

Eventos Turísticos Comunitários: momentos de hospitalidade e estratégia para o desenvolvimento local

Ricardo de Oliveira Rezende ¹

Resumo

Este trabalho é um esforço teórico, calcado em revisão de bibliografia e levantamento de dados secundários que objetiva a discussão acadêmica acerca da estratégia dos eventos turísticos no desenvolvimento local de pequenas cidades e comunidades. Para alcançar este objetivo, utiliza-se a revisão teórica para traçar um panorama do estado da arte sobre o tema e em seguida apresenta-se pesquisa bibliográfica referente a eventos organizados comunitariamente em localidades que são ou se pretendem destinos turísticos.

Palavras-chave: comunidade; desenvolvimento local, eventos.

Introdução

Muito se tem ressaltado a importância dos eventos para a atividade turística. O calendário de eventos de um destino é peça fundamental do planejamento turístico, pois enfrenta a sazonalidade, dinamiza e divulga os atrativos e equipamentos turísticos. Watt (2004), por exemplo, chama a atenção para o fato de que os eventos são importantes para outras ações, como a revitalização urbana, melhoria da imagem das cidades.

Não obstante, muitos destinos turísticos contam com *Convention & Visitors Bureau*, estruturas capazes para a captação de eventos a serem realizados no âmbito local. Desta forma, ressaltam-se frequentemente os benefícios que as cidades recebem por captar e organizar grandes eventos esportivos como as Olimpíadas e torneios esportivos. É fato que os setores de turismo e hospitalidade e o setor de eventos estão correlacionados diretamente, haja vista os eventos atraírem turistas e se constituírem em

¹ Mestrando em Estudos Populacionais e Pesquisas Sociais - Escola Nacional de Ciências Estatísticas (ENCE).

atrativos turísticos, portanto, alvo de planejamento visando ao desenvolvimento do turismo.

No entanto, falta uma contribuição acadêmica no sentido de avaliar os pequenos eventos e sua contribuição para o desenvolvimento local de pequenas cidades e comunidades. Ainda é pouco discutida a estratégia dos eventos no desenvolvimento local: pequenos eventos em pequenas comunidades.

Conforme diz Canton (2001, p. 312) o evento é um gerador de demanda para o núcleo turístico, gera empregos e incentiva o investimento privado, gera imposto e traz maior movimentação às cidades. Na visão da autora citada, o turismo de eventos é, pois, um investimento e não se caracteriza como somente eventual lazer ou diversão. Coloca a autora, que além do crescimento econômico provocado pela vinda de turistas, o investimento em eventos provoca benefícios sociais, inerentes ao que é chamado de desenvolvimento local (CANTON, 2001, p. 315).

Bahl (2003, p. 8) por sua vez, afirma que o segmento de eventos é propulsor do desenvolvimento turístico de um país, além de ser um elemento estabilizador que preenche os espaços ociosos nos períodos de baixa estação. Alerta o autor, no entanto, que se deve considerar que este segmento apóia-se fortemente no setor de serviços, o que sugere uma política centralizada cada vez mais nos recursos humanos.

Desta forma, o objetivo deste artigo é, portanto, contribuir para o entendimento de que os pequenos eventos turísticos têm importância e também contribuem para o desenvolvimento de comunidades, localidades e pequenos municípios, principalmente se realizados de forma coletiva.

Este trabalho é um esforço teórico, calcado em revisão de bibliografia e levantamento de dados secundários. Objetiva trabalhar a discussão acadêmica mais direta acerca da estratégia dos eventos turísticos no desenvolvimento local de pequenas cidades e comunidades. Para alcançar este objetivo, utiliza-se a revisão teórica para traçar um panorama do estado da arte sobre o tema e em seguida apresenta-se pesquisa bibliográfica referente a eventos organizados comunitariamente em localidades que são ou se pretendem destinos turísticos.

Eventos como Momentos de Hospitalidade

Os estudos relacionados à questão da hospitalidade têm procurado abranger mais do que os aspectos ligados à hotelaria e à alimentação. A hospitalidade não é também somente aquele vocábulo a que todos se reportam quando classificam determinado lugar ou conjunto de pessoas. Para além de classificar subjetivamente indivíduos e lugares como hospitaleiros ou não, a hospitalidade como dom de receber, seja público ou privado, na família ou na cidade, trata-se de um campo de pesquisas que vem se desenvolvendo muito atualmente.

Segundo Bueno (2003) a hospitalidade remonta há vários séculos e está associada tanto a aspectos sociais como religiosos, tendo sido instituída em certas sociedades como um compromisso para com os deuses. Já o campo de pesquisas sobre hospitalidade tem atraído pesquisadores das mais diversas áreas do conhecimento, em perspectiva transdisciplinar. Segundo a autora citada, as tentativas de definir hospitalidade são muitas, mas o ponto em comum entre todos eles seria a abertura para o acolhimento.

Ainda segundo Bueno (2003), o acolhimento já foi dever sagrado, moral e social, já esteve ligado com a virtude burguesa do bem-receber, mas também é enxergada numa dimensão coletiva, na perspectiva pública da proteção social. Atualmente, a sociedade que se libertou dos domínios do misticismo e da Igreja, ou seja, que se secularizou, o religioso assume uma importância assessoria e o domínio comercial da hospitalidade é um tema que tem sido bastante abordado nas pesquisas.

Por outro lado, Bueno (2003, p. 3) coloca que na sociedade moderna, a hospitalidade passa por um esvaziamento do seu significado público relacionado com o processo crescente de privatização e de empobrecimento do tecido de relações sociais das sociedades ocidentais. Vários estudos sobre hospitalidade enfocam sua atuação no fortalecimento do tecido social.

Abreu (2003, p. 45) coloca que a hospitalidade se funda sobre a noção de alteridade e afirma que ela é o que uma comunidade pode oferecer aos cidadãos quando estão fora de suas casas (em local que não conhecem) e, portanto, fragilizados. Afirma o

mesmo autor que hospitalidade não é sinônimo de hospedagem simplesmente (ou seja, a hospitalidade comercial), não significa unicamente aquele acolhimento altamente profissionalizado da hotelaria, mas tem algo maior, que seria o dom de acolher bem.

Nos negócios capitalistas, os eventos representam importante fonte de receita para a indústria da hospitalidade. Afirma Chon e Sparrowe (2003, p. 259) que a indústria dos eventos é um ramo de atividade em constante crescimento, não apenas para as pessoas que trabalham na área, mas também para as comunidades que colhem os frutos dos benefícios econômicos desses eventos. Entretanto, colocam os autores que até agora não existe uma maneira de medir o tamanho exato dessa atividade.

Assim, podemos dizer que a hospitalidade vai além de oferecer hospedagem simplesmente. No sentido público, a hospitalidade está ligada também a fornecer alternativas de entretenimento aos turistas e visitantes, como por exemplo, através da organização de eventos em que há oportunidades de interação entre visitantes e visitados. Desta forma, no caso dos eventos há que se considerá-los dentro de uma contextualização da hospitalidade pública e do lazer.

A hospitalidade é uma atividade receptiva que envolve “desde a satisfação de necessidade de ordem psicológica, passando pelas trocas culturais, até as relações socioeconômicas, chegando à discussão sobre os aspectos atuais da indústria da hospitalidade e serviços de alimentação” (CHON; SPARROWE, 2003).

Podemos dizer que os eventos são momentos especiais para a estratégia pública de hospitalidade. Após acolhidos, no que tange a hospedagem (lugar para dormir) e após restaurados fisicamente (algo com que se alimentarem) os visitantes necessitam se divertir e tentar se sentir em casa. Assim, os eventos são as ocasiões por excelência onde os visitantes poderão se encontrar com os visitados, travar contatos e se sentir-se quase em casa. Assim, trabalhamos com a ideia de que os eventos turísticos são momentos importantes da hospitalidade pública.

Eventos e Comunidades que se Mostram

Alguns autores têm inserido em seus trabalhos a discussão sobre os eventos e as estratégias de desenvolvimento local através do turismo, mesmo que indiretamente. Blanco (2009) em relação à produção artesanal do município de Três Irmãos, no Rio Grande do Sul, afirma que o turismo rural tem sido uma maneira a mais de comercialização juntamente com a criação de eventos socioculturais que divulgam e valorizam a produção local. Coloca o autor que:

O Município de Dois Irmãos, por exemplo, assumiu a produção do café colonial como um dos símbolos tradicionais da região. Acompanhando e ampliando essa proposta, as famílias rurais mantêm uma produção regular de geleias, biscoitos caseiros, queijos, *schmier* (geleia tradicional alemã), tortas, bolos, compotas, refrigerantes naturais e doces artesanais. Os produtos são comercializados na própria Rota Colonial *Baumschneis* e nos eventos culturais da cidade, como as feiras de comidas típicas alemãs, as mostras regionais de orquídeas e de artesanato local e a *Kerb* de São Miguel, festa que comemora a colonização alemã de Dois Irmãos (BLANCO, 2009, p. 353).

Um dos projetos de turismo com base comunitária apoiado pelo Ministério do Turismo recentemente é o chamado “Projeto de Potencialização do Turismo de Base Comunitária em Porto de Galinhas”, localizado em Ipojuca/PE sob responsabilidade da Cooperativa de prestação de Serviços Técnicos e Agropecuários de Pernambuco – Coperata. Neste projeto, conforme consta em Bartholo *et al.* (2009):

Os visitantes que chegam a Ipojuca têm uma excelente oportunidade de entrar em contato com a cultura do local nas inúmeras festas populares e nos eventos comunitários realizados. Em dezembro, na Praia de Serrambi, acontece a Festa de Nossa Senhora da Conceição do Outeiro e, no primeiro domingo de fevereiro, a Festa de Nossa Senhora do Ó. Outras festas, como a de Santo Antonio de Camela, a de São Miguel, a de São Pedro, a de São Sebastião e a do Santo Cristo de Ipojuca, também são realizadas ao longo do ano, em Porto de Galinhas, na Vila de Camela, na Praia do Cupe e na sede municipal.

Na obra dos mesmos autores citados anteriormente podemos também descobrir que os municípios da Serra do Brigadeiro, em Minas Gerais, pertencentes a um projeto de turismo com base local, são compostos por comunidades que detêm sua cultura ainda

bastante preservada, podendo-se observar a utilização de alternativas centenárias na produção de alimentos e moradia, além de manter seu calendário de eventos, com inúmeras festividades religiosas, festas juninas, cavalgadas, peregrinações, folias-de-reis e o famoso forró do interior (BARTHOLO *et al.*, 2009, p. 444).

Já o projeto, também apoiado pelo Ministério do Turismo, chamado “Promoção do Turismo de Base Comunitária em Paraty/RJ: capacitação em gestão sustentável e qualificação profissional em meios de hospedagem”, coordenado pelo Instituto Amigos da Reserva da biosfera da Mata Atlântica, informa que há participação de há vários eventos no município de Paraty, como a Feira Literária Internacional – FLIP, que tem a participação de comunidades tradicionais que habitam bairros distantes do centro (BARTHOLO *et al.*, 2009, p. 460).

No âmbito internacional, autores como David C. Watt alerta, para o fato de que cada evento é único e é preciso saber identificar as diferenças e tratá-las de forma eficaz (2004, p. 17). Saber identificar as diferenças entre cada evento envolve, por exemplo, saber que um evento comunitário que se volta para os objetivos comuns de uma comunidade é bem diferente de eventos particulares, realizados por empresas, nos quais há poucos beneficiados. Afirma o autor citado, que:

Haverá semelhanças em cada festejo a ser organizado em um pequena cidade, mas pode haver variações, dependendo de fatores como: localização geográfica, tamanho da população, idade da população, número de organizações voluntárias, participação da comunidade, capacidade dos organizadores, natureza do local, instalações e equipamentos disponíveis (p. 17).

Watt (2004) lembra-nos ainda que os grandes eventos esportivos realizados na cidade britânica de *Sheffield* registraram uma elevação no orgulho cívico da comunidade pela projeção de seu perfil em âmbito nacional e internacional. Este poder de elevação da auto-estima das comunidades, identificado quando da realização de eventos, é muito importante quando se trata de comunidades com baixa renda que estão tentando alguma estratégia de desenvolvimento.

Getz (2001), levando a discussão sobre os eventos realizados em comunidades tradicionais para o âmbito da autenticidade, mostra que os objetivos para o planejamento, programação e avaliação de eventos tradicionais autênticos são: interpretar a comunidade, a educação; administrar os locais tradicionais e os recursos;

desenvolvimento econômico, o turismo; desenvolvimento comunitário, propaganda dos locais tradicionais; geração de renda; promover os laços local/comunidade; promover os laços entre locais tradicionais e agências.

Este autor coloca que a autenticidade dos eventos se dá em três perspectivas: primeiramente o controle da comunidade e sua aceitação, depois os significados culturais e finalmente a perspectiva do turista. O autor acredita que mesmo os eventos criados e orientados para o turismo podem vir a ter significado cultural relevante e alguma autenticidade com o passar do tempo.

Afirma o autor que os benefícios trazidos pelos eventos superam os custos e problemas, especialmente nos eventos comunitários. A autenticidade dos eventos é preservada quando as comunidades estabelecem o que é importante para si próprias e assumem o controle do processo. Segundo o autor, a autenticidade é um produto da comunidade (GETZ, 2001, p. 424).

Neto (2003, p. 60), por sua vez, coloca que uma das dimensões dos eventos em sua interface com a revitalização do patrimônio histórico-cultural é que eles podem ser usados como elemento de agregação de valor social, político e econômico para a comunidade. Coloca o autor que os eventos se multiplicam em extensões diversas (social, política, econômica e cultural) e contribuem para o desenvolvimento da comunidade (p. 61).

Por sua vez, Tassis (2009) afirma que os eventos, valorizando os aspectos culturais relacionados a qualquer tipo de arte, divulgam e fazem reconhecer localidades através da promoção de feiras de artesanato, festivais de gastronomia regional, dança folclórica, música, teatro, poesia, pintura, englobando manifestações culturais e tradições típicas de forma que a identidade local seja preservada e ainda gerando divisas para a comunidade que os operacionaliza. Afirma a mesma autora que o turismo será mais sustentável na medida em que se fizerem ações concretas no sentido da valorização cultural das comunidades, enfocando a responsabilidade social exercida por todas as pessoas, através da cidadania, respeitando a sociedade, trabalhadores e meio ambiente (TASSIS, 2009, p. 42).

A esta análise, relacionada aos eventos culturais, corrobora a visão de Canton (2001, p. 315). Esta autora afirma que os eventos culturais, educacionais, esportivos,

lúdicos, recreativos, de animação serão cada vez mais necessários para o desenvolvimento de uma comunidade.

Mc Intosh *et al.* (2002, p. 162) colocam que os eventos têm a capacidade de distribuir o turismo geográfica e sazonalmente. Para estes autores, os eventos especiais permitem que uma região ou comunidade celebre sua singularidade, promova-se, faça aumentar o orgulho local e aumentar as divisas que entram no lugar. Afirmam também os autores que os eventos produzem benefícios econômicos e turísticos consideráveis e que mesmo as comunidades pequenas podem promover eventos e se beneficiarem deles.

Para melhor entender como a estratégia da organização e produção de eventos de forma comunitária ajuda no desenvolvimento local através do turismo, vamos avaliar algumas experiências de turismo comunitário em cujo âmbito se realizam eventos importantes para a economia local.

O Festival das Algas em Flecheiras e Guajiru, no Ceará

Segundo Coriolano *et al.* (2009, p. 204) o Festival das Algas é um evento realizado pelas comunidades de Flecheiras e Guajiru, no Município de Trairi, litoral do Ceará. Estas comunidades, organizadas no “Projeto Algas”, assumido pela Associação dos Produtores e Produtoras de Algas em Flecheiras e Guajiru (APAFG) estão enxergando no turismo uma forma a mais de alcançar o desenvolvimento. Ao todo o projeto envolve 11 famílias e 35 membros.

Coriolano *et al.* (2009, p. 204, p. 1999) afirmam que o referido projeto capacita as famílias para o correto cultivo das algas e é cadastrado como tecnologia social pela Fundação Banco do Brasil. O benefício, além da geração de renda para as famílias, é o afastamento da ameaça de extinção das algas, posto que a comunidade entende a necessidade do cultivo sustentável para a proteção da espécie.

Com o projeto, os produtores conseguem agregar valor ao produto que antes era vendido a preços baixos e, por outro lado, fazem aumentar a quantidade de pescado, pois a alga é também alimento para os peixes. Tendo recebido incentivo da FAO (Fundo das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura) e do Instituto Terramar o

“Projeto Algas” das comunidades de Flecheiras e Guajiru também consegue auxiliar na diminuição a dependência brasileira da gracilária importada para a produção de cosméticos (CORIOLANO *et al.*, 2009, p. 203).

Foi então, neste contexto que nasceu o evento Festival das Algas, visando a agregar valor à produção de derivados das algas e integrar a atividade produtiva com a cadeia do turismo. Afirmam Coriolano *et al.* (2009) que o festival vem se tornando um evento turístico. Segundo revelam os autores, as feiras têm trazido turistas e visitantes para as comunidades e intensificado o consumo dos produtos derivados das algas, como sabonetes, xampus e hidratantes (p. 204). Na visão de Coriolano *et al.*:

A atividade está sendo direcionada para o turismo especialmente com as feiras, tendo grande importância o Festival de Algas de Trairi, com a 4ª edição que conta com apoio do SEBRAE/CE, da Associação dos Hoteleiros do Trairi (AHTRA), Prefeitura Municipal de Trairi, Senac e MTUR. O evento promove a degustação da culinária produzida com algas marinhas, comercialização de artesanato local e de cosméticos derivados de algas (2009: p. 204).

Pelo que apreenderam os autores, o festival recebe grande quantidade de turistas e a economia local é aquecida. O evento também permite a divulgação e comercialização da produção derivada das algas. Conjuntamente com apresentações de atrações musicais e artísticas, um seminário técnico-científico sobre o cultivo de algas e exposição de produtos o evento passa a se delinear como turístico e a fazer parte do calendário anual de eventos das praias de Trairi (CORIOLANO *et al.*, 2009, p. 206).

No entanto, alertam os autores para o fato de que a integração da atividade turística com o cultivo e produção de algas ainda é incipiente, sendo que os eventos servem como catalisadores de ações conjuntas na cadeia do turismo da região, mostrando indícios de fortalecimento (p. 206).



Imagem 1 – A comunidade trabalhando com no beneficiamento das algas em Trairi/CE.
Fonte: <http://diariodonordeste.globo.com/>

Segundo o Diário do Nordeste, em matéria publicada em 2008, intitulada “Festival das Algas fortalece o turismo” o evento comunitário consolida o município do Trairi, no litoral Oeste do Ceará, como roteiro gastronômico e contribui para fortalecer o turismo nas praias do município. Revela a matéria ainda que o evento, além de divulgar o destino que possui um enorme potencial de crescimento, envolve os vários setores da economia local, desde os artesãos até os pescadores da região.

Segundo o jornal, outra proposta do festival é incentivar o consumo da culinária à base de algas marinhas, ainda incipiente no Ceará. Ainda segundo o Diário do Nordeste, as estimativas da organização do evento eram de que aproximadamente R\$100 mil fossem injetados na economia de Trairi, com a visita de cerca de 10 mil pessoas durante os três dias de realização do Festival das Algas de 2008.

A Festa da Polenta em Venda Nova do Imigrante: um evento turístico solidário

A importância dos eventos no âmbito do turismo é inegável, conforme procuramos demonstrar no início deste trabalho. Desta forma, vislumbramos a importância de se apontar que também os eventos podem ser desenvolvidos numa perspectiva coletiva, causando assim, menos impactos e mais benefícios coletivos.

Na cidade de Venda Nova do Imigrante, distante 104 km de Vitória, capital do estado do Espírito Santo, se desenvolve o que se convencionou chamar de agroturismo. Conhecida pela forte presença de descendentes de imigrantes italianos, Venda Nova realiza anualmente a Festa da Polenta, um dos mais tradicionais eventos do calendário do Espírito Santo, tendo contabilizado, em 2009, 31 edições.

Para Zortea *et al.* (2009) a Festa da Polenta é a comemoração anual da descendência italiana que acontece na cidade de Venda Nova do Imigrante. Segundo os autores, no agroturismo daquela região, pode-se identificar como exemplo de variáveis de complexidade ambiental: o clima, na sua interferência ao movimento turístico; a Festa da Polenta no aumento à frequência de visitas turísticas; as ações da imprensa na divulgação das práticas; as movimentações políticas da Prefeitura Municipal na criação de leis, departamentos e serviços de inspeção.

Segundo Lopes (2005, p. 27) a festa começou a ser realizada no ano de 1979 quando o padre da cidade promoveu um grande almoço de confraternização entre as famílias da região, tendo a polenta como prato principal. Ano a ano a comemoração ganhou a adesão de parentes e amigos dos moradores e o que era um almoço virou um evento turístico de três dias de duração. Ainda segundo Lopes:

A improvisação inicial deu lugar à criação, em 1992, da Afepol [Associação da Festa da Polenta] só para realizar o evento. “Ele ajudou a resgatar a autoestima da comunidade e a trazer de volta antigos costumes”, diz o presidente da associação. Hoje a Festa da Polenta também é um exercício de participação comunitária e solidariedade: um contingente de 800 pessoas trabalha voluntariamente nos preparativos. Junto com a diretoria da Afepol, elas cuidam de vários detalhes, incluindo o cardápio com suas 2 toneladas de fubá, 4 carnes, 700 quilos de macarrão e mais de 2,5 mil caixas de cerveja consumidas a cada evento. Uma parte dos recursos arrecadados destina-se a entidades filantrópicas e outra, às atividades da associação, que vão muito além da Festa da Polenta.

Para se ter ideia da importância do evento, em 1995, a Prefeitura Municipal de Venda Nova do Imigrante comprou um terreno e construiu dois galpões com cozinha e banheiros, sendo criado o Centro de Eventos Padre Cleto Caliman, espaço que passou a abrigar não só a Festa da Polenta, mas também os demais eventos da cidade. De dois em dois anos, os associados da Afepol elegem uma diretoria, que é responsável pelas principais decisões e pela organização da movimentação das equipes, através de seus coordenadores. As assembleias gerais são anuais, logo depois do evento, quando a diretoria presta contas e submete o evento a uma avaliação. Na ocasião, é definida a distribuição dos recursos arrecadados para as entidades filantrópicas da saúde, assistência, segurança, educação e cultura (*site* da Afepol na internet).

A estrutura da festa conta com equipes diferenciadas para as seguintes funções: Cozinha: com 130 componentes, prepara os pratos típicos; Cozinha do bar: com 130 membros, a equipe produz iguarias vendidas em porções; Bar: com 76 membros, faz o serviço de atendimento e estruturação do bar; Churrasco: com 35 componentes, prepara e comercializa o churrasco; Recepção para o almoço: com 10 voluntários, organiza as filas; Limpeza: com 60 componentes, recolhe pratos e copos usados e limpa as mesas; Portaria: com 53 componentes, controla entrada e saída do público; Infra-estrutura: com 20 componentes a equipe faz a montagem de palcos, tabladros, caixa, divisórias e outros; Paiol do Nonno: com 49 componentes, prepara o cenário, com objetos e gastronomia, e

a programação do local que reproduz os antigos costumes das propriedades rurais; Casa da Nonna: com 55, prepara o cenário dos principais ambientes de uma casa do início da imigração, com utensílios, móveis e gastronomia; também comercializam-se os sovênires da Festa da Polenta; Ornamentação: com 25 voluntários, ornamenta os galpões e o palco do desfile de eleição da Rainha da Festa da Polenta; Desfile: com 03 componentes, seleciona as pré-candidatas à Rainha da Festa da Polenta, ensaia e orienta; também convida os jurados e os voluntários responsáveis pela contagem da pontuação; Caixa e bilheteria: com 105 componentes, vende as fichas e ingressos, sob a organização da diretoria financeira; Compras: com 02 componentes, faz tomadas de preço e compra toda matéria-prima da cozinha, do bar e outros setores; Finanças: com 10 pessoas contra a entrada e saída de recursos e ainda faz toda prestação de contas (*site da Afepol na internet*).

As colocações de Lopes (2005) nos ajudam a entender a importância da organização solidária das pessoas de uma comunidade em torno de um objetivo. A Festa da Polenta é um evento desenvolvido pela comunidade organizada coletivamente, sendo que os lucros são solidarizados. Trata-se de um bom exemplo de como até mesmo os eventos podem ser desenvolvidos solidariamente e colaborarem para o desenvolvimento local.

Segundo a jornalista citada acima, a Associação que organiza a festa desenvolve vários projetos, dentre os quais o ensino de cantigas italianas nas escolas, a manutenção de grupos folclóricos e o coral infantil. Graças às promoções da Afepol, tornaram-se comuns reuniões para “cantarolas italianas” nas residências e serenatas noturnas acompanhadas de violão e sanfonas e concertinas que saem de bairros em direção ao centro da cidade.



Imagem 2 – O tombo da polenta, assistido por grande público, no município de Venda Nova do Imigrante – ES. Fonte: <http://www.es.gov.br/>

Considerações Finais

Há uma grande diferença entre eventos que se desenvolvem no âmbito da economia solidária, ou mesmo, de forma comunitária e os eventos realizados por empresas privadas. Não é difícil identificar tais diferenças, pois os primeiros são voltados para o bem-estar geral, já os segundos beneficiam em maior parte a empresa ou o conjunto de empresas que os organizam.

Assim, pela análise feita, podemos dizer que os eventos turísticos, inseridos num contexto de hospitalidade pública comunitária, são estratégias a serem levadas em conta nos projetos e programas de desenvolvimento do turismo em pequenos municípios, pequenas localidades e comunidades. As experiências de Venda Nova do Imigrante e de Flecheiras e Guajiru no Ceará demonstram que os eventos aumentam a auto-estima da comunidade e a chegada de turistas movimenta a economia local.

Há ainda outras experiências comunitárias de organização de eventos turísticos. No Ceará, por exemplo, a comunidade de Tatajuba, no município de Camocim, localizada nas proximidades de Jericoacoara, também realiza a Regata Ecológica de Canoas de Tatajuba, que é um evento da comunidade que acontece desde 1995. Segundo o Instituto Terramar, a organização do evento é fruto da articulação entre a comunidade e a Associação Comunitária dos Moradores de Tatajuba – ACOMOTA. A cada ano é escolhido um tema diferente para a regata, sempre chamando atenção para a preservação ambiental da região.

Desta maneira, acreditamos que este trabalho tenha demonstrado que os eventos também fazem parte das estratégias de desenvolvimento local e estão diretamente relacionados com o turismo e com a hospitalidade comunitária. É preciso, portanto, que haja mais pesquisas sobre o tema e que as disciplinas de eventos dos cursos de turismo atentem para esta dimensão dos eventos que difere substancialmente da estratégia dos megaeventos globais.

Referências Bibliográficas

ABREU, Vladimir Amâncio de. *A Máquina da Hospitalidade*. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira (Orgs.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Thomson, 2003.

BARTHOLO, Roberto; SAN SOLO, Davis Gruber; BURSZTYN, Ivan (Orgs.). **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

BUENO, Marielys Siqueira. *Introdução*. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti; _____ (Orgs.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Thomson, 2003.

CANTON, Antonia Marisa. *Eventos*. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). **Turismo: como aprender, como ensinar, vol 2**. 3. ed. São Paulo: SENAC-São Paulo, 2001. 305-330.

CHON, Kye-Sung; SPARROWE, Raymond T. **Hospitalidade: conceitos e aplicações**. São Paulo: Thompson Learning, 2003.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira (Orgs.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Thomson, 2003.

DIÁRIO DO NORDESTE. **Festival das Algas Fortalece o Turismo**. Fortaleza, 1º de agosto de 2008. Disponível em <<http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=559678>>. Acessado em 14 ago. 2009.

DIAS, Célia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. Barueri, São Paulo: Editora Manole, 2002.

INSTITUTO TERRAMAR. **XII Regata Ecológica de Canoas de Tatajuba**. Disponível em <<http://www.terramar.org.br/oktiva.net/1320/nota/22621>>. Acessado em 14 ago. 2009.

LOPES, Dinah; LORDÉLLO, Gabriel. **Viva a polenta**. In: Na Poltrona: revista de bordo do Grupo Itapemirim, São Paulo, ano 6, n. 76, p. 26-29, out. 2005.

NETO, Francisco Paulo de Melo. *Evento: de ação, de entretenimento a agente de promoção do patrimônio*. In: FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime (Orgs.). **Turismo e Patrimônio Cultural**. 4. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2003. p. 53-66.

McINTOSH, R. W.; GOELDNER, C. R.; RITCHIE, B. (Orgs.). *Atrativos, Entretenimento, Recreação e Outros*. In _____. **Turismo - Princípios, Práticas e Filosofias**. Bookman, 2002. p. 150-171.

GETZ, Donald. *O Evento Turístico e o Dilema da Autenticidade*. In: THEOBALD, W. F. **Turismo Global**. São Paulo: Editora SENAC, 2001. p. 423-440.

TASSIS, Betinna Almeida de. **Eventos Culturais e Sua Interface com o Desenvolvimento Sustentável**. Trabalho de Conclusão de Curso realizado para obtenção do título de especialista em Gestão do Território e Patrimônio Cultural da Universidade Vale do Rio Doce. 2009.

WATT, David C. **Gestão de Eventos em Lazer e Turismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

ZORTEA, Tiago Carlos; MORAES, Leandro Gama; RODRIGUES, Anna Beatriz Carnielli Howat; FIRMINO, Jeff Emmanuel Costa; FONSECA, Karina Andrade. **Agroturismo e Análise do Comportamento: uma proposta de análise de práticas culturais em Venda Nova do Imigrante – ES**. Disponível em: Análise do Comportamento e Cultura | PUC-SP: Comportamento, Cultura e Evolução <<http://accultura.wordpress.com/>>. Acessado em 13 ago. 2009.