

ARTIGOS



Políticas públicas em turismo de eventos: instrumentos normativos de apoio ao desenvolvimento do setor

Public policies in event tourism: law instruments supporting the development of the sector

Priscila Gayer¹

¹Possui graduação em Turismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2005) e mestrado em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (2008). É professora assistente da Universidade Federal do Rio Grande. Atualmente é Coord. do Curso Superior de Tecnologia em Eventos. Área de pesquisa: cultura, eventos e gestão cultural. Email: pgayer.furg@gmail.com

Resumo: o presente artigo diz respeito a uma pesquisa exploratória, baseada em fontes documentais, realizada com intuito de compreender de que modo o setor de eventos tem sido incentivado por meio de políticas públicas sustentadas em instrumentos legais, que dão base a ações voltadas para o desenvolvimento do turismo de eventos. Observou-se que à medida que o setor de turismo foi sendo regulado, as ações, na área de eventos, foram igualmente ganhando espaço por meio de políticas de apoio à sua expansão em nível nacional. Contudo, levantou-se a inexistência de metodologias avaliativas no que diz respeito aos resultados alcançados através dessas políticas públicas e seus instrumentos normativos.

Palavras-chave: Turismo. Turismo de Eventos. Legislação. Políticas Públicas.

Abstract: this paper is related to an exploratory documentary research, based on laws as sources of analysis, it was done aiming at understanding how the event sector has been fomented through public policies which are sustained by instrumental laws that became the bases to actions associated to the development of the event tourism. It was possible to notice that by the time the tourism has been getting regulated, at the same time the actions turned to event development were equally obtaining space through policies and instrumental laws in national level. Meanwhile, yet the non existence of evaluate methodologies was observed in order to measure the results obtained by those policies and its instrumental laws.

Keywords: Tourism. Event Tourism. Law. Public Policies.

O setor de eventos mobiliza um conjunto de produtos e fornecedores específicos para sua realização. São centros e espaços para eventos, serviços de catering, decoração, iluminação, cenografia, equipamentos multimídias, materiais gráficos, mídias digitais, montadoras, recursos humanos especializados (produtores, recepcionistas, seguranças, recreacionistas, artistas etc.), serviços logísticos de transporte e movimentação, seguros para eventos, e outros tão diversos quanto a criatividade empregada no planejamento de um evento. Quando a abrangência e o potencial de atração do evento transpassam a esfera local, adentrando a movimentação de participantes em nível regional, nacional e internacional, o universo dos eventos transborda os limites da sua cadeia produtiva ao ser integrado ao Sistema de Turismo (SISTUR) da localidade sede. Isto ocorre porque a logística em turismo de eventos passa a ser mobilizada com a demanda por hospedagem, passagens aéreas e atividades turísticas. Diante desse contexto, a realização de um evento passa a depender da dimensão da estruturação do SISTUR local para comportar o porte do evento, na medida em que receber e garantir a permanência de seus participantes constitui-se como ponto vital para a viabilidade de um evento. Assim, a logística em turismo de eventos usufrui da infraestrutura básica local (serviços de alimentos e bebidas, serviços de saúde etc.), de um mercado turístico com oferta de serviços (hospedagem, transporte, atrações etc.) capazes de bem receber o número de participantes previstos, bem como de uma superestrutura que torne viável o desenvolvimento do turismo e a locomoção dos fluxos (políticas públicas setoriais, infraestrutura de aeroportos, rodovias, centros de informações turísticas etc.).

Desse modo, conforma-se o segmento de turismo de eventos, o qual se configura pela oferta de um conjunto de serviços direcionados para atender pessoas que viajam a fim de participar de diversos eventos (MATIAS, 2013). De acordo com Britto e Fontes (2002, p. 30), essa fatia do mercado "cuida dos vários tipos de eventos que se realizam dentro de um universo amplo e diversificado". No que tange à diversidade referenciada, a capacidade de motivar a circulação de pessoas para atender a um evento reside especialmente nas tipologias de eventos MICE (Eventos técnico-científicos, Feiras, Exposições e Eventos de Corporativos), eventos artísticos, eventos esportivos, megaeventos e eventos de marca (festivals, carnavais e eventos culturais). Diante das necessidades de locomoção geradas pelos eventos, Brito e Fontes pontuam que "o turismo de eventos surge com a finalidade de planejar e organizar o receptivo dessa demanda exclusiva" (2002, p. 31).

Quanto ao surgimento do Turismo de Eventos, Marlene Matias (2013) demonstra que a atividade de planejar esse receptivo converge com a própria história do turismo organizado moderno, visto que, em 1841, Thomas Cook organizara uma viagem para levar participantes a um congresso. A convergência histórica entre viagens e eventos geradores de fluxo de locomoção de pessoas se dá desde a Antiguidade, com a realização dos Jogos Olímpicos (CANTON, 2002).

Nesse contexto de eventos geradores de fluxo turístico, o turismo de eventos torna-se um dos segmentos do mercado turístico capaz de influenciar na sua sazonalidade e diminuir os impactos negativos decorrentes, equilibrando a procura por serviços turísticos em épocas de baixa temporada. Ou ainda, conforme observa Vieira (2015) sobre o chamado efeito de retenção, os eventos também podem ser utilizados para aumentar o período de permanência do visitante no destino, incrementando os índices econômicos do fenômeno turístico em uma localidade. Em relação aos benefícios que os eventos trazem para a cidade sede, Allen et al. (2003) defendem que megaeventos são catalisadores de transformações urbanas e que esses qualificam a mobilidade existente através do sistema de estradas e redes de transporte público, contribuindo para infraestrutura turística. Também, as contribuições dos eventos para o turismo adentram a dimensão promocional, pois podem ser utilizados como ferramenta de marketing na motivação de turistas.

Considerando a expressividade do fomento econômico e social que os eventos geradores de fluxo turístico têm para o setor de turismo, o artigo tem por objetivo demonstrar como ocorre o reconhecimento do setor de eventos por meio de regulamentações e de políticas públicas envolvidas pela área do Turismo no interstício com os eventos. Fica evidente (através da pesquisa documental exploratória realizada) que, na medida em que o próprio Ministério do Turismo tem suas ações e políticas estabelecidas por meio de um sistema jurídico-administrativo, o setor de eventos passa a ser expresso como objeto de interesse e fomento turístico. Acredita-se que não há um referencial ideológico, legislativo e instrumental norteador, voltado exclusivamente para o desenvolvimento dos eventos, no cenário nacional, ficando o setor à mercê das políticas em turismo devido à característica

dos eventos geradores de fluxo. Conforme será demonstrado, primeiramente, as ações do Ministério do Turismo ocorrem sob a justificativa de incremento do turismo internacional e, na atualidade, abrangem o raio nacional de atratividade dos eventos de cunho cultural.

POLÍTICAS PÚBLICAS, LEGISLAÇÃO E INTERFERÊNCIAS NO SETOR DE EVENTOS

No contexto nacional, as políticas públicas direcionadas para o fomento do setor de eventos encontram no Ministério do Turismo seu espaço fecundo. Como um dos braços do poder executivo, previsto na Lei Nº 10.683, de 28 de maio de 2003, o Ministério do Turismo é atribuído das seguintes competências:

Seção II

Das Áreas de Competência

Art. 27. Os assuntos que constituem áreas de competência de cada Ministério são os seguintes: [...]

XXIII - Ministério do Turismo:

- a) política nacional de desenvolvimento do turismo;
- b) promoção e divulgação do turismo nacional, no País e no exterior;
- c) estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivo às atividades turísticas;
- d) planejamento, coordenação, supervisão e avaliação dos planos e programas de incentivo ao turismo;
- e) gestão do Fundo Geral de Turismo.

Embora não exposto diretamente na legislação supracitada, no Plano Nacional de Turismo 2003-2007, como instrumento de verticalização da Política Nacional de Turismo, o foco acerca da captação e do incremento do setor de eventos é assim explicitada:

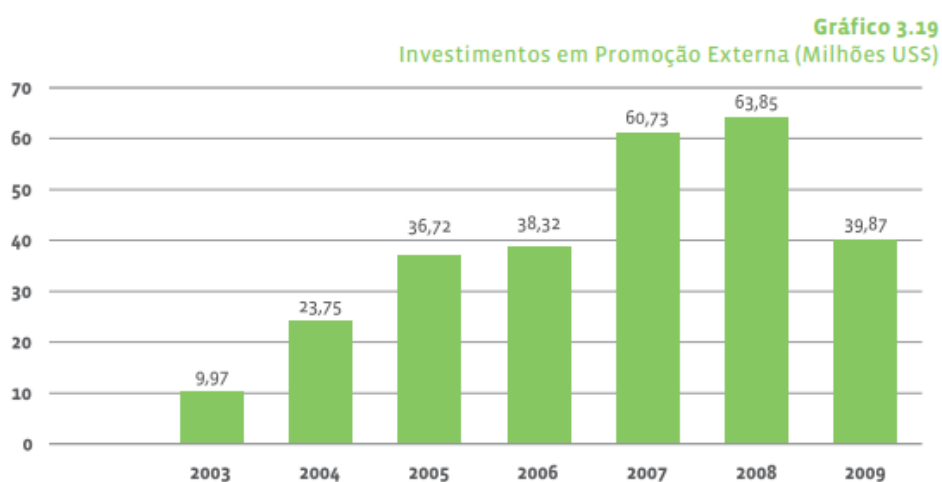
O crescimento de nossa economia, aliado à posição estratégica do país no continente americano, torna-nos um ponto nodal de atração de eventos técnicos, comerciais ou associativos que, articulados com as ofertas de lazer, caracterizam o Brasil como um país especial em oferecer múltiplas possibilidades de viagens. Os eventos são conquistas onde o dever é de todos. Nesse sentido, conclamo os brasileiros a adotarem o lema “Nosso Próximo Evento é no Brasil” (BRASIL, 2003, p. 3).

Em consonância com o mesmo propósito, no referido documento foi atribuído ao turismo o papel de articulador dos variados interesses sociais em torno do lazer e da realização de eventos e feiras (BRASIL, 2003, p. 9). Dentre os eixos de intervenção previstos no plano, elencou-se concomitantemente o objetivo de fortalecer o segmento de eventos (BRASIL, 2003, p. 29). Porém, o foco principal dessas políticas públicas se consolidou com ações efetivas de criação de novos produtos turísticos, através do Programa de Regionalização do Turismo, lançado em 2004, com o objetivo de descentralizar a oferta turística do litoral do país ao seu interior, não apresentando proposta prática direcionada para a realização de eventos no país.

No mesmo período, o país foi divulgado no exterior através do Plano Aquarela e da elaboração de uma Agenda de Promoção Comercial, elevando o país no ranking de eventos internacionais e culminando na geração de emprego para o setor, conforme balanço apresentado no Plano Nacional de Turismo 2007-2010 referente ao período anterior de 2003-2007.

De acordo com a classificação do ICCA – International Congress & Convention Association, para o ano de 2006, o Brasil passou a ocupar a 7ª posição no ranking dos países que mais realizam eventos internacionais em todo o mundo. Em 2003, o País ocupava a 19ª posição nesse ranking (BRASIL, 2007, p. 33)

Considerando os resultados positivos voltados para o fortalecimento da marca Brasil e, conseqüentemente, com a consolidação da imagem internacional do país como potencial mercado para realização de eventos internacionais, as ações de promoção e comercialização do país no exterior foram mantidas no Plano Nacional de Turismo 2007-2010, visto que, em 2006, o país alcançou a 7ª posição do ranking de países promotores de eventos internacionais, totalizando 207 eventos sediados, enquanto o primeiro lugar, liderado pelos EUA, contabilizava 414 eventos (ICCA, 2007). A profícua fase é evidenciada no relatório *Turismo no Brasil 2011-2014*, sendo indicado o ano de 2006 como o período em que o faturamento do setor privado de produção em eventos teve o seu ápice, com 27,3% de incremento em relação ao ano anterior, assim como o número de postos de trabalho criados, com crescimento de 19,6% em relação ao ano de 2005. Nesse contexto, os valores investidos em promoção externa, na segunda edição do Plano Nacional de Turismo, foram ainda mais vultosos, nos anos de 2007 e 2008, conforme gráfico do mesmo relatório:



Fonte: SIAFI/STN / Embratur

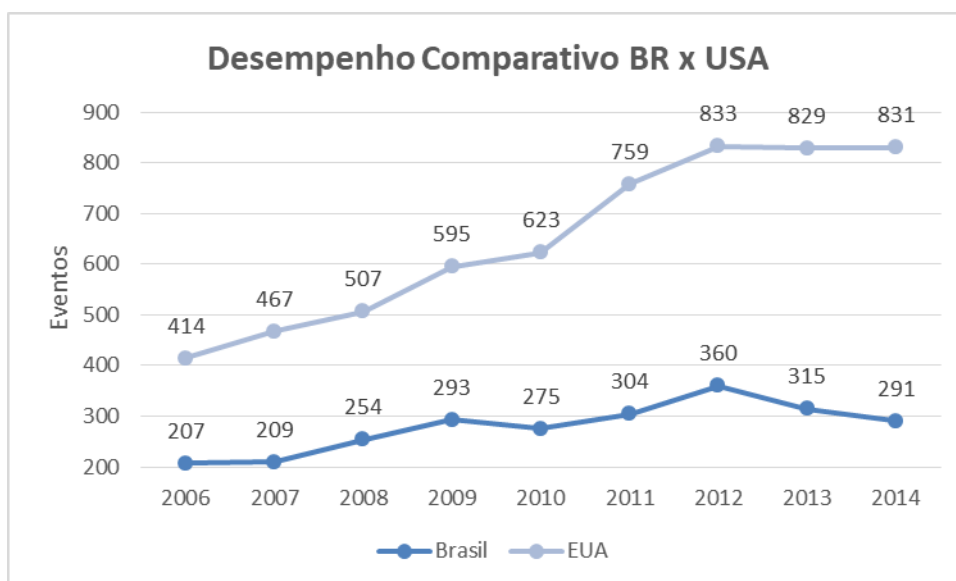
Contudo, os investimentos em divulgação internacional apenas corroboraram para a manutenção dos resultados auferidos, conforme gráficos abaixo:



FONTES: ICCA (2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012; 2013; 2014)

Como é possível analisar pelos gráficos, o ano de 2010 apresentou uma queda da posição do Brasil no Ranking ICCA, uma provável consequência da redução de investimentos aplicados em divulgação internacional, no ano de 2009. Considerando que, em 2003, o país ocupava a 19ª posição no ranking ICCA, as projeções acima demonstram a efetividade dos resultados das políticas de promoção do país no exterior, durante o período de 2006 a 2009, efetuando a manutenção da posição nesses períodos, apesar do aumento expressivo de recursos investidos em promoção externa entre 2007 e 2008.

De acordo com os dados do relatório estatístico do ICCA 2014, o Brasil é, na atualidade, o 10º país que mais realiza eventos internacionais, contabilizando 291 eventos em contraponto aos 831 realizados nos EUA, ainda líder consecutivo do ranking ICCA. Assim, é importante destacar que, diante de um crescimento de 100% do desempenho apresentado pelos EUA, o Brasil incrementou em apenas 40% o número de eventos internacionais promovidos em um intervalo de 9 anos (2006-2014). Porém, esses dados de desenvolvimento não são lineares, pois o país apresentou um decréscimo, em 2014, no que tange à quantidade de eventos internacionais sediados. Vale observar que esse fato ocorreu em um contexto de desaceleração do mercado internacional, mesmo diante da exposição midiática propiciada pela captação da Copa do Mundo e da Copa das Confederações, bem como das Olimpíadas.



FONTE: ICCA (2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012; 2013; 2014)

Esses percentuais podem ser analisados em paralelo ao crescimento mundial anual médio de aproximadamente 7%, se considerada a evolução do mercado internacional de eventos no período de 2008 a 2012, de acordo com os dados do relatório *A Modern History of International Association Meetings* (ICCA, 2013).

No que diz respeito à distribuição nacional de eventos internacionais, no relatório contido no Plano Nacional de Turismo 2007-2010, referente ao período 2003-2007, avaliou-se como sendo satisfatória a distribuição de eventos internacionais realizados entre distintas cidades-sede. Porém, considerando os dados acima levantados, vale observar que a distribuição de eventos internacionais no país ainda se caracteriza pela concentração das produções em capitais e cidades turísticas consolidadas, conforme aponta o ranking ICCA mencionado no respectivo plano:

As cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, com respectivamente 54 e 48 eventos, lideram essa classificação em sedes de eventos no País, mas outras cidades também aparecem nessa relação, como Salvador, Fortaleza, Brasília, Florianópolis, Curitiba e Campinas, o que revela uma saudável desconcentração desse segmento no País (BRASIL, 2007, p. 34).

Ressalta-se, ainda, a partir do relatório ICCA 2014, que, na atualidade, o panorama permanece intocado, visto que a cidade de São Paulo se encontra em 34º lugar no ranking mundial de cidades, com 66 eventos, e a cidade do Rio de Janeiro, em 35º, com 64 captações, ambas representando 58% do total dos eventos internacionais realizados no país, em 2013, seguidas de Brasília (16), Foz do Iguaçu (16), Fortaleza (11), Florianópolis (9), Porto Alegre (9) e Recife (6).

Essa distribuição peculiar pelos grandes centros urbanos marca igualmente o contexto europeu no que diz respeito ao ranking das cidades-sedes elencado pela ICCA (2014). Esses dados demonstram que o setor de eventos internacionais não se desenvolveu em concomitância com o processo estabelecido pela política brasileira de regionalização e interiorização do turismo e

tampouco cresceu com o aumento de investimentos em divulgação no exterior, evidenciando dinâmicas próprias e específicas a serem identificadas e fomentadas para que seja alcançada a sua capacidade plena em âmbito de concorrência internacional. No entanto, na segunda edição do plano, referente ao período 2007-2010, o setor de eventos foi contemplado como um dos segmentos a serem incrementados dentro do Macroprograma de Regionalização do Turismo, o qual previa a estruturação dos segmentos turísticos a serem ofertados em âmbito nacional e internacional.

No processo de ordenação legal de ações e atribuições do Ministério do Turismo, suas políticas e planos, é somente em 2008 que o setor de eventos passa a ser vislumbrado e organizado em instrumentos legislativos, os quais formalizam a existência de uma Política Nacional do Turismo, apresentada por meio da Lei Geral do Turismo (Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008):

Art. 5º A Política Nacional de Turismo tem por objetivos: [...]

V - propiciar o suporte a programas estratégicos de captação e apoio à realização de feiras e exposições de negócios, viagens de incentivo, congressos e eventos nacionais e internacionais.

Através do mesmo dispositivo as organizadoras de eventos são caracterizadas como prestadoras de serviços turísticos, ao passo em que se permite o registro junto ao Ministério do Turismo por parte dos organizadores, promotores e prestadores de serviços de infraestrutura, locação de equipamentos e montadoras de feiras de negócios, exposições e eventos. Ainda, de acordo com o decreto nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010, que regulamenta a lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008,

Art. 43. O nome da empresa organizadora do evento e o número de seu cadastro no Ministério do Turismo deverão constar de toda e qualquer divulgação de congressos, convenções, feiras, exposições e congêneres, referidos no art. 30 da Lei nº 11.771, de 2008, sob pena de aplicação das sanções legais.

Vale ressaltar que, no que tange à regulamentação do setor, é precedente orientador o decreto n.º 89.707/84, de 25 de março de 1984, o qual “dispõe sobre as empresas prestadoras de serviços para a organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres, e dá outras providências”. Ainda, no que diz respeito às feiras e exposições comerciais, o decreto nº 86.761, de 21 de dezembro de 1981, dispõe sobre o Sistema Expositor, de competência do Ministério da Indústria e do Comércio, regulamentando e fiscalizando o setor.

Retomando as ações no âmbito do Ministério do Turismo, entre 2007 e 2012, foram lançados editais de apoio à realização de eventos geradores de fluxo turístico, regulamentados pela portaria nº 129, de 28 de dezembro de 2007, posteriormente revogada e readequada até 2012. Os instrumentos legais relacionados estabeleciam regras e critérios para apoio a projetos de promoção de eventos e divulgação do turismo brasileiro no mercado nacional e igualmente visavam o incremento do fluxo turístico local, regional, estadual ou nacional.

Assim, observa-se que o foco das ações do Ministério do Turismo do período 2003 a 2007 residia na captação de eventos internacionais, posteriormente passando, no período entre 2007 e

2012, a englobar o incentivo à sua produção nacional. As ações de captação e promoção justificam-se, nesse contexto, na medida em que os eventos são visados enquanto atrativos catalisadores de turistas, movimentando a economia e a cadeia produtiva do turismo através do fluxo gerado pelos participantes de variadas tipologias de eventos. Porém ainda não se alcançava a maturidade acerca das potencialidades referentes à dinamização dos aspectos econômicos inerentes ao universo dos eventos.

Os tipos de eventos passíveis de concorrência foram refinados através da atualização dos instrumentos normativos, por meio de classificações criadas e descritas especificamente para serem atendidas pelos editais de apoio à realização de eventos. Dentre as primeiras modalidades contempladas se encontravam: os eventos de cunho promocional, de comercialização e de assuntos relativos à área do turismo; os eventos geradores de fluxo turístico de qualquer tipologia; os nomeados como eventos potencializadores do turismo, podendo ser relacionados aos eventos de marca, ou seja, aqueles que exaltam as qualidades locais e são fundamentados nas características socioculturais dos destinos em que são realizados, tornando-se sinônimo do local; e os especificados em eventos especiais, como aqueles apoiados com recursos de emendas parlamentares, pertencentes ao orçamento do Ministério do Turismo.

Já, em 2012, o mecanismo de apoio à realização de eventos foi transposto pela criação de critérios para transferência de recursos a programas que visassem o desenvolvimento do turismo. Está previsto na portaria nº 112, de 24 de maio de 2013, o Programa de Promoção a Eventos. Em termos práticos, a legislação atual ampliou o âmbito de transferência de recursos para atender a múltiplos programas e alterou as modalidades de eventos já atendidas pelos mecanismos vigentes até 2012. Se anteriormente a categoria Eventos do Turismo atendia a três tipologias (Eventos Intrínsecos ao Turismo; Eventos Temáticos; Eventos de Apoio à Comercialização), na atualidade, apenas os eventos de apoio à comercialização se mantiveram. O conceito de Eventos Geradores de Fluxo Turístico foi descontinuado, bem como a classificação de eventos potencializadores, visto que ambos podem ser englobados nas justificativas da nova categoria de Eventos de Fortalecimento ao Desenvolvimento Turístico.

No que diz respeito ao Plano Nacional de Turismo 2013-2016, diante dos megaeventos previstos e realizados no país (Copa das Confederações, Copa do Mundo e Olimpíadas), colocou-se entre os objetivos da respectiva política a estruturação do país para realização de megaeventos e a geração de divisas oriundas do fluxo internacional de turistas, o que pode ser vislumbrado através das projeções mobilizadas pelos eventos mundiais em variados setores.

É nesse espírito que se insere o Plano Nacional de Turismo: o de ampliar o foco nos megaeventos e no papel deste Ministério como indutor de um novo momento para essa atividade no país (2013, p. 6).

O mesmo plano retoma o conceito de eventos geradores de fluxo turístico e aqueles associados à marca dos destinos-sede com o objetivo de incrementar as viagens nacionais.

Participação e apoio do Ministério do Turismo em eventos intrínsecos, temáticos, geradores de fluxo turístico e de apoio à comercialização, com o objetivo de divulgar e agregar valor à imagem do destino turístico brasileiro [...] apoiar eventos que fortaleçam o desenvolvimento turístico, de caráter tradicional e de notório conhecimento popular, que comprovadamente contribuam para a promoção, o fomento e a inovação dos processos da atividade turística do destino (2013, p. 93-97).

Para consolidar essa política, em março de 2016, foi lançado, pelo Ministério do Turismo, o Calendário Nacional de Eventos Turísticos com objetivo de ajudar o turista a planejar suas férias, tendo em vista as festividades agendadas. Dentre as questões analisadas, estão o porte do evento, o fluxo turístico (local, regional, nacional ou internacional) e a relevância econômica. Esses fatores demonstram a busca pelo impacto causado pelo evento no fenômeno turístico. Contudo não são feitas análises mais profundas sobre a descrição da infraestrutura de espaços para eventos e de apoio turístico utilizados. Outra questão abordada é a pertinência e representatividade cultural do evento, visto que se trata de aspectos que atraem o turista e diversificam a oferta de atrativos. De acordo com o Manual de Preenchimento do Calendário de Eventos,

entende-se como eventos turísticos aqueles que são de notório conhecimento popular e geradores de fluxo de turistas. Muitas vezes constituem-se como uma das principais motivações de viagens para os destinos brasileiros, gerando atratividade para períodos específicos e contribuindo para a diminuição da sazonalidade (BRASIL, 2016, p. 2).

Ainda que se faça alusão a eventos relacionados à cultura popular, as tipologias mencionadas no manual são: festas, aniversários, torneios, concursos, campeonatos, desfiles, feiras, exposições, mostras, encontros, congressos, festivais e movimentos. Portanto, além do foco cultural, os eventos MICE também são considerados, sendo reforçados nas subcategorias listadas, tais como promocional, comercial, técnico-científico.

Visando as estruturas voltadas para eventos MICE, os quais estão direcionados para os nichos de convenções corporativas, feiras comerciais e de congressos técnico-científicos, a portaria nº 112, de 24 de maio de 2013, revogada pela Portaria nº 182, de 2016, já previa, na sua redação, os centros de convenções como objetos passíveis de receberem aporte de recursos do Ministério do Turismo dentro dos Programas de Apoio a Projetos de Infraestrutura Turística, acrescentando, na última atualização de 2016, os centros de convenções, as feiras e os centros de eventos. Ainda em 2013, o segmento de Turismo de Negócios e Eventos é contemplado dentro dos Programas de Apoio à Gestão Descentralizada do Turismo. Na Sessão VI da portaria 112, de 24 de maio de 2013, ficam definidos os Programas de Promoção de Eventos como sendo aqueles:

que visam aos encontros planejados de temporalidade determinada, em função de assuntos, temas, ideias ou ações que fomentem ou fortaleçam o desenvolvimento das atividades turísticas e promovam a imagem do destino turístico (BRASIL, 2013).

De acordo com a publicação do Ministério do Turismo, "Turismo de Negócios e Eventos: Orientações Básicas" (BRASIL, 2010), o órgão apoia a realização de eventos geradores de fluxo turístico por meio de convênios pleiteados através de chamadas públicas divulgadas no site do ministério.

Vale ressaltar que dentro do Programa de Aceleração do Crescimento, especificamente no eixo de políticas públicas voltadas para melhorias sociais e urbanas de infraestrutura turística, juntamente com as obras de sinalização, estão as reformas e as construções de novos equipamentos para a realização de eventos, conforme listagem²:

OBRA	CIDADE	INVESTIMENTO
Adequação e implantação de infraestrutura do autódromo José Carlos Pace	SÃO PAULO/SP	160.000.000,00
Conclusão do Centro de Convenções da Paraíba - Tacima	JOÃO PESSOA/PB	80.889.718,95
Conclusão do Centro de Convenções do Amazonas - Santo Antônio do Içá	MANAUS/AM	40.000.000,00
Construção da fábrica do samba - São Paulo	SÃO PAULO/SP	40.000.000,00
Construção do Centro de Convenções e Feiras de Curitiba	CURITIBA/PR	Ação preparatória
Construção do Centro de Convenções e Feiras	PIRENÓPOLIS/GO	36.000.000,00
Construção do Centro de Convenções	PORTO ALEGRE/RS	Ação preparatória
Construção do Centro de Eventos e Pavilhão de Convenções	BALNEÁRIO CAMBORIÚ/SC	107.573.298,30
Construção do Centro de Eventos de Teresina	TERESINA/PI	Ação preparatória
Reforma do Centro de Convenções de Natal	NATAL/RN	28.000.000,00
Reforma do Centro de Convenções de Sergipe	ARACAJU/SE	22.000.000,00
Reforma e ampliação do Centro Cultural e de Exposições Ruth Cardoso	MACEIÓ/AL	20.000.000,00
Reforma e melhorias do Complexo Anhembi - São Paulo	SÃO PAULO/SP	60.000.000,00

De acordo com o Ministério do Turismo (BRASIL, 2016), a concentração das obras na área de eventos reside no fato de o país ser o único país latino-americano a ocupar a 10ª posição no ranking ICCA. Igualmente pautado por pesquisas, o Ministério do Turismo identificou o segmento de negócios e eventos como o segundo setor que mais atrai turistas estrangeiros para o país.

O exposto através da pesquisa documental evidencia de forma tangencial a evolução do olhar dos órgãos de turismo sobre as interferências causadas pela realização de eventos no fenômeno turístico de uma localidade sede. Observa-se que o foco inicial na divulgação internacional com a finalidade de captação foi ampliado para o patrocínio de eventos geradores de fluxo turístico, ficando expresso o campo cultural como base primordial para a complementaridade do produto

² Informação disponível por meio do Aplicativo PAC 2015-2018. <http://www.pac.gov.br/>. Acessado em 22.10.2016

turístico, sendo muitas vezes o próprio evento o atrativo principal. Contudo, diante da expressividade dos benefícios econômicos gerados pelos eventos MICE, as políticas públicas acabam por aportá-los igualmente.

Por fim, esses exemplos demonstram como o setor de eventos vem sendo fomentado como objeto de desenvolvimento das Políticas Nacionais de Turismo, assim como estruturado por meio do aprimoramento do ordenamento-jurídico correspondente. Fica claro que as ações não são lineares, visto que gestão pública ainda se apresenta de forma difusa. No entanto, é salutar a ordenação jurídica existente e a oferta de fomentos financeiros promovidos pelo Estado, uma vez que são fundamentais para a criação de estruturas físicas e de serviços que suportem o desenvolvimento do setor de eventos e do turismo gerado por esse segmento. Contudo, vale observar a inexistência de metodologias avaliativas no que diz respeito aos resultados alcançados por meio de ações políticas sustentadas por instrumentos normativos que as atribuem forma.

REFERÊNCIAS

- ALLEN, Johnny et al. **Organização e Gestão de Eventos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.
- CANTON, Antonia Marisa. **Os Eventos no Contexto da Hospitalidade - um produto e um serviço diferencial**. In: Hospitalidade: reflexões e perspectivas. Barueri : Manole, 2002. p. 83-96
- MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos: procedimentos e técnicas**. São Paulo: Manole, 2013.
- BRASIL. Aplicativo permite acompanhamento de obras do PAC pelo celular. 2016 Disponível em < <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/6095-aplicativo-permite-acompanhamento-de-obras-do-pac-pelo-celular.html> > Acessado em 22.10.2016.
- BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Turismo de Negócios e Eventos: Orientações Básicas. Brasília: 2010.
- BRASIL. Calendário de Eventos: Manual de Preenchimento. 2016.
- BRASIL. PORTARIA Nº 112, DE 24 DE MAIO DE 2013.
- BRASIL. PORTARIA Nº 182, DE 28 DE JULHO DE 2016.
- BRASIL. PORTARIA Nº 112, DE 24 DE MAIO DE 2013.
- BRASIL. DECRETO Nº 7.381, DE 2 DE DEZEMBRO DE 2010.
- BRASIL. LEI Nº 11.771, DE 17 DE SETEMBRO DE 2008.
- BRASIL. PORTARIA Nº 129, DE 28 DE DEZEMBRO DE 2007.
- BRASIL. LEI Nº 11.771, DE 17 DE SETEMBRO DE 2008.
- BRASIL. LEI Nº 10.683, DE 28 DE MAIO DE 2003.
- BRASIL. DECRETO Nº 7.381, DE 2 DE DEZEMBRO DE 2010.

BRASIL. DECRETO N.º 89.707/84, DE 25 DE MARÇO DE 1984.

BRASIL. DECRETO Nº 86.761, DE 21 DE DEZEMBRO DE 1981.

BRASIL. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo 2003-2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo 2010-2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo 2013-2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. Turismo de Negócios e Eventos: Orientações Básicas, 2010.

ICCA. **ICCA Statistics Report** (2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012; 2013; 2014).

ICCA. **A Modern History of International Association Meetings**, 2013.

VIEIRA, João Martins. **Eventos e turismo: planeamento e organização, da teoria à prática**. Lisboa: Edições Sílabo, 2015.