



Vol 7, Nº 17 (diciembre/desembro 2014)

## OS EVENTOS TURÍSTICOS COMO CAMPO DE ESTUDO ACADÉMICO

**Noémi Marujo**

Universidade de Évora/IGOT-CEG

[noemi@uevora.pt](mailto:noemi@uevora.pt)

### Resumo

Nas últimas duas décadas, o estudo dos eventos transformou-se num campo de crescimento bastante rápido em muitas universidades de todo o mundo. Os desenvolvimentos na literatura sobre o estudo dos eventos demonstram uma concordância em analisar os eventos em todos os seus contextos ambientais recorrendo, especialmente, a diversas abordagens disciplinares. O presente artigo analisa, através de uma abordagem teórica, a importância do estudo dos eventos na academia.

**Palavras-chave:** Eventos, Turismo, Educação, Universidade, Abordagem Multidisciplinar e Interdisciplinar.

## TOURIST EVENTS AS ACADEMIC FIELD OF STUDY

### Abstract

In the last two decades, the study of tourism events has grown very rapidly in most of the world universities. Developments in the literature on the study of the events show a concordance of analyzing events in all environmental contexts using, especially, the

various disciplinary approaches. This article analyses under the theoretical point of view the relevance of events studies at the university arena.

**Key-words:** Events, Tourism, Education, University, Multidisciplinary and Interdisciplinary Approach.

## 1-INTRODUÇÃO

Os eventos exercem, na atualidade, um papel fundamental no contexto social, cultural, político e económico de uma cidade ou vila. Para a OMT (2003), o mercado de eventos tem-se tornado um segmento altamente especializado e relevante para o sector turístico. Os eventos, seja qual for a sua tipologia, criam oportunidades para a viagem, aumentam o consumo e promovem o desenvolvimento, justificando a luta constante por parte das entidades governamentais na captação de eventos nacionais e internacionais (Marujo, 2012). Em muitas sociedades, o turismo de eventos destaca-se, cada vez mais, como uma tendência promissora que gera movimento económico e social para o lugar onde se insere. “Eles surgem como uma ‘arma’ para identificar um destino, melhorar a imagem do lugar ou combater a sazonalidade” (Marujo, 2014: 73).

Os eventos envolvem a memória, estimulam o lazer (Robertson *et al*, 2006) e são centrais à cultura de uma sociedade. Eles permitem, caso sejam bem planeados e executados, que uma comunidade comemore as suas singularidades culturais e que desenvolva o seu orgulho local face ao processo da globalização. De facto, eles podem auxiliar no desenvolvimento ou manutenção da identidade comunitária (Hall, 1992), mas também podem alterar as características da comunidade do destino porque, em alguns casos, transformam a cultura num objecto de mercantilização (Craik, 2003; Urry, 1996).

Os eventos que celebram, comemoram e executam os aspectos culturais de uma vila ou cidade constituem na, actualidade, um fenómeno mundial. Tal facto está a receber uma crescente atenção por parte da comunidade académica. Por outro lado, o crescimento e desenvolvimento dos eventos e a sua relação com o turismo deram origem à proliferação de cursos superiores na área da gestão e planeamento de eventos. A área dos eventos turísticos convida a uma investigação interdisciplinar ou multidisciplinar sobre a forma como eles funcionam e sobre os impactos (culturais,

sociais, ambientais, económicos) que os mesmos poderão provocar nas sociedades emissoras e receptoras do turismo.

## 2-TURISMO E EVENTOS

O termo ‘turismo de eventos’ foi cunhado nos anos 1980, e formalizou a ligação entre eventos e turismo (Getz, 2005). “A relação dos eventos com o turismo estabelece-se na própria natureza dos mesmos, enquanto acontecimentos num dado momento e por um período específico, representando um “*snapshot*” do modo de vida mais alargado da comunidade, que também adopta nesse momento um comportamento diferente do resto do ano” (Ribeiro e Ferreira, 2009: 158).

Nas duas últimas décadas, o turismo de eventos foi um dos segmentos que mais cresceu na indústria do lazer e, por isso, tem recebido uma atenção crescente por parte de investigadores académicos (Nicholson e Pearce, 2000; 2001). Na nossa sociedade actual, o turismo de eventos destaca-se como uma tendência promissora que gera movimento económico, político e social para o lugar onde se insere. “O turismo de eventos tornou-se um sector bastante competitivo, em parte devido ao carácter apelativo generalizado dos eventos e à capacidade de cada lugar para realizar eventos. Estes são bastante apreciados pelo turismo e pelos organismos públicos por motivos de ordem estratégica” (Getz, 2007: 459). Assim, o turismo de eventos tem como principais metas, entre outras, a criação de uma imagem favorável para um destino e a captação de visitantes internacionais e nacionais. É um facto que muitos tipos de eventos realizados em países, regiões ou localidades (com âmbito regional, nacional ou internacional) podem promover a actividade turística e gerar desenvolvimento. Daí, que muitas organizações de *marketing* e comunidades estejam cada vez mais envolvidas no planeamento, organização e promoção de eventos como atracções turísticas. Trata-se do chamado “evento turístico em marcha...que pode ser visto como mais sustentável do que outras formas de desenvolvimento de turismo” (Getz, 2002: 425). Segundo o autor, a meta mais básica do turismo de eventos é a criação de atracções turísticas capazes de promover a procura ou satisfazer as necessidades dos visitantes. Para este especialista, o turismo de eventos deve ser analisado tanto do lado da oferta como do lado da procura. O turismo de eventos é definido como “o planeamento sistemático, desenvolvimento e marketing de festivais e

de eventos especiais como atrações turísticas, criação de imagem, catalisadores para o crescimento económico e de infra-estruturas” (Getz e Wicks, 1993: 2).

Segundo Getz (2008), o turismo de eventos pode adoptar duas perspectivas. A primeira resulta do comportamento dos consumidores e define-se pelo fenómeno das viagens relacionadas com eventos: quem é motivado a viajar para participar num evento, os motivos que o levam a consumir esse evento e as características e efeitos das viagens desse consumidor. A segunda perspectiva está relacionada com as organizações turísticas e outras agências que produzem ou promovem eventos como atrações e, ainda, os criadores de imagem para comunidades e destinos que também contribuem para a promoção do lugar.

### **3- O ESTUDO ACADÉMICO DOS EVENTOS**

O turismo de eventos é um dos segmentos que mais cresce na indústria do lazer e, por isso, tem recebido uma atenção crescente por parte de investigadores académicos (Nicholson e Pearce, 2000; 2001). Na nossa sociedade atual, o turismo de eventos destaca-se como uma tendência promissora que gera movimento económico, político e social para o lugar onde se insere.

O estudo do turismo de eventos como um tema de interesse académico é relativamente recente (Page e Connell, 2009). Muitos investigadores têm dado, desde 1960, uma especial atenção ao campo dos eventos. Mas foi, especialmente, nos anos 80 que o enfoque nos eventos teve uma maior abordagem na comunidade académica (Getz, 2008). Nas últimas duas décadas, o estudo dos eventos transformou-se num campo de crescimento bastante rápido em muitas universidades de todo o mundo.

A leitura mais superficial das principais revistas de turismo demonstra que a literatura sobre eventos é, atualmente, uma das mais dinâmicas de todas as áreas de pesquisa em turismo (Quinn, 2009). A autora realça que recentemente têm sido dados grandes passos para definir a natureza e extensão da investigação turística relacionada com os eventos. A discussão académica aponta para a complexidade e multidimensionalidade dos eventos, para a sua constante evolução e, ainda, para a forma como eles são reproduzidos através de uma multiplicidade de relações locais e extra-locais (Quinn, 2009).

O estudo dos eventos existe atualmente em várias áreas científicas, manifestando-se na investigação e no desenvolvimento teórico de algumas disciplinas

como, por exemplo, na economia, na geografia, na antropologia, na psicologia e na sociologia. Todavia, a designação 'event studies' só apareceu no ano 2000, quando Donald Getz, numa conferência em Sydney, sobre "Event, Evaluation, Research and Education", apresentou uma comunicação intitulada "Developing a research agenda for the event management field".

O estudo académico dos eventos foi uma "ideia desnecessária e talvez insignificante até que os académicos, ao associarem os eventos ao ensino e à investigação, publicaram trabalhos e livros críticos, participaram em conferências de investigação científica de eventos, fundaram revistas especializadas em eventos e geraram interesse suficiente na teoria aplicada a este campo" (Getz, 2008: 405). Através de uma pesquisa verificou-se que existe, na atualidade, as seguintes revistas ou jornais associados à área dos eventos e ao turismo (Quadro I).

**Quadro I** - Jornais Científicos de Eventos Associados ao Turismo

International Journal of Event and Festival Management
Event Management
International Journal of Event Management Research
Journal of Convention & Event Tourism
Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events

**Fonte:** Elaboração Própria

Donald Getz, em 2002, no artigo "Event Studies and Event Management: on Becoming an Academic Discipline", publicado no "Journal of Hospitality and Tourism Management", abordou explicitamente o estudo de eventos, questionando a possibilidade do mesmo ser um campo de estudo ou uma disciplina. O autor considera que os problemas na definição do estudo de eventos como um campo de estudo ou disciplina ocorrem quando são adicionados adjetivos ao termo evento como, por exemplo, 'Special', 'Halmark' ou 'Mega' (Getz, 2002). Para este geógrafo, "o estudo de eventos é um campo de investigação e de ensino interdisciplinar centrado na natureza e na importância de eventos na sociedade e na economia" (Getz, 2004: 460). O autor, no seu livro "Event Studies: theory, research and policy for planned events", editado em 2007, faz uma abordagem reflexiva sobre a teoria e prática do estudo de eventos e apresenta o contributo de diversas disciplinas para esta área. Para Getz (2007), o estudo de eventos constitui um campo académico dedicado a criar conhecimento e teoria sobre a área dos eventos.

Segundo (Getz, 2007), a investigação em eventos deve incorporar as seguintes questões: a pesquisa holística e integrada; a aplicação dos métodos qualitativos e

quantitativos; a geração de um corpo teórico de conhecimentos; um enfoque interdisciplinar; teoria e metodologias claramente explicitadas. Os eventos têm implicações políticas, económicas, culturais e sociais que não podem ser ignoradas e, por isso, o seu estudo requer a aplicação multidisciplinar ou interdisciplinar (Marujo, 2012). Logo, para criar conhecimento sobre os eventos é necessário o contributo das teorias e das metodologias de diversas disciplinas, tais como: Antropologia, Sociologia, Economia, Gestão, Psicologia, História, Geografia.

Numa abordagem multidisciplinar, cada uma das disciplinas envolvidas usa os seus próprios conceitos e métodos para estudar os eventos. O *background* dos investigadores e os seus pontos de vista académicos sobre o estudo dos eventos podem ser muito diferentes. Por isso, e em alguns casos, a investigação é analisada ao nível de cada disciplina. É óbvio que “o estudo de eventos, como outro qualquer campo de investigação imaturo, é multidisciplinar por natureza, a formular teoria, conhecimentos, metodologias e métodos de muitas disciplinas estabelecidas” (Getz, 2007: 352).

Na pesquisa interdisciplinar, o investigador examina, simultaneamente, um determinado problema através de diversas áreas de forma a levar em consideração aspetos diferentes do tema. “A investigação interdisciplinar deve ser muito mais unificada, muito mais concentrada do que a pesquisa multidisciplinar” (Przeclawski, 1993: 13). Assim a interdisciplinaridade, na análise do estudo de eventos, ultrapassa as fronteiras de uma única disciplina. Com a interdisciplinaridade é possível compreender a cooperação e o diálogo entre as distintas disciplinas.

Para Getz (2007), o *‘core phenomenon’* do campo de estudo dos eventos é a experiência dos eventos planeados e os significados que lhes são inerentes. Ou seja, “ontologicamente o estudo académico de eventos procura desenvolver conceitos distintos que diferenciam a experiência dos eventos planeados e os significados que lhes são inerentes” (Patterson e Getz, 2013:227). No entanto, segundo Getz (2007), existe um número de temas próximos que têm de ser explorados sistematicamente: a) planeamento, *design* e produção; b) os antecedentes pessoais do envolvimento em eventos; c) as consequências dos eventos planeados (incluindo a avaliação de impacto); d) os padrões e processos (história, geografia, estudos futuros, política e criação de conhecimento).

Há muitos estilos de eventos planeados e organizados com diferentes propósitos, mas em todos eles existe uma intenção de criar, partilhar experiências individuais e coletivas, de promover através da interação entre turistas e anfitriões

diversas experiências. Sublinhe-se que “ a observação e participação em festivais...é um aspeto cada vez mais significativo da experiência turística contemporânea” (Picard e Robinson, 2006: 2). Assim, o fundamento teórico é necessário para ajudar a compreender a experiência do evento, os seus significados, os impactos que provoca, os antecedentes e escolhas, bem como a sua gestão.

Baseado em Getz (2007), Quinn (2009) e Marujo (2012) apresenta-se, seguidamente, o contributo de algumas disciplinas para o estudo dos eventos ao nível da sua natureza, significados, experiência, motivos e impactos (Quadro II).

**Quadro II - Contributo de algumas disciplinas para o estudo de eventos**

<b>ANTROPOLOGIA SOCIAL E CULTURAL</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Estudo da natureza, funções e comparação sistemática das culturas em eventos</li> <li>◆ Estudo da organização social com um foco nas representações simbólicas da cultura</li> </ul>	
<b>Natureza, Significados e Experiência do Evento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importância cultural e significados das festas e festivais</li> <li>• Rituais e peregrinação</li> <li>• Simbolismo do evento</li> <li>• Autenticidade genuína e encenada</li> </ul>
<b>Motivos para participar nos eventos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Influências culturais para participar nos eventos (consumismo, tradições)</li> </ul>
<b>Resultados e Impactos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impactos culturais (interações turistas e anfitriões; autenticidade cultural; sustentabilidade das tradições)</li> <li>• Mercantilização do evento</li> </ul>
<b>SOCIOLOGIA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Estudo das interações sociais nos eventos</li> </ul>	
<b>Natureza, Significados e Experiência do Evento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Significados sociais dos eventos</li> <li>• Experiências sociais em eventos</li> <li>• Interação simbólica</li> <li>• Comportamento social</li> </ul>
<b>Motivos para participar nos eventos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factores sociais que influenciam a procura (família, etnia, religião, cultura, comunidade)</li> </ul>
<b>Resultados e Impactos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impactos sobre grupos sociais e a sociedade como um todo</li> <li>• Percepções dos residentes e atitudes sobre os eventos</li> <li>• Mudança social</li> <li>• Efeitos sociais na sociedade recetora</li> </ul>
<b>GEOGRAFIA HUMANA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Estudo da interação humana a nível espacial e temporal nos eventos</li> <li>◆ Estudo da localização, a diferenciação regional, as relações homem/meio e a formação de regiões, as espacialidades e a constituição dos territórios</li> </ul>	
<b>Natureza, Significados e Experiência do Evento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos ligados aos recursos, cultura e atividade humana</li> <li>• Tempos e modos associados ao evento</li> <li>• Experiência e significado do lugar do evento</li> <li>• Espacialidade e quotidianidade (percepção e representação)</li> </ul>
<b>Motivos para participar nos eventos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procura ligada à distância e acessibilidades</li> <li>• Influência da religião e da cultura entre as regiões</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempos sociais e socialização</li> </ul>
<b>Resultados e Impactos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impactos ambientais, sociais e culturais analisados espacialmente</li> <li>• Atitudes sobre o espaço e o lugar do evento</li> <li>• Ambiente e sustentabilidade do evento</li> <li>• Redes de relações (materiais e virtuais)</li> <li>• Interação oferta/procura (carácter atrativo)</li> </ul>
<b>PSICOLOGIA SOCIAL</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Estudo do comportamento humano em situações sociais</li> <li>◆ Estudo da percepção, memória, sentimento e conhecimento do evento</li> </ul>	
<b>Natureza, Significados e Experiência do Evento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos como experiência social</li> <li>• Papel social</li> <li>• Significados subjetivos ligados ao evento através da interação social (eventos como constructos sociais)</li> <li>• Necessidades pessoais, motivos, preferências</li> </ul>
<b>Motivos para participar nos eventos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efeito da idade, sexo, educação, estilo de vida</li> <li>• A influência dos grupos de referência social</li> <li>• Necessidades sociais (procura, escapismo)</li> </ul>
<b>Resultados e Impactos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfação das necessidades do grupo social</li> <li>• Motivações e atitudes</li> <li>• Impactos na personalidade, valores e atitudes</li> </ul>
<b>ECONOMIA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Estudo da economia do consumo nos eventos</li> </ul>	
<b>Natureza, Significados e Experiência do Evento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiência e significados do consumo</li> <li>• Justificação do valor monetário para a experiência do evento</li> </ul>
<b>Motivos para participar nos eventos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivos económicos e barreiras ao consumo ou participação</li> <li>• Factores de apoio (custo de viagem, alternativas)</li> </ul>
<b>Resultados e Impactos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medição de impactos económicos</li> </ul>
<b>HISTÓRIA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Análise da evolução humana e histórica dos eventos</li> <li>◆ Avalia a evidência histórica e as interpretações dos eventos</li> </ul>	
<b>Natureza, Significados e Experiência do Evento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importância dos eventos através da história</li> <li>• Mudanças nos significados anexados aos eventos</li> <li>• Mudanças na forma como as pessoas experimentam os eventos</li> </ul>
<b>Motivos para participar nos eventos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Padrões históricos e tendências da procura e o consumo de eventos</li> <li>• Mudanças relacionadas com a razão de frequentar eventos e o que se deseja deles.</li> </ul>
<b>Resultados e Impactos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evidências históricas dos impactos</li> <li>• Análise dos impactos a longo prazo</li> </ul>
<b>GESTÃO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Estudo da teoria institucional e da empresa relacionado com o evento</li> <li>◆ Gestão governamental do destino do evento</li> </ul>	
<b>Natureza, Significados e Experiência do Evento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumismo (eventos como produtos de entretenimento)</li> <li>• Comercialização de eventos</li> </ul>
<b>Motivos para participar nos eventos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagem e marca do evento</li> <li>• Eficácia do marketing</li> </ul>
<b>Resultados e Impactos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Os impactos nos intervenientes</li> </ul>



Fonte: Baseado em Getz (2007), Quinn (2009) e Marujo (2012)

Numa análise ao Quadro II, verifica-se que o estudo dos eventos vai buscar grande parte do seu conteúdo a vários campos e disciplinas académicas. Getz (2007) descreve o contexto no qual o conhecimento sobre o estudo de eventos pode ser criado (Figura, I). No centro encontra-se o novo campo de estudo que terá uma ligação para outras disciplinas e áreas profissionais direcionadas para novas ideias, teorias e métodos.

Figura I: Criação de conhecimento e pesquisa no estudo dos eventos



Fonte: Getz (2007: 353)

Para Getz (2007), a epistemologia do estudo de eventos deve preocupar-se não só com o carácter do saber, mas também com as fontes de tal conhecimento, a validade e fiabilidade das afirmações sobre eventos planeados, o uso de conceitos, os limites do estudo de eventos e a categorização do mesmo como uma disciplina ou área de estudo. Assim, o autor considera que o estudo de eventos necessita de uma grande amplitude epistemológica, e que deve acompanhar a investigação e o discurso filosófico, moral, estético, histórico e sociológico.

#### 4- CONCLUSÃO

Em muitas sociedades o turismo de eventos destaca-se, cada vez mais, como uma tendência promissora que gera movimento económico e social para o lugar onde se insere. O desenvolvimento de eventos na área do turismo é uma realidade incontestável e evidente em todo o mundo.

Os eventos apresentam uma natureza simbólica. Eles reflectem e representam os valores e costumes das comunidades e sociedades em todo o mundo (Finkel *et al*, 2013). Por outro lado, os eventos sejam de ordem cultural, social, científica, desportiva, ambiental ou política, podem provocar impactos positivos ou negativos nas regiões ou localidades onde se realizam, o que faz com que eles sejam objecto de estudo para diferentes investigadores.

Conclui-se que o estudo dos eventos vai buscar grande parte do seu conteúdo a vários campos e disciplinas académicas. Assim sendo, a investigação dos eventos pode ser vista como uma área interdisciplinar ou multidisciplinar, o que significa que as teorias e os métodos que sustentam a pesquisa em eventos são geralmente importados de distintas disciplinas.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CRAIK, J. (2003): "The culture of tourism". In ROJEK, C. e URRY, J. (Eds.), *Touring cultures: transformations of travel and theory*. Routledge, London and New York.

FINKEL, R. et al (2013): "Introduction", In FINKEL, R. et al (Eds), *Research Themes for Events*" Cabi Publishing, Wallingford.

GETZ, D. (2002): "Event studies and event management: on becoming an academic discipline". *Journal of Hospitality and Tourism Management*. Vol.9, N. 1, pp. 12–23.

GETZ, D. (2002): "O evento turístico e o dilema da autenticidade". In THEOBALD, W. (Org.), *Turismo global*. 2.<sup>a</sup> Ed., SENAC, São Paulo.

GETZ, D. (2004): "Perspectivas geográficas do turismo de eventos". In LEW, A. *et al* (Eds.), *Compêndio de turismo*. Instituto Piaget, Lisboa.

GETZ, D. (2005): "Event Management and Event Tourism". 2.<sup>a</sup> Ed., Cognizant Communication, New York.

GETZ, D. (2007): "Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events". Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

- GETZ, D. (2008): "Event Tourism: Definition, Evolution, and Research". *Tourism Management*, Vol. 29, N.3, p. 403-428.
- GETZ, D. e WICKS, B. (1993): "Editorial". *Festival Management & Event Tourism*. Vol. 1, N. 1, p. 1-3.
- HALL, C. (1992): "*Hallmark Tourist Events: The Impacts, Management, and Planning of Event Tourism*". Belhaven Press, London.
- MARUJO, N. (2012): "Turismo, Turistas e Eventos: O Caso da Ilha da Madeira". Dissertação de Doutorado em Turismo. Évora: Universidade de Évora.
- MARUJO, N. (2014): "Turismo e eventos culturais: a Festa da Flor na Ilha da Madeira e as motivações dos turistas". *Investigaciones Turísticas*, N.7, p.71-86.
- NICHOLSON, R. e PEARCE, D. (2000): "Who Goes to Events: A Comparative Analysis of the Profile Characteristics of Visitors to Four South Island Events". *Journal of Vacation Marketing*. Vol.6, N.3, p.236-53.
- NICHOLSON, R. e PEARCE, D. (2001): "Why do people attend events: A comparative analysis of visitor motivations at four south island events". *Journal of Travel Research*. Vol. 39, N.4, p. 449-460.
- OMT (2003): "*Turismo internacional: uma perspectiva global*". Bookman, Porto Alegre.
- PAGE, S. e CONNELL, J. (2009): "*Tourism: a modern synthesis*". 3.<sup>a</sup> Ed., Cengage Learning, South-Western.
- PATTERSON, I. e GETZ, D. (2013): "At the nexus of leisure and event studies". *Event Management*, 77 (3), p. 227-240.
- PRZECLAWSKI, K. (1993): "Tourism as the subject of interdisciplinary research". In PEARCE, D. e BUTLER, R. (Eds.), *Tourism Research*. Routledge: Londres.
- PICARD, D. e ROBINSON, M. (2006): "Remaking Worlds: Festivals, Tourism and Change". In PICARD, D. e ROBINSON, M. (Eds.). *Festivals, Tourism and Social Change*. Channel View Publications, Clevedon.
- QUINN, B. (2009): "Festivals, events and tourism". In JAMAL, T. and ROBINSON, M. (Eds.) *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. Sage Publications, London.
- RIBEIRO, S. E FERREIRA, L. (2009): "As festas populares urbanas: eventos turísticos especiais". *Revista Científica Percursos e Ideias*, ISCET, N° 1, p.153-165.
- ROBERTSON, M. et al (2006): "Eventos e a dinâmica do destino: festivais de Edimburgo, empreendedorismo e marketing estratégico". In, YEOMAN, I. et al (Eds.), *Gestão de festivais e eventos: uma perspectiva internacional de artes e cultura*. Roca, São Paulo.
- URRY, J. (1996): "*O olhar do turista: Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*". Studio Nobel, São Paulo.