

CENTRO UNIVERSITÁRIO MARIO PONTES JUCÁ
Curso de Bacharelado em Administração

Gustavo Henrique Barbosa da Cruz

TURISMO DE EVENTOS:
Um dos Motivos do Sucesso Turístico de Gramado/RS

MACEIÓ/AL
2022.1

GUSTAVO HENRIQUE BARBOSA DA CRUZ

TURISMO DE EVENTOS:
Um dos Motivos do Sucesso Turístico de Gramado/RS

Artigo original apresentado ao Centro Universitário Mario Pontes Jucá, como parte das exigências do Curso de Administração, para obtenção do título de Bacharel, aprovado em: 03/03/2022.

Orientador:

MACEIÓ/AL
2022.1

TURISMO DE EVENTOS: Um dos Motivos do Sucesso Turístico de Gramado/RS

André Taboza Barros¹
Gustavo Henrique Barbosa da Cruz²

RESUMO: Para atrair turistas à determinada região são desenvolvidas atrações turísticas, podendo ser naturais, de negócio, religioso ou até mesmo culturais. O presente trabalho tem como objetivo analisar a utilização de eventos para a promoção do turismo na região de Gramado, no Estado do Rio Grande Sul. Para tanto, foi eleita a metodologia de pesquisa bibliográfica descritiva qualitativa exploratória em livros, documentos oficiais, publicações especializadas em turismo e artigos científicos, com o intuito de analisar quais são os eventos realizados e compreender quais foram os objetivos e o alcance na captação de turistas. Os resultados da pesquisa revelaram que a estratégia de promoção de eventos para induzir o turismo foi bem-sucedida, promovendo a economia local e tornando o modelo turístico aplicado como referência para todo o Brasil.

Palavras-chave: Turismo; Eventos; Gramado

1 INTRODUÇÃO

A cidade de Gramado, localizada no Estado do Rio Grande do Sul, em plena Serra Gaúcha, a 115 quilômetros da capital, Porto Alegre, é o principal destino turístico de inverno do país. É conhecida por seu clima de baixas temperaturas no inverno, especialmente nos meses de julho, agosto e setembro. A economia da cidade foi direcionada para o turismo, recebendo mais de 2 milhões de turistas por ano. Para atender a gigantesca demanda, oferece a maior estrutura de recepção no interior do país, mesmo contendo aproximadamente 36 mil residentes.

Parte do sucesso em atrair turistas, é decorrente do desenvolvimento de atrações culturais e turísticas na forma de eventos, como o Festival de cinema em Gramado, que projetou a cidade para o Brasil e América Latina, sendo considerado

¹ Professor orientador. Mestre em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Alagoas- UFAL. E-mail: andre.barros@umj.edu.br.

² Graduando do Curso Bacharelado em Administração do Centro Universitário Mario Pontes Jucá- UMJ. E-mail: tavo-cruz@hotmail.com.

patrimônio histórico e cultural do Rio Grande do Sul, no ano de 2006, e logo em seguida, nacional (DERRETT, 2006).

Considerada pelos turistas em 2010 como "destino turístico modelo" (MTUR, 2010). Foi eleita como o mais atrativo destino de inverno no Brasil nos anos de 2010, 2011 e 2012, e como uma das melhores cidades turísticas brasileiras em 2011 e 2012, por uma revista especializada em viagens e turismo, com base em uma pesquisa com leitores desta revista (PMG, 2013d).

Como objetivo analisar a utilização de eventos para promover o turismo na região de Gramado/RS. Para tanto foi eleita à metodologia de pesquisa bibliográfica descritiva qualitativa exploratória, na busca de dados sobre o turismo da região e sobre o efeito da utilização de eventos para a promoção turística.

O presente trabalho encontra-se dividido em: metodologia; referencial teórico sobre turismo e eventos; Gramado e seus eventos turísticos; dados sobre a evolução do turismo na cidade e região de acordo com os eventos; considerações finais; e referências bibliográficas.

2 TURISMO

O turismo é um fenômeno socioeconômico, que consiste no deslocamento temporário e voluntário de pessoas. Esse processo de condução proporcionou o surgimento de uma atividade econômica, a turística, a qual emerge devido à complexidade de fatores que envolvem a motivação humana para deixar seu local de residência para outro, produzindo múltiplos inter-relacionamentos de importância cultural, social, econômico e ecológico (MOTA, 2007).

O turismo se tornou uma realidade e um fenômeno popular desde a década de 1950, nos países desenvolvidos, e posteriormente nos subdesenvolvidos. Desta forma, o turismo hoje é bastante acessível a várias camadas da população devido à evolução dos meios de transportes e a redução dos custos de viagens (MOTA, 2007).

Pode-se observar nos primeiros registros, que as pessoas migraram de um lugar para outro. Razões estas que conduziram os ancestrais a realizar viagens, seja por necessidade, pelo desejo de descobrir novas terras, por prazer, o homem está sempre se motivando a desbravar novos lugares, se esforçar para melhorar e aperfeiçoar seus deslocamentos. Esse processo de condução a novos lugares é a expressão de todas as culturas presentes na sociedade, é isso que faz girar um dos

setores mais importantes da economia contemporânea: O turismo. Desta forma, cada viagem turística é uma experiência cultural, como afirma o Ministério do Turismo:

“(...) ao sair de seu ambiente, o turista entra em contato com novos sabores: da culinária local, com as músicas mais pedidas nas estações de rádio do local, com a forma dos habitantes locais de lidarem com visitantes” (BRASIL, 2006).

Como setor econômico, o turismo se desenvolveu no mundo contemporâneo, proporcionando a existência de diversas modalidades de turismo, sendo que cada uma delas possui uma característica. Essas atividades turísticas são o resultado da situação específica pertinente à região e que depende da peculiaridade de recursos turísticos associados ao local ou espaço (MONTEJANO, 2001).

2.1 Espécies de Turismo

A divisão das atividades turísticas em diferentes espécies pode ser feita por meio da intenção do deslocamento, ou seja, tomando como base o motivo que levou a pessoa ou um grupo a sair de sua casa em direção a outra cidade, estado ou país (MONTEJANO, 2001).

Com base nesse critério, o turismo pode ser caracterizado como:

- Turismo de lazer ou turismo de recreação: associado à diversão, ao descanso e ao entretenimento, é considerado muitas vezes como sinônimos para os diferentes fragmentos da sociedade. O lazer e o turismo são bens de consumo e possibilidades de vivência (ARAÚJO; SILVA; ISAYAMA, 2008).
- Turismo de negócios: tem como objetivo o vínculo de empresas ou comércio com outros indivíduos, associações. Engloba viagens que são realizadas para o desfecho de convênios, contratos, acordos ou mesmo compras (NAKASHIMA; CALVENTE, 2016).
- Turismo religioso: é a peregrinação de fiéis para lugares considerados sagrados ou que resguardem algum significado importante para a sua fé (RABAHY, 2021).
- Turismo cultural: existem algumas definições desse tipo em específico. Uma delas o associa às artes e ao contato com diversas expressões artísticas e estabelecimentos (museus, eventos culturais, shows, exposições, teatros). A

outra definição o descreve como praticado para o conhecimento de outros grupos sociais e de seus costumes e tradições (NAKASHIMA; CALVENTE, 2016).

- Turismo de saúde: praticado pelos indivíduos que vão em busca de locais de tratamentos diversos que auxiliam na saúde e bem-estar. As estâncias naturais, fontes hidrotermais, *spas*, centros médicos e outros locais com o mesmo objetivo estão inclusos nessa categoria (RABAHY, 2021)
- Turismo de eventos: O turismo de eventos leva em consideração parâmetros relacionados às finalidades da atividade turística. A sua organização tem significado profissional e cultural, é realizada através de convenções, exposições, conferências culturais, etc., e é uma das atividades econômicas que mais cresce no mundo hoje (HOELLER, 1999).

2.1.1 Turismo de Eventos

As atividades turísticas são significativas para a sustentabilidade socioeconômica de uma cidade ou região. O turismo de eventos não é diferente, já que possibilita à expansão do trabalho, criando novas oportunidades de emprego e melhorando a distribuição de renda do local (COUTINHO; COUTINHO, 2007).

De acordo com Andrade (2002), a parte significativa na composição do produto turístico são os eventos, que atendem em matéria de entretenimento, lazer, conhecimento, descanso e tantas outras motivações.

Durante um evento, não só os hotéis, mas todo o mercado local também se beneficia com o aumento de fluxo de pessoas, oferecendo oportunidades para o aquecimento e o desenvolvimento econômico para obter o máximo de benefícios. Para as cidades onde o turismo é sazonal, a vertente deste, que seria a de eventos, pode atender às necessidades de aumento de visitantes. (COUTINHO; COUTINHO, 2007).

2.1.1.1 As Sazonalidades do Turismo

A sazonalidade é um fator inerente e um desafio enfrentado pela indústria do turismo em conjunto com as políticas de desenvolvimento. Este processo é um conceito horizontal que serve a vários setores econômicos, principalmente o turismo. Os fatores de concentração de tráfego e a questão sazonal variam de acordo com

as características específicas do destino, tais como: localização geográfica, origem de turistas, espécie de turismo, infraestrutura, serviços e recursos atraentes (MARTINS, 2010).

Ao contrário do turismo tradicional, o que é gerado por eventos é uma solução para o grande problema da sazonalidade que afeta durante a baixa temporada. As atividades elaboradas proporcionam chegadas de visitantes em épocas não tradicionais, e que consumirá todos os tipos de produtos e serviços prestados na região (SILVA, 2011). Na mesma linha, Oliveira e Generosi (2010), afirmam que para atrair excursionistas em épocas de menor procura, são criados e desenvolvidos eventos como atrações culturais e turísticas.

Assim como os Polos ou Destinos Turísticos, com seus atrativos ambientais e histórico-culturais, os eventos são os principais indutores de fluxos de visitantes, fazendo com que as pessoas viajem para conhecer e desfrutar os destinos turísticos (OLIVEIRA; GENEROSI, 2010).

As atividades relacionadas ao turismo de eventos também incorporam o espaço geográfico pelo seu valor paisagístico, para transformá-lo em um local de consumo, quer seja de lazer, quer seja profissional. Nesse sentido, eventos são ocorrências planejadas e organizadas para reunir pessoas em um ambiente físico temporal, proporcionando o desenvolvimento do lugar, resultando em aumento de empregos, ampliação da renda da população residente, novos investimentos de capital, que geram novas oportunidades de negócios (BRITTO; FONTES, 2002).

Desta forma, criar eventos significa gerar atrações turísticas locais gerando uma cadeia de produção ao seu redor, articulando e planejando atividades como forma de promover o turismo, portanto, o desenvolvimento do município (Britto, Fontes, 2002). Na mesma linha, Beni (2003), afirma que no Brasil, o turismo impacta 52 segmentos diferentes da economia, empregando nas mais diversas qualificações, tanto no emprego formal quanto no informal, e que a Organização Mundial do Turismo (OMT) prevê que para cada dólar investido em turismo por um país, ele recebe seis de retorno.

3 GRAMADO, O EXEMPLO DA UTILIZAÇÃO DE EVENTOS PARA O TURISMO

Classificada como terceiro destino turísticos do Brasil pelo Ministério do Turismo, Gramado/RS desenvolveu o turismo local através de estímulos

desenvolvidos por empresários, poder público, comunidade e eventos locais (GRAMADO, 1999; DAROS, BARROSO, 2000).

Para atrair turistas em épocas de menor procura, foram criados e desenvolvidos alguns eventos importantes como atrações culturais e turísticas, com abrangência nacional, incluindo festivais, entre eles o festival de cinema em Gramado, que a projetou para todo o Brasil e América Latina, considerado como patrimônio da história e cultura do Rio Grande do Sul, no ano de 2006 (OLIVEIRA; GENEROSI, 2010).

Os principais eventos da cidade são: Festival de Cinema, Festa da Colônia, Festival de Cultura e Gastronomia, Festival de Publicidade, Festival do Turismo, Natal Luz, Chocofest e Festa das Hortênsias (VIDAL, 2015)

- O Festival de Cinema de Gramado é um festival de cinema do Brasil, realizado anualmente, desde 1973, no Palácio dos festivais no mês de agosto de cada ano. Originou-se em 1969, quando dentro da Festa das Hortênsias foram apresentadas duas amostras de filmes (NEGRINI E BRADACZ, 2006);
- A Festa da Colônia se iniciou em meados de 1984, quando um grupo de moradores da Linha Bonita, em Gramado, criou um momento festivo para agricultores e familiares. Esse evento foi uma oportunidade para apresentar e estimular o interesse de preservar os símbolos culturais da região, acontecendo no mês de abril de cada ano (NEGRINI E BRADACZ, 2006);
- A Festa das Hortênsias, através dos anos, foi reinventando e se ramificando para outros eventos, sempre com o intuito de trazer os turistas e promover o turismo na cidade na época do verão, no mês de dezembro. Considerada assim, coimo a “mãe de todos os eventos da cidade de Gramado” (Vidal, 2015);
- A Campanha Natal luz visa reduzir os efeitos sazonais durante os meses de verão em Gramado, se tornou a principal atividade por muitos anos na Serra Gaúcha. Como os principais atrativos da região concentram-se no inverno, o evento cria uma segunda alta temporada na cidade e região, atraindo cada vez mais pessoas, sendo hoje considerado o período de maior rentabilidade e fluxo turístico, e exemplo de evento de sucesso para promoção e aumento de demanda (LINS, 2001);

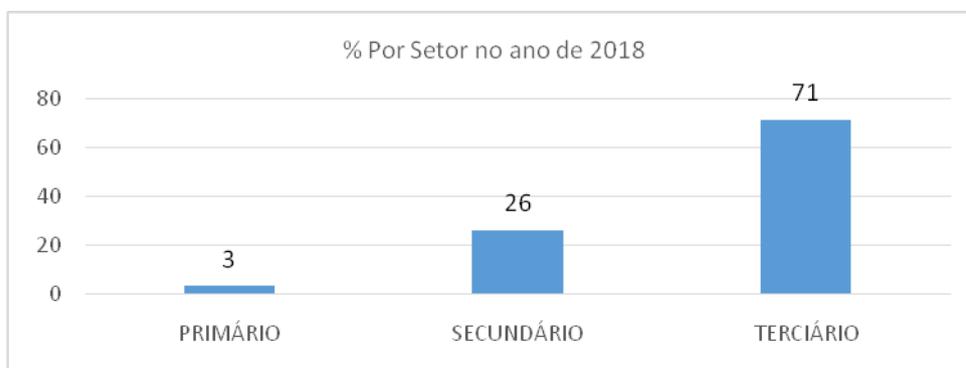
- Festival de Cultura e Gastronomia promove no mês de setembro as belezas de Gramado, com ênfase na gastronomia e cultura europeia da cidade. Com sua herança cultural alemã e italiana, a cidade deu origem a um imaginário europeu e sua culinária, contendo: 25 restaurantes italianos, 12 restaurantes suíços, 13 restaurantes alemães (GRAMADO, 2020).
- O Festival do Turismo (FESTURIS) é considerado a mais efetiva feira de negócios do turismo entre o Brasil e a América do Sul, reunindo importantes mostras da indústria do turismo na região sul do Brasil. Destina-se especificamente a profissionais da indústria de viagens, empresas anfitriãs, delegações oficiais e profissionais, ocorrendo no mês de novembro (FESTURIS, 2021);
- O Festival Mundial de Publicidade de Gramado é considerado um evento de sucesso pelos profissionais da área, sendo considerado o terceiro maior evento do mundo, na área. Portanto, foi definido como um espaço de arrecadação de prêmios, debates e palestras propostas pela organizadora do evento, bem como reuniões de café, colegas de profissão, realizado no mês de junho (GRAMADO, 2021);
- O CHOCOFEST é um evento que resgata as tradições pascais, combinando programações infantis a espetáculos religiosos, adequado para todas as idades, despertando a imaginação de todos os envolvidos durante a Páscoa. Atualmente, o chocolate tem uma ligação com a marca Gramado, com lojas comercializadas em toda a paisagem da cidade. Na primeira década do século XXI, a introdução do chocolate atingiu uma escala que o tornou um bem do turismo urbano (DA ROSA, 2006).

3.1 Dados sobre a evolução do turismo em Gramado

A importância do turismo foi estudada por Seabra (2008) que afirma o seguinte: “São as atividades do setor de serviços, particularmente turismo, que respondem por parte do crescimento urbano” (LINS, 2003 apub, SEABRA 2008, p.83).

No gráfico 1 abaixo pode-se observar que o setor de serviços é predominante na cidade de Gramado, contendo 71% da economia da cidade.

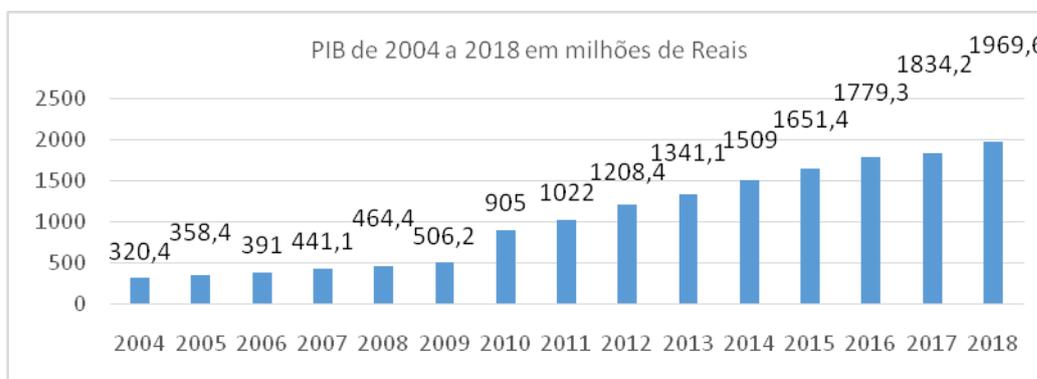
Gráfico 1 – Participação setorial na economia de Gramado/RS



Fonte: Prefeitura Municipal de Gramado/RS (2012).

No gráfico 2 abaixo, verifica-se a evolução do Produto Interno Bruto (PIB) da cidade de Gramado, que a partir de 2010 teve um crescimento acelerado, comparado com os anos anteriores.

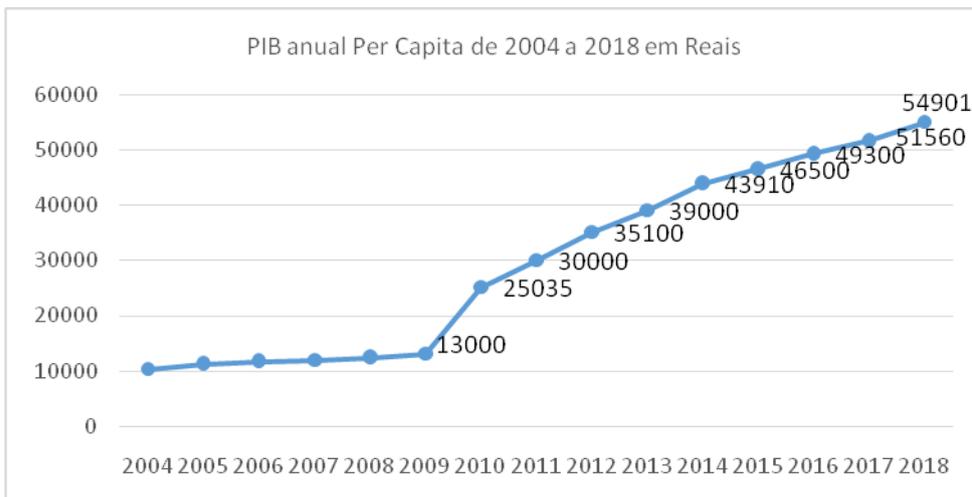
Gráfico 2 – PIB de Gramado/RS.



Fonte: Datasebrae (2020).

De acordo com dados da Prefeitura Municipal de Gramado, o turismo na cidade gera mais de R\$ 1,5 bilhão de Reais anualmente para a economia local, o que significa cerca de 86% do Produto Interno Bruto (PIB) (GRAMADO, 2020). Esse crescimento acelerado da economia possibilitou o aumento significativo da renda per capita dos habitantes da cidade, como é possível verificar no gráfico 3 abaixo.

Gráfico 3 – PIB anual Per Capita de Gramado/RS, de 2004 a 2018.

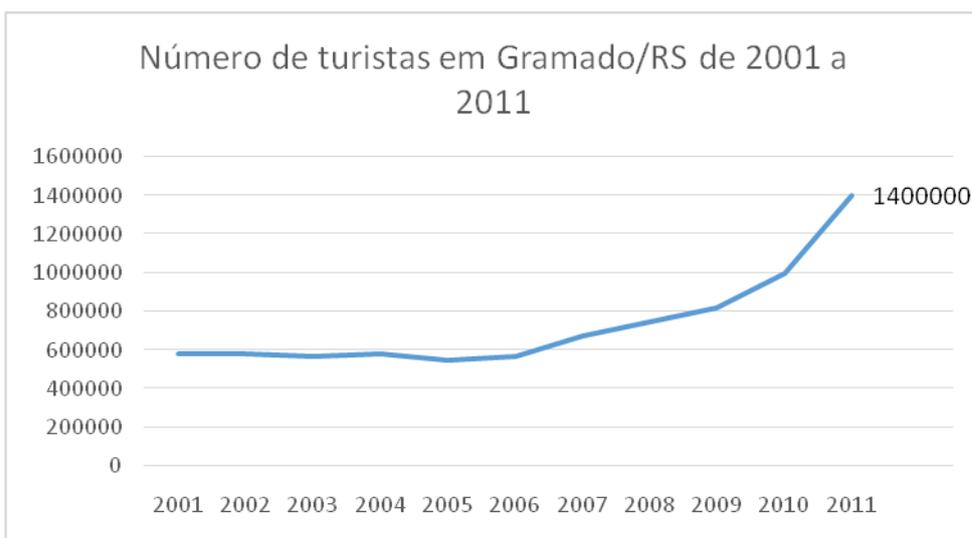


Fonte: Datasebrae (2020).

3.2 Informações sobre o aumento do número de turistas em Gramado/RS

O aumento do PIB de serviços em Gramado é fruto do desenvolvimento significativo do turismo. Esse crescimento foi fruto da percepção do potencial atrativo da região, atrelado a promoção de eventos. É possível observar o aumento do número de visitantes no gráfico 4.

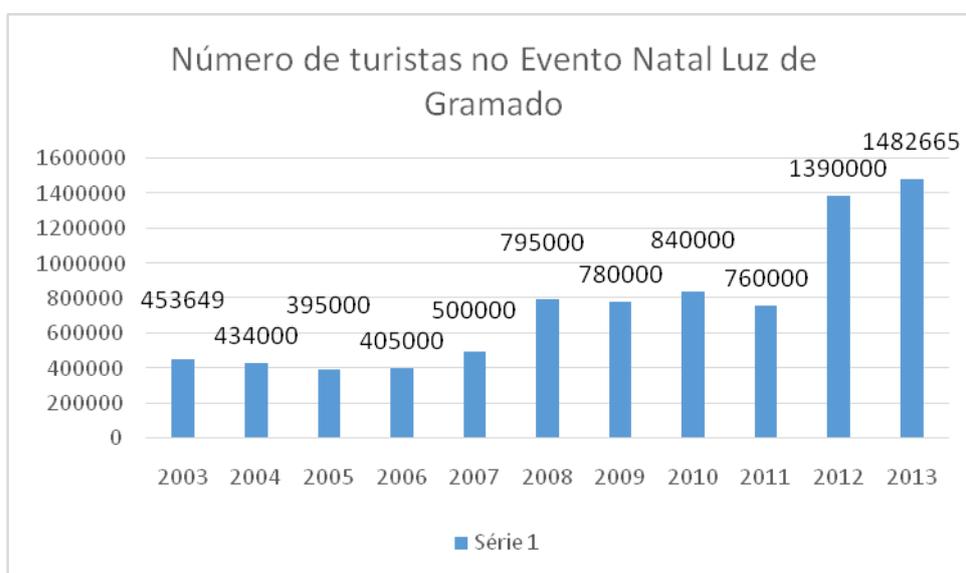
Gráfico 4 – Número de turistas em Gramado/RS



Fonte: Prefeitura Municipal de Gramado/RS (2012).

De acordo com Gevehr, Vidal e Nandi (2014) o evento Natal Luz foi o grande responsável por essa evolução do turismo em Gramado, sendo que em 2003 atraiu 453.649 turistas, já no ano de 2013 o total de turistas no Natal Luz foi de 1.482.665. Esses números mostram a evolução do turismo em 10 anos e o principal motivo desse sucesso foi a ampliação do calendário do evento para 2 meses e a implementação de novos espetáculos e atrações a partir de 2008, como pode ser observado no gráfico 5.

Gráfico 5 – Evolução do número de turistas no Evento Natal Luz de Gramado, 2003 a 2013.

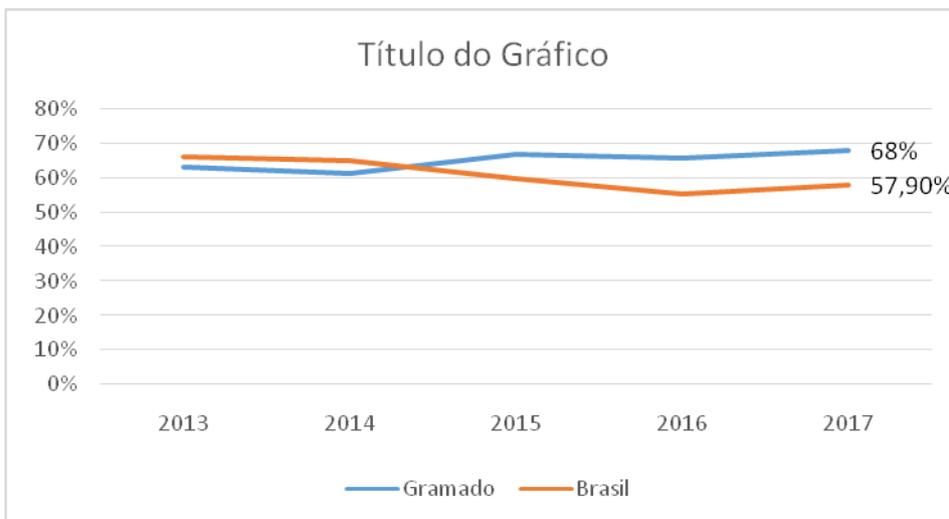


Fonte: Gevehr, Vidal e Nandi (2014).

Com crescimento significativo do número de turistas, Gramado despertou o interesse de muitos investidores, o que se refletiu em uma expansão da oferta de leitos e de novos empreendimentos. A cidade dispõe de mais de 200 empreendimentos hoteleiros, representando mais de 27 mil leitos entre hotéis e pousadas em 2019, ante 11,5 mil leitos em 2013, um aumento de quase 235% em apenas 6 anos (GRAMADO, 2020).

Com um aumento significativo da oferta, a taxa de ocupação do setor hoteleiro de Gramado poderia sofrer uma queda, mas ultrapassa os 90% em três períodos do ano: durante a Páscoa, no famoso Festival de Cinema de Gramado e no Natal Luz. No decorrer do ano, a taxa de ocupação média é de 68%, bem acima da média nacional que é de pouco mais de 57%, como vemos no gráfico 6.

Gráfico 6 – Comparativo de taxa de ocupação do setor hoteleiro entre Gramado e o Brasil.



Fonte: SINDETUR/ Serra Gaúcha (2017);

4 METODOLOGIA

O método aplicado para o desenvolvimento do artigo foi a pesquisa bibliográfica descritiva qualitativa, de cunho exploratório sobre o turismo em Gramado. A pesquisa foi efetuada em livros e artigos científicos, além de documentos oficiais e publicações especializadas em turismo. Sobre os dados do turismo, foi aplicada a estatística descritiva para acompanhar a evolução da demanda em Gramado.

Gil (1995) afirma que o principal objetivo de uma pesquisa descritiva é desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias para formular problemas. E foi neste entendimento que foi utilizado a pesquisa descritiva, para explicar como a promoção de eventos promove o crescimento e desenvolvimento local, possibilitando o aprofundamento do conhecimento sobre o tema da pesquisa.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo é de suma importância no processo de melhoria da qualidade de vida de uma população, e também atua no desenvolvimento de uma cidade ou país. Gramado é considerado um dos principais destinos turísticos do Brasil, e tal

reconhecimento é devido a sua capacidade de angariar turistas, em grande parte, devido às atrações que são realizadas em toda a região, durante todo o ano.

Os principais eventos da cidade são: Festival de Cinema; Festa da Colônia; Festival de Gastronomia; Festival de Publicidade; Festival do Turismo; Natal Luz; Chocofest. Eventos estes que ajudam a cidade no controle da sazonalidade do turismo, os quais foram pensados para acontecer em diferentes épocas do ano, principalmente atraindo turistas em épocas tradicionalmente de menor demanda, possibilitando um melhor aproveitamento dos investimentos na cidade e atraindo novos investimentos e aumentando a renda da população.

O sucesso do turismo em Gramado é consequência do processo cultural que tem uma boa mistura de estrangeiros alemães e italianos, mas apelidada de suíça brasileira devido a sua arquitetura em estilo bávaro. E que no período de Natal, com o evento Natal Luz se torna uma fantasia para os turistas, sendo por si só um dos maiores atrativos da cidade.

O aumento nos números de turistas começou a partir do ano de 2007, devido a um conjunto de fatores, onde podemos citar como diferenciais:

- A amplitude do envolvimento da comunidade, que acolhe muito bem os turistas e foca na satisfação dos mesmos para que eles possam se sentir em um mundo de fantasias, e sempre voltem a visitar a cidade;
- A participação da iniciativa privada no desenvolvimento do turismo, com a chegada de novos hotéis que aumentou a quantidade de leitos e a qualidade das hospedagens;
- O governo local direcionou esforços para o desenvolvimento do modelo turístico;
- O aumento do dólar sobre o real também foi um motivo para direcionar turistas para a cidade de Gramado, onde é possível ter contato com a cultura europeia; e
- A promoção de eventos como grandes indutores do turismo.

Diante do exposto, a pesquisa demonstra que, o estudo do meio e elaboração de um plano de eventos com a participação ativa da comunidade, investidores e incentivo local, com o objetivo de potencializar o turismo, é um dos meios viáveis e atrativos para o desenvolvimento socioeconômico, tornando Gramado hoje uma das maiores potencias turísticas do Brasil.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, R. B. **Manual de eventos**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

ARAÚJO, M.; SILVA, M. C.; ISAYAMA, H. F. O lazer nos cursos de graduação em turismo de Belo Horizonte: visão dos coordenadores de curso. **Caderno virtual do turismo**, vol. 8, n. 3, 2008.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 9. ed. São Paulo: Senac, 2003.

BRASIL, Ministério do Turismo & Unicamp. **Estudos de competitividade do turismo Brasileiro - O Turismo Cultural no Brasil**. Brasil: Ministério do Turismo, 2006.

BRASIL. Ministério do Turismo – Mtur. (2010). **Caderno de subsídios: eventos como solução criativa contra a sazonalidade 2010**. Brasília: MTur.

BRITTO, J.; FONTES, N. **Estratégias para eventos**. São Paulo: Aleph, 2002.

COUTINHO, H.;P.;M. COUTINHO, H.; R.; M. **Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística**. Amazonas, 2007.

DA ROSA, A.G. **Medida de expectativa de auto eficácia para o turismo de lazer: Desenvolvimento, Confiabilidade e Validade de Construto**. Dissertação de Mestrado em Turismo. Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2006.

DAROS, M., BARROSO, V. L. M. (ORG). **Raízes de Gramado: 40 anos**. 2.ed.Porto Alegre: EST, 2000

DERRETT, R. **Gestão de Festivais e Eventos: uma perspectiva internacional de artes e cultura**. São Paulo: Roca, 2006.

FESTIVAL MUNDIAL DE PUBLICIDADE DE GRAMADO. Disponível em: <http://www.festivalgramado.com.br/2009/home.asp?lang=>. Acesso em: 03 jan. 2022.

GEVEHR, D. L.; VIDAL, R. P.; NANDI, A. **Natal Luz de Gramado: um patrimônio cultural da comunidade promovendo desenvolvimento regional na Serra Gaúcha**. Revista Brasileira Desenvolvimento Regional. Blumenau, v. 2, n. 1, p.197-221, 20 mar. 2014. Fundação Universidade Regional de Blumenau. .

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4.ed. São Paulo: Atlas S.A., 1995.

HOELLER, E.; H. **Turismo de eventos**. Centreventos Cau Hansen de Joinville – SC, p. 75,1999.

LINS, H. N. **Florianópolis, cluster turístico?** Revista Turismo em análise. v.11, n. 2, p. 55-70. São Paulo: nov. 2001.

MARTINS, I. M. C. **Gestão estratégica da sazonalidade em turismo:** o caso de Aveiro. Dissertação – Mestre em Gestão e Desenvolvimento em Turismo. Universidade de Aveiro, 2010.

MOTA, K. C. N. **Marketing turístico:** promovendo uma atividade Sazonal. São Paulo: Atlas, 2007.

MONTEJANO, J. M. **Estrutura do mercado turístico.** 2.ed. São Paulo: ROCA, 2001.

NAKASHIMA, S. K; CALVENTE, M. del. C. M. H. **A história do turismo:** epítome das mudanças. *Turismo & sociedade* (ISSN: 1983-5442). Curitiba, v. 9, n. 2, p. 1-20, maio-agosto de 2016.

NEGRINI, A.; BRADACZ, L. **Cultura, lazer e turismo:** a Festa da Colônia de Gramado. Porto Alegre : Edição dos autores, 2006.

OLIVEIRA, A.C.; GENEROSI, A. **Natal luz em Gramado/RS.** Rosa dos ventos Universidade de Caxias do Sul, v. 01, n. 1, 2010

OMT. Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao turismo.** Madrid, 2001

PERFIL DAS CIDADES GAÚCHAS, GRAMADO. Disponível em: https://www.datasebrae.com.br/municipios/rs/Perfil_Cidades_Gauchas-Gramado.pdf. Acesso em: 5 fev. 2022.

PMG. Prefeitura Municipal de Gramado. **Gramado Concorre Mais Uma Vez a ‘Melhor Destino de Inverno’ do Brasil.** Disponível em: <http://www.gramado.rs.gov.br/index.php/Turismo/Gramado-concorre-mais-uma-vez-a-MelhorDestino-de-Inverno-do-Brasil>. Html. Recuperado em: 02 fev. 2022.

PMG. Prefeitura Municipal de Gramado. **Dados turísticos.** Disponível em www.gramado.rs.gov.br/. Recuperado em: 28 dez. 2021.

RABAHY, W. A. **Uma visão do turismo no Brasil e suas perspectivas.** CGDI/SGE/SE/Mtur. *Dados & informações do turismo no Brasil: o turista internacional no Brasil.* Ano 1, fev. 2021.

VIDAL, R. P. **A influência do turismo de eventos na região das hortênsias, Rio Grande do Sul:** O caso do evento natal luz em Gramado. Taquara, 2015.