



UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE

Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

Licenciatura em Animação Turística

**O CONTRIBUTO DOS FESTIVAIS DE MÚSICA NO
DESENVOLVIMENTO DA ACTIVIDADE TURÍSTICA**

Nece Adelino Rodrigues

Inhambane, Dezembro de 2016

NECE ADELINO RODRIGUES

**CONTRIBUTO DOS FESTIVAIS DE MÚSICA NO DESENVOLVIMENTO
DA ACTIVIDADE TURÍSTICA**

Monografia apresentada à Escola superior de
hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI) como
um dos requisitos para obtenção do grau de
Licenciatura em Animação Turística

Supervisor: dr. António Matola

Inhambane, Dezembro, 2016

DECLARAÇÃO

Declaro que este trabalho de fim do curso é resultado da minha investigação pessoal, que todas as fontes estão devidamente referenciadas, e que nunca foi apresentado para a obtenção de qualquer grau nesta Universidade, Escola ou em qualquer outra instituição.

Assinatura

(Nece Rodrigues)

Data: ____/____/____

NECE ADELINO RODRIGUES

**CONTRIBUTO DOS FESTIVAIS DE MÚSICA NO DESENVOLVIMENTO
DA ACTIVIDADE TURÍSTICA**

Monografia avaliada como requisito parcial para
obtenção do grau de Licenciatura em Animação
Turística pela escola Superior de Hotelaria e
Turismo de Inhambane - ESHTI

Inhambane, ____/____/____

Grau e Nome Completo do Presidente

Rúbrica

Grau e Nome Completo do Supervisor

Rúbrica

Grau e Nome Completo do Oponente

Rúbrica

AGRADECIMENTOS

A produção da presente monografia não seria possível sem o apoio depositado por muitas pessoas, assim sendo, passo a citar alguns nomes que contribuíram directa ou indirectamente e de forma incansável no trabalho.

Em primeiro lugar agradecer a Deus pelas bênçãos que tem me dado, mesmo sem nenhum merecimento.

Aos meus pais, que sempre me apoiaram incondicionalmente e me deram o mais valioso que um ser humano teria na vida " a educação " e a minha família no geral.

Ao meu supervisor António Matola, pelo apoio, atenção e dedicação que me ofereceu em todo processo de elaboração do trabalho.

Aos meus amigos e colegas da universidade pelo apoio e a amizade.

O meu muito obrigado....

DEDICATÓRIA

Aos meus pais Jose Adelino Eduardo Rodrigues e Recardina Catija Ibraimo Issufo, por terem me dado o mais importante na vida " a educação "

RESUMO

Os eventos constituem alternativa importante para os destinos e para o turismo como actividade económica na impliação e diversificação da oferta turística. Estes actualmente, tem motivado as pessoas a realizarem suas viagens, assim como, a prolongarem sua estadia num determinado destino. Neste contexto, a presente monografia objectica analisar o contributo dos festivais de música no desenvolvimento da actividade turística, ou seja, até que ponto os festivais de música podem constituir uma razão para o deslocamento de turistas e visitantes a um determinado destino. Para a materialização do trabalho recorreu-se a revisão bibliográfica, onde fez-se um levantamento teórico de obras literárias que abordam o tema em análise. Portanto foi possível do ponto de vista teórico compreender que os festivais de música tem sido alvo de muita aderência e que constituem um elemento importante, onde, os operadores ou agentes do turismo podem recorrer em épocas de menor fluxo turístico. E que a inserção destes no turismo pode trazer benefícios económicos, sociais e culturais a todos envolvidos.

Como resultado da pesquisa pode-se perceber que os festivais de música como eventos, podem contribuir positivamente no desenvolvimento da actividade turística e podem ser um elemento a considerar na oferta turística local.

Palavras-chaves: Turismo, Eventos, Festivais de Música e Destino Turístico

LISTA DE ABREVIATURAS

UEM- Universidade Eduardo Mondlane

ESHTI- Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

OMT- Organização Mundial do Turismo

LISTA DE QUADROS E FIGURAS

1. Característica dos festivais.....Pag. 14
2. Motivações para participar de festivais.....Pag. 18
3. Quadro resumo das motivações para participara nos festivais.....Pag. 19
4. Calendário do festival Rock in Rio.....Pag.24

Índice	Páginas
<i>Folha do rosto</i>	<i>I</i>
<i>Declaração</i>	<i>II</i>
<i>Folha de Avaliação</i>	<i>III</i>
<i>Dedicatória</i>	<i>IV</i>
<i>Agradecimento</i>	<i>V</i>
<i>Resumo</i>	<i>VI</i>
<i>Listas de Abreviaturas</i>	<i>VII</i>
<i>Listas de Figuras e Quadros</i>	<i>VIII</i>
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Enquadramento do Tema	2
1.2. Objectivos	3
1.3. Justificativa	3
1.4. Metodologia.....	4
2. REFERENCIAL TEÓRICO	6
2.1. Turismo de Eventos	6
3. OS EVENTOS E A ACTIVIDADE TURÍSTICA.....	9
3.1. Importância dos Eventos no Turismo	9
4. PRINCIPAIS ABORDAGENS SOBRE OS FESTIVAIS.....	11
4.1. Festivais	11
4.2. Características dos Festivais	13
4.3. Marcos de Festivais de Música.....	14
4.4. Conceituando Festivais de Musica	16
4.5. Principais Motivações nos Festivais de Música	17
5. CONTRIBUTO DOS FESTIVAIS DE MUSICA PARA A ACTIVIDADE TURISTICA .	20
5.1. Estudo de Caso: Festival Rock in Rio	23
6. CONCLUSÃO	25

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	26
Anexos.....	28
Anexo A.....	29
Anexo B.....	30

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como tema Eventos e Actividade Turística, abordando de forma específica sobre o contributo dos Festivais de Música no Desenvolvimento da Actividade Turística. O mesmo surge como trabalho de fim do curso e o tema está integrado no curso de licenciatura em Animação Turística ministrado na UEM-ESHTI particularmente nas cadeiras de Planeamento e Organização de Eventos e Metodologia e Práticas em Animação Turística.

Os eventos têm-se destacado em todos os acontecimentos marcantes na vida das pessoas. A realização destes acarreta um significado extremamente importante a nível individual, grupal, assim como, na sociedade no geral.

No turismo estes passaram a ser um segmento bastante privilegiado e o seu crescimento tem sido notável dia a pois dia, contribuído para o deslocamento de um número considerável de turistas para um determinado destino.

A principal motivação para este tipo de segmento segundo vários autores são os festivais, desfiles de moda, espectáculos, feiras, workshops, etc. Estes tem atraído várias massas, movimentado a indústria hoteleira, de transporte, entretenimento e animação e a outros sectores secundários que dão suporte ao turismo. Portanto, a realização dos eventos de todo tipo em um destino turístico tem contribuído de forma significativa na melhoria da imagem do destino, na renovação e revitalização do mesmo, na atracção de maior número de turistas, contribuindo para a notoriedade do mesmo e transformando-o num destino diversificado e competitivo.

Assim sendo, os festivais de música como eventos são realizados obedecendo uma planificação prévia, onde os promotores levam em consideração as necessidades do público-alvo no seu planeamento, de forma a proporcionar uma experiência única e satisfatória, igualmente, a realização deste tipo de eventos como estratégia de promoção de destinos turísticos tem ajudado bastante na atracção de turistas e visitantes, na valorização da cultura local elevando a identidade cultural, contribuindo para a intensificação da prática de turismo nos mesmos. Assim, o presente trabalho objectiva analisar o contributo dos festivais de Música no desenvolvimento da Actividade Turística.

Igualmente, o mesmo encontra-se estruturado em três capítulos, onde no primeiro destaca-se o enquadramento, objectivos, justificativa e metodologia. O segundo capítulo, a fundamentação teórica, onde são abordados os conceitos básicos do tema (eventos, turismo, turismo de eventos,

festivais e festivais de música). No terceiro capítulo, são abordadas as questões relacionadas com o contributo dos festivais de música no turismo, e por último as referências bibliográficas.

1.1. Enquadramento do Tema

CUNHA (2006:67) refere que "o turismo é um dos fenómenos mais marcantes e impressionantes da nossa época e nenhuma das realizações do século XX terá influenciado tão profunda e extensamente a vida humana com esta actividade".

Para MATIAS (2004:21) O turismo de eventos é uma actividade económica muito importante, pois garante a sobrevivência de muitas localidades que vivem do seu desenvolvimento. Este é praticado com o interesse profissional e cultural, por meio de congressos, convenções, simpósios, feiras, encontros culturais, reuniões internacionais, entre outros. A realização de eventos pode desempenhar vários papéis importantes, que vão desde a atracção de turistas, a animação de atracções fixas, a dinamização de outras actividades até a criação de uma imagem do destino turístico.

O presente trabalho foca essencialmente nos eventos e a actividade turística, materializando analisar o contributo dos festivais de música como eventos no desenvolvimento da actividade turística, o mesmo é apresentado em cumprimento dos requisitos exigidos pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane para a obtenção do título de licenciatura em Animação Turística. Para a sustentação e o suporte do trabalho recorreu-se a pesquisa descritiva com o alicerce de outras técnicas metodológicas.

Existem vários autores que se destacam em matéria de eventos e turismo, pela sua abordagem clara e compreensível, dentre eles destaca-se MATIAS (2004), TENAN (2002), IGNARRA (2003), ALLEN (2003), e entre outros autores. Referenciar ainda que o tema enquadra-se nas cadeiras de Planeamento e Organização de eventos e em Metodologia e prática em Animação Turística, ministrados na UEM-ESHTI.

1.2.Objectivos

Geral

- Analisar o contributo dos festivais de música como eventos no desenvolvimento da actividade turística

Específicos

- Descrever a importância dos eventos no turismo;
- Identificar as principais motivações nos festivais de música;
- Apresentar o contributo dos festivais de Música no desenvolvimento da actividade turística.

1.3.Justificativa

Em 2002 AITKEN na sua abordagem sobre eventos descreveu que os eventos ainda representam grande importância para o turismo por serem responsáveis pelo crescimento da economia e contribuir para a manutenção e valorização da cultura, na criação de postos de emprego, na melhoria das infra-estruturas, desenvolvendo a comunidade, na construção, no reforço e na manutenção da identidade das regiões como destino.

Em algumas ocasiões, a celebração dos eventos nas épocas de menor afluência turística tem contribuído para mitigar a sazonalidade da procura turística, uma das grandes fraquezas do sector turístico, gerando, um impacto directo na imagem e notoriedade das regiões, promovendo-as como destinos turísticos.

Portanto, a inserção dos eventos, sobretudo os festivais de música na oferta turística de qualquer região tem contribuído de forma notória no desenvolvimento da mesma em várias esferas sociais, o que faz com que os eventos assumam um papel muito importante, não só a nível individual, mas também como forma de obter a melhoria da qualidade de vida da comunidade receptora.

Neste parâmetro surge a necessidade de abordar sobre o contributo dos festivais no desenvolvimento da actividade turística, perspectivando a criação de estratégias através dos eventos (festivais de música) para a motivação dos indivíduos a praticarem o turismo,

aumentando o número de visitação nos destinos turísticos, assim como, espera-se que o presente trabalho sirva como espelho para despertar um interesse por parte dos operadores turísticos, do governo e de todas as entidades ligadas de forma directa ou indirectamente no sector do turismo a inserir nos planos e programas internos a realização de eventos (festivais de música), como forma de diversificar a oferta turística e de atrair mais investimentos na região receptora.

Será apresentado no decorrer do trabalho um exemplo claro sobre o contributo dos festivais de música no desenvolvimento da actividade turística, especificamente sobre o festival de música Rock in Rio. A escolha deste foi mediante ao histórico que o festival apresenta, a quantidade de participantes que consegue atrair em todas as edições do evento e por último o contributo do mesmo para o desenvolvimento socioeconómico e turístico do Rio de Janeiro-Brasil. Espera-se também que o presente trabalho possa servir de referência bibliográfica para a realização de pesquisas e para o enriquecimento bibliográfico.

1.4. Metodologia

Para GIL (1999:44-88) "A pesquisa é definida como o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico, onde o objectivo fundamental é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos".

Assim sendo para a realização do presente trabalho recorreu-se a metodologia proposta pelo GIL (199:44-88) e o tipo de pesquisa é descritiva, onde segundo o mesmo autor este tipo de pesquisa tem como principal objectivo a descrição das características de determinados fenómenos ou esclarecimento de relações entre as variáveis. O mesmo será sustentado por algumas técnicas de pesquisa (pesquisa bibliográfica e virtual). Assim sendo o mesmo obedece as seguintes etapas ou fases:

1ª fase: escolha do tema e sua delimitação

Esta fase consistiu na escolha do tema de pesquisa, assim foi considerado o seguinte tema, *Eventos e Actividade Turística*. Em seguida fez-se a delimitação do tema, onde o objectivo principal consistiu no esclarecimento e na determinação dos limites ou a extensão do tema, assim sendo, no tema em análise abordar-se-á especificamente sobre o contributo dos festivais como eventos no desenvolvimento da actividade turística.

2ª Fase: identificação das fontes e obtenção do material

A identificação das fontes e obtenção do material consistiu na consulta de livros, artigos científicos, documentos e outras publicações a fim de dar sustento a pesquisa. Assim sendo recorreu-se a pesquisa bibliográfica e virtual.

a) Pesquisa bibliográfica

Esta técnica consiste na recolha de informações existentes em diversas obras literárias e artigos científicos que versam sobre o tema em análise, neste caso foram consultadas as obras de ALLEN, Johnny (2003) Organização e gestão de eventos, MATIAS, Marlene (2004) Organização de eventos: Procedimentos e Técnicas, BRITO e FONTES (2002) estratégia para eventos: uma óptica de Marketing e Turismo, SILVA (1999) Eventos e Turismo: tendências e debates e entre outras obras que abordam de forma profunda sobre o tema.

b) Pesquisa virtual

Esta técnica foi usada com vista a aquisição de informações complementares ao tema em análise e consiste na consulta de alguns *sites* disponíveis na Internet, artigos científicos, monografias, dissertações e teses, do tema em análise.

3ª fase: Redacção do Texto

Nesta fase foi feita a análise de todos os dados obtidos através da pesquisa bibliográfica e virtual, e posteriormente a digitação ou a redacção do trabalho. Para redacção do trabalho recorreu-se ao pacote informático *Microsoft Office Word* para a apresentação das informações em forma de texto e *Microsoft PowerPoint* para a apresentação oral do mesmo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo abordar-se de forma minuciosa sobre os principais conceitos relativamente ao tema em análise, onde destacam-se o turismo, eventos, festivais e festivais de música apoiando-se em obras literárias que debruçam sobre o tema em análise.

2.1. Turismo de Eventos

O turismo de eventos é um segmento do turismo que surge no âmbito de várias deslocações realizadas por pessoas para assistirem ou participarem de eventos. Portanto antes de mais importa debruçar-se em torno do conceito de turismo e eventos.

Segundo OMT (1994:03), " turismo compreende as actividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano e superior a 24h, motivados por lazer, negócios ou outros".

Para HUNZIKER et al (1942)*apud* BARRETO (2003:11) turismo é um conjunto das relações e dos fenómenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora do seu local de domicílio, sempre que ditos deslocamentos e permanência não estejam motivados por uma actividade lucrativa.

Assim sendo, decompondo os conceitos de turismo acima referenciados podemos perceber que a actividade turística está aliada ao deslocamento individual ou grupal de indivíduos fora do seu entorno habitual por um período superior a 24h e inferior a um ano, sendo que esta não seja motivada por uma actividade lucrativa.

No que tange aos eventos, importa referir que existem vários conceitos de eventos abordados por vários autores e em seguida passa-se a discutir-se alguns deles.

De acordo com MATIAS (2004:76) evento é uma soma de acções previamente planeadas com o objectivo de alcançar resultados definidos perante o seu público-alvo.

Evento é sinónimo de acontecimento não rotineiro, facto que desperta a atenção. Um eclipse, um nascimento, ou uma descoberta são eventos. (TENAN, 2002:13).

De acordo com os conceitos supracitados, pode-se perceber que as três definições apresentadas, comungam as mesmas ideias no que tange ao conceito de evento. São acordados os seguintes aspectos nas definições acima:

- Acontecimento único;
- Não rotineiro;
- Obedece um planeamento prévio; e
- Com objectivo específico.

Os eventos assim como o turismo surgem a muitos anos atrás. Autores como MATIAS (2004:20-21), apontam vários fenómenos que demonstram a existência do turismo de eventos, evidenciando a viagem organizada por Tomas Cook (conhecido como o pai das viagens organizadas) em 1841. Tomas Cook organizou uma viagem para 570 pessoas para assistirem o congresso Antialcoólico nas cidades de Leicester e Lough borough. Essa viagem marcou o início do turismo como uma actividade organizada e do turismo de eventos. Além da viagem organizada pelo Tomas Cook, na idade média as pessoas começaram a viajar para assistirem as feiras, assim como, a copa do mundo (realizada pela primeira vez na França, recebendo durante o seu acontecimento cerca de 32 países), assim sendo, com a deslocação de pessoas para participarem dos eventos tornou necessário a criação de condições para tornarem-se bases do desenvolvimento do turismo de eventos. O primeiro espaço criado foi a *Society of Art* mais tarde rentabilizada de *Royal Society of Art* em 1754.

Para BRITTO e FONTES (2002:30) o turismo de eventos é um segmento que cuida dos vários tipos de eventos que se realizam dentro de um universo amplo e diversificado. São os congressos, conferências, cursos, exposições, feiras, shows, simpósios, solenidades, espectáculos, festivais e etc. e a realização destes vem proporcionar ao grupo de profissionais de uma mesma área a troca de informações, a actualização da tecnologia, o debate de novas proposições, o lançamento de um novo produto (cultural, histórico, social, industrial, comercial, etc.) promovendo a interacção dos mesmos, contribuindo para a geração e o fortalecimento das relações sócias, industriais, culturais e comerciais, ao mesmo tempo que são gerados fluxos de deslocamento e visitas.

O autor acrescenta ainda que o segmento de turismo de eventos é a solução para a crescente necessidade de ampliação dos sectores de agenciamentos, hotelaria, *catering* e transporte, frente a expansão do volume de negócios desenvolvidos no mix de eventos, pois, essa expansão ou ampliação dos sectores facilitará na resposta das necessidades cada vez mais complexas dos consumidores através da oferta de produtos com qualidade garantindo maior satisfação dos mesmos.

O autor ressalta ainda que o turismo de eventos surge com a finalidade de planejar e organizar o receptivo dessa demanda exclusiva, dando uma imagem característica a aquelas localidades cujo potencial de interesse reside no fluxo nacional e internacional.

Para OMT (1995) citado por ROCHA (2014:08) no que tange ao turismo de eventos ressalta seu contínuo crescimento e diversificação nas últimas décadas, transformando-se no setor econômico com maior crescimento no mundo, sendo responsável pelo progresso socioeconômico dos destinos turísticos, superando setores tradicionais da indústria. Nesse contexto ROCHA (2014:08), acrescenta que por se tratar de uma actividade econômica e social, deve-se identificar qual evento que leva as pessoas a viajar, para que cada destino analise a sua procura real e potencial, com vista ao conhecimento do perfil do seu visitante e o dimensionamento dos segmentos do turismo de evento que se apresentem mais favoráveis para serem desenvolvidos.

Mas por outro lado MATIAS (2004:25) evidencia que o turismo de eventos, para se desenvolver não necessita somente de espaços que possibilitem a realização de eventos, mas também de meios de hospedagem e transporte que são a base de sustentação da actividade turística e de um conjunto de profissionais com competências, atitudes e conhecimentos capazes de idealizar e executar eventos que possam responder às necessidades do mercado alvo.

Portanto, o turismo de eventos é uma actividade económica muito importante, pois garante a sobrevivência de muitas localidades que vivem do seu desenvolvimento, contribuindo positivamente na melhoria da qualidade de vida das mesmas.

3. OS EVENTOS E A ACTIVIDADE TURÍSTICA

3.1.Importância dos Eventos no Turismo

Os eventos caracterizam-se de forma geral através de espectáculos, exposições, peças teatrais, desfiles de moda, etc. Constitui um atractivo turístico e um factor impulsionador do desenvolvimento de destinos turísticos.

Actualmente, o novo turista, não só busca essencialmente pelas actividades que lhe remete a dinâmica da vida urbana, o contacto com a natureza, mas também, procura o contacto directo com os costumes, as formas de vida, as inter-relações sociais com a comunidade local, através de eventos influenciando assim na diversidade da oferta turística de cada região.

Como coloca RIBEIRO (2005:65)"hodiernamente a realização de eventos, principalmente os festivais vêm ganhando um lugar extremamente importante no aumento do número de visitação dos destinos, atractividade turística e na valorização da cultura local. A realização de eventos pode desempenhar vários papéis importantes, que vão desde a atracção de turistas, a animação de atracções fixas, a dinamização de outras actividades até a criação da uma imagem do destino turístico".

Em 1999SILVA descreveu que um evento pode ser visto como um atractivo em si, movimentando somas relevantes para a rede hoteleira, bem como para empresas ligadas ao turismo receptivo, visto que, mesmo com o mérito principal de reunir pessoas cujas aspirações se assemelham, geram emprego e renda para a comunidade receptora através de oportunidades que o evento proporciona, fazendo circular o dinheiro e gerando riquezas.

A partir da promoção de eventos em determinados destinos turísticos, pode possibilitar o surgimento de novos negócios ligados directa ou indirectamente a área, novos postos de emprego (promotores de eventos, etc), desenvolvimento de relações sociais entre diferentes culturas, fortificação da identidade cultural, surgimento de novos investimentos em estrutura e tecnologia, e as informações e experiências são socializadas, desenvolvendo assim as regiões receptoras.

Neste contexto BRITTO e FONTES (2002:34-36) "acrescentam ainda que os eventos estão criando oportunidades de viagens, ampliando o consumo, permitindo a estabilidade dos níveis de emprego do sector e promovendo o desenvolvimento e a comercialização de produtos".

De acordo com TENAN (2002:49-51), uma grande motivação para participar de um evento é a oportunidade de praticar turismo. O atractivo turístico de uma localidade é factor importante no número de participantes e de acompanhantes de um evento. O mesmo autor acrescenta ainda que a captação e promoção de eventos vem sendo considerada a actividade que mais retorno económico e social oferece ao destino que os sedia. E com base nas abordagens de vários autores tais como,IGNARRA (1999), LAW (2000), BAPTISTA (1979) o autor em análise apresenta benefícios dos eventos no turismo, onde destacam-se os seguintes:

- O turismo de eventos ajuda a equilibrar a oferta e a demanda, pois a realização dos eventos concentra-se na baixa estação. Condimenta ainda que a ocupação dos equipamentos turísticos embaixas estações é vantajosa tanto para empresários quanto para os próprios turistas;
- A realização de eventos frequentemente enriquecem a vida cultural da cidade, tanto por receber as maiores autoridades em determinadas áreas do conhecimento, como por incrementar a produção e a valorização dos artistas locais;
- Um evento geralmente proporciona prestígio a cidade-sede, que é alvo da imagem positiva na mídia que o evento gera;
- O turista de evento permanece mais tempo no destino e gasta mais que um turista de lazer, pois, a permanência média do turista de eventos é de quatro a cinco dias e o turista de lazer é de três dias;
- Considerando-se os vários segmentos do turismo, o evento é o que proporciona retorno em termos de participação no PIB, geração de emprego e impostos pelo seu efeito multiplicador. O turista de eventos, muitas vezes, leva um acompanhante, que é um turista de lazer em tempo integral.

Outros benefícios dos eventos são apresentados pela GIAGAGLIA (2003:11-18) onde referênciamos que os eventos são úteis para todos, o que faz deles uma actividade em crescimento em empresas de grande, médio e pequeno porte e para todas as áreas de negócio, seja de varejo, atacado, industriais, comércio, serviços, etc.

LYCH (1984:420, citado por GIAGAGLIA (2003:16) acrescenta ainda que os eventos contribuem para o aumento da visibilidade, de acesso e de apelo de conveniência para os clientes, onde, toda a empresa que oferece produtos e serviços pode encontrar oportunidades para exhibir e demonstrar sua oferta.

Assim sendo no turismo em particular, pode-se perceber a importância da realização dos eventos como forma de somar forças face a sazonalidade turística e como um factor impulsionador do desenvolvimento nas localidades receptoras.

4. PRINCIPAIS ABORDAGENS SOBRE OS FESTIVAIS

Dentre vários tipos de eventos que existem, o presente trabalho focaliza essencialmente os festivais de música como eventos que contribuem no desenvolvimento da actividade turística, abordando inicialmente sobre os festivais e posteriormente sobre os festivais de música.

4.1.Festivais

Segundo GETZ (2005) citado por CARVALHAL (2014:07) uma das comuns formas de celebração são os festivais, e embora muitos deles sejam tradicionais, a grande maioria destes foram criados nas últimas décadas.

Para FALASSI (1987) citado por CARVALHAL (2014:07) etimologicamente o termo festival, provém de duas palavras latinas que mais tarde se fundiram, *ofestum* que significa alegria e folia, assim como, a *feria* que significa abstinência do trabalho em honra dos deuses. E por outro lado KARLSEN (s/d) citado por MACIEL (2011:09) refere que apesar do número de festivais ter aumentado exponencialmente ao longo das últimas décadas, eles existem desde tempos imemoriais, assim sendo, a palavra em si deriva do latim e comumente significa felicidade e prazer.

Importa referir que segundo TENAN (2002:30) " o festival é um evento artistico-cultural, composto de apresentações previamente seleccionadas, com o objectivo de competição comercial. Tem frequência variavel e pode acontecer em ambientes abertos ou fechados".

E em 2005 GETZ definiu os festivais como sendo celebrações temáticas e públicas, que envolvem o turismo, lazer e oportunidades culturais como danças, músicas, filmes, shows, gastronomia, arte visual, artesanato, celebrações da colheita, eventos desportivos, rituais e produtos agrícolas.

E na perspectiva de ALLEN et al (2003:06) "os festivais são uma expressão importante da actividade humana que contribui muito para a nossa vida cultural e social. Também estão cada

vez mais ligados ao turismo, afim de trazer actividades empresariais e lucros para suas actividades anfitriãs”.

Portando, analisando os conceitos acima referenciados, podemos considerar os festivais como sendo uma actividade de carácter artistico e cultural realizados com o objectivo de proporcionar experiências únicas e agradaveis aos participantes contribuindo para o desenvolvimento de relações sociais e inclusão social de todos. Geralmente tem uma frequência variável, podendo serem organizados em lugares abertos ou fechados depedendo da natureza e da finalidade do festival.

Seja para celebrar as épocas de vida ou as tradições dos tempos antigos e modernos como refere MENDIRATTA (2010) citado por MACIEL (2011:06) os festivais juntam as pessoas para partilharem quem são e o que acreditam, do que gostam, do que estão agradecidas, o que faz delas uma comunidade orgulhosamente coesa. Ou ainda como acresceta LAOPODI (2003) citado pelo mesmo autor em análise, evidência que os festivais agrupam diferentes formas de actividades culturais e diferentes pessoas, e promovem uma troca cultural e democrática. E que desde a sua origem até aos dias de hoje, os festivais juntam pessoas e permimte-lhes expressar as suas preocupações e ansiedades enquanto lhes fornecem experiências culturais.

KAFTANTZOGLOUR (s/d) *apud*MACIEL (2011:08) condimenta ainda que na Grecia os festivais tem sido integrados na cultura do pais desde há muitos anos, mas, recentemente os mesmos deixaram de ser organizados exclusivamente pela Organização Nacional do Turismo, para passarem a ter lugar em inúmeras cidades e vilas pequenas por todo o pais, organizados pelas autarquias municipais em colaboração com os centros culturais e outros agentes.

Geralmente os festivais ou outros eventos dessa magnitude são apoiados pelo governo e IDEM (s/d) citado por MACIEL (2011:07) aponta que a razão para os governos locais apoiarem os festivais está directamente relacionada com a importância crescente da cultura nas estratégias do governo, embora naturalmente, o envolvimento de outros grupos patrocinadores seja também encorajado como complemento ou substituto, não é por isso menos evidente o apoio das autoridades locais tanto em termos financeiros como em termos de organização.

Para MANNING (1983) citado por CARVALHAL (2014:07) os festivais são performaces de simbolo culturais. Estas celebrações são oportunidades de

vivenciar situações agradáveis e divertidas fora das rotinas diárias, envolvendo a participação activa de todos os frequentadores sem exclusão social, apelando a toda a comunidade.

Em 2013 GUSTAVO referenciou ainda que os festivais são uma série de acções/eventos ou espectáculos, artísticos, culturais ou desportivos, realizados em geral, com edições periódicas. Estes estão associados ao conceito de artes performativas e indústrias criativas.

Dependendo da natureza dos festivais, estes quando forem bem programados podem contribuir positivamente no aumento da prática da actividade turística, principalmente quando forem realizados nas épocas baixas, transformando-se em uma estratégia face a sazonalidade turística, um dos fenómenos que assolam a actividade turística.

4.2. Características dos Festivais

De acordo com DIAS (2012:35) "os festivais possuem características que se destiguem entre si, especialmente no que tange a sua dimensão, tipo de público que cada um pretende captar e na forma como o festival é realizado ou desenvolvido".

Assim sendo, por sua natureza apresentam varias características, estas são colocados por STONE (2009) citado por DIAS (2012:35), apontando-as da seguinte forma:

Características	Descrição
<i>Mainstream</i>	São festivais que se destinam a um público mais abrangente, assim como podem ter uma amplitude mais limitada, ou ainda, podem ter o objectivo de captar um grupo ou nicho específico do mercado.
<i>Multivenne festivals</i>	Estes possuem vários palcos ou tendas, cada um com a programação segmentada e contínua

<i>One track festival</i>	Realizam-se com um palco
---------------------------	--------------------------

Quadro 1: Característica dos festivais segundo Stone (2009) citado por Dias (2012)

DIAS (2012:35-36), caracteriza os festivais tendo em conta a assistência dos mesmos, e acrescenta ainda que diversos autores caracterizam os festivais de acordo com a sua dimensão, observado asseguir:

- Festivais “*boutique*”, que permitem uma maior proximidade entre o público e o festival, com capacidade máxima de até 10 mil pessoas ou mesmo até 35 mil pessoas;
- Festivais de dimensão média, com audiências entre 10 mil e 50 mil pessoas;
- Festivais de larga escala, com mais de 50 mil pessoas de audiência.

O festival também pode ser caracterizado como um evento em que pese fatores artístico-culturais, composto de apresentações previamente selecionadas, com o objetivo de competição, divulgação ou promoção comercial. Tem frequência variável e pode acontecer em ambientes abertos ou fechados (TENAN, 2002:30).

Para GETZ (2001) citado por PETITINGA(s/d:01) todo festival deve ser considerado um evento especial, mas nem todo evento especial é um festival, já que pode ser uma competição desportiva, um encontro, um show ou uma promoção comercial. Esta posição deveria ser levada em consideração pelos organizadores ao denominar seu evento como festival, até porque, de acordo com os estudos sobre festivais, entende-se que eles devem agregar benefícios junto à comunidade em que estão inseridos. Aqueles que não contemplem tais benefícios não deveriam ser caracterizados como festivais e sim algum outro tipo de evento.

4.3. Marcos de Festivais de Música

Actualmente os festivais de música tem despertado um interesse por parte dos pesquisadores por conseguirem movimentar um número considerável de pessoas para neles participarem. Este cenário intensificou-se no século XX como descreve o autor BOWDIN et al (2011) citado por DIAS (2012:38).

O autor analisa a influência dos festivais de música na profissionalização dos eventos. Acrescenta ainda que os anos 60 e 70 do século XX foram ricos em eventos musicais. Aliados aos ideais característicos dos anos 60, os festivais de música eram espaços aliados para interação social e sexual, consumo de drogas e expressão musical, sem a componente comercial que apresentam actualmente. GIBSON e CONNEL (2005) *apud* DIAS (2012:38) acrescentam que eram parte de novas práticas sociais, locais de contestação política, revolta social e lugar para a prática de comportamentos desviantes (consumo de drogas, nudez pública, sexo descomprometido e etc).

Para Petitinga (s/d:02) é importante salientar que os festivais realizados nessa época tinham como o principal objectivo o lançamento de novos artistas e a renovação da música popular. Pode-se observar que os festivais actuais possuem outras qualidades, pois, além de fomentar o mercado musical também impulsionam aspectos sócio-económicos e culturais.

ZAMITH et al (2005) *apud* DIAS (2012:38), referêcia que os anos 70 também foram marcados pelo crescimento e massificação turística, ou seja, os festivais de música tinham uma orientação turística, procuravam atrair visitantes de todo o mundo. Um exemplo específico foi o festival de vilar de mouros, realizado por um médico com o objectivo de tornar a aldeia em um ponto turístico.

A medida que o estudo e a compreensão do turismo se complexificam, percebe-se que o turismo de nichos adopta uma estratégia mais focada e complexa. Neste sentido, surge um tipo de turismo designado por alguns autores como *Music Tourism* (definido como o tipo de turismo onde se viaja, pelo menos em certa medida, devido a música) que se integra no turismo cultural. (SIMÕES, 2014:33).

Na perspectiva de GIBSON e CONNEL (2003) *apud* SIMÕES (2014:34) este conceito tem sido sustentado pela relevância que a música e os festivais de música tem no turismo. Condimentando que a escolha de determinados destinos para viajar tem na música a principal motivação ou uma das mais preponderantes.

Para GIBSON e CONNELL (2003) citados por SIMÕES (2014:34), o surgimento do *Music Tourism* na Europa é claramente identificado desde o século XIX. Enquanto a indústria turística se ia transformando fazendo paralelamente face ao crescente número de turistas nas maiores

idades europeias, iam surgindo os espectáculos, assim como o teatro, ballets e vários géneros de concertos. Assim, a música sempre fez parte, ainda que em escalas diversificadas, das experiências relacionadas com as viagens. Desde pequenos espectáculos musicais, a integração da música em algumas actividades de lazer, actualmente tem-se alargado mundialmente e tem contribuído em grande medida para a valorização e para o desenvolvimento de alguns destinos.

4.4. Conceptuando Festivais de Musica

Na perspectiva de SARMENTO (2007) citado por DIAS (2012:34) os festivais de música são definidos como eventos que tem na música o motivo para a sua realização, mas que vão para além disso. São programas de actividades de fruição, entretenimento ou eventos que tem um carácter festivo e que celebram publicamente algum conceito, acontecimento ou facto.

Nesta mesma linha de abordagem ABREU (2007:34) citado pelo mesmo autor, salienta que estes eventos concentram-se num espaço de tempo curto, num local geralmente delimitado e tem uma intensa programação musical.

Para MARTINHOS E NEVES (1999:36) "os festivais de música são eventos de carácter plurianual, cujo programa é essencialmente integrado por concertos e recitais, realizados em diversos recintos".

Decompondo os conceitos acima indicados importa ressaltar que os festivais de músicas são celebrações que se realizam num determinado espaço, respeitando sempre uma programação pré-estabelecida. A realização destes tende a responder uma necessidade específica e consegue movimentar um número considerado de pessoas a participarem.

RUAS (2013:109) referecia que um festival de música como eventos deve promover a interacção, combinar a cultura e lazer em um único espaço, que também tenha um número expressivo de participantes, que possua um planeamento e objectivos definidos, mas que acima de tudo promova uma celebração, que provoque uma ruptura no quotidiano, e propicie uma experiência única. O autor ressalta ainda que os festivais de música tem o objetivo de criar um lugar que proporcione experiências em todos os sentidos, que a cada dia são exploradas das mais variadas formas, por exemplo: rodas gigantes, montanhas

russas, praças de alimentação, áreas de descanso compostas por pufes, espaço de interação com patrocinadores, dentre muitos outros.

4.5.Principais Motivações nos Festivais de Música

Nos festivais de música, as pessoas participam dos mesmos movidos por vários interesses, assim sendo, podemos verificar um número considerado de pessoas que participam neste tipo de eventos mas cada um com o seu propósito. Portanto analisemos em seguida as principais motivações nos festivais, apresentados por vários autores.

GELDER e ROBINSON (2009) bem como PEGG e PATTERSON (2010) *apud* DIAS (2012:41) realizaram estudos concretos sobre as motivações em festivais e facilmente constataram que a música, apesar de ser um dos motivos principais para participar no festival, não era o único motivo para ali estar e, na maioria dos casos, nem sequer o mais importante, competindo com outros motivos como a atmosfera/ambiente do festival, socializar com a família e amigos, procurar novas experiências e festejar/celebrar.

QUEIRÓS (2014:25) coloca certas necessidades que as pessoas apresentam para participar em festivais de músicas apoiando-se em alguns autores, tais como, CROMPTON & MCKAY (1997); DUNN ROSS & ISO-AHOLA (1991); J. Y. LEE (2009); PITTS (2004); SCHMITT (1999) onde destacam-se as seguintes:

- Necessidade e desejo de fazer algo diferente;
- Necessidade de interação social;
- Necessidade de excitação, prazer, novas emoções;
- Necessidade de novas experiências.

Os autores DUNN ROSSE e ISO-AHOLA (1991), OTTO e RITCHIE (1996), citados por QUEIRÓS (2014:25) defendem que as necessidades podem ser agrupadas em duas, tais como:

- Necessidade/ desejo de fuga – Necessidade de “fugir” de problemas do quotidiano, do *stress* e da ansiedade rotineira.
- desejo de obter recompensas psicológicas – Libertação dos problemas, descanso, relaxamento, sentimento de domínio, fazer o que se gosta, interação social,

sentimento de pertença a um grupo e/ou um estilo de vida, sentimento de prazer e excitação através de novas emoções e de novas experiências.

Para FREY (2000)*apud* QUEIRÓS (2014:26) os visitantes são atraídos pelas expectativas de novas experiências culturais e por toda a notícia que rodeia o evento e o país onde este se insere. Num estudo realizado por CROMPTON e MCKAY (1997) citado por QUEIRÓIS (2014:25-26), foram indentificados novos fatores que devem ser incluídos nas anteriores, são eles:

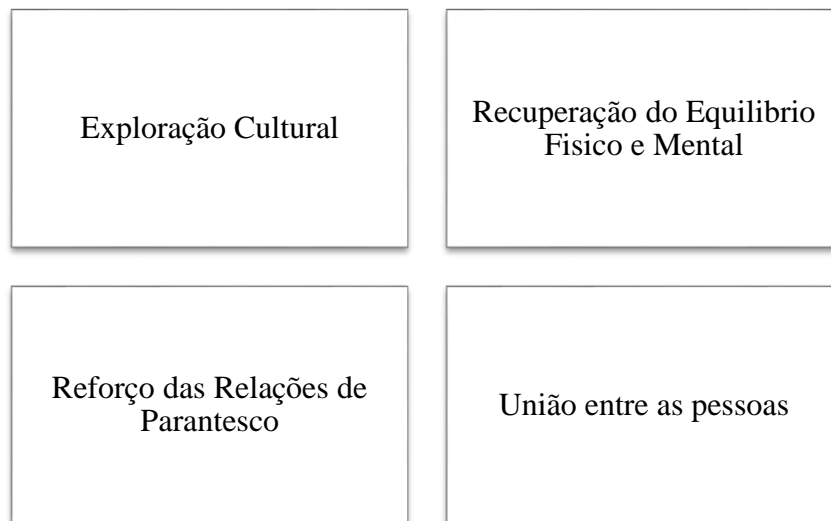


Figura 1: Motivações para Festivais de Músicas, Autora (2016)

Para DIAS (2012:43) a forma como o festival é comunicado também influencia na tomada de decisão. Nesta abordagem PELICANO (2009) citado pelo mesmo autor afirma que, certos festivais não atraem só pela música mas por toda a envolvente, onde por exemplo a proximidade da praia e toda a animação que o caracteriza são fundamentais para atrair o público-alvo para o evento. A forma como os bilhetes são vendidos, quase como um pacote turístico faz com que muitos escolham os festivais para passarem suas férias, aliando o divertimento (concertos e entretenimento) à praia, de forma relativamente barata.

MEDET et al (2009:279), apresenta sua abordagem sobre as motivações para participar num festival obtidos através de estudos realizados por vários autores, tais como, UYSAL e MARTIN (1993), SCOTT (1996), FORMICA e UYSAL (1998) e LEE (2000). Os resultados obtidos são semelhantes, mas evidenciam ainda que muitas vezes as motivações variam de festival a festival, e de acordo com o tipo e a finalidade do festival, mas que sempre existem elementos comuns para

todos os festivais. Assim, observemos em seguida um quadro resumo das motivações dos festivais apresentados pelo mesmo autor em análise com suporte de estudos realizados pelos autores supra citados:

Principais Motivações			
<ul style="list-style-type: none"> ○ escape ou fuga; ○ excitação; ○ evento; ○ novidade; ○ socialização; e ○ união familiar. <p>UYSAL, GAHAN, e MARTIN (1993)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ socialização/entretimento; ○ evento; ○ Atração/excitação; ○ união de grupo; ○ cultura/história; ○ união familiar; e ○ novidade. <p>FORMICA e UYSAL (1998)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ avaliação da natureza; ○ excitação de evento; ○ Sociabilização; ○ união familiar; ○ Curiosidade; e ○ fuga de rotina. <p>SCOTT (1996)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ exploração cultural; ○ união familiar; ○ fuga de rotina; ○ novidade; ○ socialização; e ○ atrações do evento; <p>LEE(2000)</p>

Quadro 2: Resumo das motivações para participar nos festivais de acordo com MEDET et al (2009:280), com bases em vários autores, descritos no quadro acima.

MEDET et al (2009:280), aponta que das dimensões mais frequentes nas motivações dos festivais, a dimensão de socialização é que tem mais percentagem, ou seja, o maior número de pessoas que frequentam os festivais tem a socialização como sua maior motivação e acrescenta ainda que a dimensão de atração é que apresenta uma menor percentagem.

5. CONTRIBUTO DOS FESTIVAIS DE MUSICA PARA A ACTIVIDADE TURISTICA

Segundo GIBSON e CONNEL (2005) citado por SIMÕES (2014:48), numa das mais recentes transformações do turismo, a música nos seus diferentes generos tornou-se rapidamente numa nova lógica ou motivação para viajar, também, um mercado para turistas numa rápida indústria em expansão. RIVERO (2009) citado pelo mesmo autor aponta que durante as últimas décadas tem surgido um número impressionante de eventos e de festivais nos quais se incluem os de música, inicialmente fruto da noção de que seria uma boa oportunidade para comunidade local partilhar parte da sua cultura. Actualmente esse número é reflexo do reconhecimento da sua importância para o desenvolvimento de destinos, assim que, para além de atrair pessoas para lugares onde se realizam, fazem-nas permanecerem durante mais tempo. Assim sendo quanto maior a duração do festival mais tempo permanecerá quem nele participa. (SIMÕES, 2014:48).

Para RUAS (2013:113) a partir da evolução dos eventos ao longo dos anos e da descrição dos festivais de música, observa-se que estes eventos em muitos momentos tiveram o seu desenvolvimento possível devido ao avanço do turismo. Ressalta ainda que a dependência de alguns serviços e equipamentos turísticos para a realização destes eventos sejam possíveis.

Com o passar do tempo os festivais tem ganhado espaço muito significativo no turismo. Estes tem se transformando num atrativo principal para a realização de viagens a um determinado ponto geográfico. Este cenário tem movimentado as regiões que acolhem esse público desde as empresas de hospedagem, restauração, transporte, animação e entretenimento, transformando-os em destinos mais destacados nas mídias e em outros meios de comunicação.

Uma boa programação destes eventos pode arrecadar vários benefícios não só para o turismo como actividade económica, mas também a nível social, através do convívio e troca de experiências de diferentes pessoas, e a criação de oportunidades de empregos directos e indirectos como consequências da organização e realização dos festivais. Assim sendo acompanhemos em seguida várias abordagens de diferentes autores que demonstram a importância e o contributo dos festivais para o turismo abordados pelos autores PICARD e ROBINSON (2006) e GETZ (2005) referenciados por MACIEL (2011:17):

PICARD e ROBINSON (2006) consideram que os festivais adquiriram um importante estatuto como parte do turismo, sejam eles momentos de celebração social tradicionais ou eventos elaborados primeiramente enquanto produto turístico, de tal forma que hoje em dia podemos claramente discernir um fenómeno de turismo de festival. O turismo ofereceu às comunidades o ímpeto para reviver, redescobrir e reinventar a sua cultura de festival enquanto outras criaram os festivais como forma de atrair turistas, servindo para consolidar e celebrar a identidade local e para oferecer uma experiência autêntica ao visitante. Em 2005 GETZ acrescentou que por vezes os festivais são criados devido a estratégias de marketing de lugar e de promoção do turismo, o que muitos observadores consideram não ser um bom processo.

Segundo o Conselho para as Artes Inglêss, os festivais artísticos podem contribuir para o turismo de diversas formas. Eles providenciam ofertas culturais, contribuem para a construção de um sentido de lugar e para a construção de um sentido de comunidade em um propósito comum. Podem ser também bons veículos promocionais para cidades, vilas e aldeias, realçando a imagem e identidade de um destino e melhorando assim as percepções do lugar e das pessoas que aí vivem.

Os festivais artísticos são uma forte expressão da cultura local, na medida em que oferecem uma oportunidade para as pessoas definirem a sua própria individualidade, cultura e tradição, defendendo-se contra a globalização e homogeneização da cultura.

ANDERTON (2006:13) reforça esta noção do contributo dos festivais de música na actividade turística, referindo que os festivais de música têm sido conceptualizados como uma parte essencial da indústria do turismo e do lazer. O autor considera que os festivais têm adquirido uma importância acrescida atendendo ao papel que os mesmos representam nas economias locais, regionais e até nacionais e são por isso, apoiados por entidades governamentais, tais como, as autarquias locais e entre outras.

Para BOWDIN (2001) *apud* ANDERTON (2006:14) crescentemente, as entidades governamentais nacionais e locais têm lucrado com os festivais para celebrar eventos ou aniversários históricos; para apoiar projectos de regeneração comunitária e aumentar o orgulho cívico; para inspirar e revitalizar o cenário das artes locais; para aumentar o número de turistas em lugares específicos; e para estimular o crescimento económico local e regional.

FLÉCHT (2011) citado por RUAS (2013:113) acrescenta que os festivais contribuem para a criação de um calendário cultural, com a multiplicação das turnês internacionais, e muitas vezes com a criação de “temporadas” específicas para sua realização. A autora aponta ainda que os

festivais tiveram um papel importante no processo de globalização, pois favoreceram as transferências culturais, sendo um lugar para a formação da cultura jovem e uma ruptura com a ordem estabelecida, na qual a música se constituiu como elemento principal.

No âmbito do Marketing IBIDEM (s/d) citado por MACIEL (2011:17) ressalta a importância dos festivais, focalizando que os festivais e eventos podem ser muito positivos para as percepções de marca, uma vez que são capazes de projectar uma imagem vibrante e viva dos lugares. Podem melhorar o perfil de destino através de cobertura de imprensa, difusão positiva de informação, nomeadamente de carácter informal, e apresentar uma oferta cultural mais diversificada que complementa outras atracções fixas mais conhecidas. Anível social, através do convívio e troca de experiências de diferentes pessoas, e a criação de oportunidades de empregos directos e indirectos como consequências da organização e realização dos festivais. Ao mesmo tempo, os festivais são normalmente positivos para a população local, pelo orgulho local e sentido de comunidade que podem provocar.

Segundo o mesmo autor os festivais também são positivos para o turismo uma vez que são capazes de aumentar o tempo de estada. Por vezes os festivais são a própria motivação para visitar um lugar, mas também podem funcionar como uma razão para prolongar uma viagem previamente planeada, desta forma aumentando o tempo de estada do visitante, e consequentemente o lucro que ele gera. Para além do mais, assim como no caso dos mega-eventos, os festivais criam no potencial visitante uma boa razão para visitar o lugar nesse momento e não adiar indefinidamente as férias planeadas.

Um aspecto muito importante dos festivais é que eles podem alargar o período de visita de um lugar ao longo do ano. Todos os destinos turísticos sofrem do mesmo problema: na época baixa a visitação diminui significativamente e o emprego na actividade turística cai. Quando um festival é planeado fora da época alta pode atrair fluxos de visitantes evitando o esmorecimento da economia turística e minimizando os efeitos da sazonalidade.

Para HACKBERT(s/d) citado por MACIEL (2011:19) os festivais são capazes de gerar lucros para os governos e ter um impacto positivo nas economias locais, criar fundos para organizações locais e serviços, criar uma imagem positiva para a comunidade, abrir oportunidades para talentos locais e instigar o orgulho nas comunidades.

MEDET et al (2009:281), referer que a literatura em festivais e eventos nota repetidamente que eles têm várias vantagens para o destino de anfitrião e a comunidade. SMITH (2005) citado por MEDET et al (2009:281) alega que estes geram renda para a cidade e projetos cívicos. Na mesma

abordagem e ainda citado pelo mesmo autor em análise ARCODIA e WHITFORD (2006) condimentam que os festivais proporcionam melhorias de infra-estrutura como instalações novas e jurisdições. Assim como, ajudam a construir uma imagem nos turistas que nunca visitaram o lugar por cobertura de mídia. Estes também ajudam a criar um senso de orgulho de comunidade e envolvimento de todos.

5.1. Estudo de Caso: Festival Rock in Rio

Para a apresentação deste recorreu-se ao estudo de caso realizado por MORAIS (2013) citado por RUAS (2013:72) relativamente ao festival de música Rock in Rio.

Rock in Rio é um festival de música idealizado pelo empresário Roberto Medino no âmbito da celebração da transição da ditadura para a democracia. Nasceu então o sonho do Rock in Rio.

Teve a sua primeira edição entre os dias onze e vinte de janeiro de 1985 em um terreno de 250 mil metros quadrados construído especialmente para abrigar o festival, em Jacarepagua-Rio de Janeiro. Contou com cerca de 1.380 mil pessoas. Devido ao sucesso da primeira edição do evento, em 1991 Roberto Medina promoveu a segunda edição do festival, realizado no estado de futebol de Maracanã e contou com cerca de 700 mil pessoas. Em 2001 foi realizada a terceira edição do evento na cidade de Rio de Janeiro num espaço com capacidade de receber cerca de 250 mil participantes por dia.

Em 2004 o festival Rock in Rio cruzou fronteiras e o oceano, teve a sua primeira edição realizado em Lisboa-Portugal. Depois do êxito do festival o mesmo expandiu ainda mais a sua área de actuação, estreando em Madrid. Em 2006 foi a primeira vez em que o festival foi realizado em duas cidades simultaneamente. Em 2011 o Rock in Rio retornou para o país de origem, em uma nova arena construída para abrigar o festival, trazendo consigo uma nova diversificação de estilos musicais. Na sua quarta edição no Brasil em 2011 teve um público total de 700 mil pessoas. O autor em análise citado por Ruas (2013:76) aponta ainda que:

Segundo estimativas da Secretaria de Turismo do Rio de Janeiro (Riotur), o evento impactou em mais de R\$ 880 milhões na economia do Rio de Janeiro, atingindo uma média de 90% de ocupação dos quartos da rede hoteleira carioca. A cidade contou com a visita de 350 mil turistas, sendo 25% estrangeiros. O evento foi alvo nas redes sociais. Estima-se que o Rock in Rio IV edição tenha impactado 180 milhões de pessoas, em 200 países.

Em 2013, o Rock in Rio solidificou a sua presença no Brasil, teve seus ingressos esgotados contando com um público de cerca de 600 mil pessoas. Em 2014 realizou-se a sexta edição do

festival em Lisboa. Desde a sua idealização até os dias de hoje, o festival Rock in Rio, obedece o seguinte calendário na sua realização:

Ano	Nome	Local
1985	Rock in Rio I	Rio de Janeiro
1991	Rock in Rio II	Rio de Janeiro
2001	Rock in Rio III	Rio de Janeiro
2004	Rock in Lisboa I	Lisboa
2006	Rock in Lisboa II	Lisboa
2008	Rock in Lisboa III Rock in Rio Madrid	Lisboa Madrid
2010	Rock in Rio Lisboa IV Rock in Rio Madrid II	Lisboa Madrid
2011	Rock in Rio IV	Rio de Janeiro
2012	Rock in Rio Lisboa V Rock in Rio Madrid III	Lisboa Madrid
2013	Rock in Rio V	Rio de Janeiro
2014	Rock in Rio Lisboa VI	Lisboa
2015	Rock in Rio Las Vegas Rock in Rio VI	Las Vegas Rio de Janeiro
2016	Rock in Rio Lisboa VII	Betim

Quadro3: calendário do festival Rock in Rio, Fonte: <https://pt.m.wikipedia.Rock> in Rio, consultado 12/11/2016 as 18:45mit.

O festival Rock in Rio, desde a sua origem movimentou as pessoas de todo o mundo, e transformou Brazil num destino alvo de várias visitas em todas as edições do evento. Tal como MORAIS (2013) citado por Ruas (2013:72-78) referenciou anteriormente, este evento desde a sua primeira edição até os dias de hoje teve seus impactos a nível económico com a geração de receitas, e no turismo, firmou-se como um atrativo capaz de influenciar no deslocamento de um fluxo considerável deturistas nacionais e internacionais, possibilitando a ocupação de quartos em hotéis, reservas em restaurantes e visita a lugares com atractivos turisticos. A realização deste, acareta vários custos, mas os seus feitos são nótaveis na região que acolhe o evento. Vinde em anexo algumas imagens relativamente ao festival de música Rock in Rio, onde é possível visualizar o impacto que o mesmo tem na atracção de uma quantidade significativa de participantes no evento.

6. CONCLUSÃO

Os eventos acompanham a vida das pessoas desde a época do surgimento dos jogos olímpicos, as peregrinações e o comércio. Estes podem ser considerados motores que deram um impulso significativo aos eventos como actividade importante na sociedade.

Os festivais de música como eventos foram ganhando espaço na sociedade e no turismo em particular. E a realização destes acarreta um planeamento prévio e objectivos claros e definidos. Seja qual for o tipo e objectivo do festival, o mesmo tem sido alvo de muita aderência nos últimos tempos.

As pessoas participam dos festivais motivados por vários interesses, seja pela fuga de rotina, a socialização, a música, o ambiente, a experiência, o desenvolvimento de relações sociais e o estar próximo da família e amigos. Como resultado dessa participação, observamos o movimento das indústrias primárias e de apoio ao turismo, assim como da própria comunidade receptora. No festival Rock in Rio evidenciado no presente trabalho, foi possível observar o número de participantes que se fazem presente no mesmo em cada edição do festival, e esse número tem contribuído para a intensificação da prática do turismo.

Assim sendo, a inserção dos festivais de música na oferta turística de qualquer região pode trazer benefícios socioeconómicos e turísticos às regiões organizadoras, que vão desde a criação de empregos directos e indirectos, a melhoria das infraestruturas primárias e de apoio ao turismo, a melhoria da imagem do próprio destino, o aumento do número de turistas e visitantes no destino e o desenvolvimento de relações sociais entre as pessoas.

Por isso, conclui-se que os festivais de música podem ser uma oportunidade e alternativa bastante importantes para os destinos, que pretendem diversificar a sua oferta e se manterem bem posicionados em relação à concorrência. Assim como, podem constituir uma alternativa face à sazonalidade turística, contribuindo para o desenvolvimento da actividade turística.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. AITKEN, J. (2002) The role of events in the promotion of cities: conference paper, events and place making, uts, Sydney.
2. ALLEN, Johnny et. al. (2003) *Organização e Gestão de Eventos*. Rio de Janeiro: Elsevier
3. BRITTO, Janaina e FONTES, Nema (2002) *Estratégias para eventos: uma óptica do marketing e do turismo*. São Paulo
4. BARRETO, Margarida (2003) *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. 13^{ed} São Paulo. Papyrus
5. CUNHA, Licinio. (2006) *Economia e política do turismo*. Lisboa: Editorial Verbo.
6. GETZ, D. (2005). *Event Management & Event Tourism* (2^a edição) New York: Cognizant Communication Office.
7. GIAGAGLIA, Maria Cecília (2003) *Organização de Eventos: Teoria e prática*. 1^{ed} São Paulo.
8. GIL, A.C. (1999) *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 5^{ed}. São Paulo. Atlas
9. IGNARRA, L. R. (2003) *Fundamentos do Turismo*. 2^a Edição. Thomson editora.
10. MARTINHO, T. D., & Neves, J. S. (1999) *Festivais de Música em Portugal*. *Folha OBSbarueri*: SP: Monole.
11. MATIAS, Marlene (2004) *Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas*. 3^{ed}-
12. OMT (1994) *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Roca
13. SILVA, F.P.S. (1999) *Eventos e Turismo: tendências e debates*. São Paulo: Roca
14. TENAN, IlkaPauleteSvissero (2002) *Eventos*. 2^a ed. São Paulo: Aleph (Coleção ABC do Turismo).
15. UEM-ESHTI (2012) *Guião de Elaboração de Trabalho e Apresentação de trabalhos de Fim do Curso*.

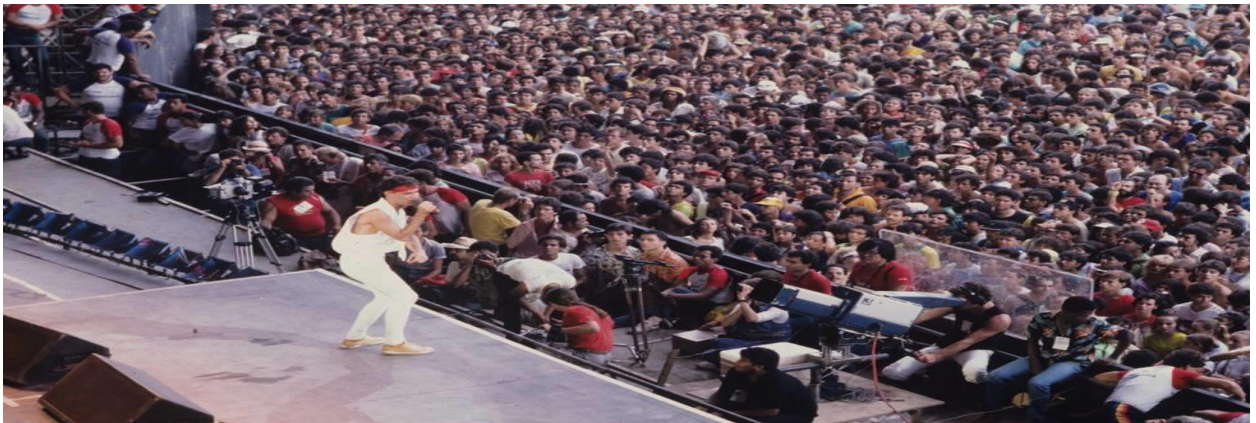
Teses, Dissertações e Monografias

16. ANDERTON, C. B. (2006). (Re) Constructing Music Festival Places, Swansea University.
17. CARVALHAL, Filipe Mourão (2014) *Os festivais de música como promotores de turismo cultural*. (tese apresentada a Universidade Católica Portuguesa para obtenção do grau de mestre em gestão de industrias criativas).

18. DIAS, Joel Alexandre Rosa (2012) Agências de viagens online especializadas em festivais de música. (trabalho de projecto apresentado a Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para obtenção do grau de mestre em turismo)
19. GUSTAVO, Nuno (2013) Gestão estratégico de destinos turísticos: organização de eventos e animação turística. (trabalho apresentado na Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Estoril, para a obtenção de grau de mestre em turismo).
20. MACIEL, Barbara Pires (2011) Os Festivais de música e turismo: dois estudos de casos- Lesaraluires e Milhões de festa. Porto. (Dissertação elaborada para a obtenção do grau de mestre em turismo na faculdade de letras da universidade de Porto)
21. MEDET, Yolalet all (2009) Na Examination of festival motivation and perceived benefits relationship: eskigehir international festival.
22. PETITINGA, Carolina Santos (s/d) Os festivais: Mais definições em trânsito.
23. QUEIRÓS, Ana Filipa da Silva (2014) A experiencia nos festivais de Musica. (dissertação apresentada á Universidade de Alveiro para a obtenção do grau de mestre em Marketing).
24. RIBEIRO, José Cadima el all. (2005) Importância da celebração de eventos culturais para o turismo de Minho-Lima: um estudo de caso: faro. (trabalho apresentado no XI congresso da PDR - o papel das universidades no desenvolvimento das regiões).
25. ROCHA, Osvaldo de Matos Ferreira (2014) Turismo de Eventos como estratégia para o desenvolvimento de destinos: caso da Cidade da Praia. (Monografia apresentada a Universidade Jean Piaget de Cabo Verde para a obtenção do grau de licenciatura em Gestão de Hotelaria e Turismo)
26. RUAS, Rayane (2013) Festivais de Música: um estudo sob óptica do turismo. Brasília. (dissertação apresentada ao mestrado profissional em turismo da universidade de Brasília para obtenção do titilo de mestre).
27. SIMÕES, Maria Alexandre Ferreira (2014) Os festivais de verão, o turismo em espaço rural e o desenvolvimento de territórios rurais: o caso de paredes de corais. (Dissertação de mestrado apresentada a Universidade do Minho para obtenção do grau de mestre em planeamento e gestão de territórios)

Anexos

Festival de Música Rock in Rio



Fonte: <https://pt.m.wikipedia.Rock> in Rio, consultado 12/11/2016 as 18:45