



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO
MONOGRAFIA

MARIANA GOMES DE OLIVEIRA

**O PAPEL DOS EVENTOS REALIZADOS NO CENTRO DE ARTES E
CONVENÇÕES DA UFOP PARA O TURISMO E PARA COMUNIDADE
OURO-PRETANA**

Caso Festival de Inverno Ouro Preto – MG (2018)

Ouro Preto
Junho – 2022

Mariana Gomes de Oliveira

**O Papel dos Eventos Realizados no Centro de Artes e Convenções da UFOP
para o Turismo e para Comunidade Ouro-pretana: Caso Festival de Inverno Ouro
Preto – MG (2018)**

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da
Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito
parcial para a obtenção do título Bacharel em
Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Eduardo Carvalho G.
Knupp

Ouro Preto
Junho – 2022

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

O48p Oliveira, Mariana Gomes de.
O papel dos eventos realizados no centro de artes e convenções da UFOP para o turismo e para comunidade Ouro-Pretana [manuscrito]: caso Festival de Inverno Ouro Preto – MG (2018). / Mariana Gomes de Oliveira. Mariana Gomes de Oliveira. - 2022.
57 f.: il.: color., gráf., tab.. + Nuvem de palavras.

Orientador: Dr. Marcos Knupp.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Escola de Direito, Turismo e Museologia. Graduação em Turismo .

1. Eventos especiais. 2. Festivais de inverno. 3. Turismo. I. Oliveira, Mariana Gomes de. II. Knupp, Marcos. III. Universidade Federal de Ouro Preto. IV. Título.

CDU 338.48

Bibliotecário(a) Responsável: Maristela Sanches Lima Mesquita - CRB-1716



FOLHA DE APROVAÇÃO

Mariana Gomes de Oliveira

O Papel dos Eventos Realizados no Centro de Artes e Convenções da UFOP para o Turismo e a Comunidade Ouro-pretana

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Papel dos Eventos Realizados no Centro de Artes e Convenções da UFOP para o Turismo para a Comunidade Ouro-pretana

Aprovada em 21 de junho de 2022

Membros da banca

Doutor - Marcos Eduardo Carvalho Gonçalves Knupp - Orientador(Universidade Federal de Ouro Preto)

Doutora - Kerley Alves dos Santos - (Universidade Federal de Ouro Preto)

Doutora - Carolina de Carvalho Lescura - (Universidade Federal de Ouro Preto)

Marcos Eduardo Carvalho Gonçalves Knupp , orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 07 de julho de 2022.



Documento assinado eletronicamente por **Marcos Eduardo Carvalho Gonçalves Knupp, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 07/07/2022, às 15:18, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 , informando o código verificador **0359377** e o código CRC **0D45D572**.

DEDICATÓRIA

Dedico à minha família, em especial minha mãe, mulher de fé e guerreira. Aos amigos ouro-pretanos que findei laços, a Universidade Federal de Ouro Preto pelo ensino gratuito de qualidade e pela oportunidade de crescimento pessoal e profissional. Ao meu cônjuge Raphael Tobias, por ter passado toda essa turbulência de monografia comigo, que não foi fácil.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família e amigos pelo apoio dado, e ao professor orientador Dr. Marcos Eduardo Carvalho G. Knupp por suas informações para me ajudar a montar esse estudo.

O amor é um conflito entre nossos reflexos e nossas reflexões.

Magnus Hirschfeld

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Nuvem de palavras.....	48
----------------------------------	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Atração x Público Estimado e Questionários.....	38
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: País de origem dos entrevistados – parte 1.....	40
Gráfico 2: País de origem dos entrevistados.....	40
Gráfico 3: Gênero dos entrevistados.....	41
Gráfico 4: Escolaridade dos entrevistados.....	41
Gráfico 5: Como os entrevistados conheceram o festival de inverno.....	42
Gráfico 6: Acompanhantes no evento.....	43
Gráfico 7: Participou do festival em anos anteriores.....	44
Gráfico 8: Avaliação Corredor Cultural.....	45
Gráfico 9: Avaliação Geral.....	45
Gráfico 10: Motivação da participação no festival.....	46
Gráfico 11: Avaliação dos resultados do Festival.....	47
Gráfico 12: Frequência em comparação com outros festivais.....	47

LISTA DE SIGLAS

ABEOC	Associação Brasileira das Empresas de Eventos
CVBX	<i>Convention & Visitors Bureaux</i>
EMBRATUR	Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
EUA	EUA – Estados Unidos da América
HIDROMINAS	Empresa de Águas Minerais do Estado de Minas Gerais
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MEC	Ministério da Educação e Cultura
MG	Minas Gerais
MT	Ministério do Turismo
OMT	Organização Mundial de Turismo
SENAC	Serviço de Aprendizagem Comercial
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFOP	Universidade Federal de Ouro Preto
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso aborda sobre o papel dos eventos realizados no Centro de Artes e Convenções da UFOP, com enfoque no evento Festival de Inverno de 2018. O problema que deu origem a este estudo foi: de que maneira a realização de eventos no Centro de Artes Convenções da UFOP direcionados para o turismo e para comunidade ouro-pretana, principalmente no caso do Festival de Inverno de 2018, pode contribuir com o desenvolvimento do turismo de eventos nas cidades? A escolha desse tema justifica-se em esclarecer que a cidade de Ouro Preto tem importância por ser um local de realização de diversos eventos culturais, como o Festival de Inverno e, principalmente, ter um local específico preparado para sediar eventos como este, Centro de Artes e Convenções da UFOP. Tal evento já consta anualmente no calendário de eventos do município, com divulgação, integração da comunidade e impulsionamento da economia da região. Principalmente, em uma cidade como Ouro Preto que é considerada Patrimônio Cultural da Humanidade reconhecida pela UNESCO e sedia eventos de diversas naturezas, modalidades e importâncias. A metodologia utilizada foi de abordagem quantitativa e o instrumento de coleta foi um questionário estruturado. Concluiu-se, neste estudo, que os eventos culturais realizados nas cidades que possuem capacidade de atrair um fluxo considerável de turistas, como o Festival de Inverno, são fundamentais para trazer impactos nas cidades onde são realizados, especificamente contribuições socioeconômicas para a população da cidade. Podem ser mudanças boas ou ruins dependendo do tipo de evento que seja realizado e da forma que ele é organizado.

Palavras-chave: Eventos; Festival de Inverno; Turismo; Ouro Preto.

SUMÁRIO PROPOSTO

INTRODUÇÃO.....	12
CAPÍTULO 1: O SEGMENTO DE EVENTOS NO TURISMO.....	15
1.1 Eventos – Contextualização histórica e definição.....	15
1.2 Turismo e eventos.....	18
1.3 Festivais.....	24
CAPÍTULO 2: HISTÓRIA DO FESTIVAL DE INVERNO DE OURO PRETO.....	26
2.1 Ouro Preto/MG: história, descrição e importância.....	26
2.2 Contextualização histórica e informações sobre o Festival de inverno de Ouro Preto/MG.....	29
CAPÍTULO 3: UMA EPISTEMOLOGIA DO FESTIVAL DE INVERNO OURO PRETO.....	36
3.1 Metodologia.....	36
3.2 Análise e Discussão de dados.....	39
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	49
REFERÊNCIAS.....	51
ANEXOS.....	57

INTRODUÇÃO

Este trabalho aborda o papel dos eventos realizados no Centro de Artes Convenções da UFOP para o turismo e para a comunidade ouro-pretana, focando o caso do Festival de Inverno de 2018. Para compreender melhor sobre esse tema, torna-se fundamental compreender o que é o turismo de eventos, como os eventos são realizados e a importância que esse tipo de atividade causa na comunidade, suas vantagens e desvantagens.

O turismo de eventos apresenta-se como uma das atividades econômicas responsáveis por alavancar investimentos em diferentes destinações turísticas, podendo ainda contribuir para redução da sazonalidade em períodos de baixa estação, assim como possibilitar uma maior integração entre os anfitriões [municípios] e os turistas. Os festivais, eventos culturais e festas temáticas são atividades que possuem uma representatividade muito grande para a comunidade, pois, além de promover o envolvimento dos residentes, proporcionam a oportunidade de receber visitantes, divulgar a localidade e impulsionar a economia local (BARBOSA, 2015; TUM et al., 2006; ALLEN et al., 2008).

Importante destacar que tendo a cidade de Ouro Preto como local para a realização de um evento, e principalmente um local destinado como, por exemplo, o Centro de Artes Convenções da UFOP torna mais específico tal evento criando com isso um calendário, com divulgação, e integração da comunidade, impulsionamento da economia da região. Principalmente em uma cidade como Ouro Preto que é considerada como Patrimônio Cultural da Humanidade reconhecido pela UNESCO sedia eventos de diversas modalidades. No caso em questão ao qual se refere esse estudo, que é o Festival de Inverno, percebe-se que ainda existem algumas dúvidas e que se necessita conhecer mais informações sobre tudo que gira em torno do turismo de eventos e dos festivais, principalmente em cidades históricas no Brasil.

Deste modo, questiona-se: De que maneira a realização de eventos no centro de convenções da UFOP direcionados para o turismo e para comunidade ouro-pretana, principalmente no caso do Festival de Inverno, pode contribuir para melhorar o turismo de eventos nas cidades?

Este estudo também utiliza os dados do Projeto de Iniciação Científica PIVIC – IS 2018, o qual pertence e de onde foi retirada a motivação para pesquisa e montagem deste trabalho de conclusão de curso.

O objetivo geral é analisar o desempenho dos eventos realizados no Centro de Artes e Convenções (CACOP) da UFOP para o turismo e para comunidade ouropretana no Festival de Inverno de 2018. Os objetivos específicos deste estudo são: apresentar a contextualização histórica e definição de eventos; abordar sobre festivais; esclarecer sobre a história dos festivais, principalmente o Festival de Inverno de Ouro Preto de 2018; abordar sobre a epistemologia do Festival de Inverno Ouro Preto que são os dados da pesquisa descrevendo a importância do festival de inverno.

A metodologia usada nesta pesquisa foi a abordagem quantitativa, e também uma pesquisa bibliográfica. Antes da construção do instrumento de coleta de dados, a equipe pesquisou diferentes modelos de questionários, inclusive, desenvolvidos pelo Observatório de Turismo de Minas Gerais, buscando aqueles que se aproximavam do propósito da pesquisa a ser desenvolvida. Após a determinação das variáveis a serem levantadas, foi possível construir o instrumento de coleta de acordo com o tipo de dado que se pretendia apreender. Assim, é importante detalhar as variáveis que nortearam esta pesquisa e as questões que se buscou responder. Em pesquisas de opinião é comum a divisão em três grupos de variáveis

A estrutura deste trabalho está organizada em quatro partes, além da introdução. O primeiro capítulo objetivou-se discutir a temática de eventos relacionados ao turismo. Inicialmente foi feita uma contextualização sobre o tema proposto para mais adiante aprofundar-se em como funcionam os festivais. Para assim chegar ao objeto de estudo que é o festival de inverno de Ouro Preto. Foi feito um levantamento bibliográfico sobre o tema e uma análise de seus processos históricos. Dentre outros, foram utilizados autores como Albuquerque (2014), Canton (2001) e Sandoval (2009) que embasaram o referencial teórico e, posteriormente, as análises dos dados coletados.

No segundo capítulo foi abordada a importância deste equipamento para turismo de Ouro Preto/MG e compreender o impacto socioeconômico de um dos mais importantes eventos realizados no CACOP, o Festival de Inverno de Ouro Preto. Descrevendo em seus tópicos uma breve contextualização da história sobre o festival, relatando suas transformações ao longo tempo, e um levantamento

bibliográfico sobre as questões sociais e econômicas movimentadas pelo festival de inverno e seus impactos para a cidade de Ouro Preto/MG.

No capítulo seguinte, foi abordado o percurso metodológico adotado para a realização desta pesquisa e apresentadas as discussões dos resultados obtidos na trajetória. Abordando a metodologia utilizada na pesquisa realizada. Optou-se pela abordagem quantitativa e o instrumento de coleta foi um questionário estruturado, buscando analisar os dados coletados e relacioná-los à temática, discutindo os impactos socioeconômicos causados pelos eventos sediados no centro de convenções em Ouro Preto durante o festival de inverno 2018. Por fim, nas considerações finais foi feita uma análise geral de todo o trabalho, abordando quais foram as dificuldades encontradas e propondo estratégias para se estabelecer soluções para o mesmo.

CAPÍTULO 1. O SEGMENTO DE EVENTOS NO TURISMO

Neste capítulo foi abordado entendimentos conceituais sobre eventos no turismo, destacando os eventos e a contextualização histórica e definição, distinguir o que seja turismo e eventos, definir festivais, enfocando a importância do turismo de negócios e eventos.

1.1 Eventos – Contextualização histórica e definição

Para compreender o que são eventos, é importante trazer informações sobre o surgimento, a definição e como são realizados os eventos. Dentre os primeiros eventos descritos em estudos estão as festas que comemoravam o retorno das tropas após as guerras e batalhas ao longo da história, que duravam vários dias e contavam como eram os acampamentos, as campanhas da guerra, as conquistas de novos povos (SENAC, 2020). Todavia, de acordo com estudos descritos no Senac (2020), na fase da idade média, as mencionadas festas passaram a ter finalidades religiosas e eram organizadas para confirmar o poder da igreja. Somente no século XIX é que os eventos passaram a ter como meta a divulgação comercial e cultural, aparecendo a forma como se conhece (SENAC, 2020).

De acordo com Serviço de Aprendizagem Comercial - SENAC (2020), os primeiros eventos com objetivos comerciais ou culturais, nos moldes dos que ocorrem atualmente foram feiras e apresentação de equipamentos e materiais na Alemanha e EUA realizadas no final do século XIX. Percebe-se, dessa forma, que o procedimento de ter eventos vem desde os primórdios da história determinando uma ajuda para um desenvolvimento de uso dos equipamentos e serviços turísticos, para uma divulgação diferente de atrativos. O setor de turismo de eventos é um resultado do crescimento da obrigação de aumentar os setores de agenciamento, hotelaria, marketing e transporte, para uma ampliação de desenvolvimento no mix de eventos. Para Britto e Fontes (2002):

Eventos é o segmento do turismo que cuida dos vários tipos de eventos que se realizam dentro de um universo amplo e diversificado. E a realização desses eventos vem proporcionar ao grupo de profissionais de uma mesma área a troca de informações, a atualização de tecnologias, o debate de novas proposições, o lançamento de um novo produto (cultural, histórico,

social, industrial, comercial), que se constituem no melhor desempenho do grupo de interesse em questão. Promovendo a interação dessas pessoas, contribui-se para a geração e o fortalecimento das relações sociais, industriais, culturais e comerciais, ao mesmo tempo em que são gerados fluxos de deslocamento e visitação (2002, p. 30).

Todavia, Hoeller (2002), relata que o absorvimento e a promoção de eventos têm sido vistas como um setor que mais fornece retorno econômico e social à oferta ao país e à cidade que acolhe um evento. Seguindo esse entendimento, percebe-se que os poderes públicos e empresários do setor privado de cidades apontadas como grandes polos industriais despertam para a promoção da atividade, por meio da criação de órgãos municipais com finalidades de auxiliar o crescimento deste setor tão promissor, além de diversas aplicações que abrangem vários setores econômicos.

Entretanto, para Petrocchi (2001), tanto as inversões quanto às trajetórias a acompanhar se baseiam em medidas claras e predeterminadas, para obter fatos que permitam uma visão global do sistema e o arremesso de cenários futuros.

Dentro do processo turístico, a possibilidade de realização dos eventos deve estar integrada ao planejamento turístico das cidades, com base em política de ação voltada aos eventos, ao qual compete mobilizar os valores sociais autênticos da localidade. De acordo com Canton (2009), a realização de eventos culturais revela-se importante como nicho de mercado para diversos municípios no Brasil, considerando-se a diversidade cultural do País. As localidades em que as comunidades sejam empreendedoras e inovadoras podem se beneficiar desses nichos, propondo a excelência, no que se refere à hospitalidade e priorizando nova dinâmica social com reflexos econômicos e comerciais.

De acordo com Oliveira (2002, p. 64) dentre os segmentos desenvolvidos, esse tipo de turismo é “o mais disputado pelos países, porque nessas ocasiões os produtos turísticos são vendidos por atacado. Passagens aéreas, rodoviárias, diárias de hotéis, refeições, suvenires e serviços em geral são consumidos em larga escala”. Ainda, segundo Oliveira (2002), percebe-se que existe uma elevada importância para a localidade que o desenvolve, com um grande campo ainda a ser explorado, visto que incentiva o desenvolvimento socioeconômico local, contribuindo para geração de empregos diretos e indiretos, renda, promove intercâmbio entre as pessoas e traz novos investimentos, além da obrigação de criação de infraestrutura que beneficia não somente o turista, mas também a comunidade receptora.

Muitos acontecimentos têm se transformado em megaeventos em decorrência à sua dimensão, envolvimento e magnitude. Muito em virtude de mudanças e interesses sociais, nas esferas política, econômica e cultural, além de interferências ligadas ao meio ambiente e à atividade turística, proporcionadas por esses grandes eventos.

De acordo com Canton (1997) atualmente existem diversos tipos de eventos, porém, é importante lembrar que muitos tipos de eventos possuem relação direta com a atividade turística dos destinos que o sediam. Ao contextualizar-se sobre eventos percebe-se que num primeiro momento, algo festivo, encontros comemorativos e realizações de sucesso. Concorda-se com Canton:

A definição de evento é um conjunto de ações profissionais desenvolvidas com o objetivo de atingir resultados qualificados e quantificados junto ao público-alvo; conjunto de atividades profissionais desenvolvidas com o objetivo de alcançar o seu público-alvo através do lançamento de produtos; da apresentação de pessoas, empresas ou entidades, visando estabelecer o seu conceito ou recuperar o seu público-alvo; realização de ato comemorativo, com ou sem finalidade mercadológica, visando apresentar, conquistar ou recuperar o seu público-alvo (1997, p. 21).

Para Melo Neto (2001) nos meios acadêmicos é muito comum que este exercício seja visto, antes de qualquer coisa como entretenimento. Um evento, livremente de sua natureza e suas finalidades, é um meio de entretenimento.

Todavia, segundo Canton (1997), que um evento tem que ser muito bem estruturado, analisado e planejado para que tenha efeito de bem executado junto ao seu público alvo. Com isso, o profissional em eventos tem que se munir de conhecimentos de marketing, criatividade e eficiência para atender seu público alvo, pois o mercado de eventos cresce a cada dia, gerando muita competitividade de mercado. Ainda, para Canton (1997) uma proposta bem feita para o cliente é preciso ser feita uma revisão antes da entrega do mesmo. Entende-se que todos os detalhes estejam de acordo com a necessidade do cliente, caso o cliente não tenha aprovado sua proposta a empresa ou responsável deve rever seu trabalho, e fazer sua proposta de acordo com o que o cliente desejar.

De acordo com o Relatório da EMBRATUR de estudos de demanda turística (BRASÍLIA, 1998), o turista de evento gasta mais em menos dias do que um pactuado de férias, permanecendo mais alguns dias na cidade. Ainda pode ser apontado outros benefícios gerados pelo mercado de eventos, tais como:

Equilíbrio na relação de oferta e demanda, causando um aumento relevante na taxa ocupacional na área da hotelaria. Aumento do recolhimento de impostos. Imagem exposta da cidade, tanto regional como nacional. Geração de uma identidade turística do evento para cidade ou região. E engrandecimento cultural de todo o local. Sendo assim as operações devem ser avançadas em bases estáveis, abrangendo toda a comunidade. Do contrário, podendo enfrentar confrontos em momentos, que chegam a dificultar.

Depois de abordar sobre eventos, torna-se importante descrever a importância do turismo que movimenta esses eventos em várias cidades e locais dentro do Brasil. Por isso no próximo tópico será descrito o entendimento de alguns autores sobre turismo e evento.

1.2 Turismo e Eventos

O turismo é considerado uma das maiores indústrias do século XXI (OMT, 2011). Para Edgell (2015, p. 25) alerta que o turismo enfrenta um claro dilema quando se questiona se ele poderá manter sua taxa de crescimento “[...] sem danificar ou destruir os ambientes natural e construído, os quais devem ser conservados e protegidos para que as futuras gerações possam usufruir das viagens e do turismo como as gerações atuais usufruem”. Essa situação crítica decorre do reconhecimento de que o turismo tem causado pesados impactos negativos nas destinações (WU; CHEN, 2015), com sérias consequências para o meio ambiente (MALHADO, 2010).

De acordo com Pires (2002), se o crescimento do turismo ocorrer sem planejamento, inevitavelmente ele causará impactos negativos graves no seu principal recurso: o meio ambiente. Dessa forma, considerando a dimensão potencial dos impactos do turismo, os megaeventos merecem atenção especial dos pesquisadores e formuladores de políticas públicas.

Rodrigues et al. (2008), argumenta que o Ministério do Esporte, em relação à promoção de eventos tem sido uma das principais estratégias utilizadas pelas cidades na busca de maior atração de financiamentos e investimentos. No documento tem-se que, tais eventos podem ser de diferentes naturezas, organizados por distintos atores e instituições que desempenham as mais diversas atividades na sociedade. Acrescenta ainda, Rodrigues et al. (2008), que existe uma

predileção especial dos gestores empreendedores pelos eventos com repercussão internacional, uma vez que poderão conferir uma imagem mais qualificada para a cidade-sede. Além disso, os eventos internacionais podem significar a circulação de turistas com alto poder aquisitivo, dispostos a consumir os serviços e bens comercializados localmente. Percebe-se em seus estudos que é frequente também no caso dos megaeventos proporcionarem consequências em longo prazo em termos de turismo, realocação industrial e entrada de investimentos.

Todavia, de acordo com Fernandes (2009), a necessidade de preparar uma cidade para sediar grandes eventos pode ser o fator motivacional necessário para a mobilização de esforços e recursos que não seriam disponibilizados ou que demandam um período muito mais longo para se concretizarem. Estipula que neste sentido, contribui expressivamente para a articulação das esferas municipais, estaduais e federal em torno da realização de um megaevento e, posteriormente da gestão de seus legados.

Para Reis (2012) construção de um lugar como atrativo turístico não consiste somente nas atrações que este oferece. É necessário visar a qualidade e infraestrutura para a melhor experiência possível. Tanto a comunidade local quanto o patrimônio devem estar em harmonia para constante melhoria da atividade e vivência local.

A escolha de um destino turístico depende, dentre outros fatores, das ideias e impressões que compõem o imaginário dos turistas em relação a um determinado lugar. O imaginário pode ser alimentado, reforçado ou renovado à medida que novas concepções, novos olhares são veiculados e passam a fazer parte do acervo de imagens que representam tal lugar (REIS, p. 253, 2012).

Para Marujo (2015) a identidade e sentimento de pertencimento como fatores extremamente importantes para a construção do imaginário turístico são relevantes para outras gerações. Este não deve ser ligado somente à comercialização e lucro, apesar do mesmo já ser caracterizado como um fenômeno social. Considerando o ambiente turístico, deve-se atentar à infra-estrutura, acessibilidade, questões ambientais, entre outras.

Entretanto, é errôneo relacionar o turismo apenas ao lazer. Ele abrange também, história, cultura, negócios, eventos, gastronomia, etc. Todos esses ramos necessitam de infraestrutura adequada para atendimento ao turista, profissionais

capacitados e investimento de ordem pública e/ou privada. Se tornando assim uma fonte de renda e fator de impulsionamento da economia.

Além de causar impactos durante o período de preparação da infraestrutura e durante a realização do evento, os megaeventos também causam impactos no período pós-evento, uma vez que a sua realização modifica o contexto local/regional, incluindo a geração de grandes legados que devem ser aproveitados da melhor forma possível para o desenvolvimento sustentável do turismo. Entretanto, prever, antes da sua realização, toda a cadeia de impactos que um megaevento causará é quase impossível. Uma das razões principais para essa afirmativa é que o evento planejado como projeto inicial, na maioria das vezes irá estimular o surgimento de outros projetos do tipo secundários, tanto no setor público quanto no setor privado, projetos que são difíceis de ser previstos de forma antecipada como o desenvolvimento de novos hotéis.

Quando se visa o desenvolvimento turístico de alguma localidade, certamente são utilizados os recursos que a região oferece para atrair turistas. No entanto, nem todas existem possibilidades e recursos naturais ou patrimoniais para obter um grande fluxo e desenvolver o local. Por este motivo, existem algumas alternativas para alavancar este desenvolvimento através de eventos que contribuem para melhoria da sazonalidade turística. Concorde-se com Marujo (2015):

O turismo de eventos surge como uma 'arma' para desenvolver turisticamente uma região, identificar um destino, melhorar a imagem de um lugar e combater a sazonalidade. De facto, o turismo de eventos, graças à sua importância económica e sociocultural, é um importante pilar para a economia e desenvolvimento de muitas regiões. Ele envolve um conjunto de atividades que podem captar turistas e/ou visitantes para um destino e, portanto, as entidades regionais veem nos eventos um forte aliado para o desenvolvimento turístico de uma região (2015, p. 02).

Para Matias (2004) salienta que o turismo de eventos se desenvolve não só pelos espaços que promovem a realização dos eventos, mas meios de hospedagens e transporte que são base de suporte das atividades turísticas. Desse modo o turismo de eventos vem tomando visibilidade no mercado econômico, envolvendo as áreas de hotelaria e eventos. Caracterizando um conjunto de função que é conduzir um evento em um local e atrair pessoas para a participação do mesmo. Assim, muitas áreas do setor econômico acabam se envolvendo, sendo elas: A&B, serviços turísticos, meios de transportes e hospedagem e o comércio em geral.

O turismo de eventos é um dos segmentos do turismo que pode se apresentar como um dos fatores fundamentais para o desenvolvimento, tanto socioeconômico como histórico-cultural, das regiões onde se estabelecem estas atividades. Esta como tantas outras facetas do turismo, pode proporcionar: geração de empregos e renda, valorização das tradições do lugar onde está inserida, permitindo às pessoas a possibilidade de se ver o mundo de uma maneira mais crítica, visto que através de um evento existe a possibilidade de se apresentar inúmeras realidades e vertentes de atuação do ser humano, isso graças a sua diversificação e o fluxo de pessoas. Além disso, pode-se perceber que o evento é uma maneira de oferecer lazer e entretenimento para as mais variadas castas sociais, visto que hoje, graças à rotina frenética de seu cotidiano, estes indivíduos mais do que nunca precisam desse momento fora de suas rotinas diárias, para que eles possam renovar “suas energias” e preencher o vazio criado pelas relações frias e calculistas nas quais suas vidas estão embasadas.

Para Kassens (2012) e Malfas et al. (2004), o panorama de megaeventos é visto como um catalisador chave que cria tanto impactos positivos quanto negativos, e deixa legados para as cidades anfitriãs e comunidades vizinhas. A indústria do turismo, de acordo com Albuquerque (2004) é o terceiro setor mais lucrativo da economia, e o setor de eventos que é agregado nesta indústria é considerado um grande negócio para o turismo. Ao promover um evento na região, este contribui para desenvolvimento turístico do mesmo, pelo fato do fortalecimento e intercâmbio das relações sociais e culturais, além do desenvolvimento da economia local.

(...) o turismo de eventos é responsável por grande parte dos fluxos turísticos para os destinos brasileiros. Outra constatação importante é que a indústria de eventos tem um desempenho significativo no estímulo para o desenvolvimento das micro e pequenas empresas que hoje representam, no panorama econômico nacional, cerca de 90% do total de empresas brasileiras, com 94% de atuação no setor de serviços exercendo relevante papel na área de terceirização (ALBUQUERQUE, 2004, p.35).

De acordo com Sandoval (2009), o município da cidade de Ouro Preto, Minas Gerais, cabe como um objeto de estudo da situação eventos e turismo e desenvolvimento econômico. A cidade histórica traz consigo uma carga cultural e histórica gigantesca. Em 05 de setembro de 1980, a cidade foi inscrita na Lista de Patrimônio Mundial da UNESCO, sendo esta conquista de grande importância para a conservação de seus monumentos e acervo arquitetônico. A inclusão da cidade na lista de Patrimônio Mundial foi defendida sob os seguintes argumentos:

A cidade de Ouro Preto é considerada um patrimônio inigualável, em razão de seu acervo arquitetônico original. Localizada a 513 metros ao norte do Rio de Janeiro, foi o principal centro do chamado Ciclo do Ouro do Brasil. Seu caráter global e sua homogeneidade transformam Ouro Preto em testemunho cultural único (SANDOVAL, 2009, p. 14).

De acordo com Melo Neto (2012) desde a década de 1980 após a cidade ser tombada como Patrimônio Cultural, ela vem atraindo turistas e desenvolvendo sua atividade turística e econômica. No entanto, antes de ser elevado a patrimônio, o município já iniciava suas atividades turísticas. Porém não somente de patrimônio vive a cidade. Ela também tem uma ampla história cultural: Museus, Minas, Chafarizes, Casa da Câmara, Casa dos Contos, dentre outros. Lugares importantes que compõem a experiência do turista.

Como cidade patrimônio, Ouro Preto destaca-se no segmento de turismo cultural e apresenta-se como produto turístico, principalmente, pelo valor atribuído ao seu conjunto arquitetônico formado por museus, igrejas e casarões coloniais. Os eventos também compõem o produto do turismo cultural e representam a memória viva da cidade, configurando-se como um agente de um novo *ethos* social, na medida em que criam novos tipos de relações entre as pessoas, desenvolvem hábitos e costumes e definem novos estilos de ser e viver (MELO NETO, 2001, apud BOMFIM, p. 253, 2012).

O turismo da cidade movimenta a economia, gera empregos e rendas pelo grande fluxo de turistas que exige uma grande demanda a ser suprida. Além do enriquecimento e trocas culturais dos autóctones, turistas e dos estudantes que vêm em função da Universidade Federal de Ouro Preto. Entretanto, não são somente pontos positivos que o turismo oferece. A cidade atrai muitos turistas pelo fato dos eventos que esta oferece e muitas vezes a capacidade da cidade é ultrapassada.

Ouro Preto possui vários eventos durante o longo do ano voltados para diversos públicos. Alguns conhecidos como Carnaval, aniversário da cidade, Festa do Doze de Outubro e Fórum das Artes contribui para a movimentação da economia da cidade e atrai turistas de todo país, até mesmo internacionais. Com a iniciativa de promoção da cidade através de eventos, em 1967 surgiu o primeiro Festival de Inverno em Ouro Preto de acordo com a Prefeitura de Ouro Preto.

Uma série de características diferenciava o Festival de Inverno de Ouro Preto dos demais festivais existentes na segunda metade da década de 1960 e começo dos anos 1970. Período que ficou conhecido inclusive como a era dos festivais, devido à importância dada pela historiografia e pela mídia ao seu legado à música popular brasileira. (LAMINSKI, p. 15, 2012).

O turismo, tanto de eventos como de outras modalidades, tem um grande potencial de causar impactos na economia local, regional, e mesmo nacional, o que tem cada vez mais exigido que essa atividade respeite determinados critérios ambientais (MALHADO, 2010). Ao mesmo tempo, o crescimento do turismo, especialmente o turismo de eventos, com a severa escassez de estudos científicos sobre o desenvolvimento do turismo de eventos no país, limita o potencial de se criar atividades e produtos turísticos que possam efetivamente alavancar o desenvolvimento turístico sustentável, uma vez que não se tem o necessário conhecimento a respeito das prováveis implicações dos megaeventos no contexto econômico, social e político nordestino e brasileiro.

A relação turismo e eventos em Ouro Preto são extensos. A cidade mesmo com seus atrativos turísticos que se vendem por si só, apostou nos eventos para atrair turistas para assim, a sazonalidade não afetar o turismo da região. Conseqüentemente evitando prejudicar as pessoas que dependem desse tipo de atividade. Além de promover estas ações que aproximam turistas e moradores locais, o calendário da cidade cresce a cada ano, na tentativa de incorporar eventos que tenham a iniciativa de atrair turistas. Além, claro, dos eventos e festas que são costumes da cidade.

Os eventos nas cidades são ferramentas eficazes na formação de uma marca de cidade, pois são fenômenos que em curto prazo trazem interação entre o ambiente e as diferentes pessoas. As impressões e os julgamentos da imagem de uma cidade são como a composição de uma marca de um produto comum, mas estão em constante mudança e seus gestores possuem uma grande dificuldade em controlar e desenhar (GELDERS; ZUILEN, 2012).

Para ajudar na estruturação de uma marca positiva, deve ser trabalhado em longo prazo, ou seja, deve encontrar um órgão que cuide destes eventos e ações que trabalhem de forma compromissada e longa, para se contornar os problemas políticos de ações imediatistas (ANHOLT, 2010), sendo sempre apoiado às decisões oficiais, orçamentos e um programa a ser seguido (RAINNISTO, 2003).

Depois de abordar sobre turismo e eventos, torna-se importante descrever como eles ocorrem principalmente em festivais. Por isso no próximo tópico será descrito o entendimento de alguns autores sobre esse tipo de evento e sua importância para o turismo.

1.3 Festivais

Segundo Tineo e Tomazzoni (2016) o turismo de eventos apresenta-se como uma das atividades econômicas responsáveis por alavancar investimentos em diferentes destinações turísticas, sendo estes contribuintes para redução da sazonalidade em períodos de baixa estação, assim como possibilitar uma maior integração entre os anfitriões e os turistas.

A visão dos visitantes é formada pelos níveis de consciência e pela imagem do destino sede, como também por informações externas da mídia e agências do governo, que almejam interagir com fatores individuais, conhecimentos do próprio indivíduo, valores e experiências passadas (KIM et al., 2006).

O enriquecimento da imagem de um destino que recebe um megaevento é em grande parte dirigido pela capacidade do mesmo de atrair a atenção da mídia internacional que, por sua vez, pode influenciar as avaliações que são feitas sobre ele (LEE et al., 2005a). Assim, em grande parte os eventos possuem um papel positivo em impactar a imagem dos destinos, como também aumentar consciência e familiaridade, reduzir imagens negativas e fornecer associações positivas (DRAGIN-JENSEN, 2016).

A partir da revolução industrial e pós-industrial, as festas, na maioria dos casos, perdem a necessidade única de serem ligadas, seja a religiosidade e assim passaram a ser mais organizadas. Ganhando maiores proporções, novos objetivos e também temas, atraindo grandes multidões de pessoas. Desta forma este segmento ganhou um novo olhar, sendo visto como objeto comercial, institucional, promocional e outros, se tornando uma ferramenta de valor para as organizações públicas e privadas como forma de atingir os mais diversos fins Canton e Allen (2008 *apud* STOCK, 2009, p. 47).

Os festivais, eventos culturais e festas temáticas são atividades que possuem uma representatividade muito grande para a comunidade, pois, além de promover o envolvimento dos residentes, proporcionam a oportunidade de receber visitantes, promover a localidade e impulsionar a economia local. Estima-se que o turismo de eventos tenha movimentado o cenário econômico na última década com aproximadamente US\$ 4 trilhões, com impacto direto nas atividades ligadas ao lazer. No Brasil, o setor encontra-se em curva crescente, emprega cerca de 80 milhões de pessoas e gera mais de dois milhões de empregos diretos e indiretos. Tum, Norton e Wright (2007 *apud* BARBOSA, 2012, p 03).

Segundo Bonfim (2012) Ouro Preto destaca-se no segmento de turismo cultural e apresenta-se como produto turístico, principalmente, pelo valor atribuído ao seu conjunto arquitetônico formado por museus, igrejas e casarões coloniais. A escolha de um destino turístico depende, dentre outros fatores, das ideias e impressões que compõem o imaginário dos turistas em relação a um determinado lugar. Bonfim (2012) ainda aborda:

(...) destinos e produtos turísticos são construídos não somente com atrativos, serviços e preço, mas também por um valor agregado, marcado pela necessidade do homem moderno em buscar em suas viagens experiências de qualidade. Em especial, para o turista cultural, essas experiências de qualidade significam estar em harmonia com a comunidade e vivenciar a rotina e a cultura do lugar, ou seja, seu patrimônio (2012, p. 12).

Os festivais na atualidade agrupam diferentes formas de atividades culturais e diferentes pessoas, além de promoverem a troca cultural e democrática de experiências e conhecimento, podendo ser definidos como "períodos formais ou programas de atividades fruição, entretenimento, ou eventos que têm um caráter festivo e que celebram publicamente algum conceito, acontecimento ou facto" (JANSKEE, 1980 apud SARMENTO, 2007, p. 13).

Neste capítulo buscou-se abordar os entendimentos sobre eventos, turismo, e festivais, esclarecendo a relação que existe entre o turismo e os eventos que surgiram para trazer conhecimentos e informações em vários tipos de movimentações das pessoas, principalmente os festivais que enfocam regiões e estações do ano para divulgar as belezas dos locais onde são realizados. No próximo capítulo será abordado sobre

CAPÍTULO 2. HISTORIA DO FESTIVAL DE INVERNO DE OURO PRETO

Neste capítulo foram abordadas informações sobre Ouro Preto/MG: história, descrição e importância, sobre o Festival de inverno de Ouro Preto/MG –destacando o papel do Festival de Inverno Ouro Preta que ocorreu em 2018 e na movimentação socioeconômica que esse festival trouxe para a cidade.

2.1 Ouro Preto/MG: história, descrição e importância

A cidade de Ouro Preto surgiu, no fim do século XVIII, em função da exploração de ouro na região que recebeu o nome pela citada atividade, Minas Gerais, sendo a sua capital. A mesma emerge através da conexão de dois povoamentos, Antonio Dias e Pilar, que margeavam uma colina e foram formados por meio de um eixo que coincide com uma antiga estrada que conecta dois pólos de mineração (CASTRIOTA, 2009). O citado título de capital foi concedido em função do seu rápido crescimento, resultado da exploração do ouro, que também impulsionou seu desenvolvimento e, com isso, aumentou o processo migratório para a região, gerando uma rede de comércios e serviços de suporte, conformada por pedreiros, artesãos, alfaiates, etc. Esse processo ocasionou uma intensa dinâmica e considerável produção de ouro, o que motivou a coroa portuguesa a fixar aparato para fiscalização e o surgimento de numerosas camadas intermediárias entre os senhores e os escravos (CASTRIOTA, 2009).

Souza (2013), argumenta que ao longo dos séculos, por diversas atividades econômicas que delinearam sua história, atualmente a economia da movimentada cidade de Ouro Preto gira principalmente em torno da atividade minerária, mas é fundamental destacar o turismo como uma das principais fontes de renda do município. Outra importante fonte de arrecadação da cidade se dá pela presença da Universidade Federal de Ouro Preto, com a instalação de aproximadamente 10 mil alunos, participando ativamente da dinâmica do município. Para Souza (2013), a cidade de Ouro Preto é conhecida como a “Cidade das Repúblicas”, pode-se ver que ter uma significativa população flutuante não altera só à economia local. Ainda acrescenta Souza (2013), que a cidade de Ouro Preto também “possui uma

dinâmica vida universitária que tem ressignificado cotidianamente e de forma muitas vezes sem reverência aos usos do patrimônio edificado como espaços praticados ao imprimir novos sentidos e agenciamentos” (2013, p. 359).

Ouro Preto, por ser uma cidade remanescente do período colonial do Brasil, tornou-se palco, ao longo dos anos, sobretudo a partir da década de 1950, de diferentes atrativos culturais, tais como Fóruns, Festivais, Encontros, Congressos, decorrentes da expansão da cidade, frente ao início da exploração do alumínio, concomitantemente à prática massiva de um turismo cultural (CASTRIOTA, 2009).

A construção da cidade como um roteiro turístico

(...) esteve diretamente ligada à atribuição do valor de cidade monumento e, em diversos momentos, observa-se uma convergência de interesses entre as políticas preservacionistas e os projetos de desenvolvimento turístico da cidade percebidos como a solução para muitos dos problemas que dizem respeito à salvaguarda do antigo conjunto urbano tombado a nível federal desde 1938 (AGUIAR, 2006, p.225).

Para Castriota (2009), Ouro Preto foi a primeira cidade brasileira a receber o título de Patrimônio Cultural da Humanidade, em 1980, por seu singular valor histórico. Por essa razão, recebe diariamente um fluxo intenso de turistas, vindos de toda parte do mundo, que desejam, entre vários outros motivos, conhecer sua história, paisagens, gastronomia, dentre outros inúmeros atrativos. Sua população conta com cerca de 70 mil habitantes de forma bastante diversificada e composta por descendentes de várias regiões do país, de portugueses e de escravos, além de outras nacionalidades minoritárias que foram atraídas pelo ouro do período colonial.

Mais recentemente, tem sido também formada pela comunidade universitária, presente desde a fundação da Escola de Farmácia, em 1839, e da Escola de Minas, em 1876, incorporadas à Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP, dessa forma contam-se também artistas e intelectuais, atraídos para a cidade após ser redescoberta pelos modernistas em 1924, e um grande contingente de turistas (GRAMMONT, 2006).

Sandoval et al. (2009), ressalta que a cidade tem se destacado como berço cultural e abriga diversas culturas que se misturam e se integram, formando novos conceitos de arte e cultura, ao mesmo tempo em que mantém preservadas suas tradições e sua riqueza histórica e patrimonial. Possui ainda uma programação de eventos ao longo do ano, voltados para diversos públicos, sendo que os eventos culturais de maior destaque atualmente são: o Carnaval, o Festival de Inverno de

Ouro Preto e Mariana – Fórum das Artes, a Semana Santa, o Aniversário da Cidade, a Festa do 12 e o Festival Internacional “Tudo é Jazz”, o que proporciona aos grupos de teatro locais grandes oportunidades de atuação e interação (SANDOVAL; et al., 2009).

Para Reis (2012), e Reis e Urani (2011), a importância da dimensão cultural na cidade. A base cultural de Ouro Preto cria uma singularidade entre demais espaços urbanos do país, principalmente por conta de sua história, dos produtos, serviços, patrimônio (material e imaterial) e manifestações de caráter único presentes na cidade. Hall (2000), ressalta que a oferta cultural encontrada na cidade configura um fator importante de atração de pessoas, turistas, pesquisadores, intelectuais e profissionais ligados a diversos segmentos que têm a criatividade como fonte de insumo principal.

A cidade pode ser vista como um espaço constante de interação entre pessoas de diferentes etnias, pensamentos e saberes, criando uma atmosfera de tolerância (FLORIDA, 2011). A presença de universidades, centros de pesquisas e empresas de grande porte, em um contexto carregado de expressões culturais, que abriga diferentes segmentos criativos, como as artes, o patrimônio, música, software, dentre outros, acaba proporcionando a formação de um ambiente propício ao exercício da criatividade e da inovação (FLORIDA, 2011; REIS; URANI, 2011; LANDRY; BIACHINI, 1995).

Ainda acrescentam Florida (2011) e Reis e Urani (2011), que a cidade de Ouro Preto possui características urbanísticas, como sendo um modelo de espaço urbano e arquitetura da ocupação do interior do país no período colonial, caracterizada pelo somatório de arruamentos, edificações e equipamentos urbanos dos séculos XVIII, XIX e XX. Em relação ao núcleo urbano surgido e erguido durante o período colonial, o sítio natural e as características da atividade mineradora condicionaram o traço característico do seu desenho urbano. A partir de 1945, tem início um grande crescimento populacional na cidade. O núcleo urbano principal, que se mantinha praticamente inalterado desde os fins do século XVIII, sofreu um processo de expansão, sendo aproveitadas todas as áreas da periferia que ofereciam condições razoáveis.

Depois de abordar sobre Ouro Preto/MG sua história, descrição e importância enfocando pontos fundamentais sobre essa cidade mineira e sua contribuição para a

cultura brasileira, buscou-se no próximo tópico descrever a respeito do Festival de Inverno de Ouro Preto/MG.

2.2 Contextualização histórica e informações sobre o Festival de Inverno de Ouro Preto/MG

Para Castriota (2009), o Festival de Inverno foi idealizado e criado por um grupo de professores da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) no ano de 1967, “com o objetivo de levar arte à coletividade”. Ao longo das décadas de 1970, 1980 e 1990 houve algumas edições sediadas fora de Ouro Preto, nas cidades de Diamantina, Belo Horizonte, Poços de Caldas e São João Del Rei, ainda sob a tutela da UFMG. Nos anos 2000, a proposta foi redefinida, dando origem a três festivais distintos, um deles continuando em Ouro Preto, que foi assumido pela Prefeitura Municipal. Só em 2004, a organização do Festival de Inverno – Fórum das Artes, passou à Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), como um “projeto de extensão universitária que se consolidou com uma proposta diferenciada de refletir sobre arte e cultura, articulando preservação e invenção” (CASTRIOTA, 2009).

Florida (2011), ressalta que a cidade é um lugar de encontro de jovens e de artistas de vanguarda, o Festival de Inverno foi uma das promoções culturais mais importantes do país em sua época. Para muitos, um espaço de resistência ou uma “válvula de escape” em meio à ditadura militar, no qual era possível vivenciar um pouco de liberdade. Liberdade de experimentação artística e de ensino, liberdade em relação aos olhares da autoridade familiar, e, até certa medida, liberdade para algumas práticas que contestavam os costumes e os valores tradicionais. Com dezenas de professores e centenas de alunos, os Festivais de Inverno de Ouro Preto tornaram-se um espaço privilegiado de circulação cultural e de surgimento de novas propostas artísticas (FLORIDA, 2011).

Kaminski (2012) analisando uma primeira fase do Festival de Inverno, compreendida entre a data de sua criação e 1979, quando o evento ainda possuía um perfil itinerante, destaca a necessidade de refleti-lo à luz de uma conjuntura específica, estruturada na segunda metade do século XX. No Brasil, em um contexto de regime político ditatorial militar, com a promoção da modernização, que atingiu também as universidades, de modo que “o Festival dialogava, não sem contradições

e ambiguidades, com as transformações culturais de sua época” (KAMINSKI, 2012, p. 15).

Para Fernandino (2011, p. 20), nascido no período chamado de “A era dos Festivais”, o Festival de Inverno se apresenta, como um “processo cultural transformador, que promove as pessoas, modifica comportamentos, alarga horizontes e instiga questionamentos”. Enquanto que Kaminski (2012, p. 16), ressalta que “a diferença basilar do Festival de Inverno era que a razão de seu surgimento e de sua continuidade, seu núcleo principal, não era, necessariamente, os espetáculos ou competições, mas a formação artística, o ensino de artes”.

O contexto sociocultural brasileiro da década de criação do Festival, frente à conjuntura internacional é contraditório. Fora do país, via-se crescer os movimentos cuja luta pela liberdade individual e coletiva era a maior reivindicação, enquanto no Brasil transcorria a instauração de um regime ditatorial civil-militar, disseminando a opressão e cerceando todas as liberdades (FERNANDINO, 2011, p. 28).

Por isso, os Festivais de Inverno que surgiram no país representavam não só uma das mais importantes formas de promoção cultural, naquele momento, mas também era para muitos, “um espaço de resistência ou uma ‘válvula de escape’ em meio à ditadura militar, onde se podia experimentar um pouco de liberdade” (KAMINSKI, 2012, p. 75).

O surgimento do Festival de Inverno de Ouro Preto, “fruto de uma convergência de interesses de diferentes instituições e de diversos artistas e professores de arte” de Minas Gerais (KAMINSKI, 2012, p. 76) e a escolha por Ouro Preto foi motivada pela “exuberância barroca” da cidade histórica (FERNANDINO, 2011, p. 34). Porém, é possível questionar que essa escolha tenha se devido apenas à representatividade da cidade, mas fundamentada sobretudo por interesses políticos e econômicos da prefeitura local, uma vez que o evento “atraía à Ouro Preto, anualmente, milhares de pessoas (de 100 a 350 mil) do país inteiro e do exterior [...]. A exploração do turismo era um dos interesses iniciais que permitiram seu surgimento” (KAMINSKI, 2011, p. 18).

Para Fernandino (2011, p. 33), o evento, cuja proposta inicial consistia em “levar à comunidade ouro-pretana atividades artísticas variadas e concentradas em um único mês, possibilitando um novo espaço para o ensino da arte e uma maior aproximação da comunidade com os artistas e a prática artística”, surgia sob patrocínio da Prefeitura Municipal de Ouro Preto, da UFMG e, conseqüentemente,

do Governo Federal. Na esfera estadual recebeu fomento por meio da Empresa de Águas Minerais do Estado de Minas Gerais (HIDROMINAS).

De acordo com Kaminski (2012), o Festival era visto como um evento promovido por uma instituição federal, é possível perceber que ele assumiu um importante papel no processo de transformações da Universidade, acompanhando, assim, a dinâmica de modernização do país proposta pelo regime em vigor. Nesse sentido, ele se transformou em um significativo projeto de extensão universitária, sobretudo por ter se tornado um dos cartazes da política de modernização da própria UFMG e ainda por envolver interesses de diversos setores ligados à sua organização e também financiamento (KAMINSKI, 2012).

Kaminski (2012), ressalta que em relação à sede do Festival ser em Ouro Preto, a proposta teria sido feita à UFMG pelo então prefeito municipal, Genival Alves Ramalho, cujo principal interesse encerrava-se no fortalecimento do turismo cultural na cidade. E ainda que o convite tenha partido da Prefeitura de Ouro Preto, ela não esteve envolvida diretamente na coordenação do evento, o que veio acontecer efetivamente somente na década de 1990. Durante esse primeiro período, que “vai de 1967 a 1979, a prefeitura municipal atuou mais ativamente como financiadora do Festival e exerceu um maior papel de mobilizadora e articuladora local” (KAMINSKI, 2012, p. 81).

Contudo, para Fernandino (2011), o deslocamento do Festival depois de 1979 deveu-se a uma soma de fatores, entre eles a ocorrência do vestibular da UFOP no mesmo período das atividades do festival, o que significava um aumento de cerca de 4.000 pessoas na cidade, impossibilitada estruturalmente de receber tal contingente somados os dois grupos. Em 1980, a decisão de não realizar o evento foi influenciada por diversos motivos, como os problemas de financiamento, infraestrutura, e ainda a difícil relação com a comunidade local (FERNANDINO, 2011).

Para Reis e Urani (2011), a permanência do Festival em Ouro Preto foi interrompida por diversos motivos, que extrapolam as relações estabelecidas entre o evento e a população, fosse esta conflitante ou não. A crise econômica que apontava no fim da década de 1970, as mudanças na política de cultura do Ministério da Educação e Cultura (MEC), as dificuldades provocadas pela falta de infraestrutura da cidade e ainda as dificuldades de relacionamento com parte da população ouro-pretana, fizeram com que a última edição do Festival em Ouro Preto

fosse realizada em 1979. Fechavam-se assim as cortinas do Grande Palco e o Festival se despedia daquela cidade que o trouxe ao conhecimento das pessoas (REIS; URANI, 2011).

Fernandino (2011), ressalta que em 1980, no mesmo ano em que Ouro Preto recebeu da UNESCO o título de Patrimônio da Humanidade, o Festival de Inverno da UFMG foi cancelado e iniciou-se uma série de articulações em busca de uma solução efetiva para sua continuidade. A 14ª edição do evento vai acontecer na cidade de Diamantina, em 1981, onde fica até 1983. No ano seguinte, novamente o evento é cancelado, inviabilizado por uma greve geral nas universidades, deflagrada em maio, durante 84 dias, o que afetava diretamente a data de realização do festival, uma vez que foi encerrada em 7 de julho de 1984 (FERNANDINO, 2011). Os quase três meses de paralisação afetaram diretamente a fase de produção do festival impossibilitando sua realização naquele ano. Em 1985 volta a Diamantina e a partir de 1986 assume um caráter itinerante, sendo realizado nas cidades de São João Del-Rey (1986 e 1987), Poços de Caldas (1988) e em Belo Horizonte, de 1989 a 1992 (FERNANDINO, 2011).

Somente em 1993, para comemorar os 25 anos de sua criação, o Festival de Inverno da Universidade Federal de Minas Gerais retorna a Ouro Preto, onde vai permanecer até 1999, sendo inclusive inspiração para sua continuidade em outros moldes que se estabeleceram na cidade (FERNANDINO, 2011). Ainda segundo Villaschi (2014), a cidade se transforma em palco para diversos eventos municipais, além de ceder espaço, ainda, a movimentos estaduais, nacionais e até internacionais. Festivais, manifestações, exposições, festas populares, fóruns, ganham lugar nas ruas, praças, monumentos, no casario histórico e dinamizam a cotidianidade ouro-pretana.

De acordo com Beni (2004), pode-se perceber que no âmbito econômico, as cidades dependendo da atividade turística como fonte de divisas, busca a satisfação mútua de interesses do turista e da comunidade leva ao desenvolvimento econômico, bem como a transferência de recursos financeiros de uma região para outra, por meio das viagens, que acabam por oferecer muitos empregos, o que consequentemente também poderá atingir até cidades que não recebem os turistas, visto que estas podem acabar fornecendo bens e serviços que serão consumidos pelos turistas. Assim, seu efeito multiplicador refletirá na indústria civil, alimentícia, produção de móveis, utilidades domésticas, serviços de profissionais liberais,

movimento bancário, comércio, transporte, oficinas, postos de combustível, cinema, teatro, museus, dentre outros visto que, de certa forma estes produtos e serviços serão utilizados de forma direta ou não para que a atividade turística se fixe e se desenvolva em uma determinada localidade ou região.

Etiosa (2012), ressalta que não se pode negligenciar que os eventos causam inúmeros impactos sociais, culturais e econômicos no local onde foi sediado. Pois, um evento, pode contribuir de forma bastante significativa para o crescimento de uma determinada região; além de criar oportunidades de ocupação direta e indireta, através do fornecimento de bens e serviços originários do fenômeno do turismo. Afirma-se que um dos maiores impactos é no turismo, setor dinamizado no passado pelos meios de hospedagem, transportes e alimentação (ETIOSA, 2012). Considera-se que hoje a área de eventos tem forte influência no turismo, uma vez que exerce “um papel fundamental no contexto social, cultural, político e econômico de uma cidade ou vila” (MARUJO, 2014, p. 2).

Marujo (2015), ressalta que dentre os impactos oriundos de um evento, o que mais se discute são os econômicos, não pelos outros terem menor importância, mas é necessário mensurar os lucros e prejuízos que o mesmo produziu. Para Marujo (2015):

Em relação aos fatores econômicos, os eventos são percebidos como catalisadores para a atração de visitantes e aumentam o seu período de permanência, bem como o seu gasto médio. Proporcionam o desenvolvimento de infraestruturas, promovem o local como destinos turísticos podem propiciar às comunidades anfitriãs a oportunidade de apresentarem as suas qualidades, receber potenciais investidores e promover novas oportunidades de negócio, e também criam emprego. Ressalte-se que os empregos criados pelos eventos não só podem funcionar como um incentivo para os residentes, mas também podem contribuir para o aumento do desenvolvimento turístico (2015, p. 6).

De acordo com Fuganti (2012), a importância de se considerar a comunidade como fator constituinte para a realização de um evento, onde é necessário ter certo cuidado para não excluir totalmente os indivíduos que ocupam uma determinada região. Fuganti (2012, p. 89) afirma que:

(...) a população é negligenciada; isso também se deve a ela, por não manifestar seu poder sobre o mercado. Isso acontece porque a comunidade local acredita nas promessas de oportunidades de trabalho, geração de renda e na melhoria da sua qualidade de vida através do turismo. Essas oportunidades existem, de fato. Mas omite-se informações a respeito das possíveis repercussões negativas que este fenômeno pode ocasionar se não for planejado de maneira adequada.

Para Dall’Agnol (2012, p. 3), é importante incluir a população local em eventos, do tipo de festivais de inverno pois “a opinião dos autóctones sobre o turismo se faz tão importante, e a satisfação da comunidade irá refletir na hospitalidade e também na experiência do turista”. Enquanto que Etiosa (2012), argumenta sobre a importância econômica e do benefício de uma região sediar um determinado evento, em relação aos custos que aparecem a longo prazo para a sociedade; onde receber um evento pode prejudicar drasticamente a localidade anfitriã, caso não haja um planejamento adequadamente organizado e gerenciado pelos responsáveis. Contudo, segundo Tomazzoni *et al* (2011):

A comunidade local e os visitantes clientes devem estar satisfeitos com as realizações dos eventos. Nem todo evento é bem recebido pelas comunidades anfitriãs, em razão de impactos, como irritação, congestionamentos de trânsito e de vias públicas e lotação de estabelecimentos comerciais. Dificilmente pode-se manter a satisfação do visitante em longo prazo para que retorne ao evento se, antes, a comunidade não estiver satisfeita. Além da intensidade da participação, deve-se, portanto, analisar a satisfação e a opinião da comunidade sobre o evento (TOMAZZONI *et al*, 2011, p. 07).

Para Ferreira *et al.* (2012), a valorização do local também pode ser entendida ou resgatada através da execução de eventos da seguinte forma:

O impacto turístico do destino, de um espetáculo, ou do próprio monumento, poderá ainda ser melhorado dependendo da imagem que dele se projetar. (...) Um festival pode mudar a imagem de uma cidade, da mesma forma que um museu o pode fazer. (2012, p. 113).

Contudo, Vidal e Riedl (2016), ressaltam que os eventos podem ser uma fonte de renda local através do turismo, tendo como base o potencial social e econômico percebido na realização de eventos anteriores. Para além disso, o desenvolvimento do próprio local pode ser pensado como impacto de médio à longo prazo. De acordo com Vidal e Riedl (2016)

(...) o desenvolvimento local, através do turismo de eventos, deve pressupor, interinamente, oportunidades para que os recursos disponíveis sejam aproveitados e as deficiências e carências sejam supridas sem o abalo do equilíbrio dinâmico de uma sociedade (2016, p 6).

Todavia, segundo Ferreira *et al.* (2012), todo o trabalho feito para rentabilizar e promover um evento só terá sentido se o produto final for devidamente estruturado; ou seja, sem um planejamento adequado e pensamento estratégico, um evento poderá trazer muito mais impactos negativos do que positivos, sendo eles financeiros ou espaciais.

Dessa forma, Vidal e Riedl (2016), ressaltam que um dos principais eventos em Ouro Preto é o Festival de Inverno. O Festival de Inverno de Ouro Preto acontece desde 1967 e ocupa anualmente as ruas, as praças, os prédios históricos e outras áreas da cidade, configurando-se como um dos mais importantes no campo da cultura em todo o Brasil. Atrai artistas, grupos, instituições e profissionais de diversas origens, inclusive estrangeiros, com trabalhos em diferentes linguagens artísticas.

O Festival de Inverno de Ouro Preto é um evento tradicional e nacionalmente conhecido, realizado no mês de julho, sendo um período de grande movimentação na cidade. Durante todo o mês são realizados shows, exposições, oficinas, apresentações culturais, feira de artesanato e culinária, discussão no campo das artes com mesas redondas, seminários e palestras. Sendo assim, ele se apresenta como “um dos eventos de maior destaque no seu calendário cultural, com grande importância no contexto social, cultural, econômico e político, podendo ser considerado como fato valorizador do seu patrimônio histórico-cultural, já que oferece atividades que promovem o contato entre turistas e moradores” (REIS; BONFIM, 2012, p.230).

Vidal e Riedl (2016), ressaltam que o Festival de Inverno de Ouro Preto, além de envolver visitantes, turistas, comunidade ouro-pretana, discentes e docentes da Universidade Federal de Ouro Preto, é um festival que promove acessibilidade cultural e movimenta a economia local, especialmente do setor turístico. Portanto, compreender seu público-alvo, bem como aprender como o Festival é avaliado, torna-se fundamental para direcionar políticas e estratégias de organização, determinando elementos importantes para o seu planejamento. Nesse caso, percebe-se que contribui com os estudos na área de turismo de eventos, fortalecendo, assim, tal campo do conhecimento, que é considerado como um dos segmentos que mais cresce no Brasil e no mundo (VIDAL; RIEDL, 2016).

Neste capítulo abordou-se sobre a cidade de Ouro Preto /MG, sua estrutura, importância e como se apresenta diante dos festivais de inverno, desde o seu surgimento em 1967 até 2018. No próximo capítulo será destacada e abordada a epistemologia do festival de Inverno de Ouro Preto, ou seja, a metodologia estrutural desse tipo de evento.

CAPÍTULO 3. UMA EPISTEMOLOGIA DO FESTIVAL DE INVERNO OURO PRETO

Neste capítulo foi abordado o percurso metodológico adotado para a realização desta pesquisa e apresentadas as discussões dos resultados obtidos na trajetória. Optou-se pela abordagem quantitativa e o instrumento de coleta será um questionário estruturado; analisar os dados coletados e relacioná-los à temática, discutindo os impactos socioeconômicos causados pelos eventos sediados no centro de convenções em Ouro Preto durante o festival de inverno 2018.

3.1 Metodologia

Este estudo também utiliza os dados do Projeto de Iniciação Científica PIVIC – IS 2018, o qual pertence e de onde foi retirada a motivação para pesquisa e montagem deste trabalho de conclusão de curso.

Para realização desta pesquisa, optou-se pela abordagem quantitativa, no qual uma amostra representativa é capaz de assegurar a possibilidade de uma generalização dos resultados (GÜNTHER, 2006). Antes da construção do instrumento de coleta de dados, a equipe pesquisou diferentes modelos de questionários, inclusive, desenvolvidos pelo Observatório de Turismo de Minas Gerais, buscando aqueles que se aproximavam do propósito da pesquisa a ser desenvolvida (GÜNTHER, 2006).

Para Vidal e Riedl (2016), depois da determinação das variáveis a serem levantadas, foi possível construir o instrumento de coleta de acordo com o tipo de dado que se pretendia apreender. Assim, é importante detalhar as variáveis que nortearam esta pesquisa e as questões que se buscou responder. Em pesquisas de opinião é comum a divisão em três grupos de variáveis, que dizem respeito ao perfil, comportamento e avaliação do objeto de estudo. O primeiro grupo de variáveis que foi mensurado diz respeito ao perfil do participante. As questões que compuseram esse grupo foram: local de moradia habitual, gênero, idade e escolarização. Outro grupo de variáveis que foi analisado pretendia descrever o comportamento do participante antes e durante o Festival. Assim, questionou-se sobre como o indivíduo tomou conhecimento do evento, quais foram os meios usados para

planejar a participação, os meios de hospedagem utilizados, número de pernoites, gastos, meios de transporte utilizados (VIDAL; RIEDL, 2016).

Já a avaliação do evento, foi composta pelas questões: o que mais gostou, o que menos gostou, traduz o evento em uma palavra, dê notas de 1 (péssimo) a 5 (ótimo) para cada item da programação, participaria novamente e motivação para participar.

Assim, diante das variáveis que se pretendiam investigar, concluímos que o formulário seria o instrumento de coleta de dados mais adequado para esta pesquisa, pois ele possui como finalidade obter, de maneira sistemática e ordenada, informações sobre as variáveis que intervêm em uma investigação, em relação a uma população ou amostra determinada que foi o formulário aplicado encontra-se no anexo deste relatório. Vale destacar que antes do formulário ser aplicado no Festival de Inverno, foi realizado um piloto, no qual um grupo pequeno de pessoas, escolhidas aleatoriamente, foram convidadas a responder o instrumento. Esta estratégia é fundamental para identificar se há perguntas dúbias, dificuldade de compreensão por parte do respondente, além de ser uma forma de estimar o tempo de reposta dos participantes da pesquisa.

Posteriormente a preparação do formulário, alguns alunos foram selecionados para auxiliar na aplicação da pesquisa, que aconteceu entre os dias 06 e 22 de julho nos locais e horários das atrações do Festival, de acordo com a expectativa de público. Os pesquisadores selecionados estavam devidamente identificados com o crachá do evento.

A população alvo da pesquisa foi definida como sendo: “Todos os participantes do Festival de Inverno Ouro Preto e Mariana – Fórum das Artes – 2018”. Porém, por questões práticas, não era possível quantificar precisamente essa população. Não havia como delimitar os espaços do evento e enumerar a população para que fosse feito um processo randômico de forma que todos os seus elementos tivessem alguma ou a mesma chance de serem selecionados. Assim sendo, não foi possível seguir técnicas de amostragem probabilísticas. Não obstante, foi feita uma estimativa de público de acordo com a capacidade dos espaços e o número de questionários foi dividido proporcionalmente ao tamanho de público esperado para esses espaços.

Por questões de pessoal, tempo e segurança, a equipe do Festival de inverno dispunha de bolsistas suficientes para aplicar em torno de 600 questionários. Sendo

assim, a divisão de questionários planejada foi a seguinte de acordo com o que esta discriminada na tabela 1, abordando a atração, público estimado e os questionários usados.

Quadro 1. Atração x Público Estimado e Questionários

Atração	Público estimado	Questionários
Shows Pça. Tiradentes	30.000	293
Shows Pça. da UFOP	21.000	205
Oficinas	800	5 por oficina
Teatro (Centro de Convenções)	350	5 por atração
Cinema	350	5 por sessão
Seminários	925	5 por seminário
Bar do Festival	6.000	59
Corredor Cultural	2.000	Mínimo 10 por dia
Total	61.425	600

Fonte: Autora - PIVIC-1S (2018)

Uma vez os locais escolhidos, ao entrevistar os participantes, os bolsistas seguiram a técnica de amostragem não probabilística do tipo “a esmo”, onde o entrevistador(a) tenta ser aleatório não obedecendo nenhuma ordem ou propósito nem preconceitos ao abordar qualquer pessoa que esteja na área definida pela coordenação do projeto. Dessa forma, também, o(a) pesquisador(a) não entrevistou pessoas do mesmo grupo de participantes, pois havia, evidentemente, uma tendência que esses participantes tivessem perfil comum entre eles, como local de moradia, idade, agrupamento na viagem, gostos, dentre outros. Fatores que poderiam enviesar a amostra.

Depois de abordar sobre a metodologia utilizada, e forma empregada dos dados pesquisados torna-se importante descrever como estes dados foram obtidos no ambiente da cidade e do festival. Por isso no próximo tópico será descrito o entendimento sobre a análise e discussão de dados através e gráficos.

3.2 Análise e Discussão de dados

Após estipulada a meta de 600 questionários, as bolsistas conseguiram aplicar 472 no total visto que, em muitos locais de aplicação, os participantes do evento não se mostraram dispostos a responder ao formulário. Tal situação aconteceu com mais frequência nos shows da Praça Tiradentes e Praça da UFOP. Vale destacar que este número representa o quantitativo válido entre os formulários respondidos, pois alguns tiveram que ser descartados por não estarem preenchidos corretamente. Finalizado o Festival, a equipe se reuniu para realizar a contagem dos formulários aplicados e prepará-los para a tabulação.

O processo de análise dos dados coletados foi iniciado pela codificação das questões do formulário, pois este procedimento permite a classificação das respostas em categorias analisáveis e significativas. Para a tabulação e análise dos dados dos formulários, foi utilizado o software Microsoft Excel, pois esse software permite gerar relatórios tabulados e gráficos geralmente utilizados na realização de análises descritivas.

Desse modo, gráficos foram gerados expressando os dados que a pesquisa pretendia apresentar como o perfil do público-alvo, seu comportamento no Festival e a avaliação dos participantes com relação às atrações que o evento oferecia. Destaca-se que para as perguntas “O que mais gostou?”; “O que menos gostou?” Em uma palavra traduzir a experiência do evento, o processo de tabulação foi realizado por meio do aplicativo Word Clouds que cria “nuvens de palavras”. Esta ferramenta permite ao pesquisador apresentar de uma maneira bem interessante e didática as palavras mais frequentes nas respostas dos entrevistados. Cada palavra tem seu tamanho regido pela relevância em uma pesquisa, ou seja, por meio de uma contagem simples das ocorrências de uma palavra ela poderá ganhar um tamanho maior, mais destacado na figura, ou menor.

Os gráficos mostram que, predominantemente, 97,94% dos entrevistados são do Brasil. Já o restante se divide entre os países Paraguai (0,23%), Argentina (0,23%), Colômbia (0,23%), Austrália (0,23%), França (0,46%), e EUA (0,69%).

O turismo de eventos está relacionado ao turismo de negócios, pois esses se tornam, em certos momentos, o objetivo principal de uma viagem, motivando deslocamento de pessoas. Para a EMBRATUR, a captação de eventos é uma estratégia vital para o turismo brasileiro, aumentando a visibilidade do país no

exterior e atraindo turistas cujos gastos médios são elevados (EMBRATUR; FGV, 2009; p. 9).

O gráfico 1 ilustra a imagem da localização do País de origem dos entrevistados.

Gráfico 1: País de origem dos entrevistados – parte 1



Fonte: Autora - PIVIC-1S (2018)

No gráfico 1 descrito acima, pode-se observar que em relação aos entrevistados estrangeiros, a maior parte foi do Brasil.

O gráfico 2 ilustra a imagem do país de origem dos entrevistados.

Gráfico 2: País de origem dos entrevistados



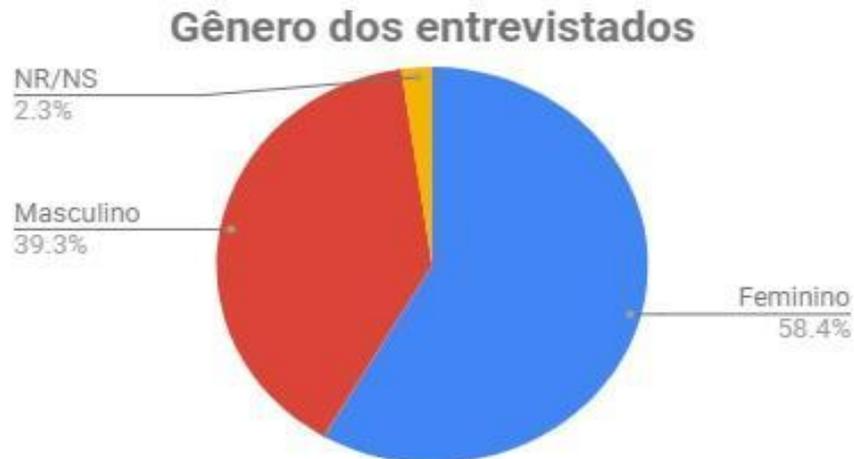
Fonte: Autora - PIVIC-1S (2018)

No que se refere ao gênero, à maioria da população amostrada pertence ao feminino (58,4%), enquanto 39,3% é o percentual de pessoas do sexo masculino. O que já era esperado, uma vez que dados de censo populacional do IBGE (2017) demonstram que a população feminina é maior que a masculina no município. E o

restante sem definição de gênero, que foi cerca de (2,3%) não sabe ou preferiu não responder:

O gráfico 3 ilustra a imagem do gênero dos entrevistados.

Gráfico 3: Gênero dos entrevistados

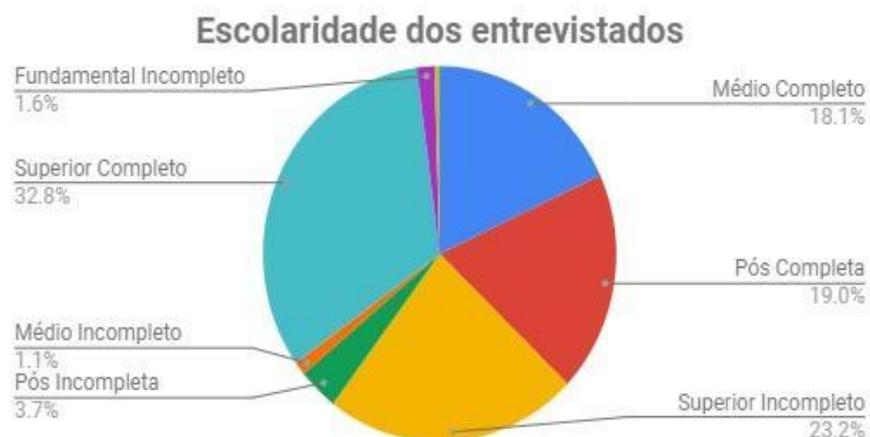


Fonte: Autora - PIVIC-1S (2018)

Este gráfico representa os níveis de escolaridade dos entrevistados, estes são: Superior Completo (32,80%), Pós-Completa (19,04%), Médio Completo (18,12%), Pós Incompleta (3,67%), Fundamental Incompleto (1,61%), Médio Incompleto (1,15%), e Fundamental Completo (0,46%):

O gráfico 4 ilustra a imagem da escolaridade dos entrevistados.

Gráfico 4: Escolaridade dos entrevistados



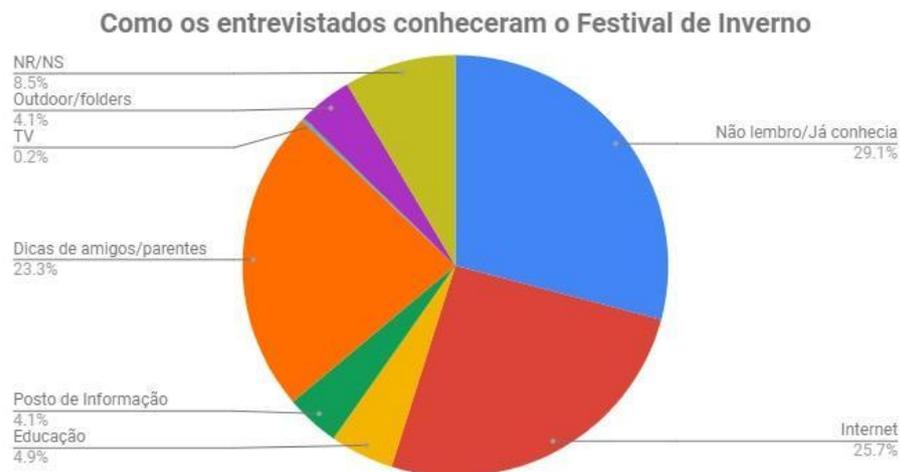
Fonte: Autora - PIVIC-1S (2018)

A respeito do conhecimento e participação como público no evento, observou-se que a população representa que 29,13% dos entrevistados não lembram ou já conheciam o festival. Além dos 25,73% que tiveram conhecimento através da

internet; 4,85% pela educação, 4,13% foram a partir de postos de informação. Já 23,3% conheceram por dicas de amigos ou parentes; outros 8,50% não responderam ou não sabem, cerca de 4,13% se informaram por *outdoors* ou *folders* pela cidade, outros 0,24% conheceram através de propagandas televisionadas. De acordo com Lohmann e Netto (2008 apud VIEIRA *et al.*, 2018) e Barbosa (2013 apud VIEIRA *et al.*, 2018): Os eventos são de suma importância para o desenvolvimento turístico, tanto os que ocorrem uma única vez, quanto os que se repetem com certa frequência, pois constituem parte da estratégia e da promoção e divulgação de marketing dos destinos.

O gráfico 5 ilustra a imagem de que forma os entrevistados conheceram o festival de inverno.

Gráfico 5: Como os entrevistados conheceram o festival de inverno.

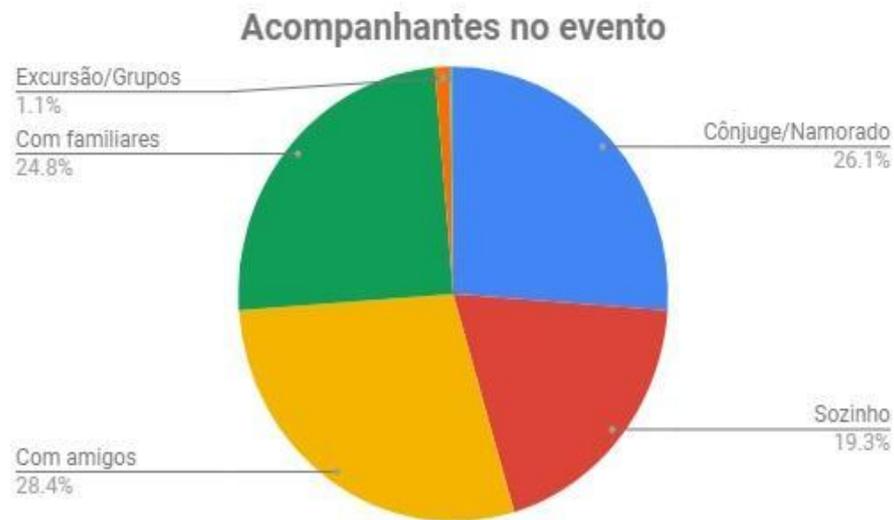


Fonte: Autora - PIVIC-1S (2018)

O gráfico retratado representa a forma como os entrevistados estavam acompanhados durante o evento. Desta forma, foi retratado que vieram com os amigos 28,44%, com cônjuge ou namorado 26,15%, com familiares 24,77%, sozinho 19,27%, em excursão ou com grupos 1,15% e 0,23% não responderam ou não sabem.

O gráfico 6 ilustra a imagem dos acompanhantes no evento.

Gráfico 6: Acompanhantes no evento.



Fonte: Autora - PIVIC-1S (2018)

As atrações turísticas de uma localidade fomentam o desenvolvimento da região. Os eventos são uma forma de atrair turistas além de aumentar a carga cultural que aquele lugar tem a oferecer. Os movimentos artísticos são boas estratégias de construção de potencial turístico. Na cidade de Ouro Preto, o Festival de Inverno atrai um grande número de público, o que foi evidenciado nas pesquisas e questionários realizados na edição do Festival em 2018.

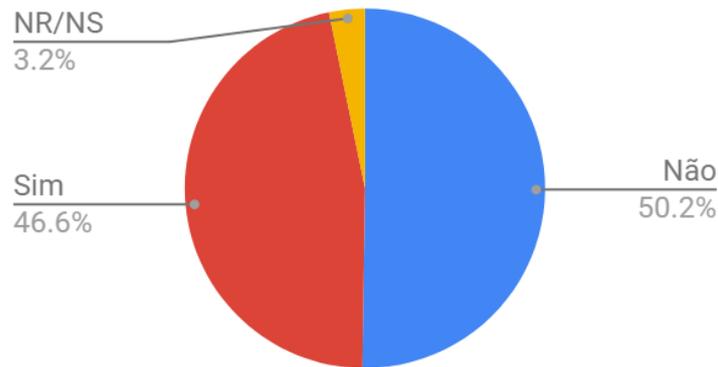
A celebração social em grupo pode constituir um momento de comemoração da própria comunidade, contribuindo para a construção da identidade local. Os festivais (...) podem também ter um papel importante em termos econômicos. Constituem momentos em que um vasto número de visitantes como bens e serviços no local e na região (SARMENTO, 2007, apud TURNER, 1982).

Foi possível observar que entre as pessoas que foram ao Festival de Inverno em 2018, sendo que 50,2% estavam na sua primeira participação no Festival, 46,6% já participaram do festival em anos anteriores. Enquanto 3,2% não responderam ou não soube responder, como mostra o gráfico a seguir.

O gráfico 7 ilustra a imagem de quem participou do festival em anos anteriores.

Gráfico 7: Participou do festival em anos anteriores.

Participou do Festival em anos anteriores



Fonte: Autora - PIVIC-1S (2018)

Sarmiento (2007), o festival oferece também várias atrações, como oficinas, shows, teatro, seminários, dentre outras, sendo uma forma de movimentar o turismo cultural e também disponibilizar aos próprios moradores da cidade este desenvolvimento cultural.

Os membros da comunidade local podem entender estes eventos como importantes momentos gerados pela própria comunidade local, constituindo uma reação à história e cultura locais e fazendo parte da construção social através do reforço de laços com a comunidade. (SARMENTO, 2007, p. 22).

As atividades do evento no ano de 2018 incluíram Seminários, Cinemas, Shows, Oficinas, Corredor Cultural, Circuito Gastronômico e Circuito Natureza. Tudo à disposição para os turistas e os moradores da cidade, sendo algumas atrações com valor simbólico e outras oferecidas gratuitamente.

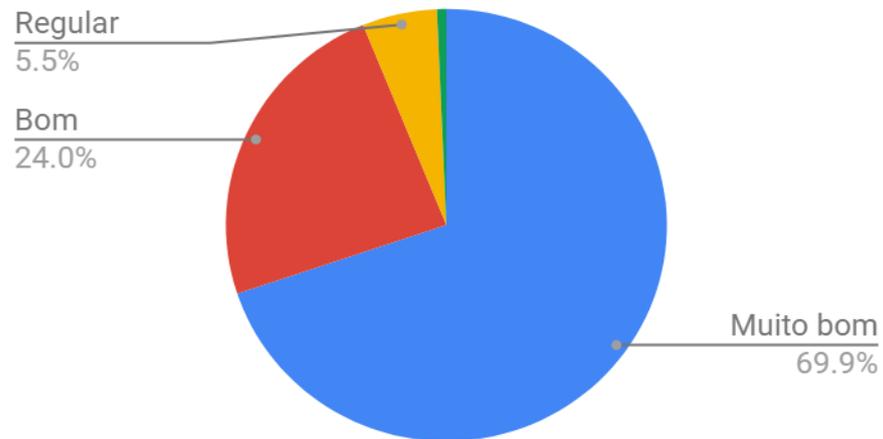
Para averiguar o interesse do público, parte da pesquisa visou subsídios a fim de alcançar novas melhorias para o Festival nos próximos anos. Dessa forma, as atrações foram divididas em cinco categorias: Muito bom; Bom; Regular; Ruim; Péssimo. Além também das opções Participou e Não participou.

O que mais teve participação do público foi o corredor cultural, realizado em um final de semana no bairro Antônio Dias e outro no bairro Rosário, sendo que 69,9% consideraram muito bom, 53,7% dos entrevistados estavam presentes, e 24% qualificaram como bom, sendo também o de maior aceitação do público.

O gráfico 8 ilustra a imagem da avaliação do corredor cultural.

Gráfico 8: Avaliação Corredor Cultural

Avaliação Corredor Cultural



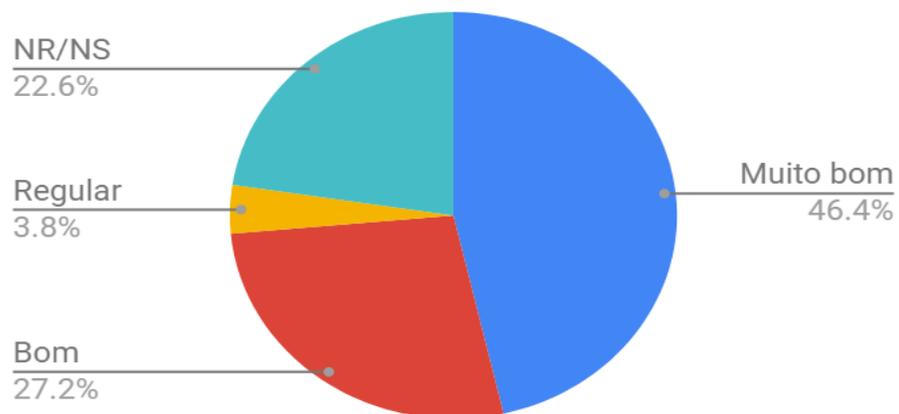
Fonte: Autora - PIVIC-1S (2018)

Após análise dos resultados, percebeu-se que o festival teve uma boa aceitação do público. Dos 437 questionários e entrevistas feitas, 46% tiveram como opinião que as atrações oferecidas no festival foram muito boas. E apenas 3,8% (16 pessoas) acharam o festival regular, e não tiveram nenhum votante nas opções ruim e péssimo.

O gráfico 9 ilustra a imagem da avaliação geral.

Gráfico 9: Avaliação Geral

Avaliação Geral



Fonte: Autora - PIVIC-1S (2018)

De acordo com Queirós (2014, p. IV):

Os festivais de música são um tipo de evento que proporciona aos seus participantes diversificados momentos de alegria, diversão e prazer, ou seja, novas experiências com significados emocionais. Estes eventos são

procurados pelas experiências e emoções que proporcionam aos seus participantes.

Com isso, foram-se levadas em questão as motivações que levaram os entrevistados a participarem do festival no ano de 2018. Dentre as opções Lazer, e entretenimento, Cultura, Estudo, e formação, Gastronomia e outros, a mais citada foi lazer e entretenimento, que aparece numa frequência de 55,05 % dos entrevistados.

O gráfico 10 ilustra a imagem da motivação da participação no festival.

Gráfico 10: Motivação da participação no festival.



Fonte: Autora - PIVIC-1S (2018)

A comunidade também foi destacada na pesquisa. E como avaliação dos resultados do evento para a comunidade ouro-pretana, os moradores entendem o Festival de Inverno como muito bom para a cidade, precisamente 51,91% dos moradores da cidade. E 32,06 % consideram como bom para a cidade e os moradores.

O gráfico 11 ilustra a imagem da avaliação dos resultados do Festival.

Gráfico 11: Avaliação dos resultados do Festival

Fonte: Autora - PIVIC-1S (2018)

Em relação a pernoites e meios de hospedagem dos turistas na cidade, a maioria dos questionários aplicados mostram que os turistas pretendem dormir na cidade apenas 1 ou 2 dias e o maior meio de hospedagem são os hotéis e pousadas, seguido de casa de amigos e parentes. As opções em relação às hospedagens foram: hotéis e pousadas; casa de amigos e parentes; albergues; repúblicas; outros e não se aplica.

O gráfico 12 ilustra a imagem da frequência em comparação com outros festivais.

Gráfico 12: Frequência em comparação com outros festivais

Fonte: Autora - PIVIC-1S (2018)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os eventos em destinos turísticos, de forma geral, visam agregar uma experiência aos visitantes que buscam atividades complementares às atrações que o mesmo apresenta. Ou seja, para além daquelas atividades de visitação comumente apresentadas nestes destinos, os eventos trazem outras atrações, por meio de atividades diversas, que agregam à experiência do visitante, até mesmo podendo ser a principal atratividade dentro daquele período específico em que o evento ocorre.

Dada à história e a tradição do Festival de Inverno de Ouro Preto e Mariana – Fórum das Artes, este evento já se tornou fixo no calendário da cidade de Ouro Preto, atraindo grande número de visitantes e também mobilizando os moradores e o comércio local. Trata-se, de acordo com entendimentos conceituais de um evento significativo para ser pesquisado, buscando compreender o perfil do seu público, a satisfação e a motivação para a sua participação. Assim, os dados coletados neste trabalho de pesquisa deram subsídio a análises em relação a esses fatores.

Sendo assim, pode-se observar que as pesquisas realizadas pela prefeitura em relação ao fluxo de visitantes na cidade, tanto pela procedência dos mesmos, doméstico e internacional, quanto pelo gênero, renda, escolaridade, permanência e gasto médio na cidade. Isso denota que, apesar de ser um evento atrativo para a movimentação de fluxo de turistas, neste ano chegando a ter uma média de 81% de taxa de ocupação nos meios de hospedagem da cidade (SETIC/OP, 2018), o público que a cidade recebe é similar ao público durante os outros meses do ano. A grande diferença é a quantidade de pessoas que o Festival traz para a cidade durante três semanas ininterruptas de evento, fazendo com que este seja o principal evento turístico do município de Ouro Preto, com grande movimentação econômica local.

A satisfação dos visitantes e da comunidade local também foi verificada e sugere que é um evento bem aceito por ambos, trazendo atividades que satisfazem, de modo geral, esses públicos específicos. A diversidade de ações é um elemento que demonstra a riqueza cultural ofertada pelo evento, agregando valor à atividade turística já enraizada neste destino, fazendo com que seus visitantes tenham uma experiência satisfatória e culturalmente enriquecedora nesta cidade.

Pode-se observar neste trabalho de conclusão de curso que os objetivos específicos foram alcançados quando se apresentou a contextualização histórica e definição de eventos; se abordou sobre festivais; se esclareceu sobre a história dos festivais, principalmente o Festival de Inverno de Ouro Preto de 2018; se abordou sobre a epistemologia do Festival de Inverno Ouro Preto que são os dados da pesquisa descrevendo a importância do festival de inverno.

A importância que este tema trouxe para a minha formação de turismóloga se refere ao aprendizado e compartilhamento de informações sobre o tema do turismo de eventos.

Análise sobre a apresentação desse tema foi a dificuldade encontrada em acessar algumas pessoas para aplicação completa do questionário, sendo bacana essa aplicação em pontos da cidade, para poder ter acesso as pessoas da cidade, no caso os moradores e os turistas.

Esse tema não se extingue nesta pesquisa, ele pode ser ampliado direcionando-se a pesquisa para delimitar quais pontos foram mais marcantes nos eventos de inverno e no festival. As possibilidades de estudos futuros encontram-se inseridas em ter novos festivais de inverno em outras cidades que possam aumentar o turismo de eventos.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Soraya Sousa de. **Turismo de eventos, a importância dos eventos para o Desenvolvimento do Turismo**. Universidade de Brasília. Brasília, maio de 2014.
- ALLEN, J.; O'TOOLE, W.; MCDONNELL, I.; HARRIS, R. **Organização e Gestão de Eventos**. 3 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.
- ANHOLT, S. **Competitive Identity, The New Brand Management for Nations, Cities and Regions**. Palgrave Macmillan, Basingstoke, 2007.
- BAHL, M. **Eventos: importância para o turismo do terceiro milênio**. São Paulo, SP: Roca. 2003.
- BARBOSA, F. S. (2013). Planejamento estratégico para eventos: um estudo de caso das estratégias de marketing utilizadas pela Oktoberfest de Santa Cruz do Sul/RS. **Revista de Cultura e Turismo -CULTUR**, v.7, n.1, p. 87-104.
- BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2004.
- BRASIL. **Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação**. Turismo Cultural: orientações básicas. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.
- BRASIL CONVENTION & VISITORS BUREAU. **Dimensionamento Rede Brasileira CVBx:** ano 2006. Disponível em: <http://www.cbcbv.org.br/docs/downloads/fbcbv_cvbx.pdf> Acesso em: nov.2021.
- BRITTO, Janaina; FONTES, Nena, **Estratégias para Eventos**. São Paulo: Editora Aleph, 2002.
- CARNEIRO, L. 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.
- CANTON, A. M. Events. in ANSARAH, M G. R (Org). **Turismo: Como aprender, como ensina**. 2.ed. São Paulo: Senac, 2001.
- CANTON, MARISA. **Eventos da proposta ao planejamento, turismo em análise**. São Paulo, 1997.
- CARVALHO, C. L. **Breves histórias do turismo brasileiro**. In L. G. G. Trigo; A. Panosso Netto, M. A. Carvalho, & P. S. Santos (Eds.), *Análises regionais e globais do turismo brasileiro*. São Paulo, SP: Roca. 2005.

CONNEL, J., PAGE, S. J., MEYER, D. **Visitor attractions and events: responding to seasonality.** *Tourism Management*, 46, 283-298. 2015.

CRUZ, AIRTON. SANTOS, FERNANDO. GHIRALDELLO, LUCIANE. **Revista do curso de administração.** Puc Minas: Ed.2014. Artigo 01.

DRAGIN-JENSEN, C. **Mutual image impacts of events and host destinations: what we know from prior research,** Department of Environmental and Business Economics Faculty of Business and Social Sciences, 122, 1-29. 2016.

EMBRATUR - INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO; FGV - FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Pesquisa do impacto econômico dos eventos internacionais realizados no Brasil – 2007/2008.** Brasília: EMBRATUR/FGV, 2009.

EDGEELL, D. L. **International sustainable tourism policy.** *The Brown Journal of World Affairs*, v. 22, n. 1, p. 25-36, 2015.

FERNANDES, A. C. B. **Além do Gramado: a influência de um megaevento na imagem de uma cidade sede.** Porto Alegre, 2009. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/22323/000739600.pdf?sequence=0>>. Acesso em: nov.2021.

FLORIDA, R. **A ascensão da classe criativa.** Porto Alegre: L&PM, 2011.

GELDERS, D.; ZUILEN, B. V. **City Events: Short and serial reproduction effects on the city's image?,** *Corporate Communications: An International Journal* v. 18, n. 01, 2012.

GETZ, D. **Event studies: theory, research and policy for planned events.** Oxford: Elsevier. 2007.

GETZ, D. **Event tourism: definition, evolution, and research.** *Tourism Management*, 29, 403-428. 2008.

GETZ, D. **Event studies: theory, research and policy for planned events (2ª ed.).** London: Routledge. 2012a

GETZ, D. **Event studies: discourses and future directions.** *Event Management*, 16(2), 171-187. 2012b.

GRAMMONT, A. M. **Ouro Preto: problemas de um patrimônio histórico no início do século XXI.** *Turismo-Visão e Ação*, v. 8, n. 3, p. 455-467, 2006.

HALL, P. **Creative cities and economic development.** *Urban Studies*, v. 37, n. 4, p. 639–649, 2000.

KAMINSKI, Leon Frederico. **Por entre a neblina: o festival de inverno de Ouro Preto (1967-1979) e a experiência histórica dos anos setenta.** 2012. 258 f. Monografia (Especialização) - Curso de História, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2012.

KASSENS, E. **Planning Olympic legacies**: Transport dreams and urban realities. Oxon: Routledge, 2012.

KIM, H. J., GURSOY, D. LEE, S. B. **The impact of the 2002 World Cup on South Korea**: comparisons of pre-and post-Games. *Tourism Management*, 27(1), 86-96. 2006.

KIM, W., JUN, H. M., WALKER, M., DRANE, D. **Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events**: Scale development and validation. *Tourism Management*, 48, 21-32. 2015.

LANDRY, C.; BIANCHINI, F. **The Creative City**. London: Demos, 1995.

LEE, C., LEE, Y. LEE, B. **Korea's destination image formed by the 2002 World Cup**. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 839–858. 2005a.

MA, L., LEW, A. A. Historical and geographical context in festival tourism development. *Journal of Heritage Tourism*, 7(1), 13-31. 2012.

MALFAS, M. et al. **Impacts of the Olympic Games as mega-events**. Proceedings of Institution of Civil Engineers, v. 3, p. 209-220, 2004.

MALHADO, A. C. M. **The real costs of tourism to climate change – An analysis in the carbon dioxide emissions from hospitality and transport sectors**. Master Thesis. Freising: Technische Universität München, 2010.

MARUJO, Noémi. O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região, **Revista DELOS**: Desarrollo Local Sostenible, n. 23 (junio 2015). Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/delos/23/turismo.html>>. Acesso em: ago.2021.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos**. 2. ed. Barueri: Manole, 2000.

MATIAS, M. **Organização de eventos**: procedimentos e técnicas. 6 ed. Barueri, SP: Manole. 2013.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Embratur**. (2003). Institucional. Brasília, DF: Autor. Disponível em: <<https://bit.ly/1fR8tQF.com>> Acesso em: nov.2021.

MOYLE, B., CROY, G., WEITER, B. Tourism interaction on islands: the community and visitor social exchange. *Tourism and Hospitality Research*, 4(2), 96-107. 2010.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Tourism Highlights 2011 Editions**. Madrid: World Tourism Organization, 2011.

PETROCCHI, M. **Turismo**: planejamento e gestão. 3. ed. São Paulo: Futura, 2001.

PIRES, P. S. A paisagem litorânea como recurso turístico. In: YÁZIGI, E.; CARLOS,

A.F.A.; CRUZ, R.C.A. (Eds.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, p. 161-177, 2002.

QUEIRÓS, Ana Filipa da Silva. **A experiência nos festivais de música**. Universidade de Aveiro, 2014.

REIS, A.M. da S.; BOMFIM, N.R. Representações Sociais da Comunidade sobre o Festival de Inverno de Ouro Preto, Minas Gerais (Brasil) a partir da Evocação Livre de Palavras. **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 5, n. 1, p. 252-274, 2012. Disponível em: <<https://www.revistaturismo&sociedade.com>> Acesso em: ago.2021.

REIS, A. C. F.; URANI, A. **Cidades criativas – perspectivas brasileiras**. In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA, P. (Orgs.). **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 30-37. Disponível em: https://garimpodesolucoes.com.br/wpcontent/uploads/2014/09/Livro_Cidades_Criativas_Perspectivas_v1.pdf. Acesso em: 15 abr. 2021.

REIS, A. C. F. **Cidades Criativas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2012.

REIS, A.M. da S.; BOMFIM, N.R. Representações Sociais da Comunidade sobre o Festival de Inverno de Ouro Preto, Minas Gerais (Brasil) a partir da Evocação Livre de Palavras. **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 5, n. 1, p. 252-274, 2012.

REIS, Aryella Mascarenhas, BOMFIM, Natanael Reis. Representações Sociais da Comunidade sobre o Festival de Inverno de Ouro Preto, Minas Gerais (Brasil) a partir da Evocação Livre de Palavras. **Turismo e Sociedade**. Curitiba, v. 5, n.1, p. 252-274, abril de 2012.

ROCHE, M. **Mega-events and urban policy**. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 1-19. 1994.

RODRIGUES, R. P.; PINTO, L. M. M.; TERRA, R.; DACOSTA, L. P. (Orgs.). **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília, 2008. Disponível em: <<http://www.confef.org.br/arquivos/legados/Livro.Legados.de.Megaeventos.pdf>>. Acesso em: nov.2021.

SANDOVAL, C. G.; ARRUDA, J. S.; SANTOS, N. C. **Ouro Preto: Impactos da atividade turística em uma cidade tombada**. *Itinerarium*, v. 2, 2009.

SANDOVAL, Carolina da Graça; ARRUDA, Jéssica Silva; SANTOS, Nathália Cabral. **Ouro Preto Impactos da atividade turística em uma cidade tombada**. *Itinerarium*, Rio de Janeiro, v. 2, p.1-25, 2009. Disponível em: <http://www.seer.unirio.br/index.php/itinerarium/issue/view/41> Acesso em 22 janeiro 2009.

SARMENTO, João. **Festivais de Música de verão: Artes performativas, turismo e território**. Universidade do Minho. 2017.

SENAC. Serviço de Aprendizagem Comercial. **Informações sobre a história e evolução dos eventos, turismo e festivais no Brasil**. 2020. Disponível em: <<https://www.senac.com>> Acesso em: dez.2021.

SOUZA, G., NOVAES, M. **Turismo de negócios e eventos**: uma abordagem sobre a atuação dos Conventions & Visitors Bureaux de Santa Catarina. Balneário Camboriú, SC: Univali. 2011.

STOKES, R. **Tourism strategy making**: insights to the events tourism domain. *Tourism Management*, 29(2), 252-262. 2008.

SANDOVAL, Carolina da Graça; ARRUDA, Jéssica Silva; SANTOS, Nathália Cabral. Ouro Preto Impactos da atividade turística em uma cidade tombada. **Revista Itinerarium**, Rio de Janeiro, v. 2, p.1-25, 2009. Disponível em: <http://www.seer.unirio.br/index.php/itinerarium/issue/view/41> Acesso em: 22 janeiro 2009.

SARMENTO, João. **Festivais de Música de verão**: Artes performativas, turismo e território. Universidade do Minho. 2017.

STOCK, L. T. **Logística Integrada em Eventos**: um estudo de caso do Festival de Dança de Joinville/SC. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria). Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2009.

TURNER, V. Introduction in Turner, V. (ed), *Celebration; Studies in festivity and ritual*. **Smithsonian Institution Press**; Washington. 1982.

TINEO, Daniela; TOMAZZONI, Edegar Luis. O Festival Santos Café e a Revitalização do Centro Histórico. **Turismo e Eventos**, [S. l.], n. 64, p. 1-17, 16 dez. 2016. Disponível em: <<https://www.revistaturismoeeventos.com>> Acesso em: ago.2021.

TUM, J.; NORTON, P.; WRIGHT, J. N. **Management of Event Operations**. In: *Tourism Management*. v. 28. Elsevier Heinemann, New York, 2007. p. 937-938.

UNESCO. **Patrimônio Mundial**. 2009. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/pt/brasil>>. Acesso em: set.2021.

WHITFORD, M. **A framework for the development of event public policy: facilitating regional development**. *Tourism Management*, 30, 674-682. 2011.

WU, S.-T.; CHEN, Y.-S. **The social, economic, and environmental impacts of casino gambling on the residents of Macau and Singapore**. *Tourism Management*, v. 48, p. 285-298, 2015.

VIEIRA, Josy; ARDIGO, Carlos Marcelo; BEHLING, Hans Peder. Impactos da Volvo Ocean Race - Itajaí Stopover: análise pós-evento da percepção dos residentes da cidade de Itajaí (SC). **Rev. Bras. Pesq. Tur.**, São Paulo , v. 12, n. 3, p. 172-196, dez. 2018 . Disponível em

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S198261252018000300172&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: jan.2022.

ANEXOS

1. Cidade: _____

2. Estado: _____ 3. País: _____

4. Gênero: () Fem. () Masc.

5. Escolaridade:

- () Fund. Incompleto () Sup. Incompleto
 () Fund. Completo () Sup. Completo
 () Médio Incompleto () Pós Incompleto
 () Médio Completo () Pós Completa

6. Acompanhantes no evento:

- () Sozinho () Com familiares
 () Cônjuge/Namorado () Com Amigos
 () Excursão /Grupos () Outros

7. Indique seu gasto TOTAL na cidade durante o festival: _____

8. Quantas pessoas estão incluídas nesses gastos, incluindo você? _____

9. Como você conheceu o Festival de Inverno?

- () Internet () Rádio
 () Dicas de amigos/parentes () Outdoor/folders
 () Posto de Informação () TV
 () Não lembro/já conhecia () Educação
 () Outro: _____

10. O que você usou para planejar sua participação?

(Possível marcar mais de uma opção)

- () Agencia de viagem () Dicas de amigos/parentes
 () Consulta à Internet () Outro: _____
 () Consulta a guias de informação turística.

11. Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao evento?

- () A pé () Ônibus convencional
 () Táxi () Excursão
 () Carro/moto () NR () Outro: _____

12. Você já participou do Festival em anos anteriores?

- () Sim () Não

13. avalie	MB	B	Regul ar	Ruim	Péss imo	Não Particip ou	NR
Oficinas							
Shows praça da ufop							
Shows praça tiradentes							
Teatro							
Cinema							
Seminários							
Bar do festival							
Corredor cultural							
Circuito gastronômico							
Circuito natureza							
Avaliação geral							

14. O que mais gostou no evento?

15. O que menos gostou no evento?

17. Traduza em uma palavra sua experiência no Festival de Inverno:

18. Você pretende participar de uma próxima edição do Festival nesta cidade?

- () Sim
 () Não. Porque? _____

19. Motivação. O que te motivou a participar do Festival?

- () Lazer/Entretenimento () Cultura
 () Estudos /Formação () Gastronomia
 () Outro: _____

APENAS PARA MORADORES

20. Qual a sua avaliação geral dos resultados do evento para a comunidade?

- () Muito Bom () Bom () Regular
 () Ruim () Péssimo () NR/NS

APENAS PARA TURISTAS

21. Quantos pernoites você pretende dormir na cidade: _____

22. Qual foi o meio de hospedagem utilizado durante a viagem?

- () Hotel/Pousada () Casa de amigos/parentes
 () República () Casa Alugada
 () Casa própria () Excursionista
 () Albergue/Hostel () Outros _____

23. Você pretende visitar algum atrativo turístico fora da programação do Festival?

- () Sim () Não

23.1 Se sim, qual (is)?