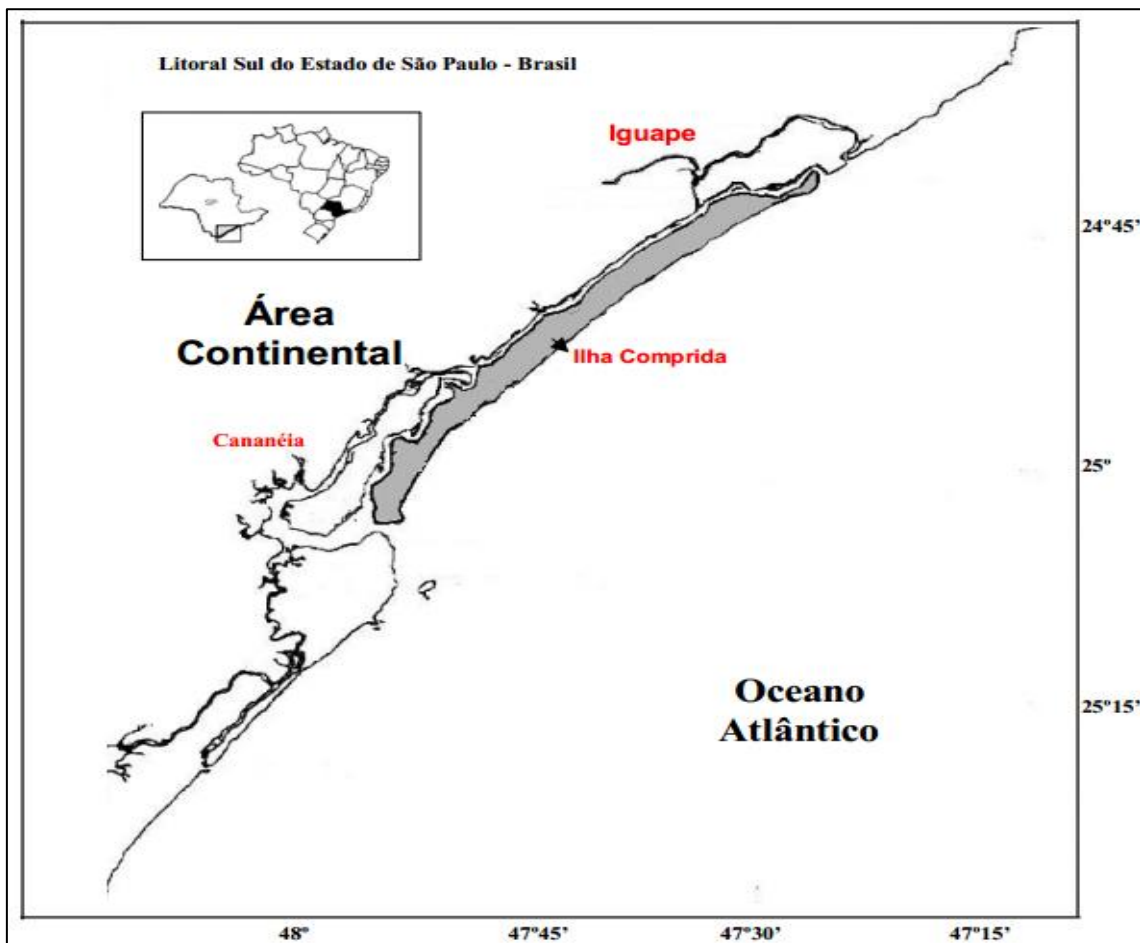


Figura 01 – Mapa de Ilha Comprida/SP, Fonte: Adaptado de PEREIRA *et al*, 2003.

Para o IBGE (2013), o município de Ilha Comprida possui o PIB com cerca de R\$ 82.241,00 derivado dos Serviços, R\$ 15.263,00 decorrente da Indústria e R\$ 2.110,00 da Agropecuária, conforme figura 02.

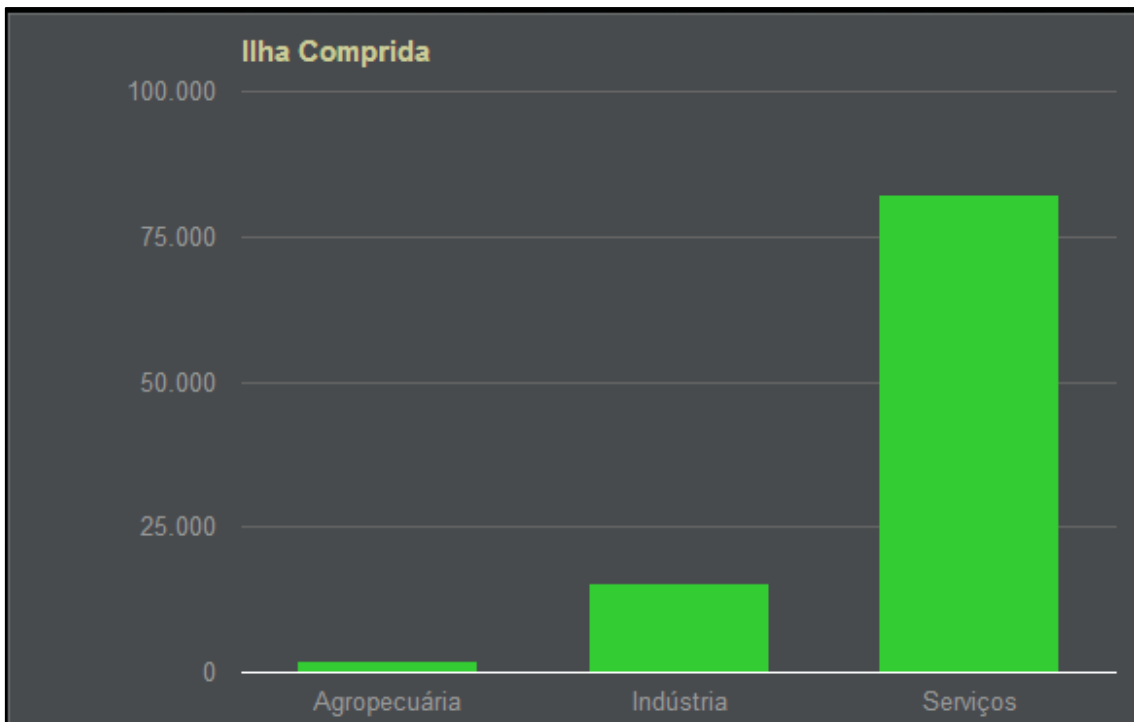


Figura 02 - PIB (Produto Interno Bruto), Fonte: IBGE 2013.

Segundo Arendit (2002) a atividade econômica é dividida em três setores, os quais são:

- Setor primário – atividades relacionadas com a atividade agrícola, pecuária;
- Setor secundário – atividades relacionadas com a produção industrial;
- Setor terciário – atividades relacionadas à prestação de serviços.

Estes dados demonstram a importância do turismo para o município, pois a atividade turística se enquadra no setor terciário da economia e também se relaciona com os outros setores, o qual está vinculado à prestação de serviços. (LAGE; MILONE, 2001, ARENDIT, 2002).

O município de Ilha Comprida/SP possui um IDH-M de 0,725, o qual, segundo a pesquisa realizada em 2010 pelo Atlas, está em 1.154º no ranking nacional dos municípios (ATLAS, 2010).

Ilha Comprida tem o clima subtropical, com temperaturas amenas, como ilustra a figura abaixo, com dados das temperaturas mínimas, máximas. A figura também traz informações quanto à precipitação em Ilha Comprida/SP, demonstrando que o período que menos chove no município são nos meses de Junho, Julho e Agosto (IBGE, 2010)

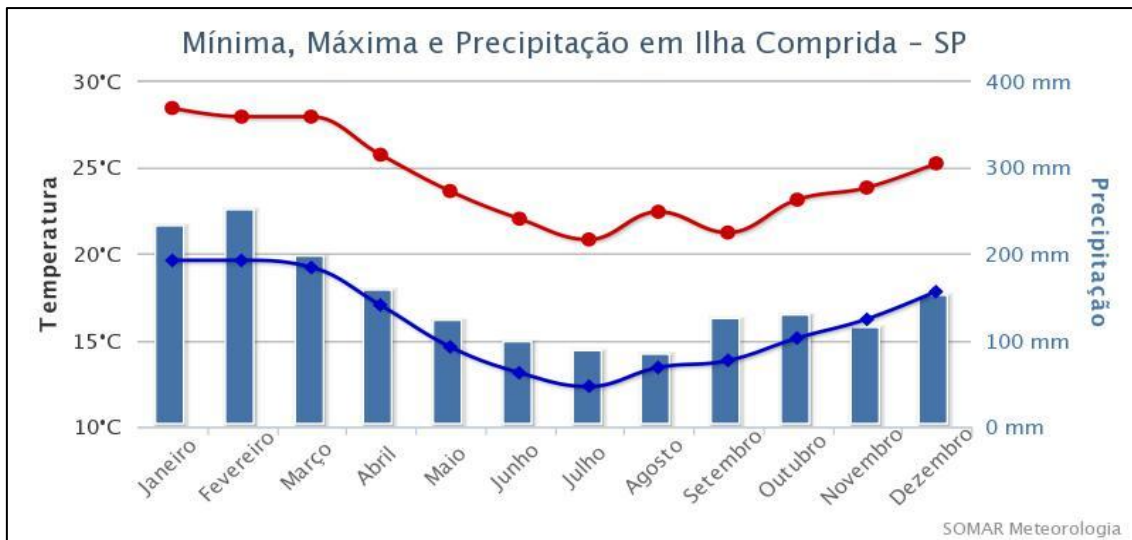


Figura 03 – Temperaturas e precipitação em Ilha Comprida. Fonte: Jornal do Tempo.

O município conta com diversos estabelecimentos hoteleiros para auxiliar os turistas, entre apartamentos, hotéis, chalés, pousados e camping, possui um total de 72 estabelecimentos. Os restaurantes são especializados em frutos do mar, mas o município também oferece estabelecimentos como pizzaria, bares, lanchonetes para dar maior opção aos turistas. (ILHA COMPRIDA, 2013).

O local onde possui a maior concentração de infraestrutura, em Ilha Comprida/SP, é no Boqueirão Norte, esta concentração não se dá pelo acesso da ponte, pois não fica próximo, este aglomerado se dá devido ao meio em que era feito a travessia do continente para a Ilha, antes da construção da ponte, era feito por balsas e o Boqueirão Norte era o ponto onde as balsas atravessavam.

Segundo dados coletados, junto às pousadas do município, demonstram que a capital do estado é o maior emissor de turistas para a cidade. Sabendo disso, a empresa que atende o município de Ilha Comprida, com linha regular de transporte, é a Intersul transportes, a qual possui quatro horários diários de São Paulo para Ilha Comprida/SP. Uma alternativa para facilitar o transporte seria o fretamento de ônibus de turismo, o que é viável somente para um grupo grande de pessoas.

O principal acesso para o visitante, que se desloca de São Paulo para Ilha Comprida/SP, é pela rodovia Régis Bittencourt (BR-116) e, após, segue pela rodovia estadual Casimiro Teixeira SP-222, com o percurso total de 200 quilômetros. Para os visitantes de Curitiba, seguem pela rodovia Régis Bittencourt (BR-116), em seguida, entram na rodovia estadual SP 226 e, logo após, seguem pela rodovia estadual Ivo Zanella, e SP 226, esse trajeto tem o total de 260 quilômetros. Para

acesso de Ilha Comprida/SP ao continente, é usada a Ponte Prefeito Laércio Ribeiro (figura 04), a qual foi inaugurada em 2000.



Figura 04 – Ponte Prefeito Laércio Ribeiro. Fonte: FAUSTINO, 2013.

Segundo pesquisa feita pela CETESB (Companhia Ambiental do Estado de São Paulo) , entre 1991 e 2009, demonstra que Ilha Comprida é uma das últimas regiões litorâneas que apresentam pouca poluição em seu ecossistema.

A Prefeitura Municipal de Ilha Comprida (2013) relata os principais atrativos turísticos do município, os quais são:

Praias – A Ilha tem praias desertas, distantes dos centros comerciais, para quem gosta de tranquilidade. E tem as praias badaladas localizadas no Boqueirão Norte, onde estão os quiosques na orla, com intenso movimento; Vilas Caiçaras –a Prefeitura da Ilha Comprida lançou em fevereiro, o catálogo Ilha Caiçara, com fotos e histórico das principais vilas do município, das quais se destacam Trincheira, Boqueirão Sul, Juruvaúva, Pedrinhas, Vila Nova, Ubatuba, Viaréggio, Araçá e Ponta Norte. Estas vilas oferecem petiscos com frutos do mar, aluguel de barco para pesca e passeios aos turistas.

Trilhas -Trilha Juruvaúva/Pedrinhas - Com 7.450 metros de extensão e aproximadamente três horas de caminhada. Esta trilha liga duas comunidades caiçaras, a Vila de Pedrinhas, conhecida pela famosa cachaça com cataia, e a Vila de Juruvaúva, destaque pela qualidade de suas ostras. A trilha inclui observação da

vegetação típica de restinga e visita ao único viveiro de mudas de restinga de São Paulo.

Trilha Vila Nova/Sítio Arthur - Com 5.628 metros de extensão e aproximadamente com 2 horas de caminhada. Esta trilha liga as comunidades caiçaras de Vila Nova, onde localiza-se a Capela da Nossa Senhora da Conceição, de 1770, até o Sítio Arthur. Passarelas, placas e pontes tornam esta trilha especialmente atrativa para observação dos manguezais, sítios arqueológicos (sambaquis), a fauna e flora.

Trilha Dunas/Juruvaúva - Com 3.600 metros de extensão, esta trilha possibilita conhecer as últimas dunas ainda intocadas do Estado de São Paulo. Em muitos pontos, as dunas transformam-se em mirantes para a observação da praia a longa distância.

Trilha de Trincheira – Com 2.100 metros de extensão que explora as belezas naturais do extremo sul da Ilha Comprida. No percurso, avistam-se lindas bromélias, o mar, barcos de pescadores, falésias e, com sorte, é possível observar golfinhos no canal de Cananéia.

Trilha Maravilha (Mar-Aves-Ilha) – Com 2 horas e 30 minutos de caminhada, contempla a observação de aves, lagunas, visão panorâmica do estuário, do mar, dunas, lagoa e ruínas.

Observação de aves – Entre os meses de setembro e fevereiro, além dos guarás vermelhos, também costumam se reunir neste mesmo local, socós, garças azuis, garças brancas pequenas e garças brancas grandes, torna-se um espetáculo natural. Considerada pela *BirdLifeInternational*² como área importante para a conservação das aves no Brasil.

Esportes náuticos – Local perfeito para prática de esportes ligados à natureza. Esportes como velejar, andar com canoas e caiaques dão a oportunidade de desfrutar a beleza natural do Mar Pequeno (o mar de dentro) da Ilha Comprida. Nas ondas do Mar aberto, o surfe é a atração e conquista mais atletas a cada ano.

Passeios – A Ilha Comprida dá a possibilidade de ser vista com diferentes olhares, tem a opção de passeios de barcos e escunas. Há diversas opções de passeios, dos quais, Boqueirão/Ninhal dos guarás; Boqueirão /Pedrinhas; Juruvaúva; Pedrinhas e Cananéia. Os passeios levam os visitantes em locais de

² *BirdLifeInternational* é uma organização ambiental cujos objetivos são a conservação e proteção da biodiversidade de aves e seus habitats.

beleza intensa, ambientes diferenciados, belos cenários para fotos, turismo de contemplação, estudo do meio, trilhas leves, moderadas ou de aventura.

Gastronomia – Os peixes e frutos do mar são as especialidades do município litorâneo. Em Vilas Caiçaras, é possível saborear deliciosos pratos com peixe preparados com os segredos da culinária caiçara. Além disso, a cidade também oferece excelentes restaurantes com opções de pratos sofisticados e caseiros, pizzarias, bares, sorveterias e lanchonetes. A figura 05 ilustra a Ostra Lagamar, pois Ilha Comprida, Iguape, Cananéia e Paranaguá são reconhecidos como um dos cinco maiores viveiros de espécies marinhas do mundo.



Figura 05–Ostra Lagamar, produto turístico que reúne natureza, gastronomia, história e cultura. Fonte: O VALE DO RIBEIRA, 2013.

Cultura – No espaço Cultural Plínio Marcos, acontece a exposição permanente da cultura caiçara.

O município de Ilha Comprida possui um alto investimento no setor de eventos, durante todo o ano. A seguir serão listados os eventos e suas características.

4.1 Eventos realizados em Ilha Comprida/SP

Os principais eventos realizados pela Prefeitura Municipal de Ilha Comprida/SP, com base nos dados obtidos com o responsável pela Divisão de Turismo de Ilha Comprida, são: Ilha Verão (figura 06) que é realizado em Dezembro até o Carnaval, sua programação consiste em grandes *shows* em dois espaços,

festival de teatro de rua, feira regional de artesanato resgatando o vale, espaço cultural gastronômico e mostra de cinema. Ilha Verão é considerado pelas estatísticas como o maior festival de verão do país.



Figura 06 – Público no show do Skank no Ilha Verão 2013. Fonte: O VALE DO RIBEIRA, 2013.

O Ilha Blues Festival Internacional (figura 07), em 2013, a sua 8^o edição foi realizada de 25 a 28 de Julho, o evento trouxe diversas atrações do blues, como: Artur Menezes, Eddie Taylos Jr (Chicago), Ari Borger, Nuno Mindelis, Lurrie Bell (vencedor de dois Grammys, Chicago), Michael Dotson (Chicago), General Blues, Jefferson Gonçalves, Adriano Grineberg, Big Chico e o James Cotton (considerado a lenda do Blues). A programação detalhada do evento segue abaixo:

Quinta-feira - 25 de julho

21h - General Blues / 22h30 - Jefferson Gonçalves / 24h - Adriano Grineberg Quarteto;

Sexta-feira - 26 de julho

21h - Fúlvio Oliveira & The Wild Blues Band / 22h30 - Artur Menezes / 24h - Eddie Taylor Jr;

Sábado - 27 de julho

21h - Ari Borger / 22h30 - Nuno Mindelis / 24h - Lurrie Bell;

Domingo - 28 de julho

20h30 - Big Chico / 22h - Michael Dotson / 23h30 - James Cotton.



Figura 07 - Entrada do Ilha Blues 2013, Fonte: arquivo pessoal, 2013.

Os meios de divulgação, utilizados pela Prefeitura Municipal de Ilha Comprida/SP, são: *outdoors* em diversas cidades da região, jornal, televisão, jornal, cartazes, internet e carro de som. Estes foram alguns dos meios de divulgação que o pesquisador pôde observar na pesquisa a campo. O evento é sediado em um estabelecimento hoteleiro de Ilha Comprida, com entrada franca, pois o evento é realizado pela Prefeitura Municipal de Ilha Comprida.

A Mostra de Teatro da Ilha (figura 08 e 09), que está na 15^o edição, este ano foi realizado de 17 a 21 de Julho, traz peças que fazem parte do circuito das capitais. O evento deste ano teve um recorde de público, cerca de 500 pessoas lotaram o local que sedia o evento.

A programação completa do evento traz peças como:

17 de Julho – Quarta-Feira

21h – Abertura / 21h15 – Chorinho, com Claudia Melo e Denise Fraga

18 de Julho – Quinta-Feira

15h – O Menino do Dedo Verde, com a Cia Experimentos / 21h – Melhores Histórias, com Cia dos Causos

19 de Julho – Sexta-Feira

15h – Santo Seu Hilário, com a Cia de Inventos / 21h - Depois do Espaguete! com Rick Regis, Jorge Paulo, Andrea Di Maio, Vanessa Zoth e Cinthia Santos

20 de Julho – Sábado

19h30 – Lançamento do Livro “Cinza Solidão”, de Alexandre Novaski / 21h – Biografia Não Autorizada, com Marcos Oliveira e Tiago Robert

21 de Julho - Domingo

15h – Brincadeira de Circo, com o Grupo A Jaca Est / 21h – Ary Toledo “5.0”

As atrizes Denise Fraga e Cláudia Melo, abriram a programação da Mostra de Teatro. Outro ator de renome, que fez parte desse evento, foi Ary Toledo, com a peça “5.0”, segundo informações colhidas junto à Prefeitura, foi necessário fazer duas apresentações da peça, pois o recinto não comportou todo o público que desejava assistir à apresentação. Para garantir a entrada, é necessário comparecer ao local do evento com uma hora de antecedência para adquirir o ingresso.

A Mostra de Teatro de Ilha Comprida/SP é sediada no mesmo estabelecimento hoteleiro em que é sediado o Ilha Blues Festival Internacional, e por ser realizado pela Prefeitura Municipal de Ilha Comprida/SP, a entrada do evento é gratuita.



Figura 08 - Público presente na Mostra de Teatro 2013. Fonte: Departamento de Turismo da Prefeitura Municipal Ilha Comprida, 2013.



Figura 09 - Cartaz de divulgação da 15ª Mostra de Teatro. Fonte: arquivo pessoal, 2013.

E a Ilha Julina (figura 10 e 11), que está em sua 12ª edição, tem como programação grandes shows nacionais e regionais com danças típicas, segundo a programação abaixo:

5 de julho- Sexta – Shows regionais

6 de julho- Sábado- Chambinho do Acordeon (ator que interpretou Luiz Gonzaga no filme Gonzaga, de Pai pra Filho)

7 de julho- Domingo- Fala Mansa

8 de julho- Segunda – César Menotti & Fabiano

9 de julho- Terça – Shows regionais

Os shows regionais são apresentados pelas escolas e grupos de terceira idade do município com as danças típicas de festa julina. O evento conta com espaços para as crianças, exposições e venda de artesanato, mais de 30 estandes para oferecer doces e salgados típicos aos turistas. O espaço que foi montado para receber a 'Ilha Julina' tem quase quatro mil metros quadrados e é o maior já

montado, desde que começou a ser organizada, há 12 anos. Neste ano de 2013, o público estimado foi de 30 mil pessoas.



Figura 10 - Estrutura montada para a Ilha Julina, Fonte: Departamento de Turismo da Prefeitura Municipal Ilha Comprida, 2013.



Figura 11 - Público presente na Ilha Julina. Fonte: Departamento de Turismo da Prefeitura Municipal Ilha Comprida, 2013.



Figura 12 - Vista aérea do Boqueirão Norte de Ilha Comprida. Fonte: Departamento de Turismo da Prefeitura Municipal Ilha Comprida, 2013.

A figura 12 ilustra o Boqueirão Norte da Ilha Comprida, onde todos os eventos, anteriormente citados, são realizados, pois possui uma boa infraestrutura de acesso, comércio desenvolvido entre outros aspectos.

O município de Ilha Comprida/SP possui diversos atrativos turísticos, mas como pode-se observar, a grande maioria está ligado ao turismo de sol e praia, segmento predominante na cidade, os eventos são as atividades realizadas durante o período de inverno, quando o turismo de sol e praia está em baixa.

Isto demonstra a importância dos eventos para o município, e para saber qual o olhar da prefeitura quanto esses eventos realizados, foi realizado uma entrevista semiestruturada para obter alguns desses dados.

Para complementar a pesquisa, foram selecionados cinco gestores de pousadas próximas aos locais de realização dos eventos para diagnosticar como essa atividade está influenciando na pousada. Esses dados coletados foram transcritos no próximo capítulo para uma maior compreensão das análises.

5. APRESENTAÇÃO DOS DADOS

5.1. ENTREVISTA COM O GESTOR MUNICIPAL

O gestor de turismo do município, durante os 12 anos, que está no cargo e, com base no conhecimento empírico, adquirido na área, percebeu que os meses que recebem as maiores demandas de visitantes na cidade, são: Dezembro, Janeiro, Fevereiro (ou até o carnaval) e o mês de Julho por ser férias escolares. E que os meses que possuem menor procura, são: Abril, Maio, Junho, Agosto, Setembro, Outubro e Novembro.

O gestor lembra que a cidade é destaque pela quantidade de eventos que promove, sempre com atrações famosas e, normalmente, com entrada franca. A localidade tem como principais eventos o *Ilha Verão*, que é realizado de Dezembro até o Carnaval e, na sua programação, há grandes shows, festival de teatro de rua, feira regional de artesanato resgatando o vale, espaço cultural gastronômico, mostra de cinema. Segundo pesquisa feita pela Prefeitura, no ano de 2013, o Ilha Verão reuniu 400 mil pessoas. O gestor destaca, também, os seguintes eventos: Ilha Blues Festival Internacional, que acontece no mês de Julho, com atrações nacionais e internacionais do blues. A Mostra de Teatro com peças famosas nacionalmente e, também, a Ilha Julina, que traz grandes shows e apresentação de danças típicas realizadas pelas escolas da cidade.

O gestor classifica que os eventos citados anteriormente são os principais eventos da alta temporada, e complementa dizendo que o Passeio Ciclístico da Primavera, realizado, no mês de setembro, a Festa de São Pedro em Pedrinhas, realizada, em Junho, e a Corrida Solidária, que acontece em Maio, são os principais eventos da baixa temporada.

A Prefeitura realiza os eventos com o objetivo de proporcionar cultura, lazer e entretenimento para os moradores e visitantes, com a intenção de que gostem das atrações e retornem ao município.

O gestor do município salienta os benefícios trazidos pelos eventos para o município de Ilha Comprida, tais como: ocupação de hotéis, pousadas, campings e etc., usufruem dos restaurantes, pizzarias, padarias, bares, lanchonetes, mercados, artesanatos e compram no comércio local. O turista é visto como um fator importante para o aquecimento da economia da cidade.

Quanto aos benefícios aos turistas, é a oferta de momentos de cultura, lazer e entretenimento, a Prefeitura tem trabalhado para que o turista permaneça mais tempo no município, pois acredita que eventos de qualidade trazem mais turistas a cada ano. Para as empresas é muito importante porque elas aumentam o faturamento, contratam trabalhadores temporários e geram maior renda de maneira geral no município.

A prefeitura tem grande preocupação com a qualidade dos eventos, independente de ser na alta ou na baixa temporada, a única diferença entre a realização de um evento na alta temporada de um evento na baixa temporada, segundo o gestor, é a quantidade de pessoas que vêm ao evento, não interferindo na qualidade do evento, somente no tamanho da estrutura. O gestor salienta a importância da união de diversos departamentos da Prefeitura para que o evento ocorra conforme o esperado, e complementa, dizendo que, de certa forma, toda a cidade está envolvida na realização do evento.

Com a obtenção dos dados com o gestor do município, pode-se observar a visão da prefeitura quanto aos eventos, a qual relata que os eventos da alta temporada são: Ilha Verão, Ilha Blues Festival, Mostra de Teatro e a Ilha Julina, e complementa dizendo que os eventos da baixa temporada são: Festa de São Pedro e a Corrida Solidária. O gestor também deixa claro quais os meses em que é considerada alta temporada, que são justamente os meses em que são realizados os eventos da alta temporada (Dezembro, Janeiro, Fevereiro e Julho).

O gestor entende que os eventos trazem benefícios para os diversos setores de apoio ao turista e, em contra partida, os eventos dão oportunidade ao turista de usufruir da cultura e entretenimento no município. A seguir, a visão dos gestores das pousadas será apresentada para observar um setor influenciado pelas ações feitas pela prefeitura.

5.2. ENTREVISTA COM OS GESTORES DAS POUSADAS

Com base no conhecimento empírico, adquirido ao decorrer dos anos, os gestores das pousadas afirmam que os meses em que as pousadas possuem a maior procura são: Dezembro, Janeiro e Fevereiro, comparando com os meses de Julho, Agosto e Novembro que sofrem uma menor procura, conforme segue, no gráfico 01.

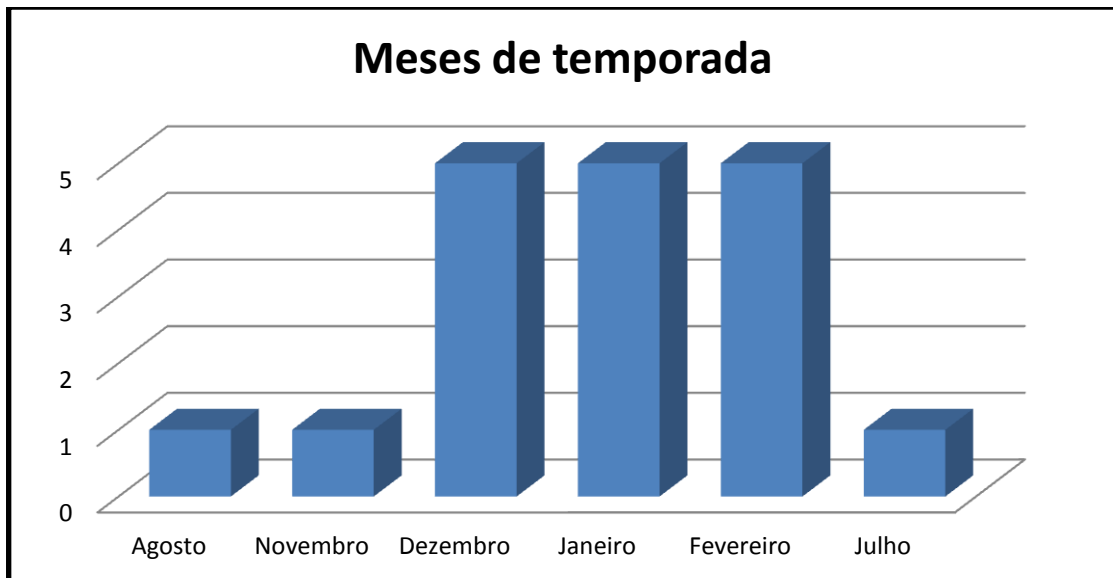


Gráfico 01 – Meses considerados temporada para as pousadas. Fonte: Elaborado pelo autor, 2013.

Como citado anteriormente, os meses de temporada são Dezembro, Janeiro e Fevereiro. Sendo assim, os gestores classificam os meses de Maio, Junho e Julho como os meses de menor procura pelas pousadas, pois a procura pela pousada nesses meses do ano é quase nula, conforme gráfico 03.

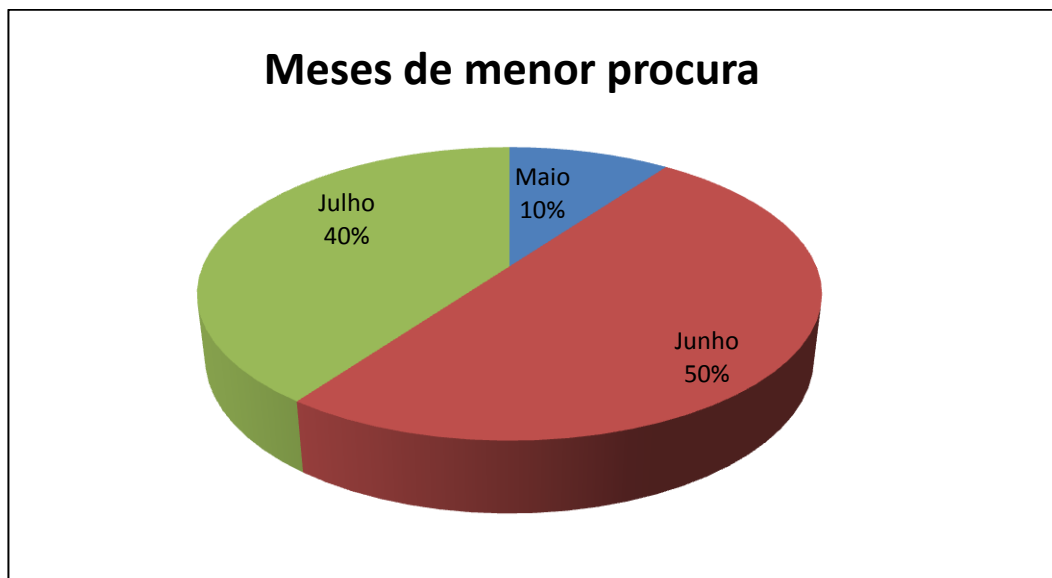


Gráfico 02 – Meses de menor procura. Fonte: Elaborado pelo autor, 2013.

Os gestores das pousadas classificam que o principal evento da cidade é o Ilha Verão, acompanhado em menor número pelo Ilha Blues e Mostra de Teatro, conforme gráfico 02. Na alta temporada, o evento que possui maior importância é o Ilha Verão, pois é empregado como um complemento para o turismo de sol e praia,

sendo o período que o município recebe o maior número de visitantes, conforme os gestores de todas as pousadas entrevistadas.

O mês considerado baixa temporada na pesquisa foi o mês de Julho, pois há uma divergência do que é compreendido como alta temporada para o gestor do município e os gestores das pousadas.

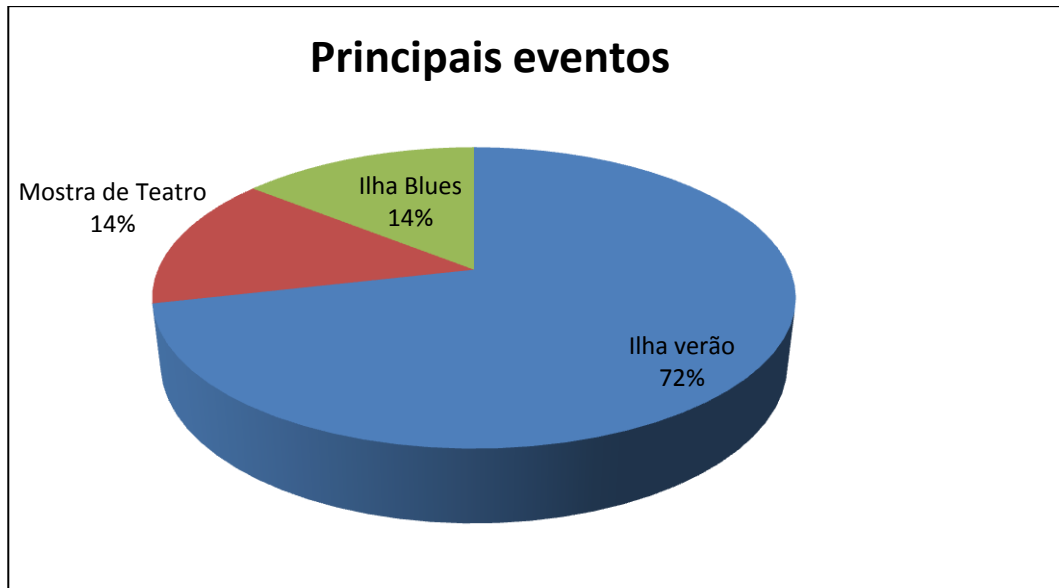


Gráfico 03 – Principais eventos em Ilha Comprida. Fonte: Elaborado pelo autor, 2013.

Já na baixa temporada, os gestores de duas pousadas relatam que o principal evento, na baixa temporada, é a Ilha Julina, um Dos gestores das pousadas diz que é o Ilha Blues. Os outros dois gestores das pousadas dizem não haver nenhum evento significativo para a pousada na baixa temporada.

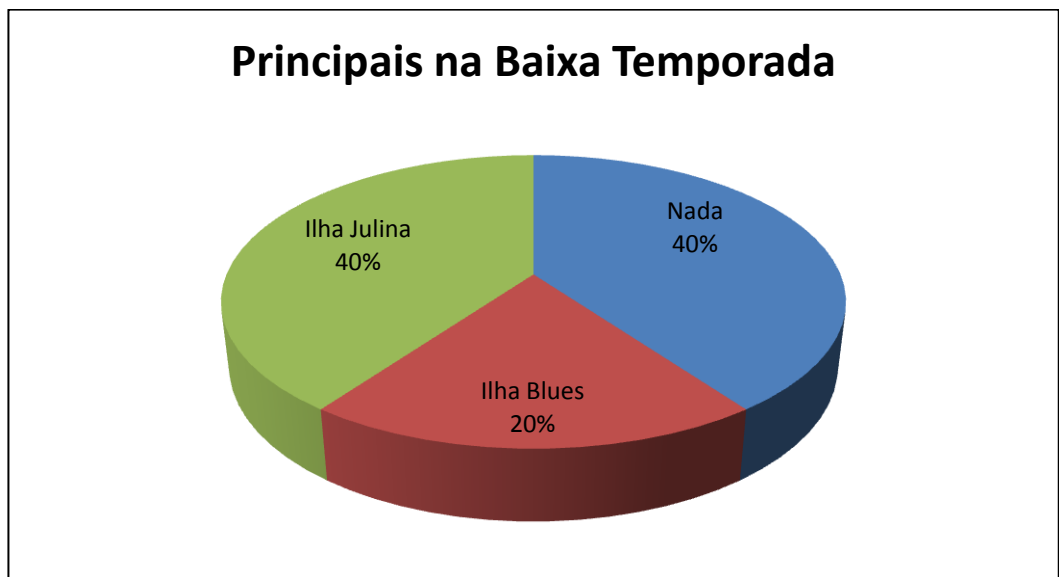


Gráfico 04 – Principais eventos na Baixa Temporada. Fonte: Elaborado pelo autor, 2013.

Os gestores das pousadas entendem que os eventos trazem benefícios para o município de Ilha Comprida nos seguintes requisitos: trazer o público para a cidade, conhecimento da Ilha e a geração de emprego, conforme o gráfico 05.

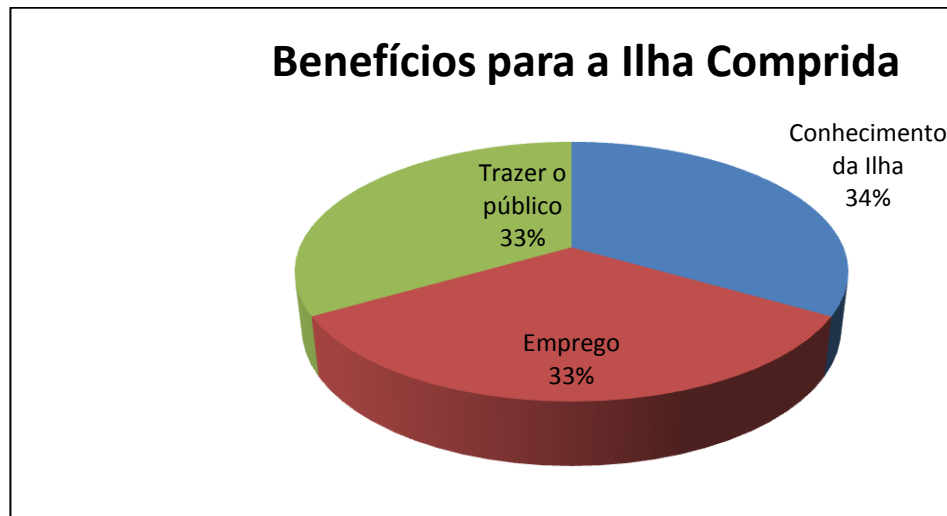


Gráfico 05 – Benefícios dos eventos para Ilha Comprida. Fonte: Elaborado pelo autor, 2013.

Já os benefícios que os eventos trazem para as pousadas, eles entendem que seja a divulgação da pousada, lotação das UH's e a geração de renda. Compreende-se que a lotação de UH's e a geração de renda estão relacionadas, mas alguns gestores não conseguem enxergar desta forma.

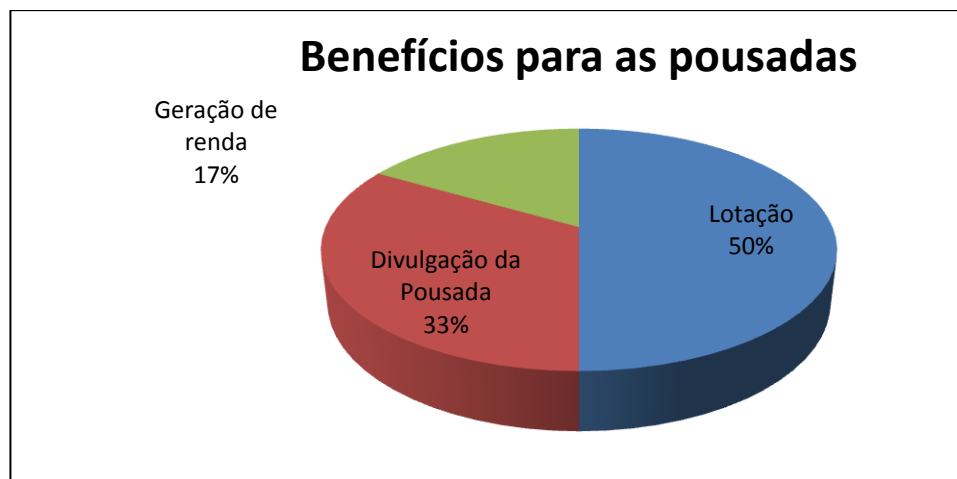


Gráfico 06 – Benefícios dos eventos para as pousadas. Fonte: Elaborado pelo autor, 2013.

Para finalizar as entrevistas, foi questionado sobre algumas ideias que os gestores poderiam ter para aumentar a procura pela cidade na baixa temporada, consequentemente, aumentando o fluxo de hóspedes nas pousadas. Alguns gestores acham importante trazer mais shows na baixa temporada, outros levantam a questão de melhorar a infraestrutura, um problema que foi identificado durante a

entrevista, foi quanto ao transporte ofertado nas linhas intermunicipais, a quantidade ofertada causa dificuldades de locomoção, pois os horários são restritos.

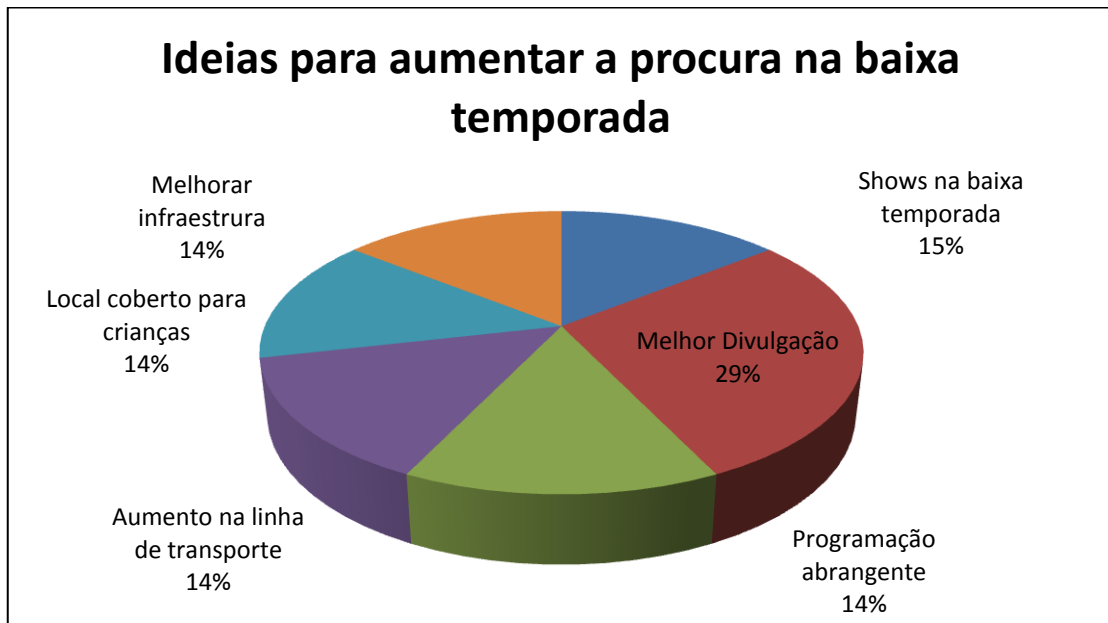


Gráfico 07 – Ideias para aumentar a procura na baixa temporada. Fonte: Elaborado pelo autor, 2013.

Com as respostas obtidas com os gestores das pousadas, observou-se a necessidade de captar as ideias para aumentar a procura na baixa temporada com os próprios gestores, evidenciando o que cada pousada sugere que pode ser melhorado pela Prefeitura Municipal de Ilha Comprida/SP, conforme se apresenta o gráfico 07.

Pode-se notar que os gestores das pousadas entendem como alta temporada os meses de Dezembro, Janeiro e Fevereiro, e os meses de menor procura são Junho, Julho e Maio. Grande parte das pousadas vê que o principal evento realizado em Ilha Comprida, é o Ilha Verão, já na baixa temporada, algumas pousadas relatam que a Ilha Julina é o principal evento, e outras dizem não haver nenhum evento principal.

Quanto aos benefícios gerados, os gestores das pousadas entendem que os eventos beneficiam a cidade trazendo público, divulgando o município e gerando emprego para a população. E, quanto aos benefícios gerados para as pousadas, é relatado à geração de renda, lotação de UH's e a divulgação da pousada.

6. ANÁLISE DOS DADOS

Na entrevista com o gestor do município, ficou evidente que os meses considerados como alta temporada são Dezembro, Janeiro, Fevereiro, pois, nesse período, o turismo de sol e praia está em alta devido ao verão, e o mês de Julho, por ser período de férias escolares e devido à realização dos seguintes eventos: Ilha Blues Festival, Mostra de Teatro e a Ilha Julina. E os meses de baixa temporada são: Abril, Maio, Junho, Agosto, Setembro, Outubro e Novembro, período em que são realizados os seguintes eventos: Festa de São Pedro e a Corrida Solidária.

Cruzando os dados da pesquisa, pode-se observar que há uma divergência quanto à compreensão de alta temporada entre o gestor do município e os gestores das pousadas, uma vez os gestores das pousadas citam que os meses de alta temporada são: Dezembro, Janeiro e Fevereiro, e os meses considerados baixa temporada são Março, Abril, Maio, Junho, Julho, Agosto, Setembro, Outubro e Novembro, relatam, ainda, que os principais eventos da baixa temporada são: Ilha Julina, Ilha Blues e Mostra de Teatro. Sendo que Ilha Julina é considerado o evento de maior importância na baixa temporada. Alguns gestores levantaram a questão de que não veem nenhum evento como principal nesse período.

O mês considerado baixa temporada foi o mês de Julho, com base nos autores e nas entrevistas realizadas com os gestores das pousadas, pois a sazonalidade ocorre quando determinado produto/local é utilizado de maneira abundante em determinado período, e pouco utilizado em outro. Esse foi o relato das pousadas que, no mês de Julho, mesmo durante o período de realização dos eventos, a procura pelo estabelecimento é baixa, demonstrando que há uma divergência de informações, quando comparados aos meses de baixa temporada, citados pelos gestores das pousadas e o gestor do município. (ALBUQUERQUE, 2004; BRAMBATTI, 2011; QUEIROZ; CAVALHEIRO, 2003).

Em decorrência deste fato, foram verificados os eventos que ocorrem nesse período, com ênfase no mês de Julho, por ser o mês que possui maior quantidade de eventos realizados pela Prefeitura Municipal. (PINO *et al.*, 1994; SCHEUER; BAHL, 2011; MARTINS, 2010).

Os eventos podem oportunizar diversas possibilidades para minimizar a sazonalidade, diversificando os atrativos, agregando-os com atrativos já existentes, para manter a continuidade do turista na baixa temporada, trazendo, assim, um turista diferente do habitual da localidade. (ALLEN *et al.*, 2003, FERNANDES;

CARDOZO; MAGANHOTO, 2008; BAHL, 2003; GIACAGLIA, 2010; BRITTO; FONTES, 2002).

Os três eventos, realizados no período de baixa temporada, são de segmentos diferentes do tradicional do município, que é o segmento de sol e praia. O Ilha Blues abrange o público que gosta de músicas do gênero blues, já a Ilha Julina é um evento cultural, que atrai o público que se identifica com esta expressão de cultura, e a Mostra de Teatro abrange o público que aprecia espetáculos de teatro. Portanto, três eventos culturais que visam atrair, até a ilha, na baixa temporada, turistas de segmentos distintos do de sol e praia por meio da diversificação de atrativos existente no local.

O fato de o evento trazer a diversidade para o município possui importância, pois, quanto mais os destinos são especializados, a sazonalidade será maior, e a combinação de tipos de turismo pode extinguir a palavra sazonalidade. (MARTINS, 2010, GIACAGLIA, 2006)

Os eventos são reconhecidos como instrumentos de auxílio na minimização da sazonalidade turística. Ao analisarmos os dados encontrados neste estudo, pode-se verificar que o gestor do município de Ilha Comprida/SP entende que os eventos trazem benefícios para o local. (PIMENTEL, 2008; MARTINS, 2010; BAHL, 2003; GIACAGLIA, 2006, BRAMBATTI, 2011).

O gestor do município de Ilha Comprida cita que os benefícios trazidos pelos eventos, para cidade, são: ocupação de hotéis, pousadas, campings e etc., utilização de restaurantes, pizzarias, padarias, bares, lanchonetes, mercados, artesanatos, e consomem no comércio local. Isso demonstra que os eventos que estão sendo realizados resultam em impactos positivos. O gestor do município também acredita que o turista se beneficia com os eventos, porque ofertam momentos de cultura, lazer e entretenimento,

A Prefeitura Municipal de Ilha Comprida tem trabalhado para que o turista permaneça mais tempo no município, assim aumentaria o consumo na cidade e envolveria mais setores de apoio ao turismo. O gestor do município acredita que eventos de qualidade trazem mais turistas a cada ano, como afirmado no referencial teórico. Os eventos fazem com que os turistas prolonguem sua estadia na cidade. Com o incentivo da vinda de turistas para pernoitar na cidade conhecido como turismo de baixa temporada, é considerado uma alternativa de desenvolvimento turístico. (ALBUQUERQUE, 2004; SENFFT, 2004; ANDRADE, 1998; BEM; ASSIS, 2010; BRITO; FONTES, 2002).

Para as empresas, segundo o gestor do município, os eventos possuem relevância porque aumentam o faturamento, contratam trabalhadores temporários e geram maior renda ao município. O turista é visto pelo gestor como um fator importante para o aquecimento da economia da cidade.

Por sua vez, os gestores das pousadas, localizadas no entorno do local onde se realizam os eventos no município de Ilha Comprida, demonstram que os eventos não estão minimizando a sazonalidade da cidade, eles compreendem e o reconhecem como um instrumento eficaz e traz benefícios como: aumento do público na cidade, conhecimento da Ilha e a geração de emprego. E, quanto aos benefícios trazidos para a pousada, foram levantadas as seguintes ações: divulgação da pousada, lotação das UH's e a geração de renda. Mas esses benefícios, citados anteriormente, muitas vezes, não são observados na prática, pois, quando é baixa temporada, segundo as entrevistas com os gestores das pousadas, a procura pelos estabelecimentos hoteleiros diminuiu consideravelmente, alguns relatam que chegam a não ter procura alguma, mesmo no período da realização de eventos. (RODRIGUES; RODRIGUES, s/d; ALLEN *et al.*, 2003; COUTINHO; COUTINHO, 2007; MELO NETO, 2005).

Embora entendendo a potencialidade dos eventos como instrumentos que auxiliam na minimização da sazonalidade, isto não foi comprovado pelo estudo, identificando, assim, um possível problema, uma vez que a teoria, o gestor municipal e os gestores das pousadas citam que veem a importância e as oportunidades dos eventos para minimização da sazonalidade da atividade turística, mas, na prática, isso é algo que não ocorre em Ilha Comprida/SP. (ALLEN *et al.*, 2003, COUTINHO; COUTINHO, 2007, FERNANDES; CARDOZO; MAGANHOTO, 2008, PIMENTEL, 2008).

Observou-se, durante a pesquisa, que os eventos são reconhecidos como instrumentos que auxiliam na minimização da sazonalidade, porém, na análise dos dados colhidos, fica evidente que, na prática, as pousadas que estão em torno do local onde é realizado o evento não sentem influência devido à realização destes, levando em consideração a procura pelas UH's. (BRITTO; FONTES, 2002; BARRETTO, 1995; ANSARAH, 2001; ANDRADE, 1998; COUTINHO; COUTINHO, 2007).

Os gestores das pousadas relatam a prática que ocorre no município, e o gestor do município descreve quanto à importância que a prefeitura dá ao período. Fica evidente que há uma falta de comunicação entre as duas partes, pois os

eventos estão sendo realizados para minimizar a sazonalidade. Segundo a Prefeitura Municipal, os eventos estão trazendo público para sanar este problema, mas os gestores das pousadas, não sentem esse resultado, que seria o aumento do fluxo de turistas, aumento da permanência, geração de renda e lotação das UH's.

É importante que haja uma maior comunicação, pois pode ser um possível problema no município de Ilha Comprida/SP. A comunicação entre o setor público e o privado, tem importância para se alcançar o resultado esperado pelos eventos. Essa comunicação pode incentivar o setor privado a usufruir melhor dessa oportunidade que está sendo ofertada, criando promoções para clientes habitues, dentre outras formas de atrair o público. (BRITO; FONTES, 2002; MELO NETO, 2005; ALLEN *et al.*, 2003).

O município de Ilha Comprida/SP possui diversos segmentos que são explorados, mas todos estão diretamente voltados ao turismo de sol e praia, por esse motivo, acredita-se que a melhor maneira de amenizar a sazonalidade no período considerado baixa temporada, pelo autor, seria a valorização dos eventos já existentes na localidade, assim como o maior contato entre o setor público o privado, havendo parcerias para fortalecer os eventos realizados.

Vale salientar que as entrevistas foram aplicadas na véspera da realização do Ilha Blues Festival Internacional, foi possível observar, durante o estudo, que diversos gestores das pousadas não sabiam que iria ocorrer este evento internacional no município, naquele período. Deixando evidente a importância da comunicação entre o setor público e o privado, caso houvesse uma boa comunicação, os gestores das pousadas poderiam utilizar o evento como uma maneira de marketing para a pousada, oferecendo pacotes promocionais durante a realização do evento, assim, automaticamente, o evento e o município seriam divulgados.

Portanto, os eventos realizados na baixa temporada pela Prefeitura Municipal de Ilha Comprida/SP não são instrumentos capazes de minimizar a sazonalidade turística, tendo como base a ocupação hoteleira no período de realização dos eventos. Os eventos possuem potencialidade para amenizar a sazonalidade, como citado por diversos autores, e essa é a intenção da prefeitura ao realizar os eventos, mas, no caso específico de Ilha Comprida/SP, com base na ocupação hoteleira, isso não vem ocorrendo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É incontestável, que, atualmente, os eventos se tornaram uma alternativa de lazer e de renda para muitas pessoas, e vários governos apoiam a realização dos mesmos como estratégia para o desenvolvimento local. Tais acontecimentos têm a capacidade de atrair para a cidade sede um número significativo de pessoas motivadas a participar de algum tipo de evento, esse contingente de pessoas a uma determinada comunidade, acaba afetando praticamente toda a sociedade dessas cidades sedes, pois proporcionam mudanças sociais, culturais, econômicas e ambientais, em toda a localidade. No sentido mais amplo, evento é o sinônimo de um acontecimento não rotineiro, fato que desperta atenção.

Os eventos fazem com que turistas, não familiarizados com o turismo convencional da localidade, venham visitar o município, que sedia o evento, em busca do tema que os eventos estão propondo, sendo uma atividade planejada em parceria com diversos setores de apoio, para alcançar o objetivo esperado.

Os eventos são reconhecidos como instrumentos que possibilitam a minimização da sazonalidade, pois, na grande maioria, os eventos não dependem de fatores climáticos e também não necessitam de épocas específicas para serem realizados, tornando-se um potencial para turistas que não iriam ao local simplesmente por não ter afinidade ao segmento turístico da destinação.

Os eventos possibilitam o aumento do fluxo na baixa temporada, e também a diversidade dos turistas, atraem visitantes que estão em busca de segmentos distintos do que é considerado tradicional no período de alta temporada, assim também o turista, que conhece a localidade, tem a oportunidade de conhecer outro lado do município, desfrutando de um segmento considerado novo para ele. Além de proporcionar uma experiência diferente na mesma localidade, possibilita a visita durante grande parte do ano, o segmento de eventos tem como característica possibilitar uma maior permanência do turista no local e, conseqüentemente, maiores gastos.

O setor de eventos pode ser utilizado pelos gestores do destino como um instrumento de diversificação da demanda, da oferta e de quebra da sazonalidade, assim como incentivo ao aumento da permanência do visitante na localidade. Estes fatores foram evidenciados em entrevista com gestor de turismo da Prefeitura de Ilha Comprida, que menciona estar trabalhando para obter um melhor aproveitamento da atividade turística no município.

O gestor do município reconhece que os benefícios que podem ser trazidos pelos eventos para o município de Ilha Comprida, que são: ocupação de hotéis, pousadas, campings, frequência a restaurantes, pizzarias, padarias, bares, lanchonetes, mercados, artesanatos e ao comércio local. O turista é visto como um fator importante para o aquecimento da economia da cidade.

Para complementar a pesquisa, e obter dados, para serem confrontados, foram colhidos, nas entrevistas, os meses considerados baixa temporada, os quais, para o gestor do município, correspondem ao período de Maio, Junho e Setembro, e, para os gestores das pousadas, são Março, Abril, Maio, Junho, Julho, Agosto, Setembro, Outubro e Novembro.

Ao analisar as entrevistas, pode-se observar que há uma divergência de informações entre o setor público e os privados, quanto ao período que é reconhecido como baixa temporada. Pois o gestor do município cita o mês de Julho como alta temporada, devido ao período de férias escolares e os eventos que são realizados nesse mês, mesmo sendo período de férias escolares. Mas, Julho foi reconhecido como baixa temporada para esta pesquisa, uma vez que, conforme os relatos dos gestores das pousadas, a demanda turística diminuiu, consideravelmente, nesse mês, sendo esse efeito que os autores estudados demonstram ser a baixa temporada.

Foram identificados, por meio de entrevistas, com os gestores das pousadas e o gestor do município, quais são os principais eventos realizados pela Prefeitura Municipal de Ilha Comprida/SP na baixa temporada, que são: o Ilha Blues Festival Internacional, Mostra de Teatro da Ilha e a Ilha Julina, assim, pôde-se identificar se esses eventos estão auxiliando na minimização da sazonalidade turística. Optou-se pelo mês de Julho, por ser o período em que ocorrem os principais eventos da baixa temporada.

Quando a cidade se torna especializada em determinado segmento, como é o caso de Ilha Comprida/SP, com o segmento de sol e praia, faz com que a probabilidade de ocorrer a sazonalidade seja maior, isto demonstra a importância da diversificação das atrações e a variação da oferta com a realização de eventos para atender diversos segmentos.

Os eventos são reconhecidos como instrumentos de minimização da sazonalidade turística, pois sabe-se que os eventos afetam os aspectos sociais, culturais, ambientais, econômicos e turísticos, trazendo mudanças significativas para o desenvolvimento turístico da localidade. Para se conseguir isto, os eventos não

podem ser tratados como algo isolado, pois necessitam estar em harmonia com o planejamento turístico do município. Todos os setores de apoio ao turista devem estar adequados, para atender a demanda gerada, como também trabalhar de forma integrada, para melhor receber o turista, proporcionando-lhe uma experiência única e de qualidade.

Os gestores das pousadas e o gestor do município compreendem e reconhecem que os eventos são instrumentos eficazes para minimizar a sazonalidade turística, podendo trazer benefícios como: aumento do público na cidade, conhecimento da Ilha e a geração de emprego. Os eventos possuem essas características, pois a teoria afirma que o segmento não possui sazonalidade, isto ocorre devido à característica que o evento tem de atrair turistas que vêm ao atrativo por uma motivação fora da segmentação que, tradicionalmente, é trabalhada pelo destino turístico. E, também, por ser realizado em datas específicas e, previamente, planejado a fim de evitar este fenômeno, entre outros que podem prejudicar o andamento do evento.

Mesmo a teoria, o gestor do município e os gestores das pousadas afirmarem que reconhecem o evento como um instrumento de minimização da sazonalidade, não é o que está acontecendo na prática. Os gestores das pousadas afirmam que a procura pelos empreendimentos não sofre nenhuma alteração, decorrente da realização dos eventos no mês de Julho. No entanto, alguns gestores das pousadas relataram que nos dias de realização dos eventos, o empreendimento não possuía nenhum hóspede que estivesse ali para participar do evento.

Com isso, os gestores das pousadas trouxeram ideias para aumentar a procura pelos eventos, mas acredita-se que este não seja o principal problema, pois a Prefeitura Municipal relatou que os eventos, realizados no mês de Julho, obtiveram grande número de público.

As entrevistas com os gestores das pousadas foram aplicadas na véspera da realização do Ilha Blues Festival Internacional, fazendo com que o pesquisador pudesse observar que diversos gestores das pousadas não sabiam que iria ocorrer esse evento internacional no município, naquele período. Deixando evidente a importância da comunicação entre o setor público e o privado, caso houve-se uma boa comunicação, os gestores das pousadas poderiam utilizar o evento como uma maneira de marketing para a pousada, oferecendo pacotes promocionais durante a realização do evento, assim, automaticamente o evento e o município seriam divulgados.

Ao cruzar os dados obtidos na pesquisa, observa-se que os eventos realizados pelo município de Ilha Comprida/SP, na baixa temporada, não estão sendo aproveitados como instrumento para minimizar a sazonalidade da atividade turística, mesmo com a teoria, o gestor do município e os gestores das pousadas compreenderem que os eventos são reconhecidos como instrumento para sanar tal problema. Para que isso ocorra, é preciso maior integração entre o gestor municipal e os empreendimentos de meios de hospedagem na ilha, para que os eventos possam ser uma alternativa de desenvolvimento turístico na baixa temporada em Ilha Comprida/SP.

Quanto à problemática da pesquisa, a qual questiona se os eventos realizados na baixa temporada pela Prefeitura Municipal de Ilha Comprida/SP são instrumentos que possibilitam a minimização da sazonalidade turística? Não, os eventos realizados pela Prefeitura Municipal de Ilha Comprida/SP não são instrumentos que possibilitam a minimização da sazonalidade turística, com base na ocupação dos empreendimentos hoteleiros.

Essa pesquisa não teve o intuito de cessar o assunto, mas sim fomentar outros autores a explorarem a temática e desenvolverem diferentes pesquisas relacionadas aos benefícios gerados pelos eventos no município. Durante a pesquisa observou elementos que podem ser pesquisados para melhor compreensão da sazonalidade que ocorre em Ilha Comprida/SP, podendo auxiliar na tomada de decisão para uma atividade corretamente planejada para gerar um desenvolvimento ordenado.

REFERÊNCIAS

ABEOC, Associação Brasileira de Empresas de Eventos. **Sebrae/PR realiza seminários sobre turismo de negócios e eventos**. 2013 a. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/2013/06/sebraepr-realiza-seminarios-sobre-turismo-de-negocios-e-eventos/>> Acessado em 30/09/2013.

ABEOC, Associação Brasileira de Empresas de Eventos. **Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo – 2013**. 2013 b. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/2013/06/pesquisa-anual-de-conjuntura-economica-do-turismo-2013/>> Acessado em 30/09/2013.

ABEOC, Associação Brasileira de Empresas de Eventos. **Mercado de eventos cresce 7% ao ano e gera negócios**. 2013 c. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/2013/03/mercado-de-eventos-cresce-7-ao-ano-e-gera-negocios/>> Acessado em 30/09/2013.

ALBUQUERQUE, Soraya Sousa de. **Turismo de eventos: a importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo**. Curso de especialização em gestão e marketing do turismo V. Brasília/DF, 2004.

ALLEN, Johnny. et. al. **Organização e gestão de eventos**. Tradução de Marise Philbois Toledo. Rio de Janeiro, Campus, 2003.

ANDRADE. Eduardo Bittencourt. **Curso: Marketing esportivo e promoção de eventos**. Revista Visão e Ação. v.1. p. 133-134. 1998.

ANSARAH. Marília Gomes dos Reis. **Turismo: Como aprender, como ensinar**, 2. ed.- São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2001.

ARENDIT, Ednilson José. **Introdução à Economia do Turismo**. Campinas/SP: 3. ed. Editora Alínea, 2002.

ATLAS, Ranking IDHM Municípios 2010. Disponível em:

<<http://www.pnud.org.br/atlas/ranking/Ranking-IDHM-Municipios-2010.aspx>>

Acessado em 14 de Agosto de 2013.

BAHL, Miguel. **Eventos: a importância para o turismo no terceiro milênio**. São Paulo, Roca, 2003.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 1995.

BATISTA, Alexandra Vieira; PINTO, Rosiele Fernandes. **O turismo de eventos como estratégias de regeneração do mercado local**. Faculdade Paraibana. Revista Científica de Administração. João Pessoa. 2007.

BEM, Ketrin; ASSIS, Maria Alecsandra. **A importância dos clubes de Caicó para o desenvolvimento do turismo de eventos local**. Caderno Virtual do Turismo. Vol. 10, n.2, 2010.

BOULLON, Roberto C. **Planejamento do espacoturístico**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

BRAMBATTI, Luiz Ernesto. **Turismo e Sazonalidade no litoral do Paraná**, Artigo, UFPR Litoral, 2011.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Cartilhas Cadastur e Meu Negócio /Ministério do Turismo**: Fundação Universa: Brasília, 1. ed., 2010a.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo de negócios e eventos**: orientações básicas. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. – 2.ed – Brasília: Ministério do Turismo, 2010b.

BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. **Estratégias para eventos**: uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

CARDOZO, Poliana F. **Metodologia de estudo da demanda turística**. Revista Partes, 2007.

CARNEIRO, Lais. **Política de apoio à captação de eventos internacionais no Brasil**: análise do ranking ICCA entre 2003 e 2009. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v.5, n.3, p.338-355, dez. 2011.

CETESB, Companhia Ambiental do Estado de São Paulo. Classificação anual por município de 1991 a 2009. Disponível em:<

<http://www.cetesb.sp.gov.br/agua/praias/60-classificacao-anual-por-municipios> >

Acessado em 08 de Agosto de 2013.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; WANHILL, Stephen; GILBERT, David; SHEPHERD, Rebecca. **Turismo**: princípios e praticas. Porto Alegre, RS: Bookman, 2007.

COUTINHO; COUTINHO, Hevellyn, Helen. **Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística**. Revista Eletrônica Aboré. 3.ed. 2007.

DIAS, Reinaldo;CASSAR, Mauricio. **Fundamentos do marketing turístico**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

FAUSTINO, Luciano. **Ponte Prefeito Laércio Ribeiro**. Disponível em:

<<http://www.flickr.com/photos/lucianofaustino/4455616741/>> Acessado em: 16 de

Agosto de 2013.

FERNANDES, Diogo L.; CARDOZO, Poliana F.; MAGANHOTO, Ronaldo F. **Eventos turísticos e seus benefícios para o desenvolvimento do setor.** Turismo, Revista Virtual Partes. 2008.

GIACAGLIA, Maria Cecilia. **Organização de eventos: teoria e prática.** São Paulo: Thompson Learnins, 2006.

GOMES, Ione Bonfim. 2004. **Sazonalidade do Turismo, o que fazer na baixa temporada?** Revista Turismo. Disponível em <<http://www.revistaturismo.com.br/artigos/sazonalidade.html>> Acessado em: 04/06/13.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**, Ilha Comprida São Paulo. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/xtras/perfil.php?codmun=352042>>. Acessado em 08 de Agosto de 2013.

INTERSUL. **Consulta de horários.** Disponível em < http://www.intersul-transporte.com.br/cidades_horarios.asp> Acessado em 11 de Agosto de 2013.

JORNAL DO TEMPO. **Climatologia para Ilha Comprida/SP.** Disponível em: <<http://jornaldotempo.uol.com.br/climatologia.html/IlhaComprida-SP/>> Acessado em: 11 de Agosto de 2013.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo.** Para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. **Turismo: teoria e pratica.** São Paulo: Atlas, 2000.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. **Economia do Turismo.** 7 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MARTINS, Isabel Margarida da Costa. **Gestão Estratégica da Sazonalidade em Turismo: o Caso de Aveiro.** 2010. 185 p. Dissertação – Gestão e Desenvolvimento em Turismo, Universidade de Aveiro, Aveiro. 2010.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas.** 3.ed., atual. São Paulo: Manole, 2004.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Criatividade em Eventos.** 4. ed. São Paulo: Contexto, 2005.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing Turístico: promovendo uma atividade sazonal.** São Paulo: Atlas, 2001.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO - OMT. **Introdução ao turismo.** Trad. Dolores Martín Rodriguez Corner. São Paulo: Roca, 2001.

O VALE DO RIBEIRA, **Skank atraiu milhares de pessoas no Ilha Verão 2013.**

Disponível em: <<http://www.ovaledoribeira.com.br/2013/01/skank-atraiu-milhares-de-pessoas-no.html#.UgQ1a5Jwqt8>> Acessado em 08 de Agosto de 2013.

PEREIRA, Orlando Martins, HILBERATH, Roseli Célia, ANSARAH, Paula Rodrigues Alves Castanho, GALVÃO, Márcia Santos Nunes. **ESTIMATIVA DA PRODUÇÃO DE *Mytella falcata* E DE *M. guyanensis* EM BANCOS NATURAIS DO ESTUÁRIO DE ILHA COMPRIDA – SP – BRASIL***. B. Inst. Pesca, São Paulo, 29: 139-149, 2003. Disponível em: <<ftp://ftp.sp.gov.br/ftppesca/Pereira.PDF>> Acessado em: 08 de Agosto de 2013.

PIMENTEL, Emanuelle de Melo. **Estratégias para a gestão da sazonalidade: a oferta turística algarvia.** 2008. 164 p. Dissertação – Gestão e Desenvolvimento em Turismo, Universidade de Aveiro, Aveiro. 2008.

PINO, Francisco Alberto; FRANCISCO, Vera Lúcia Ferraz dos Santos; CÉZAR, Sérgio Augusto Galvão; SUEYOSHI, Maria de Lourdes Sumiko; AMARAL, Ana Maria Pereira. **Sazonalidade em séries temporais econômicas: um levantamento sobre o estado da arte.** Agricultura em São Paulo, São Paulo, v. 41, n. 3, p. 103-133, 1994.

PIRES, Paulo dos Santos; GUEDES, Leonardo C.; EXEQUIEL, Luciana Gusmão; GERHARDT, Rodrigo Salvadego. **Turismo Sustentável: Planejamento turístico e atividades acadêmicas na região sul do município de Balneário Camboriú/SC.** Revista Turismo Visão e Ação, v4. n 9, 2002.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ILHA COMPRIDA. **Imprensa.** Disponível em:< <http://www.ilhacomprida.sp.gov.br/home/imprensa.html>> Acessado em 09 de Abril de 2013.

QUEIROZ, Abelardo A.; CAVALHEIRO, Darlene. **Método de previsão de demanda e detecção de sazonalidade para o planejamento da produção de indústrias de alimentos.** XXIII Encontro Nac. de Eng. Produção. Outro Preto, MG. 2003.

RODRIGUES, Carla Cristina Knupp; RODRIGUES, Jorge Luiz Knupp. **A sazonalidade e a indústria do turismo no Vale do Paraíba Paulista.** XIII Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e IX Encontro Latino Americano de Pós-Graduação – Universidade do Vale do Paraíba Paulista. s/d.

SCHEUER, Luciane; BAHL, Miguel. **Sazonalidade do Turismo no Município de Guaratuba, Paraná, Brasil.** RAEGA: O espaço geográfico em análise. Curitiba. UFPR, 2011.

SENFETT, Maria Dulce. **Lazer saudável na terceira idade.** Caderno virtual de Turismo. Vol. 4, n 4, 2004.

ZUCCO, Fabricia Durieux; MAGALHÃES, Maria dos Remédios Antunes; MORETTI, Sérgio Luiz do Amaral. **ANÁLISE DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS PARTICIPANTES: EVIDÊNCIAS DAS ÚLTIMAS TRÊS EDIÇÕES DA OKTOBERFEST EM BLUMENAU (2006, 2007 e 2008).** Revista Turismo Visão e Ação, vol.12, n.3, 2010.

APÊNDICE 01

Entrevista com o gestor do município

1. Quanto tempo está no cargo?
2. Qual são os meses considerados temporada?
3. Quais os meses que possuem maior procura, e menor procura?
4. Quais os principais eventos que acontecem na Ilha?
5. Qual o principal evento na alta temporada? E qual o principal da baixa temporada?
6. Qual o objetivo da organização de eventos realizado pela prefeitura?
7. Quais são os benefícios que os eventos trazem para a ilha?
8. Quais os benefícios dos eventos para os turistas/ empresas/ comunidade?
9. Tem diferença de realizar o evento na alta temporada, e na baixa temporada?
Qual?

APÊNDICE 2

Entrevista com os gestores das pousadas

1. Quanto tempo tem a pousada?
2. Quais são os meses de temporada?
3. Quais são os meses que possuem maior procura e menor procura?
4. Quais os principais eventos que acontecem na Ilha?
5. Qual o principal evento na alta temporada? E qual o principal da baixa temporada?
6. Quais benefícios que os eventos trazem para a Ilha Comprida?
7. Quais os benefícios que os eventos trazem para a pousada/ele/?
8. Teria ideias para aumentar a procura pela Ilha Comprida na baixa temporada?