

## **A contribuição dos eventos culturais para a promoção turística de Teresina-Piauí**

**Ângela Araújo Gomes<sup>1</sup>**

**Aline Gisele Azevedo Lima<sup>2</sup>**

**Denisiane Tavares Santos<sup>3</sup>**

**Roberta Celestino Ferreira<sup>4</sup>**

### **Resumo**

Os eventos culturais fortalecem o Turismo de Eventos nos destinos turísticos, reduzem a sazonalidade, fortalecem a cultura local, associam a cultura com a imagem do destino, geram empregos e renda, promovem e divulgam os destinos que sediam os eventos. Assim, o presente trabalho pretende analisar de que forma os eventos culturais realizados em Teresina contribuem para a promoção turística da capital Piauiense. Através de um levantamento bibliográfico e entrevistas semi-estruturadas com órgãos culturais do Estado e do Município. Teresina possui um calendário anual de eventos diversificados, porém com uma divulgação mínima para outros estados. É necessário elaborar um Plano de Marketing dos maiores eventos, com o intuito de promover a cidade e captar turistas e assim possam contribuir para a promoção turística de Teresina.

**Palavras-chave:** Eventos culturais. Promoção turística. Teresina

### **1. INTRODUÇÃO**

O Turismo de Eventos tem se consolidado cada vez mais no mercado turístico, buscando proporcionar o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos, através da promoção turística, da movimentação de diversos setores da economia, além da valorização da cultura local.

Além disso, este segmento vem diminuindo reduzindo sazonalidade, pois pode ser trabalhado em qualquer destino turístico em qualquer época do ano independentemente dos atrativos naturais e das condições climáticas.

---

<sup>1</sup> Especialista em Gestão de Recursos Humanos pela Universidade de Salvador. Graduada em Turismo pela UFRN.

<sup>2</sup> Mestre em Engenharia da Produção pela UFRN. Graduada em Turismo pela UFRN.

<sup>3</sup> Graduada em Turismo pela Faculdade Piauiense

<sup>4</sup> Mestranda em Desenvolvimento e Meio Ambiente pela UFPI. Graduada em Turismo pela Faculdade Piauiense.

Um dos principais produtos do Turismo de Eventos são os eventos culturais que desencadeiam uma série de benefícios junto ao destino receptor sediante. São festas, festivais ou comemorações que valorizam e muitas vezes até revivem hábitos e costumes das tradições de um povo e proporcionam ao turista interagir com a comunidade que visita. A realização de eventos culturais aumentam a atratividade de um lugar, constituindo em instrumentos e estratégia de marketing na promoção e divulgação de um produto, serviço e principalmente de um destino turístico.

Realizar eventos que buscam celebrar a cultura, a tradição de um povo, é uma tendência mundial, pois segundo Yeoman (2006) “os eventos promovem destinos, atraem novos turistas e podem ser atrelados a uma nova prosperidade econômica e de desenvolvimento social e cultural.” É inegável o crescimento do deslocamento de pessoas em busca do lazer, do conhecimento de novas culturas, provocando uma crescente competitividade entre os destinos no mundo.

Baseando-se nessa tendência mundial, este trabalho pretende analisar de que forma os eventos culturais realizados em Teresina contribuem para a promoção turística da capital Piauiense. Para isso, é necessário identificar os eventos culturais realizados em Teresina durante o ano de 2008 organizados pelos Órgãos de Cultura do Estado, a Fundação Cultural do Piauí, e Órgão Municipal, a Fundação Cultural Monsenhor Chaves, e verificar a relação dos eventos culturais com a promoção da atividade turística em Teresina.

O trabalho teve como contribuição de teóricos que discutem eventos, cultura e promoção turística como: Aitken (2002), Britto (2002), Getz (1997), Yeoman (2006), McCabe(2000), Meireles (1999), Neto (1999). Para identificar quais os eventos culturais realizados em Teresina no ano de 2008 e verificar as relações destes eventos com a atividade turística, foram realizados entrevistas semi-estruturadas com representantes dos órgãos acima mencionados.

Atualmente, a atividade turística em Teresina vem alcançando um desenvolvimento econômico local. Devido algumas características peculiares como a única capital do Nordeste a não possuir litoral, mas é banhada por dois rios, além de seus mais 20 parques ambientais.

Teresina é uma cidade bem arborizada, praças espaçosas, casarões neoclássicos, palácios greco-romanos, igrejas do século XIX, construções antigas e ruas estreitas, que contrastam com largas avenidas e modernos edifícios. Possui uma programação social diária bem diversificada com shows musicais, exposições de arte, lançamentos de livros,

restaurantes temáticos, casas noturnas, museus, peças de teatro, cinema, feiras e muitas outras opções culturais.

Além disso, possui um dos maiores e mais modernos centros de saúde da região Nordeste. A economia se baseia nos setores da indústria têxtil e de confecções, construção civil e setor de serviços.

Em Teresina podem ser trabalhados diversos segmentos como turismo de negócios, turismo de eventos, turismo de saúde, turismo cultural, o turismo gastronômico. Buscando cada vez mais vem oportunizar inúmeras possibilidades para o desenvolvimento do Turismo.

Assim, espera-se que este estudo aponte a realização de eventos culturais como uma possibilidade para incremento e promoção da atividade turística na capital do Piauí.

## **2. Eventos culturais como ferramenta para a promoção turística de Teresina**

Os eventos fazem parte do cotidiano do ser humano, através da busca incessantemente de interação entre os pares, ou como instrumento para atingir a sociabilidade. Os eventos são comemorações, que celebram momentos importantes na vida do ser humano, seja pessoal, familiar, acadêmico, profissional, social ou religioso. Além disso, os eventos despertam emoções, sensações, oportunizam-nos conhecimento, informações, redes de relacionamentos e contribuem para ampliar e aprimorar o comportamento humano, pensamentos e atitudes. Para Getz (1997, p. 28), os eventos são “celebração ou apresentação de algum tema para o qual o público é convidado durante um tempo limitado, anualmente ou menos freqüentemente”.

Para Neto (1999) afirma que “evento é uma promessa de entretenimento e lazer, uma expectativa de sucesso e uma certeza de vivências emotivas”. O público, ao participar de um evento, busca distração, sucesso, emoção, beleza e novidade.

Os eventos são não apenas, para o ser individualmente, mas para toda a sociedade, países, cidades, regiões, empresas e organizações em geral, onde tornam-se elementos de transformação social, de educação e de lazer. São fatores de desenvolvimento econômico, de revitalização das indústrias do turismo e da cultura, constituindo-se em ferramentas e estratégia de marketing na promoção e divulgação de um produto, serviço e inclusive de uma localidade turística. Oportunizam viagens e motivam o consumo de determinadas localidades, usufruindo seus bens e serviços e dessa forma promovendo também um melhor aproveitamento do produto turístico. Segundo Meireles (1999, p. 21) evento é:

[...] um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, idéias e pessoas por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia.

Os eventos apresentam grande potencial para o ressurgimento econômico, a construção da comunidade e do desenvolvimento cultural, enquanto fortalecedores e mantenedores únicos da marca do destino AITKEN (2002). Em muitos casos, aumentam a permanência de visitantes em um destino prolongando as estações turísticas (GETZ, 1997). Os eventos que têm a participação de visitantes/turistas provocam um impacto positivo através da troca cultural e da construção de novos relacionamentos pessoais e de negócios (MCCABE, 2000).

Para Britto (2002) “são todas as manifestações culturais regionais e folclóricas nacionais ou internacionais, abordando lendas, tradições, costumes típicos, hábitos e tendências para conhecimento geral ou promocional.” São festivais de dança, teatro, música, cinema, shows artísticos, corais, exposição de artes, mostras, apresentações folclóricas, bandas, orquestras feiras, concursos, congressos, encontros, espetáculos, festas populares e muito mais envolvendo todos os aspectos culturais de uma sociedade.

A realização de eventos culturais em destinos turísticos fortalece do segmento do Turismo de Eventos, promove uma relação entre os turistas e a comunidade local, associando uma imagem cultural do destino, a conscientização e valorização da cultura local, a geração de emprego e renda e principalmente a oportunidade de divulgar e promover o destino turístico potencializando suas riquezas e diversidades culturais.

A celebração de eventos culturais aumenta a atratividade de um lugar e captam mais turistas. Os turistas interagem e vivenciam a história e a cultura da comunidade, se envolvendo nas manifestações culturais e absorvem informações e experiências de forma natural. Para a população local os eventos tornam-se uma alternativa de lazer, possibilitam e incentivam a troca cultural entre comunidades e sua integração, contribui para aumentar a estima da população, que passa a enxergar o patrimônio cultural como parte de sua riqueza. Além dos benefícios já relacionados, aumentam a quantidade de divisas que ingressa na localidade e, conseqüentemente, os tributos, a geração de empregos diretos e indiretos.

Os eventos culturais ressaltam os aspectos de determinada cultura, objetivando sua divulgação e reconhecimento, com fins normalmente promocionais, a exemplos das feiras de artesanatos, festivais de gastronomia regional, dança folclórica, música regional, entre outros. Representando como uma importante ferramenta para divulgação de qualquer destino turístico.

Para que um destino se mantenha competitivo no mercado turístico, deve-se trabalhar o que o diferencia dos outros destinos turísticos similares, e são através das inúmeras manifestações populares, artesanato ou gastronomia, e realização de eventos culturais que fazem essa diferenciação e manutenção no mercado turístico.

Divulgar um destino turístico significa trabalhar de uma forma bem complexa, pois considerando que o produto turístico apresenta características singulares que o diferencia totalmente dos demais produtos e de outros serviços. Uma vez que, o produto turístico é intangível, não pode ser estocado e não pode ser transportado até o consumidor, há então a necessidade da presença da clientela no local da produção. Sendo assim, o consumidor é que tem de ser atraído para o produto turístico.

[...] dentro do enfoque de que o marketing é um conceito voltado para o consumidor, os componentes do produto turístico devem ser examinados sob o ponto de vista dele. Para o turista, o produto engloba a experiência completa, desde o momento que sai de casa para viajar, até o retorno. (RUSCHMANN, 1990, p. 26)

Para promover destinos turísticos, é necessário utilizar-se de ferramentas e técnicas de promoção que respondam a expectativa de satisfação das motivações turísticas e proporcionem retorno que evidenciem novas condições do próprio mercado. Outros meios importantes de divulgação passam a ser essenciais como, por exemplo, a realização de eventos principalmente os culturais, pois nestes, além da distribuição de material promocional são inseridos a apresentação de grupos folclóricos, servidos pratos típicos. Existe ainda a valorização e o enfoque no patrimônio cultural e histórico que aparecem como instrumento e meio de comunicação, atuando como estratégia de promoção e marketing, tornando-se um dos meios mais viáveis e de grande sucesso em comunicação.

O evento está sendo utilizado, como um dos instrumentos mais viáveis e de maior sucesso em comunicação. A implantação das atuais e sofisticadas técnicas de promoção e comercialização garantem a divulgação e o implemento de novas tecnologias turísticas. (BRITO; FONTES, 2002.)

Os eventos culturais podem ser formatados para contribuir com a atratividade de um destino, para criar uma ambiência, serviços e entretenimento dinâmicos.

É evidente que as organizações anfitriãs de eventos e festivais não podem entregar programas atrativos sem reconhecer o contato em que ocorrem. Os organizadores precisam estar conscientes da importância dos ambientes político, ambiental, tecnológico, econômico e comunitário. (YEOMAN;ROBERTSON; DRUMMOND, 2006. p. 40)

Cada destino turístico deve conter um calendário anual de eventos, pois é o canal de informação que expressa fatos e costumes diferenciados, difundindo um conhecimento mais profundo de valores, ao passo em que valoriza os atrativos. No calendário de eventos, são registradas as programações dentro da cidade pelo período de um ano, que se caracteriza pela promoção, divulgação e comercialização desta localidade ou parte de seus atrativos.

Em Teresina-PI, o calendário anual de eventos é bem diversificada. São realizados ao longo do ano, congressos, seminários, encontros, simpósios, competições, campeonatos, salões, mostras, exposições, festejos, feiras e festivais. Os temas são de produtos, criadores, empresários, lojistas e áreas da saúde, moda, esporte, religião, humor, arte e cultura.

No calendário de eventos culturais de Teresina, destacam-se especialmente os eventos promovidos pela Fundação Cultural do Estado – FUNDAC e pela Fundação Cultural Monsenhor Chaves, Órgão Municipal da referida capital.

A Fundação Cultural Monsenhor Chaves, apresenta um calendário fixo com eventos que acontecem de janeiro a dezembro em datas programadas e que atendem as mais diversas manifestações culturais. Eventos como: comemorações ao Dia de Reis, festas carnavalescas, eventos musicais, exposições de fotografias, festival de música Chapada do Corisco, Encontro de Bois, salão de Artes Plásticas, encontro de corais, mostra de teatros de bonecos.

A FUNDAC, não possui um calendário tão fixo quanto ao da Fundação Cultural Monsenhor Chaves, pois as realizações dos eventos variam de acordo com os recursos disponíveis. Entretanto, há eventos que independente desta situação acontecem anualmente, alguns deles porque são projetos contínuos e já se consolidaram dentre as atividades culturais promovidos pela FUNDAC como o Projeto Boca da Noite. O Projeto Popular 1,99 acontece mensalmente; o Cinema para Todos, que acontece diariamente no Clube dos Diários e outros que expressam as manifestações mais intensas dentro da cultura popular. É importante

destacar a realização do Encontro Nacional de Folguedos. Contudo, estes eventos acabam sendo destaques na agenda do órgão estadual de promoção cultural.

O Encontro Nacional de Folguedos na sua trigésima terceira edição no ano de 2009, tem se revelado, com o passar dos anos, num evento cultural de maior destaque em Teresina e em todo o estado do Piauí.

O órgão promotor do Encontro de Folguedos desenvolve, a cada ano, ações prévias de informação ao público das principais atrações que serão mostradas no evento, utilizando-se de instrumentos de mídia de maior abrangência. A cada edição, o evento tem obtido um reconhecimento do público e de crítica, seja dos residentes locais, seja daqueles de origem interestadual que aqui aportam para apresentar a expressão cultural de seu povo, através do folclore, danças típicas, culinária e artesanato, além como uma oportunidade de instalação de pequenos negócios temporários, que se ampliam e se diversificam a cada ano, favorecendo, portanto, a um bom número de pessoas, a complementação de sua renda, quer individual, quer familiar.

Essa performance positiva tem sido delineada em função de situações diferenciadas, dentre as quais o local onde se realiza o evento, o nível da organização, a colorida decoração, as atrações culturais (shows, quadrilhas, bumba-meu-boi, bandas musicais), bebidas e comidas típicas, acrescidas, ainda, da alegria dos participantes. Constituem-se, assim, para o teresinense/piauiense numa referência singular de aproximação não só com a cultura popular local, mas também em referência à regional e à nacional. (Carta CEPRO, 2007).

Atualmente e nas edições anteriores, a divulgação do Encontro Nacional de Folguedos é mídia de porte nacional, com matérias exclusivas e na participação de programas nacionais com chamadas ao vivo. Além das matérias em nível estadual tanto na mídia impressa quanto televisiva e a internet, divulgando o evento através de portais e de matérias exclusivas.

O Encontro Nacional de Folguedos tem a duração de 10 dias, acontece no mês de Junho, é gratuito, de fácil acesso, com a participação de 300 mil visitantes de todas as faixas etárias e classes sociais. De acordo com a organização do evento, dos 300 mil participantes, cerca de 6 mil participantes, ou seja 24% são representantes de grupos folclóricos da região Nordeste e São Paulo.

Com relação à Fundação Cultural Monsenhor Chaves, segundo o Departamento de Comunicação da referida Fundação, os eventos culturais que são promovidos tem um enfoque promocional tipicamente local, ou seja, não há uma divulgação intensa fora do município de

Teresina ou mesmo fora do estado, o que ocorre é que com o advento da internet, as informações são passadas a nível global e de qualquer forma a programação de eventos são divulgados através desta ferramenta, inclusive através do site da própria Fundação. O que também ocorre é que há alguns eventos culturais que despertam o interesse de participação de pessoas ou de grupos artísticos de outras cidades e até de outros estados, como por exemplo, os Festivais de Teatro e Música, o Concurso de Monólogos, Salão de Artes Plásticas dentre outros.

### **Considerações Finais**

Os eventos culturais realizados em Teresina são promovidos principalmente pelos órgãos de cultura tanto Municipal quanto Estadual. Identificou-se que Teresina dispõe de calendários anuais com programações de atividades e eventos culturais que expressam as mais variadas manifestações envolvendo os diversos aspectos da cultura.

Seguindo a margem de que os eventos culturais ofertam benefícios para a comunidade local, os eventos culturais realizados em Teresina são entretenimentos para a população residente e moradores regionais, proporcionando momentos de lazer, conhecimento e sociabilidade, bem como valorização da cultura e das manifestações folclóricas. Considerando ainda que os eventos culturais também estão inseridos nos aspectos econômicos, observamos que os maiores eventos culturais realizados em Teresina, movimentam a economia local, são meios para instalações de pequenos negócios e de geração de renda. Conforme é observado em eventos como o Encontro Nacional de Folguedos.

Em relação ao fluxo turístico, constatou-se a presença de turistas de outros estados. Mas a maioria destes são artistas ou grupos artísticos e folclóricos que vem como participante dentro da própria programação do evento e como convidados. E ainda aqueles que se inscrevem para participar, por exemplo, dos festivais de música, concursos de fotografias e outros. Mesmo recebendo visitantes de outros estados a característica dos eventos culturais realizados em Teresina é predominantemente local.

A ausência de um maior número de turistas se deve ao fato da campanha promocional ainda não ser tão intensa e abrangente. Até porque mesmo utilizando-se de ferramentas globais como a internet, é necessário estabelecer estratégias e direcionar a distribuição do produto, no caso, o evento. Do contrário, a divulgação acaba acontecendo de maneira aleatória e atingindo apenas pessoas que se deslocam pelo interesse destes tipos de eventos.

Por outro lado, pôde-se observar que os eventos acontecem como parte de uma programação que atenda ao próprio município ou do estado, no sentido de revitalizar a identidade e os valores culturais, que celebrados em eventos de maneira a festejar e revigorar as manifestações da cultura, e propiciem a socialização das comemorações, cumprindo assim as atividades culturais perante a sociedade. Contudo, o enfoque promocional fica em segundo plano, apesar de haver o interesse em promover os eventos e conseqüentemente promover a cidade de Teresina, não há um planejamento que objetive esta finalidade. Não há um plano de marketing com estratégias definidas e metas estabelecidas.

Obviamente, as formas de divulgação são a folheteria, mídia, internet e o próprio contato feito com os grupos artísticos e folclóricos de fora, que se tornam também uma forma de divulgação, pois o público convidado passa a convidar outras pessoas a visitarem a cidade.

No entanto, mesmo que a campanha promocional dos eventos culturais realizados em Teresina seja ainda tímida, sem uma abrangência maior e mais intensa, de certa forma há a comunicação com outras cidades e com outros estados, e fortalecendo as informações que apresentam a oferta turística de Teresina, seus atrativos como pontos turísticos, a gastronomia, o artesanato e as próprias manifestações folclóricas contribuindo de alguma maneira para a promoção turística da cidade.

Considerando que os eventos culturais possuem uma contribuição para a promoção turística de uma localidade, é necessário elaborar um Plano de Marketing dos maiores eventos, com o intuito de promover a cidade e captar turistas. Além da criação de um roteiro cultural integrado envolvendo os eventos realizados nos estados próximos, além da inclusão de roteiros turísticos na programação dos eventos.

Assim os eventos culturais possam ser consolidados e aperfeiçoados para que se tornem importantes estratégias de promoção turística de Teresina no processo de desenvolvimento do Turismo na capital.

### **Referências Bibliográficas**

AITKEN, J. The role of events in the promotion of cities. **Events and Place Making**. UTS, Sydney, July 15-16, 2002.

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

CARTA CEPRO, Festa Popular, Teresina, v.24, n.1, p. 28-29, agosto/dezembro de 2007.

GETZ, D. **Event Management and Event Tourism**. Cognizant Communication Corporation, United States, 1997.

YEOMAN, Ian [et al]; [tradução Gabriela Scuta Fagliari]. **Gestão de festivais e eventos: uma perspectiva internacional de artes e cultura**. São Paulo: Roca, 2006

MCCABE, V., POOL, B., WEEKS, P., & LEIPER, N. **The Business and Management of Conventions**. John Wiley & Sons, Australia, 2000.

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Tudo Sobre Eventos**. São Paulo: STS, 1999.

MELO NETO, Francisco Paulo. **Criatividade em Eventos**. São Paulo: Contexto, 2001.