

## **Estratégias de Comunicação e Marketing em Eventos de Grande Porte: o caso do Mossoró cidade junina – RN, Brasil**

**Ramona Rafaela da Silva Sá<sup>1</sup>**  
**Lissa Valéria Fernandes Ferreira<sup>2</sup>**  
**Aline Mayara Marinho Xavier da Silva<sup>3</sup>**

### **Resumo**

O evento é um acontecimento que está em grande destaque no mercado turístico, esta atividade tem proporcionado reconhecimento aos lugares que a realiza, é considerada uma das atividades do segmento turístico com crescimento constante, o turismo de eventos tem se consolidado conforme o passar dos anos. O evento consiste em explorar características socioculturais e históricas dos lugares preservando suas identidades, este tipo de atividade ocasiona uma imagem positiva que se estabiliza como uma marca. Com base nisso, este artigo buscou conhecer a dimensão do turismo de eventos, a utilização desse serviço como ferramenta de marketing turístico de uma localidade e a atuação direta do marketing em serviços de eventos de grande porte, assim como compreender sua importância na captação e alcance do público para essa tipologia de eventos, com estudo no evento Mossoró Cidade Junina. O objetivo dessa pesquisa é identificar a forma com que é captado o público de um grande evento, como o Mossoró Cidade Junina. A partir desse contexto buscou-se entender a seguinte problemática: Quais as estratégias de comunicação e marketing utilizadas pelo Mossoró Cidade Junina? Desta forma a metodologia dessa pesquisa é caracterizada como um estudo de caso de caráter descritivo exploratório de abordagem qualitativa, com a coleta de dados feita por meio de entrevista com colaboradores e responsáveis pelo marketing do Mossoró Cidade Junina. Esse estudo mostra a importância da utilização de ferramentas efetivas em marketing, e estratégias fortes, para a captação de público em evento de grande porte. Percebe-se também a necessidade de um plano de marketing que estabeleça o planejamento adequado da promoção e divulgação do evento. Portanto nota-se a importância do marketing para o turismo de eventos, visto isso constata-se também a importância do meio digital como ferramenta de divulgação que proporciona uma comunicação direta com o público alvo, ocasionando ao destino competitividade e posicionamento estratégico no mercado.

**Palavras Chave:** Estratégias; Comunicação; Marketing; Eventos; Mossoró.

---

<sup>1</sup> Graduada em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte-UFRN  
E-mail- ramonarafealass@hotmail.com

<sup>2</sup> Mestrado em Comunicação e Estratégia Política pela Universidade Autônoma de Barcelona. Doutorado em Administração de Empresas pela Universidade de Barcelona. Atualmente é professor do departamento de Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte-UFRN, sendo também membro permanente do programa de Pós-Graduação em Turismo –PPGTUR/UFRN.  
E-mail- lissaferrera.iadb@yahoo.es  
Link do currículo- <http://lattes.cnpq.br/8015374156967844>

<sup>3</sup> Mestranda em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Natal/ RN,  
E-mail: alinemayaramarinho@hotmail.com  
Link currículo- <http://lattes.cnpq.br/8595541750349845>