



Tomorrowland Brasil e Itu/SP:
um estudo de caso sobre a relação entre um grande evento e
um pequeno município

DOI: 10.2436/20.8070.01.36

Julia Nicolosi Bosso

Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de São Carlos, Brasil.

E-mail: bossojulianicolosi@gmail.com

Alissandra Nazareth de Carvalho

Doutora em Geografia pela Universidade Estadual Paulista, Brasil.

Professora da Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil.

E-mail: alissandracarvalho@yahoo.com.br

Resumo

O presente trabalho se configura como um estudo de caso exploratório baseado na metodologia de estudo de caso, onde o município de Itu/SP e o *Tomorrowland Brasil* foram investigados sob a temática da relação estabelecida entre a realização de um grande evento e o pequeno município onde ele ocorre. Descrever os principais *inputs* e *outputs* do festival, verificar as expectativas dos atores envolvidos e identificar o real envolvimento entre o *trade* turístico, a municipalidade e a organização do evento foram os principais objetivos estabelecidos. Esses objetivos foram alcançados a partir de revisão bibliográfica e documental, das visitas a campo e das aplicações de questionários e entrevistas. Após a coleta, as evidências foram sistematizadas e analisadas, proporcionando uma reflexão sobre o caso, exposto em forma de relatório. O estudo balizado por conceitos de autores como Andrade (2002), Bienenstein (2011), Sarmiento (2007/13) e Vilaça (2010), componentes de diversos contextos, escolas e tendências epistemológicas, apresentou como principais resultados a incipiente articulação do poder público tanto com a organização do evento, como com os empreendimentos ligados a oferta turística do município e o evento como principal receptor dos turistas, que concentra e oferece produtos e serviços que suprem as necessidades dos participantes do festival, dificultando o contato dos mesmos com a população autóctone. A problemática foi escolhida devido ao seu caráter atual e sua crescente expansão nas discussões acadêmicas. O trabalho buscou, principalmente, cooperar com as bibliografias sobre o tema e alertar sobre os impactos causados por acontecimentos como o *Tomorrowland Brasil*. Por isso, pretendeu ser de importância tanto para a academia como para a sociedade.

Palavras-chave: Megaevento. Pequenos municípios. Festival de música. Impactos. Turismo.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho consiste em uma investigação da relação estabelecida entre a realização de um grande festival de música eletrônica e a pequena cidade que o sediou. A motivação por parte dos autores surgiu durante algumas visitas realizadas à Itu, no interior do estado de São Paulo, onde contatos informais aconteceram com uma série de atores envolvidos direta e indiretamente com a atividade turística do município. Essa sondagem empírica suscitou o desejo de explorar as relações estabelecidas entre eles e o então vindouro evento que o município sediou, o *Tomorrowland Brasil*, no Parque Maeda, durante os dias 01, 02 e 03 de maio de 2015.

A respeito da referida relação, os festivais com base em áreas rurais podem ter um papel importante em termos econômicos. Constituem momentos em que um vasto número de visitantes consome bens e serviços no local e na região. No entanto, estudos realizados nos âmbitos dos impactos dos festivais revelam também alguns impactos negativos, tais como o aumento dos preços dos bens e serviços durante os eventos, o congestionamento de trânsito nos locais e problema de estacionamento (TOSUN, 2002).

Ao mesmo tempo, há que se considerar que o turismo pode, em alguns casos, depredar o espaço, a cultura autóctone e freqüentemente constitui um canal de comunicação com a especulação do solo e da paisagem (SARMENTO, 2007/13). Em paralelo, segundo estimativas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (IBGE, 2014), o município teria em 2014 aproximadamente 165.511 habitantes. Hoje, de acordo com a Prefeitura (PREFEITURA DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE ITU, 2015), o município apresenta uma economia mista composta pelo turismo, comércio, prestação de serviços e indústria. De acordo com o site oficial (TOMORROWLAND BRASIL, 2015) o *Tomorrowland Brasil* contou com previstas 150 atrações musicais que se apresentaram em sete palcos. Segundo o G1 (TOMORROWLAND..., 2014), portal de notícias do Grupo Globo, no dia 06 de setembro de 2014, foram disponibilizados a venda on-line 60.000 ingressos por dia de evento, ou seja, apenas os freqüentadores do evento já superariam em aproximadamente 15.000 pessoas o número total de habitantes do município.

Diante de afirmações de autores como os supracitados e de características do município e do evento, a escolha por Itu se deu pela curiosidade dos autores em se aprofundar nas relações que um município pacato como esse pode estabelecer com um evento tão grandioso quanto o *Tomorrowland Brasil*. A conveniência de deslocamento promovida pela proximidade do município com o local de moradia dos autores e a percepção de certa receptividade dos atores turísticos durante as primeiras visitas informais contribuíram para ratificar escolha do município como objeto do estudo de caso.

A partir do contato exploratório, pôde-se notar, à primeira vista, uma baixa articulação entre os envolvidos na atividade turística e planejadores do grande evento. Essa impressão inicial, somada ao aprofundamento em literaturas que abordam este e outros temas semelhantes, e ainda a motivação profissional em entender os ônus e bônus existentes entre a relação de atores turísticos com a ocorrência de grandes eventos, desencadeou a motivação em investigar e explorar o assunto, a fim de identificar até que ponto esta articulação, ou a falta dela, se dá entre as partes, além de apontar as principais consequências que um dos objetos – o festival - causa no outro – o município.

Ao analisar afirmações como a de Maciel (2011) que diz “os festivais têm o poder de atrair visitantes aos lugares que ocorrem. Dependendo da dimensão e do tipo de evento, bem como de sua projeção midiática, [...] pode ser bastante importante para o desenvolvimento de uma localidade”; como a de Janitschke, Presotto e Teixeira (2013) que

segue “para cada festival e para cada cidade, ter-se-á resultados diferentes, mas que sempre serão impactos econômicos, culturais, de incentivo ao turismo, significativos no desenvolvimento local”; entre outras; foi possível elencar vários questionamentos e indagações tais como: Qual a relação estabelecida entre o mega evento e o município sede? Quais os inputs e outputs das partes envolvidas para a realização do evento? Quais os retornos que um evento desta magnitude pode oferecer ao município? Quais os principais aspectos positivos e negativos - no que diz respeito às esferas ambiental, social, econômica, política e turística - da realização do mesmo no contexto em que está inserido? Quais os ônus e bônus do evento para o município onde ele se realiza? Entre outras perguntas.

Dessa forma, o presente trabalho teve como objetivo geral investigar a relação do *Tomorrowland Brasil* com o município de Itu, a fim de analisar o envolvimento entre o poder público, a iniciativa privada, a comunidade local e a organização do festival na realização do evento, refletindo sobre os principais benefícios e malefícios causados ao município, oriundos deste acontecimento.

Em congruência com as inquietações de pesquisa e a fim de nortear o estudo, estabeleceram-se os seguintes objetivos específicos: a) Verificar as principais expectativas que a organização do festival, o município e a iniciativa privada tem em relação ao evento; b) Descrever os principais inputs oferecidos pela iniciativa pública e privada para a realização do festival; c) Descrever os principais impactos positivos e negativos consequentes da realização do festival em terras ituanas; d) Identificar o real envolvimento entre esferas públicas e privadas e a organização do festival; e) Refletir sobre os resultados obtidos.

Esta pesquisa foi balizada pela análise de estudos prévios de autores como Andrade (2002); Araújo e Graça (2013); Bienenstein (2011); Dalonso et al. (2012); Firkowski, Baliski e Ferreira (2014); Fonseca e Santos (2010); Gomes (2013); Janitschke, Presotto e Teixeira (2013); Maciel (2011); Pereira (2010); Petitinga (2008); Ruas e Duarte (2014); Sarmento (2007/13); Vilaça (2010), entre outros, que, em contextos similares analisaram, pesquisaram e sistematizaram situações semelhantes às abordadas nesta pesquisa.

Metodologicamente, este estudo de caso trata-se de um trabalho exploratório baseado em métodos bibliográficos, documentais e de investigação, produzindo no primeiro momento uma revisão teórica sobre a temática, seguida da coleta de dados antes, durante e depois do acontecimento, e então da tabulação e análise deles, conduzindo à interpretação dos mesmos e culminando com reflexões sobre os resultados obtidos. A coleta de dados se deu através de observações, entrevistas e questionários com os atores envolvidos. Análises foram feitas a partir dos discursos dos mesmos, que então, sustentadas pelo referencial teórico, promoveram os resultados e as reflexões deste trabalho que, por sua vez, configura-se como um estudo de caso. Os métodos utilizados foram baseados nos estudos de Yin (2010), principalmente.

Acredita-se que descobrir o envolvimento dos agentes da problemática e desvendar o retorno imediato que eles em conjunto causaram a Itu, pode contribuir para que o município se prepare adequadamente para eventos semelhantes que virão a acontecer. Servindo de ponderação para os envolvidos nas futuras captações de eventos desse porte. Além de colaborar para reflexões e estudos futuros que contemplem essa temática. Sendo assim, relevante tanto para a academia quanto para a sociedade, podendo ser utilizado nos processos de tomada de decisões de municípios equivalentes que pretendem sediar, ou, de fato, já sediam, eventos de tamanha grandeza, importância e reconhecimento, como é o *Tomorrowland Brasil*.

2 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO DE CASO

2.1 *Tomorrowland Brasil*

Em 2005, após ter ocorrido em sete países, o festival de música eletrônica *Mysteryland* ocorreu na Holanda. No mesmo ano, seus promotores decidiram por fazer uma edição belga do evento que levou o nome de *Tomorrowland* e ocorreu no dia 14 de agosto de 2005 em Boom, uma pequena cidade nos arredores da Antuérpia, Bélgica.

A partir da primeira edição, o festival aconteceu todos os anos. O período em que ele primeiro se realizou também se manteve: sempre no último final de semana do verão no hemisfério norte, ou seja, final de julho ou início de agosto. Desde seu início o festival teve grande sucesso, mas não tinha as mesmas proporções que tem hoje. Só em 2007 ele ganhou o segundo dia de apresentações. O terceiro dia de show veio em 2011, após seis anos de estabilização no mercado de festivais. Em 2012 e 2013, segundo o site oficial (TOMORROWLAND BRASIL, 2015) o evento não conseguiu atender a toda demanda por ingressos e decidiu então expandir os negócios.

No ano de 2011 o evento ganhou seu primeiro prêmio de “Melhor Festival” no International Dance Music Awards. Essa premiação anual acontece desde 1985 em Miami e premia os destaques a música eletrônica. Conta com participantes de mais de 70 países e engloba seminários, *workshops* e festas. É concedido pelo Winter Music Conference.

Em setembro de 2013 o festival teve sua primeira edição fora de seu país de origem. Sediado em Chattahoochee Hills, na região de Atlanta - capital e principal cidade do estado da Georgia - GA, nos Estados Unidos da América - EUA. Chamado de *TomorrowWorld*, contou com 300 artistas que se apresentaram em sete palcos no decorrer do evento que durou três dias e reuniu 140.000 pessoas de mais de 80 nacionalidades diferentes, de acordo com a EVS Entertainment Broadcast Equipments S.A. - EVS (EVS, 2014). Essa fonte - empresa de transmissão belga - transmitiu o evento ao vivo para mais de 16.8 milhões a partir da criação de um canal do YouTube chamado de *Tomorrowland TV*, através do qual os espectadores puderam assistir o evento em sua totalidade utilizando qualquer receptor de sinal de internet assim que se conectassem ao site. No entanto, em julho do mesmo ano, o festival não deixou de ocorrer tradicionalmente na cidade belga de Boom, e contou com um público estimado de 180.000 pessoas de mais de 75 países, tendo seus ingressos esgotados minutos após o início das vendas, segundo estudo de caso da própria EVS (EVS, 2014).

Em 2014, o festival foi exibido ao vivo em um telão no Parque Candido Portinari em São Paulo (Figura 1). E então, em comemoração ao seu 10º aniversário, foi anunciado que em 2015 o evento seria sediado na América do Sul pela primeira vez. Na ocasião, 10 mil ingressos foram distribuídos gratuitamente para os espectadores ali presentes.

Com data definida para os dias 01, 02 e 03 de maio de 2015, o *Tomorrowland Brasil* previu 150 atrações musicais a se apresentarem em sete palcos. De acordo com o site oficial (TOMORROWLAND BRASIL, 2015), a estrutura se assemelhou a das edições belgas, oferecendo camping, comida gourmet, palcos e experiências e explorações musicais aos seus participantes. Tudo isso em uma área de 1.200.000 m², ou seja o equivalente a aproximadamente 6 estádios do Maracanã. Parte de toda essa grandiosidade pode ser vista na Figura 2 abaixo que é apenas um recorte de toda a área ocupada pelo festival.

Figura 1 - Parque Candido Portinari e o anúncio do *Tomorrowland Brasil*.



Fonte: Tomorrowland Brasil, 2015.

Figura 2 - Vista aérea de parte da área do evento



Fonte: Tomorrowland Brasil, 2015.

Segundo o caderno Especial do jornal Taperá, mais de duzentos profissionais belgas estiveram no Brasil para a realização do evento. Enquanto que mais de cinco mil trabalhadores construíram 10 km de estradas. Mais de 10 toneladas de aço, 5 km de madeira de construção, 350 quilos de cola e três mil rebites foram utilizados na confecção de toda estrutura. De acordo com Shikama em publicação do Jornal Cruzeiro do Sul de

Sorocaba, 1200 homens foram designados para trabalhar na segurança do evento e o repórter complementa:

Segundo Maurício Soares [diretor de marketing do *Tomorrowland Brasil*], os três dias de festival contaram com a força de trabalho de sete mil pessoas, sendo aproximadamente 5.800 na parte de logística, montagem e técnica dos palcos e outras estruturas que chegaram da Bélgica em 70 contêineres. [...] Além disso, das sete mil vagas de trabalho temporário geradas pelo evento, 900 foram preenchidas por mão-de-obra local (Shikama, 04 de maio de 2015).

No dia 23 de agosto de 2014, o site oficial iniciou as vendas de pacotes de viagem para o evento, denominados Global Journey, e o DreamVille. Estes pacotes foram vendidos *on-line* para compradores do Brasil e do mundo. Os pacotes Global Journey se dividiram em dois tipos: com passagens aéreas e sem passagens aéreas. O primeiro tipo se esgotou em 09 de fevereiro e o segundo tipo se esgotou 35 dias antes do evento. O Dreamville, o camping do evento, foi segundo o site oficial (TOMORROWLAND BRASIL, 2015), “uma pequena cidade com uma *vibe* fantástica que acolherá milhares de visitantes ao final de cada dia fantástico do *Tomorrowland Brasil*”. Essa estrutura contou com um *marketplace* com várias lojas e até a filial de uma padaria Ituana com “pão fresquinho”. A “cidade” foi montada aos mesmos moldes em que é feita na Bélgica. Segundo o site do evento (TOMORROWLAND BRASIL 2015):

O objetivo principal [do DreamVille] é uma imersão no mesmo clima arrebatador que caracteriza o Tomorrowland Brasil, ao longo de toda a sua estadia. A qualidade dos serviços, a experiência intensa e a bela natureza ao seu redor tornarão sua estadia uma experiência sem igual (TOMORROWLAND BRASIL, 2015).

As opções de alimentos e bebidas, segundo o caderno Especial da edição de 06 de maio de 2015 do jornal saltense Taperá, totalizavam 101 tendas de diversas especialidades, entre elas: temakeria, restaurante mexicano, restaurante espanhol, churrascaria, sucaria, restaurante de culinária *fusion*, burgereria, restaurante belga, restaurante de “comida saudável” e vegetariana, lanchonetes – que serviram desde *choripan* e *hot dog* até coxinha –, chocolateria Callebaut, etc. O evento teve quatro principais patrocinadores sendo dois deles marcas de bebidas alcoólicas, um marca de bebida não alcoólica, um marca de salgadinho e um uma administradora de cartão de crédito. Todas as cinco marcas mantiveram *stands* no interior do evento e realizaram ações para promover seus produtos.

Diante do exposto, é possível perceber que o *Tomorrowland Brasil* apresenta todos os requisitos sugeridos por Ruas e Duarte (2014) que apontam o desenvolvimento da atividade e seu relacionamento com o turismo, conforme o trecho:

[...] observa-se que o avanço dos festivais de música progride juntamente com o turismo. Com a inserção de hospedagens alternativas (como camping), a oferta de facilidades de acesso e a demonstração aos possíveis interessados das atrações que o evento terá a oferecer. Os festivais de música se afirmam cada vez mais como uma experiência proporcionada pelo turismo e se aproximam (ou se unem) ao fenômeno do turismo (Ruas e Duarte, 2014, p.109).

2.2 Parque Maeda

O Parque Maeda, segundo o site oficial (PARQUE MAEDA, 2015), é um complexo de lazer campestre composto de três setores: o pesqueiro, a pousada e o tancão. Localiza-se no quilometro 18 da Rodovia Santos Dummont (SP 75) e pertencente ao território de Itu, a 25 minutos do centro do município. Fica a 45 minutos do Aeroporto Internacional de Viracopos, em Campinas, e a 1 hora e 30 minutos do Aeroporto Internacional de Guarulhos. Sua distância da cidade de São Paulo é de apenas 50 minutos, ficando a 35 minutos de Sorocaba e a 55 minutos de Campinas.

O complexo oferece estrutura de alimentação como restaurante *self-service*, lanchonetes, quiosques e barraquinhas. Conta com estacionamento de 2.000 vagas sendo que 150 são cobertas. Instalações como fraldário, enfermaria, guarda-volumes e loja de artesanatos são disponibilizadas aos usuários. Possui ainda três salões para eventos familiares ou corporativos que comportam de 50 a 5.000 pessoas. Quanto à hospedagem, o Parque Maeda conta com 50 chalés com capacidade para até seis pessoas e 16 chalés com capacidade para duas pessoas. Todos os chalés têm banheiro privativo, frigobar, televisão e roupa de cama. A diária inclui café da manhã e estacionamento próprio (Figura 3) diferente do utilizado pelos frequentadores que não se hospedam.

Figura 3 - Estacionamento próprio dos chalés.



Fonte: Parque Maeda, 2015.

O complexo oferece atividades de lazer como arvorismo, brinquedos aquáticos, jardim japonês, passeio a cavalo, passeio de trenzinho, playground, piscina com toboáguas, além de kart e passeio de helicóptero, sendo que as duas últimas são terceirizadas. Muitas das estruturas acima funcionam apenas aos finais de semana, feriados e durante as férias escolares. (PARQUE MAEDA, 2015). O jardim japonês foi um dos atrativos acima que se mantiveram intactos durante a realização do *Tomorrowland Brasil*.

Figura 4 - Jardim japonês.



Fonte: Parque Maeda, 2015.

Grandes eventos ocorrem na chamada Arena Maeda. Essa estrutura foi inaugurada em 2010 para receber dois festivais - Kaballah e Orbital - ambos também de música eletrônica. O local tem uma área de 400.000 metros quadrados, com capacidade para até 60.000 pessoas e 10.000 vagas de estacionamento. O *Tomorrowland Brasil* é ainda maior que os eventos acima citados e, além da Arena Maeda, utilizou outras áreas do Parque Maeda, ocupando a totalidade do local.

A estrutura de pesqueiro do complexo é bem completa, segundo o Plano de Desenvolvimento Turístico do município de Itu/SP – PDT (PDT, 2009), e o seu tanque tem mais de 50.000m² de superfície de água destinado a pesca esportiva. Peixes como tilápia, carpa, pacu, pintado, dourado entre outros podem ser pescados nos tanques. O pesqueiro funciona todos os dias, mas aos finais de semana e feriados é vendido na forma de Passaporte Promocional e não no esquema de comandas como nos dias de semana. A estrutura conta com loja de acessórios para pescaria que vende e aluga instrumentos necessários para a prática da atividade. Além disso, oferece serviços como limpeza do peixe pescado.

Segundo o PDT (2009), de acordo com análise realizada, o complexo foi considerado em bom estado, com variadas opções de lazer, compras, atividades culturais e esportivas. Porém, foi considerado com baixa qualidade de acesso - por terra -, com sinalização ineficiente e muito distante dos outros atrativos do município de Itu. O site oficial do *Tomorrowland Brasil* (TOMORROWLAND BRASIL, 2015) diz, entre outras coisas, que há anos o Parque Maeda é destino de lazer e aventura dos brasileiros de todas as idades e que já foi palco de outros shows e festivais. E completa:

Para a realização do Tomorrowland Brasil, o Parque sofreu grandes transformações em seu terreno que foi totalmente realinhado – sempre respeitando, é claro, o cuidado com a natureza. Nenhuma árvore ou planta nativa foi derrubada, e os lagos, apesar de artificiais, permanecem em seus lugares (TOMORROWLAND BRASIL, 2015).

O Parque Maeda esteve fechado ao público do dia 27 de abril de 2015 a 08 de maio de 2015 para o preparo do *Tomorrowland Brasil*. As atividades corriqueiras voltaram ao

normal a partir do dia 09 de maio de 2015. Essa pausa foi anunciada no site oficial do parque.

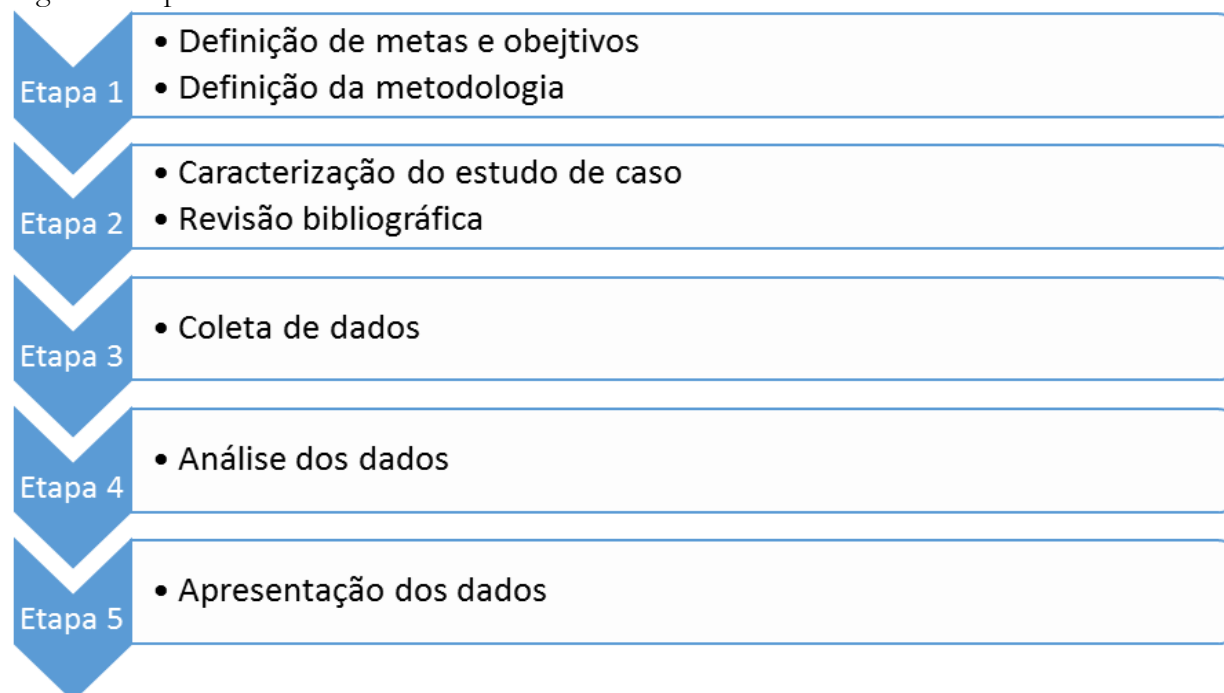
O PDT de Itu (PDT, 2009) salienta a importância da articulação entre o componentes do trade, o que pode ser observado no trecho a seguir:

Cada vez mais, o turismo tem se organizado e estruturado enquanto eixo alavancador de desenvolvimento de inúmeras regiões e municípios. Com destaque mais efetivo nos últimos anos, a atividade se consolida e fortalece em núcleos receptivos que se organizam de modo a planejar o turismo local, minimizando seus impactos negativos e otimizando o aproveitamento dos impactos positivos que a atividade desencadeia. (PDT, 2009).

O planejamento, por sua vez, para que traga os resultados de desenvolvimento esperados, caracteriza-se como processo que prioriza o crescimento e o desenvolvimento econômico e social, permeado por diretrizes e estratégias de atuação sustentável, com o objetivo de desenvolver e/ou fortalecer determinados destinos, integrando a comunidade e os inúmeros atores sociais que compõem o sistema produtivo do turismo. Só assim todos se beneficiam de forma igualitária da atividade turística.

Dando sequência na metodologia, a seguir, são apresentadas as etapas a serem desenvolvidas no presente trabalho.

Figura 1: etapas desenvolvidas no trabalho



Fonte: elaboração própria.

3 METODOLOGIA

O presente trabalho foi balizado pela metodologia de Yin (2010) que permitiu os autores planejar e executar o estudo de forma coerente e produtiva. Decidiu-se pelo método de estudo de caso, pois a investigação contempla as três principais características

que Yin (2010) propõe para este tipo de pesquisa. São elas: 1) questões “como” e “por que” propostas pelo investigador; 2) o investigador tem pouco controle sobre os eventos estudados; e 3) o objeto trata-se de um fenômeno contemporâneo no contexto da vida real.

A primeira característica está relacionada a perguntas preestabelecidas como base da pesquisa, por exemplo: 1) Como se dá o envolvimento entre o município e o evento? Como o município colabora com a realização do evento? Como o evento colabora com o desenvolvimento do município? 2) Já a segunda trata-se da condição dos investigadores como observadores do evento, sem qualquer possibilidade de alterar os acontecimentos do objeto de estudo e a 3) terceira indica que o evento estudado acontece concomitante a realização do trabalho e que o evento não foi produzido com a intenção de ser investigado, mas sim por outros motivos. Além de perguntas “como” e “por que”, perguntas “o que” assumem a forma “qual” e também são muito presentes no trabalho o que o qualifica como exploratório. São elas: Quais os inputs e outputs das partes envolvidas para a realização do evento? Quais os retornos que um evento desta magnitude pode oferecer ao município? Entre outras.

O presente estudo não visa interpretar nem abranger o evento em toda sua complexidade, o que seria inviável devido aos limitados recursos humanos, espaciais e temporais envolvidos na pesquisa. Tão pouco refletir sobre mais de um caso, configurando-se, portanto como um estudo de caso único. A apresentação da pesquisa foi definida a partir das metas propostas do ator que se resumem em coletar, apresentar e analisar os dados, encerrando com os Resultados e Reflexões.

A observação direta se fez presente e ocorreu diversas vezes - que foram descritas mais adiante, além das entrevistas e questionários aplicados às pessoas envolvidas. Dessa forma, grande quantidade de evidências foi coletada através de artefatos como documentos, entrevistas e observações. Julgou-se a técnica de entrevista e questionário mais adequada pelo fato de o estudo ser qualitativo, cujo trabalho focou na coleta de percepções, atitudes e comportamento dos entrevistados. As entrevistas aplicadas foram conversas guiadas e, portanto relatos verbais as quais se procurou corroborar com outras fontes de evidência. O mesmo ocorre com os questionários, esses semi estruturados. Ambos os instrumentos foram criados pelos autores e a criação foi inteiramente balizada nos conceitos abordados durante o período de revisão da literatura, com a premissa de conter questões que não fossem ameaçadoras ou intimidantes, deixando o entrevistado confortável para respondê-las sem se sentir pressionado, dando liberdade para o diálogo sobre outros assuntos correlatos. Grande parte da coleta de dados foi feita através de telefonemas, o que impediu o uso de dispositivos de gravação de voz. Os dados coletados em campo também não foram gravados. As entrevistas presenciais pretendiam ser gravadas, no entanto notou-se certo receio por parte de alguns entrevistados, de forma que se optou então por não utilizar artefatos de gravação na entrevista com estes participantes. Apenas um entrevistado concordou que sua fala fosse gravada.

Todos os participantes foram informados de que a sua participação no estudo era voluntária e alguns deles preferiram não ser identificados. Dessa forma, para uma padronização nas apresentações, os nomes das pessoas e dos estabelecimentos foram suprimidos para manter o anonimato dos mesmos. Foi apresentada uma Carta de Apresentação a todos os participantes. No caso dos meios de hospedagem, dos restaurantes e outros equipamentos os nomes foram substituídos por números e no caso dos demais estabelecimentos apenas a descrição foi mantida. Quanto aos órgãos públicos, o nome da instituição foi mantido em detrimento do nome da pessoa que forneceu as informações, já que o objetivo dos questionamentos foi de investigar a percepção da organização/instituição e não a do indivíduo em particular.

Nenhum software foi utilizado na análise dos dados coletados. No entanto, as palavras e expressões ditas pelos entrevistados foram registradas e algumas repetições foram constatadas. Segundo Yin (2010), essa combinação de padrões fortalece o que o autor chama de validade interna do estudo de caso. A interpretação manteve-se permeada pela tentativa dos autores em evitar a parcialidade, a fim de aferir o rigor esperado na feitura de trabalhos dessa natureza. Como estrutura composicional, foi utilizada a estrutura analítica linear. Este tipo de estrutura foi escolhida, pois segundo Yin (2010) é a mais vantajosa para o público alvo do estudo, ou seja, colegas de pesquisa, e porque ela é capaz de cobrir o evento explorado, os métodos e os achados da exploração e as conclusões - direcionadas às pesquisas futuras.

A amostra foi composta de 43 entrevistados escolhidos de forma não probabilística por julgamento. As autoras filtraram atores do *trade* turístico que consideraram mais propensos a participar da pesquisa, devido a natureza das suas atividades e da sua localização. As pesquisadoras se basearam no critério de que todos os equipamentos relacionados ao turismo deveriam estar presentes no PDT (2009) da cidade, ou seja, estabelecimentos que compõem a oferta técnica de Itu, a fim de caracterizar o cenário dos envolvidos.

Quadro 1: amostra do estudo

QUANTIDADE	EQUIPAMENTO	Exemplo
6	Hotel	Não indentificado
4	Camping	Não indentificado
6	Restaurante	Não indentificado
2	Locadora de veículos	Não indentificado
1	Cooperativa de táxi	Não indentificado
1	Atrativo natural	Não indentificado
2	Atrativo cultural	Não indentificado
1	Equipamento de lazer/entretenimento	Não indentificado
2	Agência receptiva	Não indentificado
2	Loja de souvenir	Não indentificado
1	Rodoviária	Municipal
4	Empresas diretamente ligadas ao evento	SFX Entertainment, Plus Talent, MV Transportation, <i>Tomorrowland Brasil</i>
8	Órgãos públicos (estaduais ou municipais)	Corpo de Bombeiros, Guarda Civil Metropolitana, etc
2	Órgãos diretamente ligados ao turismo	Secretaria de Turismo e Prótur
1	Sede do evento	Parque Maeda

Fonte: elaboração própria.

4 ANÁLISE ENTRE OS DIAS DO BLOCO PÁSCOA (EIXO PRÉ-EVENTO)

Os dias 03, 04 e 05 de abril de 2015 foram praticamente iguais no que diz respeito às evidências coletadas. Tráfego normal em três dos seis pontos observados, com exceção do centro, do Parque Maeda e da Estrada Municipal Itu 367, que apresentaram pouco tráfego nos três dias. Todos os oito deslocamentos realizados apresentaram tráfego normal.

Vagas de estacionamento eram encontradas em abundância nos arredores da rodoviária e foram consideradas suficientes na área central da localidade. Nenhuma circulação de pedestres foi notada nos pontos observados nas rodovias e nos deslocamentos que utilizaram a malha rodoviária, assim como na portaria do Parque Maeda e na Estrada Municipal. Na rodoviária e nos Deslocamentos 2, 4, 6 e 7 – mais distantes ao centro – pouca circulação foi percebida, enquanto que circulação normal de pedestres foi observada no Deslocamento 3 e no Deslocamento entre restaurantes e atrativos.

Uma sutil diferença foi constatada no que diz respeito à circulação de pessoas na área central. No domingo e na sexta – por ser feriado – o comércio estava fechado, o que fez com que a quantidade de pedestres fosse um tanto inferior a quantidade percebida no sábado. Nos três dias havia grande número de pessoas sentadas nos bancos da praça, contemplando o ambiente, tirando fotos, fazendo compras nas lojas de souvenir e tomando sorvete, por exemplo. Já no sábado, além dessas atividades, havia também movimento de pessoas, tanto trabalhadores como cliente, por causa do comércio – além das lojas de souvenir.

Sinalização turística se fez presente em quase todos os pontos e deslocamentos, com exceção do Parque Maeda, dos Deslocamentos 5, 6 e 7 e da Estrada Municipal. Entretanto, sinalizações do local do evento foram percebidas em apenas um dos deslocamentos (1) e em nenhum dos pontos observados. Agentes de trânsito e de segurança pública não foram notados em nenhum ponto nem deslocamento. Agentes de informação turística estiveram presentes apenas no centro da localidade, no *trailer* mantido pela PróTur na Praça Matriz. E o comércio informal foi notado no centro, na forma de vendedores de picolé. Nenhuma intervenção ambiental foi constatada.

Os atrativos culturais, as lojas de souvenir e os restaurantes não foram observados na sexta então a análise desses pontos é feita referente às observações realizadas no sábado e no domingo. Em um dos atrativos culturais a pesquisadora foi recebida pelo recepcionista e no outro, pelo segurança. Em uma das lojas de souvenir, o comerciante pediu para a pesquisadora aguardar e respondeu às perguntas fora da loja, na praça. Já o outro se manteve no caixa e atendeu a pesquisadora ao mesmo tempo em que atendia os clientes. As respostas obtidas tanto nos atrativos, como nas lojas, foram iguais. Os quatro participantes consideraram o movimento baixo, ou seja, com poucos visitantes ou clientes. O horário de funcionamento não sofreu nenhuma alteração, assim como a carga horária dos funcionários. Não houve necessidade de contratação de funcionários temporários e nenhum contato com a Secretaria de Turismo, Prefeitura, PróTur e/ou outros órgãos e instituições foi feito. Quando perguntados sobre o significado daquela data para o atrativo ou para os negócios, os correspondentes alegaram que a data é indiferente. Quando questionados sobre os lucros proporcionados pela data, o atrativo que cobra ingresso relatou lucro equivalente, assim como os comerciantes das lojas de souvenir. O atrativo com entrada gratuita foi ausentado dessa pergunta. Nenhum dos participantes fez observações significativas além das repostas à pesquisa.

Os restaurantes, assim como os outros equipamentos, convergiram suas respostas. Os seis alegaram quantidade normal de clientes, horário de funcionamento inalterado, assim com a carga horária de seus funcionários. Todos disseram não haver necessidade de contratação de mão-de-obra temporária, além de apresentarem indiferença quanto ao significado da data para os negócios. Quanto à projeção dos lucros, os participantes alegaram manter o lucro equivalente em relação ao mesmo período do ano passado. Nenhum órgão ou instituição fez contato com nenhum dos restaurantes pesquisados. Três dos seis representantes dos restaurantes apresentaram certo receio com a pesquisa e um

deles acreditou que as perguntas não faziam sentido. Nenhuma outra característica relevante foi observada pelas pesquisadoras, nem comentada pelos voluntários.

5 ANÁLISE DA EXPECTATIVA *TOMORROWLAND* (EIXO PRÉ-EVENTO)

Embora esta investigação faça parte do Eixo Pré-Evento, o principal objetivo dela foi arrecadar evidências que apontassem o grau de planejamento do *trade* turístico para o *Tomorrowland Brasil*. Alguns equipamentos não foram investigados nesta etapa. São eles: os restaurantes, os atrativos culturais, as lojas de souvenir e a rodoviária. À época, a pesquisadora decidiu por não investigá-los, pois eles vinham sendo investigados a partir de observações diretas durante as outras etapas e não por telefone como desta vez.

Dos quatro campings investigados, dois alegaram previsões de demanda excedente à oferta; um disse apresentar demanda superior ao normal, mas ainda dentro da capacidade de oferta; e um relata demanda normal para o período do evento. Os dois campings com demanda excedente informaram ter uma pessoa especial responsável por todas as reservas ligadas ao *Tomorrowland Brasil* e que as mesmas representavam cerca de 90% de todas as reservas do sistema. O camping que alegou demanda normal, disse esperar um lucro equivalente se comparado a outros feriados ou ao mesmo período do ano passado e definiu a data como indiferente para os negócios. Os outros três consideraram a data importante e prevêm um lucro superior ao normal. Nenhum dos campings alegou alterações previstas no horário de funcionamento ou na carga horária de seus colaboradores. Os quatro disseram não haver necessidade de contratação de funcionários temporários. Apenas um desses empreendimentos disse haver tido contato órgãos e/ou instituições. Seu representante afirmou que recebeu um comunicado da PróTur com informações sobre o transporte no evento. O comunicado foi recebido via e-mail e corrobora com a informação fornecida pela própria PróTur. Nenhuma outra informação relevante foi relatada pelos representantes dos campings investigados.

Dentre os seis hotéis investigados, três alegaram demanda excedente, dois disseram apresentar demanda superior a considerada normal e um afirmou ter apresentado demanda normal. Dois dos três hotéis que alegaram demanda excedente disseram que previam um lucro superior em comparação com outras datas e definiram a data como importante para os negócios justamente devido a esse aumento nos lucros. Um deles afirmou estar lotado desde agosto de 2014 e o outro disse estar com sua capacidade máxima preenchida desde o anúncio do evento. O outro que também disse ter demanda excedente não vislumbrava grandes benefícios com o evento e relatou que o empreendimento está acostumado a trabalhar com 100% de ocupação, portanto a data não se mostra importante pois previa um lucro equivalente se comparado a outras datas.

Um dos hotéis com demanda superior ao normal foi otimista ao responder que o lucro seria superior ao normal e que data parecia ser importante justamente devido a esse aumento. Esse mesmo empreendimento foi o único a apontar contato com alguma instituição e disse ter recebido o comunicado da PróTur. Também foi o único que apresentou necessidade na contratação de mão-de-obra e informou que seis funcionários temporários foram contratados para o setor de recepção e que esse planejamento vem desde janeiro de 2015. O outro hotel com demanda superior ao normal acreditou no lucro equivalente para o período e pontuou a data como indiferente para os negócios. Essas mesmas respostas foram compartilhadas pelo hotel que apresenta uma quantidade normal de procura. Assim como os campings, todos os hotéis relataram que nenhum tipo de alteração estava prevista quanto ao horário de funcionamento e quanto à carga horária dos funcionários. Além do empreendimento que recebeu o comunicado da PróTur, apenas um

dos outros cinco hotéis apontou algum tipo de contato com órgãos e/ou instituições. O representante desse equipamento afirmou que partiu do próprio hotel o contato com outros hotéis do município e da região a fim de pesquisar o preço praticado por eles para o período do evento, de forma a adequar o seu próprio preço frente ao valor ofertado pelos seus concorrentes.

As duas locadoras de veículos investigadas alegaram demanda excedente ao que elas têm condição de oferecer. No entanto, nenhuma delas afirmou necessidade de contratação de funcionários temporários ou de aumento de frota, nem previram alterações no horário de funcionamento ou na carga horária de seus funcionários. As duas acreditaram em lucro superior se comparado a outros períodos e classificaram a data como importante para os negócios. A unanimidade entre as empresas se confirmou em todos os pontos observados, inclusive no que diz respeito ao contato com outras instituições e/ou órgãos, o qual ambas alegaram não ter existido. Nenhum comentário relevante à pesquisa foi feito pelos representantes das locadoras.

A cooperativa de táxis, à época, esperava uma quantidade de corridas superior ao normal, assim como seu lucro, o que ajudou a classificar a data como importante para os negócios. A empresa não previu alterações no horário de funcionamento, nem na carga horária de seus funcionários, alegando que esses quesitos dependiam de cada motorista. A cooperativa não apresentou necessidade de contratação de funcionários extras, nem de aumento de frota, e alegou não ter feito ou recebido nenhum contato de órgãos e/ou instituições.

Já o atrativo natural e o equipamento de lazer e entretenimento disseram esperar uma quantidade normal de visitantes e que devido a isso não fariam mudanças relacionadas ao horário de funcionamento e à carga horária de seus colaboradores, tão pouco contratariam funcionários temporários. Nenhum contato foi feito com eles. O equipamento de lazer afirmou acreditar em um lucro equivalente ao usual e declarou o evento como indiferente para os negócios. Em paralelo, o atrativo natural disse que a data parecia ser desimportante, pois o equipamento “não vai ganhar, nem perder”. Vale lembrar que o atrativo natural é de acesso gratuito e por isso não foi questionado quanto à projeção de seus lucros.

Por fim, as duas agências de viagem que oferecem serviços receptivos aos turistas alegaram pouca procura para o período. Informaram que nenhum funcionário temporário foi ou seria contratado, que não havia necessidade na alteração do horário de funcionamento, nem na carga horária de seus colaboradores. Disseram não ter recebido nenhum tipo de contato com qualquer pessoa que não turistas. Uma das agências disse que previa um lucro inferior ao normal e que o evento é importante de uma forma negativa, pois estaria “provocando prejuízos ao invés de lucros”. A outra afirmou que é uma data indiferente para a empresa e que lucros equivalentes ao usual estavam previstos. Ambas as representantes relataram não ter grandes conhecimentos sobre o evento e inferiram que “por não ser o mesmo perfil dos visitantes da localidade”, o evento acaba por “espantar” os turistas que Itu está acostumada a receber durante os feriados prolongados.

Além dos empreendimentos analisados acima, outros atores também foram investigados. Dentre eles, o Parque Maeda e a Secretaria de Turismo. Em contato telefônico com esses dois investigados, ambos alegaram não manter relações com o evento e só depois de certa insistência por parte das pesquisadoras, aceitaram que os questionários fossem enviados. Com a aproximação da data do evento e sem a resposta dos questionários, as autoras fizeram inúmeros contatos com os dois investigados que, novamente, tentaram dissuadir as investigadoras alegando o mesmo motivo exposto anteriormente. Depois de muita insistência, ambos responderam ao questionário enviado

por e-mail somente após a realização do festival. Por esses motivos, essas duas análises serão feitas no item que contempla as análises do Eixo Pós-Evento.

Já o questionário enviado à empresa MV Transportation, responsável pela logística do evento, foi enviado por e-mail, mas não foi respondido. Em contato telefônico, um representante alegou motivos contratuais que não permitiam a divulgação de informações referentes ao *Tomorrowland Brasil*. Em paralelo, outro questionário foi enviado por e-mail às empresas organizadoras do evento – SFX Entertainment e ID&T Brasil - e à sua parceira Plus Talent. Nenhuma delas divulga telefones para contato. Até o término deste trabalho, nenhuma das três respondeu aos questionários enviados. Ainda, a PróTur quando procurada, à priori, disse que responderia às perguntas, mas depois retornou a ligação pedindo que as mesmas não fossem encaminhadas, pois não seriam respondidas, uma vez que a instituição “não tem nada a ver” com o evento. O pedido foi respeitado e o questionário não foi enviado.

Em suma, durante esta etapa da investigação foi possível observar expectativas positivas principalmente dos empreendedores de meios de hospedagem e de aluguéis de veículos, embora não sejam exatamente todos a concordarem completamente com esses benefícios. Essa esperança é marcadamente superior a de outros equipamentos como o de lazer e entretenimento, o atrativo cultural e o serviço de táxi. Apesar das boas expectativas e de confirmações de grandes demandas, apenas um empreendimento alegou alterações da sua rotina no preparo para o *Tomorrowland Brasil*. A impressão é que as empresas estão conformadas sobre não atender a demanda excedente proporcionada pelo evento e que se sentem preparadas para atender seus clientes com os recursos que possuem.

É possível notar um baixo, ou quase nenhum, envolvimento de órgãos e/ou instituições com os representantes investigados do *trade*. Já que apenas dois dos dezessete confirmam algum contato. Corroborava para esse fato o comportamento dos representantes da Secretaria de Turismo, da PróTur e do Parque Maeda, uma vez que os três negaram participar da pesquisa devido não manterem quaisquer relações com o *Tomorrowland Brasil*.

6 ANÁLISE ENTRE OS DIAS DO BLOCO *TOMORROWLAND* (EIXO PER-EVENTO)

Os dias 01, 02 e 03 de maio de 2015 foram iguais no que diz respeito às evidências coletadas. O tráfego se apresentou intenso em três dos seis pontos observados. Outros dois pontos – na Estrada Municipal a caminho do evento e na chegada ao local do evento - deram sinais de congestionamento, aonde os veículos chegaram a ser desligados enquanto se mantinham em fila. Já o centro apresentou pouco tráfego. Cinco (Deslocamentos 2, 3, 4, 6 e Entre restaurantes e atrativos) dos oito deslocamentos apresentaram tráfego normal. Enquanto que dois (Deslocamentos 6 e 7) - próximos ao evento – mantiveram tráfego considerado intenso. E um (Deslocamento 5) apresentou grande congestionamento. Nenhum transeunte foi visto no Deslocamento 1. Pouca circulação de pedestres foi constatada em quatro dos deslocamentos (2, 4, 6 e 7), sendo que todos abrangem trechos em rodovias. Dois pontos observados, os acessos também apresentaram presença de pedestres. Circulação normal pôde ser notada no trecho percorrido entre a rodoviária e área central, e no trecho entre os atrativos e restaurantes. Circulação intensa foi observada dentro e fora rodoviária – onde várias pessoas aguardavam com malas - e no centro – pessoas tirando foto, tomando sorvete, sentadas na praça e comprando souvenir, sendo que a maioria era de famílias com crianças e idosos -, assim como na entrada do Parque Maeda, no decorrer da Estrada Municipal e no Deslocamento 5 – também envolve trechos em rodovias.

Entre pontos e deslocamentos, elementos de sinalização turística só não estiveram presentes em três dos lugares observados – no Parque Maeda, na Estrada Municipal e no último deslocamento (7). Enquanto que sinalizações para o local do evento não estiveram presentes em seis dos oito deslocamentos e em dois dos pontos, todos mais distantes do próprio local. Agentes de trânsito como funcionários do Departamento de Estradas de Rodagem – DER, funcionários da concessionária responsável pela rodovia e funcionários terceirizados contratados pela organização do evento, agentes de segurança pública como policiais civis, militares e rodoviários, além de guardas civis metropolitanos, se fizeram presente no Acesso 14, no Deslocamento 5 em direção ao local do festival e na Estrada Municipal.

No entanto, agentes de informação turística foram constatados apenas no interior da rodoviária e no trailer central da PróTur.

Foi possível notar vendedores de bebidas nos arredores da rodoviária e vendedores de picolé na praça central. Além de maciça presença de comércio informal na Estrada Municipal, cujos vendedores ofereciam, desde comidas e bebidas, passando por cigarros e guloseimas, até acessórios de cabelo e canecas. Alguns ambulantes estacionaram seus veículos, instalando-se em um único ponto, enquanto outros carregavam seus produtos em meio a carros e pedestres. Ademais, foi possível perceber alguns estacionamentos extraoficiais no decorrer da Estrada Municipal. Em alguns momentos pôde-se notar a atuação de alguns desses comerciantes informais através de ações de guardas municipais.

Os fatores descritos a seguir foram considerados intervenções ambientais e complementos de observação. Cavaletes, cones, placas móveis e fixas e painéis de sinalização eletrônica que orientavam o fluxo de pedestres e veículos, puderam ser encontrados no Acesso 14, no Deslocamento 5 e na Estrada Municipal. Grande quantidade de carros, vans e ônibus parados no acostamento do Deslocamento 5 foram percebidos. Quando livre, o acostamento era utilizado para ultrapassagens. Havia uma enorme presença de carros e vans de vários estados, ônibus e micro-ônibus fretados e coletivos, táxis de vários municípios, veículos de todo tipo com placa de outros países e equipes de reportagem na Estrada Municipal.

Grande quantidade de copos, latas e garrafas, além de outros resíduos, foram constatados durante o Deslocamento 5 e na Estrada Municipal Itu 367. Assim como grande quantidade de pedestres cruzando as pistas da rodovia (Deslocamento 5) e da estrada (Municipal) em meios aos carros. Muitas dessas pessoas urinavam nas encostas dos morros e nas cercas que margeiam essas vias. Ainda na Itu 367 foi observada muita poeira em suspensão, fato relatado inclusive durante o capítulo 4, o qual debilitou consideravelmente a visibilidade dos motoristas em relação à via e aos veículos ao seu redor, o que poderia causar de acidentes no local. No decorrer da estrada, anúncios de hospedagens alternativas foram observados em postes. Esses anunciantes foram contatados durante o Eixo Pós-Evento. Na entrada do Parque Maeda, havia a presença de funcionários do evento e do público do festival com eventual trânsito de agentes de segurança pública. Em alguns pontos da Estrada Municipal era possível ouvir os ruídos do festival.

Um atrativo cultural, uma loja de souvenir e três restaurantes foram investigados no sábado e a mesma quantidade, no domingo. Na sexta-feira esses equipamentos não foram observados. Os dois atrativos e as duas lojas tiveram respostas iguais em todas as perguntas. Os quatro alegaram pouco movimento e, em decorrência disso, apresentaram horário de funcionamento e carga horária sem alterações, além de desnecessidade de contratação de mão-de-obra extra. Todos afirmaram que nenhum contato foi feito em nome de quaisquer órgãos e/ou instituições e julgaram a data e, portanto, o *Tomorrowland*

Brasil, indiferentes para o negócio, pois o mesmo não estava sendo capaz de alterar os lucros dos empreendimentos. É importante frisar que um dos atrativos culturais é gratuito e não foi questionado quanto aos lucros.

Quanto aos restaurantes, três de seis alegaram apresentar quantidade normal de clientes e outros três alegaram grande movimento. O horário de funcionamento permaneceu inalterado em todos eles. Nenhum apresentou necessidade de contratação de funcionários temporários. Apenas um empreendimento alegou que o gerente teve de dobrar o turno para atender a demanda. Esse mesmo representante afirmou que o evento faz com que o fluxo de clientes “aumente um pouco” e que isso é positivo para os negócios. Os outros mantiveram normalmente a carga horária de seus colaboradores. Todos os restaurantes afirmaram que o lucro foi equivalente a outros períodos – mesmo os que apontaram o movimento superior ao usual - e o evento, até o momento, tinha se mostrado indiferente para os negócios. Ainda assim, um dos representantes mencionou que o evento traz visibilidade para o município e que isso é “bom para atrair novos clientes”. Quando perguntados sobre alguma ocorrência ou fato curioso (positivo ou negativo) que tivesse ocorrido durante os dias do evento, nenhum dos representantes investigados se manifestou.

7 ANÁLISE DO EIXO PÓS-EVENTO

As análises a seguir serão comparadas com as análises das investigações Confirmação Páscoa e Expectativa *Tomorrowland*, ambas do Eixo Pré-Evento. Enquanto que as demais, após o item 5.7.1, não sofrerão comparações.

Dois dos quatro campings investigados apresentaram demanda superior a oferta durante o período do evento. Um disse ter suprido a demanda embora tenha recebido mais hóspedes do que o normal e o outro disse ter recebido a quantidade equivalente ao que normalmente recebe. Todos os representantes afirmaram não ter alterado o horário de funcionamento, nem a carga horária de seus colaboradores a fim de atender a demanda. E apenas o que apresentou a quantidade normal de hóspedes disse não ter contratado funcionários temporários. Um dos empreendimentos relatou a contratação de três funcionários extras para realizar traslados até o evento; o outro disse ter contratado nove colaboradores temporários para atuarem no restaurante e na segurança; já o Camping 4 afirmou não saber a quantidade de funcionários contratados, disse apenas que o reforço foi feito no setor de alimentos e bebidas e no de governança.

Apenas um camping disse ter sido contatado por alguém e afirmou o recebimento por e-mail do comunicado da PróTur e disse que “quanto mais contato, melhor para o planejamento”. Somente o camping que alegou demanda usual afirmou um lucro equivalente a outros períodos. Os outros três relataram lucratividade superior ao normal. Dois deles mencionaram a palavra “crise” durante a reposta, enquanto que o outro mencionou “baixa temporada”. Os termos mencionados acima voltaram a aparecer na resposta sobre o significado da data para os negócios que foram unânimes na opinião dos investigados que consideraram o evento importante para os negócios. Entre os motivos para a resposta foram colocados que o evento “ajuda a sair da crise”, dá visibilidade à localidade, aumenta os lucros e isso é positivo, “é bom para o município”, deixa o “município na mídia e isso é bom” e “transforma a baixa temporada em alta” no que diz respeito aos lucros.

Todos os seis hotéis investigados alegaram demanda superior a oferta. E apenas um disse manter os lucros equivalentes a outros períodos mencionando que em outras datas a empresa também está acostumada a trabalhar com 100% de ocupação. Os outros cinco

apontaram lucratividade superior ao usual. Nenhum teve de alterar seu horário de funcionamento. E apenas um afirmou que foi preciso que alguns funcionários da recepção dobrassem turnos, enquanto que os outros cinco mantiveram a carga horária de seus colaboradores. Somente um dos empreendimentos apresentou necessidade de contratação de mão de obra temporária, informando que recrutou mais seis recepcionistas. Esse mesmo também foi o único a receber algum tipo de contato. No caso, o comunicado da PróTur. Enquanto que outros três pareceram não entender muito bem o fundamento da pergunta. Sem exceções, todos os hotéis classificaram a data como importante para os negócios. Quando questionados o porquê da classificação, três deles mencionaram que o evento dá visibilidade à localidade, quatro mencionaram que “quanto maior a taxa de ocupação, maior o lucro”, um disse que o evento é “propaganda gratuita” do município e outro frisou o intercâmbio cultural proporcionado pelo evento, já que o local estava “cheio de gringos”.

O atrativo natural disse ter mantido quantidade equivalente de visitantes quando comparado a outros períodos. Sem necessidade de alteração dos horários de funcionamento ou da carga horária dos colaboradores, nem de contratação de mão-de-obra temporária. Classificou o evento como uma data indiferente já que “nada mudou” para o atrativo. Negou qualquer contato com órgãos e/ou instituições. E como é um atrativo gratuito, não foi perguntado quanto aos lucros.

Quanto ao equipamento de lazer e entretenimento, seu representante disse ter apresentado uma demanda inferior se comparada a outras datas. Informou que teve o dia de funcionamento alterado, já que normalmente abre aos sábados e durante o evento inverteu e abriu apenas no domingo, dia em que normalmente não funciona. O representante relatou que não houve necessidade de contratações extras e que, inclusive, trabalhou com menos funcionários e que esses tiveram a carga horária mantida. O voluntário alegou que o lucro foi inferior ao usual, mas que isso já era esperado por ser domingo e afirmou que o único contato recebido foi feito pela organização do evento. Para o equipamento, o evento foi considerado importante e o representante esclareceu que o principal motivo da resposta foi porque o empreendimento diminuiu seu faturamento em decorrência do evento e que isso se tornaria significativo no final do mês. A alteração dos dias de abertura ocorreu, pois uma “*after party*” foi realizada no equipamento com o objetivo de encerramento do festival. A festa foi aberta ao público em geral mediante adesão. Mesmo os participantes do *Tomorrowland Brasil* deveriam desembolsar o valor do convite para frequentar o equipamento. Segundo o representante, o fato do “movimento ter sido muito fraco” era esperado pela gerência, já que o principal objetivo da festa era a comemoração entre os próprios organizadores do festival devido à parceria entre eles e o equipamento. Por se tratar de uma casa noturna de expressão em todo o estado, o equipamento era responsável por um dos sete palcos do evento que contou com o acompanhamento do diretor artístico e do gerente operacional do empreendimento. O representante não entrou em maiores detalhes sobre a parceria.

As duas locadoras de veículos tiveram as mesmas repostas para as perguntas. As duas apresentaram demanda excedente, mas mesmo assim mantiveram o horário de funcionamento inalterado e carga horária normal de seus colaboradores. Ambas negaram contato com quaisquer órgãos e/ou instituições. As duas empresas alegaram que não houve necessidade na contratação de mão-de-obra extra. Entretanto ambas comprovaram a necessidade de reforço de frota, o que é um pouco contraditório. Foi explicado então que os carros e vans extras foram contratados “com motoristas inclusos”. Uma das locadoras informou ter alugado veículo também para a organização do evento, mas preferiu não entrar em detalhes. Essa mesma contratou quatro carros e cinco vans extras. Enquanto que a outra contratou mais que o dobro: oito carros e dezessete vans. Nenhuma das duas

respondeu com precisão sobre a quantidade de veículos da sua frota original. Os dois representantes contatados afirmaram aumento na lucratividade durante o período do festival e devido a isso classificaram a data como importante para os negócios. Os termos “crise” e “baixa temporada” foram mencionados e os comentários diziam respeito à “boa oportunidade de um evento como esse” para superar as situações destacadas. Um dos investigados afirmou que o festival dá “visibilidade nacional e internacional” ao município de Itu e que isso também foi considerado de grande importância.

Já os taxistas não compartilharam das mesmas opiniões das locadoras. A cooperativa afirmou que as corridas realizadas foram poucas, o que retornou em um lucro inferior ao usual. A empresa disse ter alterado o horário de funcionamento já que muitas corridas foram feitas durante a madrugada, após o término de cada dia do festival e que isso “não acontece normalmente”. Quanto à carga horária, o representante afirmou que este é um quesito que “depende de cada taxista”, mas acredita que ela tenha se mantido normal. A cooperativa não apresentou necessidade de contratação de mão de obra extra e nem de reforço da frota. A empresa afirmou ter sido contatada pela Secretaria de Segurança, Trânsito e Transportes devido um “decreto”.

O representante se mostrou bastante descontente e afirmou que esse “decreto” foi responsável por essa situação que “atrapalhou todos os taxistas”. Já que, segundo ele, o documento permitia que taxistas de outras cidades como “Campinas, Salto, Sorocaba e São Paulo” exercessem atividade em Itu durante o período do evento. O representante disse que esses profissionais praticaram valores mais baixos e que por isso fizeram mais corridas, conseqüentemente, lucrando mais. Já os taxistas do município deveriam praticar o preço tabelado pela Secretaria, superior aos dos campineiros, saltenses, sorocabanos e paulistanos, e segundo ele “os turistas sempre dão preferência ao mais barato”. O que o representante chama aqui de “decreto” é na verdade uma Portaria expedida pela Secretaria Municipal de Segurança, Trânsito e Transportes. Essa portaria terá maior destaque na análise do questionário feito a referida secretaria que, por sua vez, será apresentado ainda neste capítulo.

Por fim, as duas agências investigadas compartilharam as mesmas respostas às perguntas realizadas. Ambas alegaram pouca demanda e, portanto, nenhuma alteração no horário de funcionamento e na carga horária dos trabalhadores. Elas não apresentaram necessidade de contratação de funcionários temporários e não foram procuradas por nenhum órgão e/ou instituição. Definiram o *Tomorrowland Brasil* como um fato indiferente aos negócios já que não alterarão lucros, os quais se mantiveram equivalentes a outros períodos. Um representante afirmou que o festival “nada mudou” em seu empreendimento. O outro partilha da mesma opinião e diz que “não ganhou nem perdeu” com a realização do festival e completa “foi como se não tivesse existido”. Quando perguntados sobre alguma ocorrência ou fato curioso (positivo ou negativo) que tivesse ocorrido durante os dias do evento, nenhum dos representantes investigados se manifestou.

Talvez o impacto econômico e a visibilidade sejam realmente grandes retornos proporcionados por eventos. Fatores que autores como Janitschke, Presotto e Teixeira (2013) destacam:

No campo da esfera política, as externalidades positivas de um evento poderiam ser através do aumento do prestígio nacional e-ou internacional, a promoção de investimentos, maior coesão social e política, desenvolvimento de capacidades administrativas. E, por fim, no plano turístico e econômico, trata-se da promoção do destino e do incremento turístico, do aumento do tempo de permanência; maior

lucratividade; aumento da renda e geração de empregos (Janitschke, Presotto e Teixeira, 2013, p.8).

É possível constatar também a incipiente participação do setor público, que por sua vez, limita-se somente à atuação dos seus órgãos reguladores, sem apresentar qualquer ação interligando os demais atores do *trade* com os atores principais. Fato que poderia proporcionar ao município ainda mais benefícios e, inclusive, mais arrecadação. Além de proporcionar a turistas e moradores uma maior oportunidade de contato e relações. Essa importante conexão é mencionada por uma série de autores, como Fontes et al. (2008) que apresenta a seguir:

Quando se trabalha em cooperação, os objetivos das pessoas são comuns, as ações são compartilhadas e os benefícios são distribuídos entre todos, Em uma situação oposta, quando as pessoas estão em competição, os objetivos de umas excluem os de outras, as ações são isoladas e os benefícios são concentrados para pouco (Fontes et al., 2008, p.29).

E o mesmo complementa:

Participar implica em interferir na decisão e agir cooperativamente para a melhor implantação do que foi decidido. Essa participação é viabilizada quando as responsabilidades são compartilhadas entre os envolvidos, exigindo transparência e divulgação da informação, descentralização da decisão e da ação, clareza de funções e confiança no trabalho em equipe (Fontes et al., 2008, p.43).

Se a realização de grandes eventos se confirmar como uma atividade que seja sustentável, de fato, para o município, a participação do poder público e da população local são de suma importância para que a prática perdure com o passar do tempo, beneficiando cada vez mais a sociedade em que o acontecimento está inserido, de modo que não seja apenas uma situação intermitente e autodestruidora. Para que isso ocorra, a sincronia entre poder público, poder privado e população autóctone é indispensável. Parceria essa que pode, muitas vezes, se materializar com a criação de políticas públicas relacionadas ao setor de turismo. Essa importância pode ser observada, por exemplo, no trecho abaixo que discorre um pouco sobre o encerramento do Festival de Cinema de Penedo que, apesar de apresentar particularidades diferentes do *Tomorrowland Brasil*, não deixa de ser um evento com grande atração de público.

a frágil estrutura de hospedagem e de serviços de apoio ao turista, aliada à exploração de alguns setores, contraditoriamente agravados pelo crescimento do certame, foram apontadas como causas para o encerramento do festival. Não identificamos projeto algum de investimento público (municipal ou estadual), seja financeiro, seja em forma de estímulo à iniciativa privada, para aprimorar a infraestrutura turística da cidade ou da região. A ausência de uma política de investimentos em infraestrutura turística, podemos inferir, levou ao esgotamento completo da promissora, rica e diversificada experiência cultural vivenciada com a realização do Festival Brasileiro de Cinema de Penedo. Aos longo dos oito anos de sua realização, o evento não estimulou, resultou em nenhum acréscimo à capacidade hoteleira no município, e a cidade voltava sempre ao seu ritmo normal e pacato, logo

após a realização dos movimentados festivais (Araújo e Graça, 2013, p.20).

Políticas públicas, sistemas de regulamentação, instrumentos de consulta, órgãos deliberativos, entre outros recursos, podem e devem ser utilizados pela localidade como um todo para organizar eventos, de forma que:

Assim, um planejamento estratégico propicia a identificação e a correção de falhas antes que suas ações sejam tão desastrosas para a região ou para o empreendimento. Tal medida contribui para sobrevivência econômica, social e ambiental da localidade (Fonseca e Santos, 2010, p.76).

Gestores públicos, empreendedores privados e população local não devem se deixar levar por todo o deslumbramento ocasionado por eventos grandiosos. Esses, muitas vezes, acabam por maquiar as externalidades negativas que produzem e apenas enaltecer os retornos positivos que geram. Assim, é preciso ter em mente que:

Para um projeto ou desenvolvimento ser socialmente aceitável, a soma dos benefícios para a sociedade (inclusive benefícios externos e privados) deverá exceder a soma do custo para a sociedade (inclusive custos externos e privados) (Tribe, 2003, p.394).

Os custos citados por Tribe (2003) devem ainda abranger os campos social, cultural e ambiental. A busca por oportunidades deve proporcionar:

vivência compartilhada; a revitalização de tradições; o fomento do orgulho social e cultural; a legitimação de grupos comunitários; o aumento da participação popular, [...] o fornecimento de exemplos de melhorias dos hábitos; melhoria dos transportes e das comunicações; transformações e renovação urbanas, etc (Janitschke, Presotto e Teixeira, 2013, p.8)

A produção dessas externalidades positivas deve fazer parte da lista de objetivos tanto da municipalidade, como da organização do evento e, até mesmo, da população local quando a realização de um grande evento está em pauta, que deve ter como prioridade minimizar os custos e maximizar os legados positivos.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa se propôs a investigar a relação do *Tomorrowland Brasil* com o município de Itu, analisando a integração de diversos atores da localidade e os retornos produzidos pelo evento. Pode-se dizer que esse objetivo foi alcançado por meio da metodologia utilizada e da bibliografia revisada, que se fizeram satisfatórias durante todo o estudo. Os objetivos específicos foram atingidos, as expectativas foram verificadas, os inputs foram descritos, o real envolvimento dos atores foi identificado e o estudo procurou descrever sobre as mais variadas formas de impactos gerados, tudo isso proporcionando uma considerável reflexão sobre os resultados obtidos. As perguntas norteadoras da pesquisa também foram respondidas. Através da análise das evidências coletadas em consonância com o referencial teórico, pode-se esclarecer alguns fatores postos em discussão no início do estudo.

Destaca-se a facilidade com a qual ocorre a difusão de “filiais” de megaeventos Tomorrowland mundo afora, por meio de uma capacidade de articulação verticalizada entre cidades situadas em continentes distintos mas que reúnem públicos com interesses comuns. No caso do *Tomorrowland Brasil*, a mobilização dos organizadores do evento, dos gestores públicos e do trade turístico em torno de um objetivo comum não foi discutida ou construída coletivamente, e ainda desprezou a importância da comunicação entre os envolvidos, deixando claro que mais do que um megaevento capaz de quebrar paradigmas em termos de fluxos de pessoas, mercadorias e formato da organização, o Tomorrowland Brasil mostrou que os grandes eventos impõem uma nova lógica de planejamento e gestão que cobra maior profissionalismo, integração e participação de todos os envolvidos, caso as cidades ou municípios-sede desejem ingressar neste competitivo mercado, algo que visivelmente não ocorreu em Itu.

Diante das evidências coletadas e das reflexões proporcionadas, podemos dizer que a relação entre o mega evento e o município foi incipiente. Que apesar da grande demanda e conseqüente ocupação de hotéis, campings e locadoras de veículos, por exemplo, não se vê grandes conseqüências nos atrativos, restaurantes e demais equipamentos de apoio. Isso leva a acreditar que o grande contingente de pessoas recebido por Itu, na verdade não foi recebido pelo município e sim pelo próprio evento. O fato do evento, por si só, ser capaz de oferecer todas as necessidades dos participantes - como: transporte, acomodação, alimentação, entretenimento e outros serviços - faz com que a relação com os autóctones seja muito limitada. Ainda, é importante frisar que as necessidades citadas acima, em quase sua totalidade, foram cumpridas por grandes corporações que patrocinaram o evento ou estavam envolvidas com ele de alguma maneira, o que faz com que o real impacto financeiro tenha acontecido com esses empreendimentos e não com as pequenas empresas ou cooperativas da região, por exemplo. Ou seja, embora os retornos financeiros sejam perceptíveis no município, o grande maço de divisas não beneficia a população, pois fica na mão de grandes detentores do capital.

O envolvimento do poder público com esse tipo de realização também é uma reflexão (senão a mais) importante produzida durante o estudo. A integração da municipalidade com o evento desde a sua captação, até a manutenção da sua ocorrência, passando pela maximização dos retornos positivos e pela diminuição dos negativos, é de extrema importância para que os componentes do *trade* turístico, a população e a própria administração pública saiam ganhando após o término do evento. De forma que, se esses mesmos atores planejarem e executarem práticas em conjunto, poderão usufruir dos favorecimentos da prática sustentável do turismo de eventos. Por exemplo grande arrecadação da municipalidade e de outras instituições públicas é um fator que merece atenção da população. Um acontecimento como o *Tomorrowland Brasil*, pode se tornar um incremento significativo nos cofres públicos e cabe aos gestores competentes e à sociedade atenta que esse desenvolvimento econômico seja revertido em desenvolvimento social para localidade que, invariavelmente, se torna vítima dos retornos negativos advindos do festival.

Embora a metodologia tenha sido suficiente para atingir os objetivos do trabalho, sugere-se uma revisão nos questionários e entrevistas utilizados, a fim de refinar ainda mais a pesquisa e estabelecer parâmetros mais precisos para as respostas, de forma que o investigado possa responder as perguntas com maior precisão, conseqüentemente, proporcionando resultados ainda mais fiéis a pesquisa. A ausência de uma equipe de múltiplos observadores que pudesse proporcionar variados pontos de vista e discussões pode ser considerada como uma limitação do presente estudo. A presença dessa equipe também seria importante para abranger observações em diferentes espaços físicos ao

mesmo tempo, o que poderia reduzir o tempo e a energia destinados durante a coleta de evidências. Sugere-se também que os atores que não foram investigados durante este estudo, mas que foram apontados por outros atores, sejam incluídos nas investigações de futuros trabalhos, a fim de abranger cada vez mais a área analisada e fornecer evidências importantes para o resultado da pesquisa. Esses atores foram comentados no decorrer do estudo, entre eles estão: o IBAMA, a Defesa Civil, o DENARC, a concessionária da rodovia, a ARTESP, a Polícia Federal, os PATs da região e a DEATUR.

A falta de colaboração de alguns atores investigados também foi considerada uma limitação. Os questionários que foram retornados muito após o tempo previsto não chegaram a atrapalhar os resultados da pesquisa, mas se tornaram um empecilho para o bom andamento da mesma, já que desviaram do planejamento inicial da pesquisadora. Já os questionários que não foram respondidos e as entrevistas que não foram realizadas deixaram de corroborar com evidências coletadas através da investigação de outros atores, além de proporcionarem novas evidências que poderiam alterar o resultado da pesquisa. Alguns desses casos podem ser representados pelos seguintes atores: MV Transportation; SFX Entertainment/ID&T Brasil e Plus Talent; PróTur; 50º BPM/I; 4º DP de Itu; o hospital da cidade; e a empresa coletora de resíduos. O acesso a dados que só serão computados e, em alguns casos, divulgados, algum tempo depois da realização do festival, como o valor total arrecadado pelo município, também seriam de grande valia para a composição do estudo.

Como sugestão para trabalhos futuros, pode-se considerar este trabalho como o primeiro de uma série investigativa, uma vez que outras edições do evento foram confirmadas e já tem datas previstas. Onde será possível observar as mudanças dos atores investigados durante o decorrer dos anos. Ainda, esta pesquisa poderá fazer parte de um futuro estudo de múltiplos casos, já que a realização de grandes festivais é cada vez mais comum na atualidade de nossa sociedade, de forma a identificar pontos divergentes e convergentes de diferentes festivais realizados no próprio município de Itu ou em outras localidades. Além disso, o estudo de modelos de comportamento de comunidades anfitriãs ou outros estudos pertinentes podem incrementar a análise e possível comparação dos resultados aqui obtidos. A atualidade do tema, a contribuição para aumentar as bibliografias, a importância econômica, social, cultural, político-administrativa e ambiental inculcadas na temática em si, as implicações práticas que este estudo sugere, a ampliação da compreensão do tema, entre outras coisas, podem ser consideradas como as principais contribuições da pesquisa à academia e à sociedade.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, R. B. **Manual de eventos**. 2. ed. ampl. Caxias do Sul: EDUCS, 2002. 227 p.
- ARAÚJO, S. O. S.; GRAÇA, Á. D. S. Festivais de Cinema de Penedo (1975-1982): impactos para o turismo local. In: XXVII Simpósio Natural de História, Natal. **Anais da ANPH**, Natal: ANPH, 2013. P. 1-22. Disponível em: <http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1371158946_ARQUIVO_ArtigoAndelli-SergioOnofre-Revisado_09-04-2013_01.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2015.
- BIENENSTEIN, G. A Exceção como Técnica de Governo Urbano: Apontamentos sobre a Realização de Megaeventos na Cidade do Rio de Janeiro. *In*: Anais do Colóquio Metrópoles das Américas: Diálogos Jacques Cartier, 2011.
- DALONSO, Y. S. et al. Influência dos Eventos na construção das Políticas Públicas das cidades: o caso do Natal Luz em Gramado (Brasil). **Comunicações a conferências**

internacionais, Brasília, p. 1-12. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1822/23510>>. Acesso em: 02 jun. 2015.

EVS. Disponível em: <<http://www.evs.com/nala/>>. Acesso em: 02 jun. 2015.

FIRKOWSKI, O. L. C. F; BALISKI, P; FERREIRA, A. G. Copa do Mundo no Brasil: entre expectativas elevadas e benefícios imprecisos. **Turismo e Sociedade**. V. 7, n. 1.2014. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/turismo/article/view/37137>>. Acesso em 02 jun. 2015.

FONSECA, C. O.; SANTOS, A. P. G. Os impactos socioambientais de uma festa rave em uma unidade de conservação. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v.10, n.1, p. 64-77, 2010. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php?journal=caderno&page=article&op=view&path%5B%5D=393>>. Acesso em: 02 jun. 2015.

FONTES, N. et al. **Eventos mais sustentáveis: uma abordagem ecológica, econômica, social, cultural e política**. São Carlos: EdUFSCAR, 2008. 71 p.

G1 PORTAL DE NOTÍCIAS. Festival Tomorrowland Brasil divulga programação com Guetta e Hardwell. Disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2015/02/festival-tomorrowland-brasil-divulga-programacao-com-guetta-e-hardwell.html>>. Acesso em: 02 jun. 2015.

GOMES, J. M. M. S. **Atitudes dos residentes em face de festivais de música**. 2013. 135 p. Tese de Mestrado (Gestão e Planejamento em Turismo) - Universidade de Aveiro, Aveiro, 2013. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10773/11993>>. Acesso em 02 jun. 2015.

ID&T. Disponível em: <<http://www.id-t.com/>>. Acesso em: 18 jun. 2015.

JANITSCHKE, F. L.; PRESOTTO, E.; TEIXEIRA, O. A. As externalidades econômicas positivas dos eventos culturais no desenvolvimento econômico local: o caso do 28º Carijó da Canção da Canção Gaúcha em Palmeira das Missões/RS. In: 1º Seminário de Jovens Pesquisadores em Economia e Desenvolvimento, 2013, Santa Maria - RS. **Anais do SJPE&D**. Santa Maria, 2013, v.1, p. 1-19. Disponível em: <http://coral.ufsm.br/seminarioeconomia/anais/wp-content/uploads/2013/08/1_AS-EXTERNALIDADES-ECON%3%94MICAS-POSITIVAS-DOS-EVENTOS-CULTURAIS-NO-DESENVOLVIMENTO-ECON%3%94MICO-LOCAL-o-caso-do-28%C2%BA-Carijo-da-Can%C3%A7%C3%A3o-Ga%C3%BAcha-em-Palmeira-das-Miss%C3%B5es-RS.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2015.

MACIEL, B. P. **Festivais de música e turismo: dois estudos de caso: Les Aralunaires e Milhões de Festa**. 2011. 95 f. Dissertação de mestrado (Turismo) - Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, 2011. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10216/57045>>. Acesso em 02 jun. 2015.

PARQUE MAEDA. Disponível em: <<http://www.parquemaeda.com.br/>>. Acesso em: 02 jun. 2015.

PEREIRA, E. S. **Isso não tem importância**: eventos e sustentabilidade na sociedade do espetáculo. Cásper Líbero, p.1-19, 2010. Disponível em: <http://administrativocasper.fcl.com.br/rep_arquivos/2010/04/06/1270600731.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2015.

PETTITINGA, C. S. **Festival de verão de Salvador: significado para o turismo, a música independente, a economia e o marketing da cidade**. 2008. 145 f. Dissertação de mestrado (Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008. Disponível em: <<http://www.repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/10605>>. Acesso em: 02 jun. 2015.

PIRES, M. J. Gestão de Cidades Históricas para o Turismo: questões teóricas e práticas. **Revista Turismo em Análise**. V. 14, n.2, p. 67-76, 2003. Disponível em: <<http://www.turismoemanalise.org.br/turismoemanalise/article/view/486>>. Acesso em: 02 jun. 2015.

PLANO de desenvolvimento turístico de Itu-SP (PDT). PróTur, v.1, 316 f, Itu, 2009.

PLUS TALENT. Disponível em: <<http://www.plustalent.art.br/br/home>>. Acesso em: 18 jun. 2015.

POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE SÃO PAULO - CORPO DE BOMBEIROS. Disponível em: <<http://www.corpodebombeiros.sp.gov.br/>>. Acesso em: 02 jun. 2015.

PREFEITURA DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE ITU. Disponível em: <<http://www.itu.sp.gov.br/>>. Acesso em: 02 jun, 2015.

PRÓTUR ITU. Disponível em: <<http://www.proturitu.com.br/home/>>. Acesso em: 02 jun. 2015.

PRÓTUR ITU; ÁGERE MARKETING. **Mapa Turístico e Cultural de Itu**. Itu: Gráfica Igil, 2014.

RUAS, R.; DUARTE, D. C. A historicidade dos festivais de música: Uma análise sob a perspectiva do turismo. **Tourism and Hospitality International Journal**, V.2, n.2, p. 94-109, 2014. Disponível em: <<http://www.isce-turismo.com/static/files/248695a8-A29.pdf>>. Acesso em 02 jun. 2015.

SÃO PAULO (Estado). Decreto nº 56.819, de 10 de março de 2011 de São Paulo. Legislação. Disponível em: <<http://www.legislacao.sp.gov.br/legislacao/dg280202.nsf/5fb5269ed17b47ab83256cfb00501469/78ba9410b90baf9a8325785000479552?OpenDocument>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

SÃO PAULO (Estado). Departamento de Estradas de Rodagem do Estado de São Paulo. Portaria SUP/DER-033, de 29 de julho de 2013 de São Paulo. Disponível em: <<http://200.144.30.104/der/portarias/webportarias/HTML/PRT033-13.ASP>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

SÃO PAULO (Estado). Lei 15266/13 | Lei nº 15.266, de 26 de dezembro de 2013 de São Paulo. Jurisprudência. Disponível em: <<http://governosp.jusbrasil.com.br/legislacao/112287896/lei1526613saopaulosp?print=true>>. Acesso em 10 jun. 2015.

SARMENTO, J. **Festivais de Música de Verão: artes performativas, turismo e território**. Geo-Working Papers, Guimarães, Série investigação 2007/13, p. 1-23. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/9599/1/Gwp-Investig-n13-net.pdf>>. Acesso em: 02 jun 2015.

SFX ENTERTAINMENT. Disponível em: <<http://sfxii.com/>>. Acesso em: 18 jun. 2015.

SHIKAMA, Felipe. **Itu: o centro da música eletrônica do mundo**. Cruzeiro do Sul, Sorocaba, 01 maio 2015. Mais Cruzeiro, p.C1.

SHIKAMA, Felipe. **Abertura de festival reúne mais de 60 mil**. Cruzeiro do Sul, Sorocaba, 02 maio 2015. Cidades, p. A10.

SHIKAMA, Felipe. **Organização do evento anuncia mais cinco edições**. Cruzeiro do Sul, Sorocaba, 03 maio 2015. Cidades, p. A7.

SHIKAMA, Felipe. **Tomorrowland Brasil recebe 180 mil pessoas**. Cruzeiro do Sul, Sorocaba, 04 maio 2015. Cidades, p.A5.

TENAN, I. P. S. **Eventos**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002. 90 p.

TOMORROWLAND BRASIL. Disponível em: <<http://www.tomorrowlandbrasil.com/>>. Acesso em: 02 jun. 2015.

TOSUN, C. **Host perceptions of impacts: A comparative tourism study**. In: SARMENTO, J. Festivais de Música de Verão: artes performativas, turismo e território. Geo-Working Papers, Guimarães, Série investigação 2007/13, p. 1-23. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/9599/1/Gwp-Investig-n13-net.pdf>>. Acesso em: 02 jun. 2015.

TRIBE, J. **Economia do lazer e turismo**. 2. Ed. São Paulo: Manole, 2003. 450 p.

VILAÇA, C. **Hospitalidade nos Eventos e Megashows da cantora Madonna**. In: VII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, São Paulo. **Resumo da ANPTUR** São Paulo: ANPTUR, 2010, p. 1-14. Disponível em: <<http://www.anptur.org.br/ocs/index.php/seminario/2010/paper/viewPaper/546>>. Acesso em 02 jun. 2015.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4 ed. Porto alegre: Bookman, 2010. 248 p.

Tomorrowland Brasil and Itu/SP: a case study on the relationship between a major event and a small municipality

Abstract

This study is an exploratory case based on Yin's (2010) methodology, which the city of Itu/SP and Tomorrowland Brasil were investigated under the relationship established between a great event and the small town where it takes place. To describe the main inputs and outputs of the festival, to verify the expectations of the involved actors and to identify the real engagement between tourism trade, town authorities and the event organization were the main goals established. These goals were accomplished through bibliographic and documental revisions; field visits; surveys and interviews. After all data collections, evidences were systematized and analyzed turning into reflexions that were presented in the form of a report. The follow study was based on the concepts of authors such as Andrade (2002); Bienenstein (2011); Sarmiento (2007/13); Vilaça (2010) among others, and presents as main results the minor public power articulation toward the event organization as well as in concern with mechanisms connected with the town tourism offers; the event as major tourist receptor, which concentrate and offer the products and the services in order to supply the participant's needs, inducing very poor contact between the attendant's of the festival and the autochthon population. The problematic was chosen due to its contemporaneous quality and to its ceaseless expansion. This paper work aim, mainly, to cooperate with the bibliographies about the subject and to warn about the impacts caused by events like Tomorrowland Brasil. And so intend to be important both to academy and to society.

Keywords: *Mega events. Small towns. Music festival. Impacts. Tourism.*

Artigo recebido em 11/07/2016. Aceito para publicação em 16/11/2016.