

# **FESTIVAL E O TURISMO: UM ESTUDO SOBRE AS PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS EM PERIÓDICOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS**

**Festival and Tourism: A study on scientific publications in national and international periodicals**

**Maria Heloiza Lopes Brasil<sup>1</sup> & Paula Cristina Pereira Rodrigues Chaves<sup>2</sup>**

## **RESUMO**

O objetivo deste estudo visa apresentar o cenário de publicações científicas sobre os temas, festival e turismo, apresentando o panorama, as principais características, incipiências e lacunas. Para isso, foram estudados artigos pertencentes em três bases de dados relevantes, levando em consideração artigos que possuíam Qualis e ou fator de impacto, publicados entre os anos de 2018 a 2024. Trata-se de uma análise da literatura com apoio em estudos bibliométricos, sobre o tema, festival e turismo. De abordagem qualitativa, caracteriza-se como uma pesquisa exploratória e descritiva. De acordo com o levantamento, observou-se que os artigos nacionais se sobressaem em comparação aos artigos internacionais, e o Brasil é um grande precursor de pesquisas sobre o tema, principalmente no Sul do país, dessa forma, também foi evidenciado incipiências de estudos para as demais regiões, principalmente Norte e Nordeste, além de outros resultados que corroboram no norteamento dos futuros estudos sobre o tema.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Festival e Turismo, Estudo Bibliométrico, Panorama de publicações.

## **ABSTRACT**

The objective of this study is to present the scenario of scientific publications on the themes of festivals and tourism, presenting the panorama, the main characteristics, incipiences and gaps. For this, articles belonging to three relevant databases were studied, taking into account articles that had Qualis and/or impact factor, published between the years 2018 to 2024. This is an analysis of the literature supported by bibliometric studies, on the theme of festivals and tourism. With a qualitative and quantitative approach, it is characterized as an exploratory and descriptive research. According to the survey, it was observed that national articles stand out in comparison to international articles, and Brazil is a great pioneer of research on the subject, mainly in the South of the country. Thus, incipiences of studies for the other regions were also evidenced, mainly the North and Northeast, in addition to other results that corroborate the guidance of future studies on the subject.

---

<sup>1</sup> **Maria Heloiza Lopes Brasil** – Graduada em Turismo. Universidade do Estado do Amazonas (UEA), Manaus, Amazonas, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6194517650806529>. E-mail: [mhlb.tur21@uea.edu.br](mailto:mhlb.tur21@uea.edu.br).

<sup>2</sup> **Paula Cristina Pereira Rodrigues Chaves** – Doutora. Professora Adjunta do Curso de Turismo da Escola Superior de Artes e Turismo da Universidade do Estado do Amazonas, Manaus, Amazonas, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4364614245822148>. E-mail: [paularodrigues.am@gmail.com](mailto:paularodrigues.am@gmail.com).

## KEYWORDS

Festival and Tourism, Bibliometric Study, Overview of publications.

## INTRODUÇÃO

O termo festival foi utilizado em meados do século XIV como um adjetivo referente à comemoração de feriados que ocorriam dentro da igreja, embora tenha surgido com essa finalidade. Atualmente, devido à bagagem histórica cultural, política e econômica, o termo ganhou novos olhares transcendendo o viés sagrado. No Brasil, por volta dos anos 60 e 70, os artistas encontraram na música popular um meio propício para a representação da consciência política da época, e os festivais foram o ambiente ideal para a divulgação de suas músicas (Mello, 2003). Isso posto, assim como a antropologia e a sociologia, justamente por seu poder de atração e valorização cultural, se tornou um campo de estudo de diversas disciplinas (Getz, 2010).

Para Matheson (2005), os eventos demonstram as identidades pessoais de um povo, possibilidades latentes de desenvolvimento cotidiano, assim como a valorização do sentimento de pertencimento, tão importante para a população local, oportunizando a atividade turística, desde gastronomia, música, entre outros, possibilitando mostrar o que uma determinada região pode oferecer, além de gerar renda para a população local.

No âmbito do turismo, os festivais “vêm aumentando seu poder de atrair turistas, a ponto de se tornarem megaeventos de repercussão nacional e internacional”, aumentando a movimentação de visitantes, de renda e de fortalecimento do turismo regional e nacional (Zucco, 2012, p. 21).

Apesar de ser um assunto relativamente antigo e que vem ganhando cada vez mais espaço no setor econômico e turístico, justamente pelos festivais serem indutores de desenvolvimento econômico e contribuírem na disseminação da cultura, acredita-se que ainda há espaços para outras discussões que reforcem a importância do tema para o desenvolvimento da atividade turística.

Por meio de um breve levantamento nas bases científicas: Publicação de Turismo, que apresenta um banco de dados composto por artigos publicados em periódicos científicos de turismo dos países da Região Ibero-americanos, sob o domínio do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de São Paulo – USP, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível

Superior – CAPES e Google Acadêmico, foi possível perceber que, durante o período de 2018 a 2024, as pesquisas literárias e ou bibliométricas, capazes de apontar os caminhos que estão sendo tomados pelos pesquisadores na área, importantes para direcionar novos estudos, ainda são incipientes. Apenas um estudo foi verificado fora do tempo estipulado da amostra, o caso do estudo de Silveira, et al. (2015), que verificou as publicações existentes na base de dados EBSCO, uma base de publicações internacionais.

Diante do exposto, esse estudo busca somar com os avanços das futuras pesquisas científicas nacionais e internacionais, trazendo um panorama geral da importância do festival dentro do turismo, entre os anos de 2018-2024. Deste modo, essa pesquisa seguirá uma análise de literatura com apoio em estudos bibliométricos, sistematizados de abordagem qualiquantitativa.

### **EVENTOS E SUA PARTICIPAÇÃO NO TURISMO**

Conforme a Norma da ABNT NBR 16004:2016, o tipo de evento é classificado de acordo com a sua abrangência, público (aberto ou fechado), porte (pequeno, médio, grande ou megaevento) e tipo. Sendo o Festival, um tipo de evento que tem como principal objetivo a promoção de produtos e serviços a fim de comercializá-los.

Os festivais são vistos como grandes eventos catalisadores para a atividade turística, dessa forma, Santos, Zucco e Kraus (2015) implementam que os festivais são celebrações culturais que ocupam um significativo espaço na identidade de uma comunidade. A importância deles está relacionada a diversos fatores, levando em consideração a preservação da cultura local que parte da exibição de sua herança histórica com tradições e identidade étnica, formando uma experiência única, o que atrai turistas para o destino (Tanford & Jung, 2017). Nesse sentido, é imprescindível um estudo voltado para compreender os cenários de publicações referente ao tema, visto que está inserida em um campo tão vasto e de extrema relevância para o fortalecimento do turismo.

Conforme a literatura, a realização de eventos tem sido utilizada como fator chave nas estratégias de desenvolvimento regional (Stankova & Vassenska, 2015), por constituírem um caminho para a obtenção de benefícios econômicos e sociais, contribuindo de forma relevante para setores culturais, gerando maior demanda e disponibilidade de emprego, além de viabilizar

oportunidades de lazer para os residentes (Richards & Palmer, 2010; Getz, 2007), contribuindo assim, no desenvolvimento do turismo na região.

Costa, et al. (2023), apontam que, em um contexto local periférico, onde predomina alto índice de desemprego e desigualdade, os eventos podem corroborar no atingimento de um cenário mais favoráveis e imediatista nas demandas socioeconômicas de uma região, contribuindo ainda em paralelo na disseminação cultural.

Dentro do contexto econômico, há autores que dialogam sobre o conceito de evento, para Andrade (2002), evento é todo fenômeno capaz de alterar determinada dinâmica da economia. Para Melo Neto (2003), eventos são atividades realizadas ao mesmo tempo e no mesmo espaço, e que são capazes de promover produtos e serviços e até mesmo prover conhecimento de marca. Essa complementação acaba sendo um dos pilares de sustentação e impulsionamento para investidores nesse setor, como sintetiza Matias (2010), havendo planejamento, organização, coordenação, controle, multidisciplinaridade, ao englobar diferentes atividades desenvolvidas com o objetivo de alcançar um público-alvo, através da transmissão de uma imagem ou ideia haverá um bom resultado.

Partindo para um conceito de evento mais humanista, o qual percebe a necessidade das pessoas de viver algo fora do cotidiano, somado a uma experiência de sentimento inefável por aquele acontecimento, Patterson e Getz (p.229, 2007, traduzido pela autora) acreditam que: “A essência de um evento é uma experiência procurada e projetada, ou pelo menos a experiência é facilitada, o que de outra forma não ocorreria na vida diária”.

O público, ao adentrar o evento, deve se encontrar em estado de êxtase e, quando o abandona, deve existir uma sensação de mudança ao voltar à “vida normal”, um sentimento de vazio, mesmo que por um instante, ou de transformação que comprova que a experiência foi algo inigualável; sem essa sensação, o evento provavelmente não será memorável (Getz, p. 180, 2007). Esse pensamento se condensa com o de Tenan (2002, p. 13-14) que aponta os eventos como “sinônimo de acontecimento não rotineiro”, podendo ser de uma grande descoberta até a uma festa, desde que envolva um fato que ocorre de forma organizada, ligada às pessoas que possuem interesses comuns.

Sob esta ótica, temos o turismo de eventos, o qual Carvalho (2017) menciona fazer parte das manifestações culturais temporárias, fundamentais na atração da mídia, na renovação do público e no desenvolvimento da economia local, com muitos participantes fiéis. Como

exemplo, exposições nacionais ou internacionais, festivais de música, teatro ou dança, sendo o seu público geral, amador e sensível ao conteúdo particular de cada evento. Além disso, o turismo de eventos representa um amplo campo a ser explorado, podendo gerar inúmeros benefícios, tais como: contribuições econômicas, visto que um turista gasta até três vezes mais do que um turista comum; e melhoria da imagem do local e da infraestrutura (Tomazzoni, *et al.*, 2011, p. 05).

Destarte, Chaves e Silva (2022), O turismo de eventos apresenta pontos positivos para o mercado turístico: é pouco afetado em momentos de crises; é independente de ações governamentais; agrega na circulação de capital na localidade; gera empregos e renda; estimula melhorias na infraestrutura básica e turística; independe da sazonalidade turística; além de corroborar para outros tipos de turismo existentes na região (Bahl, 2003).

A experiência de um evento, sintetizada por Geus, *et al.* (2015) é moldada por diversos fatores que interagem entre si, criando uma vivência única para cada participante. O espaço onde o evento ocorre desempenha um papel crucial, influenciando desde a atmosfera até a logística e acessibilidade. O nível de engajamento dos participantes também é fundamental, pois determina a intensidade e a qualidade da interação entre os envolvidos e o conteúdo do evento. Além disso, o comportamento pessoal de cada indivíduo, que inclui expectativas, atitudes e emoções, contribui significativamente para a percepção e satisfação geral em seu resultado. Esses elementos combinados definem a profundidade e o impacto da experiência vivenciada, destacando a importância de uma abordagem holística na organização de eventos para maximizar o seu sucesso e a satisfação dos participantes. Um dos principais desafios, dada a complexidade das experiências de eventos, é conseguir medi-las de forma eficaz.

#### **A IMPORTÂNCIA DOS FESTIVAIS E O TURISMO**

De acordo com o estudo de Farias, *et al.* (2019) a pesquisa sobre o termo festival se enquadra na literatura de turismo cultural. Dessa forma, assim como os eventos, o festival serve como ferramentas de apoio social, atuando como atração turística, embora seu significado social possa ir além do turismo. Promovem o desenvolvimento das artes ao gerar demanda por produções artísticas, melhorar a infraestrutura da região, estimular a criatividade local e incentivar a participação da comunidade.

Os festivais planejados são mais integrados, orientados localmente, inclusivos e diversificados, mas apenas se os objetivos e as métricas de sucesso forem mais amplos do que somente

pensados para fins de desenvolvimentos financeiros ou econômicos (Jones, 2012). Neste contexto, a sustentabilidade do festival, sob a perspectiva da organização que o realiza, demonstra que o evento pode se transformar em uma instituição permanente. Quando o Festival acontece de forma regular e recorrente, pode se tornar uma atração turística, servindo como ferramenta mercadológica na divulgação do destino, e em alguns casos podem ser considerados a principal base da imagem do destino (Getz & Andersson, 2008). Sendo ferramentas importantes para atrair visitantes e construir imagens positivas em diferentes comunidades (Raj & Vignali, 2010).

Por esse viés, os festivais atuam como segmento dentro da temática eventos e servem como um grande catalisador econômico e social de forma mundial. Para Getz (2010; 2008), os festivais apresentam caráter interdisciplinar e universal, à medida que haja interesse de diversas áreas na temática. Além disso, o autor acredita que a estruturação de festivais se deve muito à antropologia cultural, o que traz à tona celebrações que ressaltam e preservam os valores, as ideologias e a identidade de cada comunidade. Por isso, entende-se que festivais são tópicos de estudo do turismo de eventos, sendo ele uma de suas tipologias (Getz & Page, 2016).

A essência de uma experiência de festival reside no fato de ser um evento incomum, organizado em um momento especial, para que possa ser memorável para os participantes (Geus et al., 2016). A experiência pode ser dividida em três dimensões: o que acontece no evento, as informações transmitidas e as emoções geradas (Biaett, 2013). Seguindo esse viés, Kim (2013) classifica as experiências festivas em duas categorias: externas e internas. A experiência externa do festival está ligada à dimensão cognitiva (Akyıldız & Argan, 2010; Tung & Ritchie, 2011; Kim, 2013), enquanto a experiência interna está associada à dimensão emocional (Kaplanidou & Vogt, 2010; Akyıldız, Argan, Argan & Sevil, 2013; Lee, Fu & Chang, 2015).

A experiência externa de um festival está ligada à dimensão cognitiva, envolve a percepção e processamento das informações e qualquer estímulo externo que os participantes recebem durante o evento. Essa dimensão abrange aspectos como a organização, a programação, a ambientação, a qualidade das performances e a variedade das atividades oferecidas. Quando os participantes interagem com esses elementos, eles engajam-se, avaliando e assimilando as informações do ambiente. A experiência externa pode incluir a descoberta de novos conhecimentos, a apreciação de diferentes culturas e a aquisição de novas habilidades, todas

contribuindo para uma rica experiência cognitiva (Akyıldız & Argan, 2010; Tung & Ritchie, 2011; Kim, 2013).

Em contraste, a experiência interna dos festivais está relacionada à dimensão emocional, envolvendo as reações afetivas e os sentimentos que o evento desperta nos participantes. Esta dimensão abrange as emoções positivas que podem surgir, como alegria, excitação, nostalgia, e um senso de pertencimento, bem como possíveis emoções negativas, como frustração ou desapontamento. A experiência emocional é intensamente pessoal e subjetiva, sendo moldada pelas expectativas individuais, pelas interações sociais e pelas memórias evocadas durante o festival. Os elementos que contribuem para uma experiência emocional positiva incluem a atmosfera do evento, a qualidade das interações com outros participantes e a ressonância pessoal das performances ou atividades (Kaplanidou & Vogt, 2010; Akyıldız, Argan, Argan & Sevil, 2013; Lee, Fu & Chang, 2015).

Há festivais que obtêm maiores destaques no setor econômico e social, segundo Devesa, Báez, Figueroa e Herrero (2012), os festivais culturais são altamente representativos do patrimônio cultural e têm aumentado em número nos últimos anos ao redor do mundo. A maioria das regiões conta com um ou mais festivais dedicados a alguma forma de manifestação artística, cuja principal missão é promover, apresentar, divulgar e/ou preservar a cultura local, além de contribuir para a melhoria da imagem da região. Os festivais gastronômicos, por sua vez, têm ganhado destaque nas cidades brasileiras, impulsionando o desenvolvimento econômico ao gerar empregos, renda e oportunidades. Além disso, esses eventos promovem a divulgação e valorização de destinos, tornando-se uma estratégia valiosa para setores que investem nesse segmento. Através dos festivais, é possível apresentar produtos, marcas e serviços locais, agregando valor à oferta turística e promovendo a identidade cultural da região (Getz, 2005; Gonzaga, 2018).

O festival se diferencia de outros tipos de eventos, independente da sua temática, pois acabam por simbolizar um valor único para quem os prepara e para quem os recebe, um sentimento de coletivo, onde Zago et al. (2013) destacam que as dimensões funcionais e simbólicas de um festival promovem o envolvimento e fortalecem a identidade local, ao mesmo tempo diferem a localidade de destinos concorrentes. E essa identidade social desenvolve um senso de pertencimento ao lugar que traz orgulho e força para aqueles que habitam naquele espaço.

Para que isso ocorra de forma justa, a comunidade deve se sentir bem-vinda e convidada a participar do festival que a cerca, seja como visitante do evento ou como participante ativa em alguma atividade que o evento propõe, em decorrência dessa complexidade apresentada na relação entre o festival, comunidade local e o turismo, ela se repete em diversas pesquisas na literatura acadêmica como uma problemática. Kim et al. (2015) defendem que com o crescente número de festivais realizados em diferentes destinos ao redor do mundo a cada ano, torna-se difícil para os investigadores e organizadores compreenderem melhor os comportamentos desses participantes, tanto visitantes externos quanto comunidade. No entanto, é de conhecimento geral que o envolvimento da comunidade e a ligação do evento ao local onde se realiza influenciam diretamente nos impactos dos eventos (Getz, 2007, p.304).

Christou, Sharpley e Farmaki (2018) salientam que as descobertas acadêmicas relacionadas a festivais podem fornecer aos organizadores importantes informações práticas para melhorar o planejamento e promoção destes, buscando atrair uma maior parcela de novos visitantes e ainda, manter os antigos, resultando em um impacto direto no turismo.

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De caráter exploratório e descritivo e abordagem qualiquantitativa, a pesquisa visa apresentar um panorama sobre as publicações nacionais e internacionais, reconhecendo suas características e lacunas. Como procedimento, foi adotada uma revisão literária com apoio dos estudos bibliométricos, contribuindo assim para evolução de outros conhecimentos. Tais estudos de acordo com Sampieri, et al. (2013), são importantes para a continuidade da pesquisa, reconhecendo características, verificando como o tema se relaciona com outros conhecimentos e quando bem sistematizadas, podem reconhecer lacunas, mapeando o conhecimento científico produzido sobre determinado tema, permitindo que os pesquisadores possam compreender os cenários atuais e direcionando-os para novos campos de pesquisa (Souza, Pimentel, Faria, 2008).

O levantamento compreendeu a busca pelos termos, festival e turismo/ *festival and tourism*, nos títulos das publicações nacionais e internacionais, entre o período de 2018 a 2024, nas bases de publicações científicas: Publicações de Turismo – USP, CAPES e Google Acadêmico, restringindo a artigos com Qualis ou Fator de Impacto. O critério de escolha das bases se deu inicialmente pela abrangência (Google Acadêmico), pela qualidade de publicações tanto nacionais e internacionais (CAPES e Publicação de Turismo) e por apresentar publicações entre



os países ibero-americanos (Publicação de Turismo). Quanto ao período, este foi escolhido com a intenção de analisar as publicações dos últimos 7 anos, trazendo uma amostra mais atualizada, entretanto, optou-se em retirar as publicações do ano corrente de 2025, por ainda não estar com o seu acervo completo de publicações. Vale destacar que até junho de 2025, data da última revisão, não foi constatado nas referidas bases, nenhum estudo bibliométrico ou literário sobre o referido tema, apenas foi encontrado um estudo de Silveira, et al. (2014), que verificou as publicações existentes na base de dados EBSCO, uma base de publicações internacionais.

Durante o levantamento, foram encontradas 141 publicações, 47 na base Google Acadêmico, 82 em Publicação de Turismo – USP e 12 na base CAPES. Contudo, somente 27 puderam compor a amostra, sendo excluídos os trabalhos que se repetiam entre as bases, que estavam fora do período da amostra, estudos que não eram artigos, que não possuíam Qualis ou Fator de Impacto e estudos que apresentavam idiomas de difícil tradução, como pode ser observado no Quadro 1, abaixo.

**Quadro 1. Resultados com o termo Festival e Turismo/*Festival and Tourism***

BASES DE PESQUISA	ENCONTRADOS	EXCLUÍDOS DA AMOSTRA	AMOSTRA	
Publicação de Turismo - USP	82	Fora do período pesquisado	65	17
Google Acadêmico	47	Trabalhos de conclusão de curso	24	7
		Artigos publicados em evento	1	
		Repetido, difícil tradução e sem Qualis	17	
CAPES	12	Repetido	8	4
TOTAL	138		114	28

**Fonte:** Elaborada pelos autores.

A escolha dos parâmetros de análise foi construída com base no estudo de Silveira, et al. (2015), que verificou: a evolução das publicações; principais revistas e regiões pesquisadas. Contudo, foi necessário incluir outros parâmetros, construídos a partir de autores que realizaram estudos bibliométricos sobre outros termos para dar maior robustez ao cenário de resultados a serem apresentados neste estudo, como, Vieira, et al. (2014), Scalabrini, et al. (2015) e Chaves, et al. (2021) sendo os parâmetros referentes a: respectivos *Qualis*; objetos de estudo; características

metodológicas. Também foram incluídos os seguintes parâmetros com intuito de contribuir ainda mais com os estudos bibliométricos sobre o tema, festival e o turismo: palavras-chaves utilizadas; e principais temas e assuntos discutidos.

## **RESULTADOS**

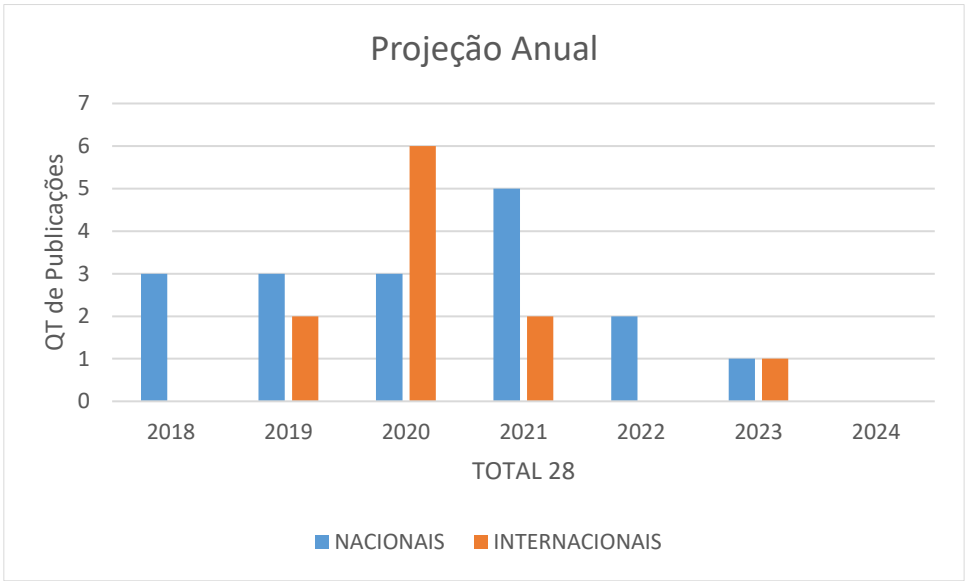
Como o objetivo deste estudo é apresentar o cenário das publicações científicas nacionais e internacionais sobre o termo, festival e turismo, suas principais características, incipiências e lacunas. Para tanto, o estudo precisou verificar alguns parâmetros na investigação que compreenderam: projeção anual; panorama das publicações; periódicos das publicações e respectivos Qualis; local de concentração da pesquisa; principais assuntos discutidos; e característica metodológicas; que serão apresentados a seguir em tópicos para uma melhor compreensão.

### **PROJEÇÃO ANUAL**

A projeção anual data o ano a partir de 2018 a 2024, e de acordo com o Gráfico 01, percebe-se que há oscilação entre 3 a 6 publicações por ano sobre tema, tendo o ano de 2021 com maior destaque em publicações nacionais e 2020 com o maior quantitativo de internacionais. Contudo, duas situações chamaram a atenção o número ainda relativamente baixo de publicações tanto a nível internacional como nacional, estando o nacional em maior destaque, e a ausência de publicações em 2024. Outro fator importante que vale ressaltar foi a ausência de estudos bibliométricos, apenas um de 2014, que se encontrava fora do período estabelecido, demonstrando incipiências em estudos dessa natureza.

De acordo com Silveira, et al. (2015), o surgimento dos estudos sobre o tema investigado, nasce a partir do ano de 1999, tendo seu ápice nos anos de 2011, 2012 e 2013, que de acordo com os autores chegaram a média de 25 publicações, tendo uma queda considerável em 2014, com apenas 2 publicações. Contudo, vale ressaltar que, o estudo não incluiu apenas artigos, mas resenhas, relatórios, publicações comerciais, livros etc., além disso não apresenta um critério de refinamento ou análise para selecionar apenas publicações com Qualis ou fator de impacto, dificultando a análise comparativa entre os atuais achados.

**Gráfico 1. Projeção anual artigos nacionais e artigos internacionais encontrados entre os anos de 2018 a 2024**



Fonte: Elaborada pelos autores.

**PANORAMA DA PUBLICAÇÕES**

Durante o refinamento, encontraram-se 138 publicações nas três bases de estudos mencionadas acima, contudo apenas 28 puderam fazer parte da amostra, por ora estarem repetidas entre as bases, por não serem artigos e não terem Qualis ou Fator de Impacto ou por difícil tradução (alemão e italiano). Abaixo, no Quadro 2, apresenta-se o panorama das referidas publicações, com as principais informações sobre os estudos e os links de acesso.

**Quadro 2. Panorama de publicações dos artigos nos anos 2018 a 2021**

ANO	TÍTULO DO TRABALHO	AUTORES	LINK
2018	Os Festivais Como Estratégia de Fortalecimento dos Destinos Turísticos Com Vistas à Qualidade dos Serviços Prestados.	Garbuio, et al. (2018)	<a href="#">link</a>
2018	Indústria e Turismo da Cultura: Uma Observação Preliminar Sobre O Festival Lollapalooza.	Silva, et al. (2018)	<a href="#">link</a>
2018	Turismo e Comunicação-Trama: Reflexões a Partir do Festival Brasileiro de Música de Rua.	Biazus, et al. (2018)	<a href="#">link</a>
2019	Events and Mindfulness – A Study at Vibra Festival: Art, Sport and Music.	Queiroz, et al. (2019)	<a href="#">link</a>
2019	Festival Brasileiro da Cerveja: uma avaliação do nível de satisfação do evento e das fontes de informação segundo os participantes.	Kraus et al. (2019)	<a href="#">link</a>
2019	Os Impactos de Festivais Versus a Participação do Residente: uma Análise da Oktoberfest de Santa Cruz do Sul (Rio Grande do Sul, Brasil).	Fiuza et al. (2019)	<a href="#">link</a>
2019	Turismo Responsável e Eventos: uma análise sobre a responsabilidade no Festival Internacional de Cinema e Video Ambiental (fica) – Goiás- GO	Duarte et al. (2019)	<a href="#">link</a>

2019	Motivación Hedónica, Motivación Eudaimónica y Apego al Lugar: un estudio en el Festival Cultura y Gastronomía de Tiradentes – Brasil.	Macedo e Gosling (2019)	<a href="#">link</a>
2020	Cultural Events as Promoters of Local Development: The case of Madeira Wine Festival.	Serrão, Silvana & Costa, Rui (2020)	<a href="#">link</a>
2020	Key Success Factors on Loyalty of Festival Visitors: the mediating effect of festival experience and festival image.	Ali Dalgıç & Kemal Birdi (2020)	<a href="#">link</a>
2020	Marketing do Festival de Inverno de Ouro Preto e Mariana: Uma análise das Edições 2018-2019.	Vicente et al. (2020)	<a href="#">link</a>
2020	Satisfação e Engajamento de Visitantes à Festivais: análise empírica de uma Oktoberfest.	Kraus et al. (2020)	<a href="#">link</a>
2020	Sustainable Event and Festival In Cirebon, Indonesia: In Islamic Marketing Perspective.	Jaelani et al. (2020)	<a href="#">link</a>
2020	The Impact of Performing Arts Festivals on Tourism Development: analysis of participants' motivation, quality, satisfaction and loyalty.	Amorim et al. (2020)	<a href="#">link</a>
2020	Tourist Festivals and Territorial Development: a case study on the Jazz in Marciac Festival.	Faria et al. (2020)	<a href="#">link</a>
2020	Socio-economic Impact of The Celebration of a Popular Gastronomic Festival in Argentina: the strudel fest.	Silvina et al. (2020)	<a href="#">link</a>
2020	O Papel da Gestão Colaborativa nos Festivais Criativos: o caso da produção do carnaval em Vitória-ES.	Rosa et al. (2020)	<a href="#">link</a>
2021	Um Festival Para Chamar de Meu: análise dos impactos do Festival Internacional SESC de Música, e da sua relação com o orgulho comunitário e a qualidade de vida dos residentes.	Berselli et al. (2021)	<a href="#">link</a>
2021	Festividades como Estimulantes del Turismo Rural en España y México.	Quintero et al. (2021)	<a href="#">link</a>
2021	Os Festivais e Seus Impactos Para os Destinos Turísticos: O caso do Festival de Inverno de Ouro Preto/MG.	Knupp et al. (2021)	<a href="#">link</a>
2021	From Benedito's Red to Sebastião's Blue: making festival and attractiveness of Marujada in the Brazilian Amazon.	Canal et al. (2021)	<a href="#">link</a>
2021	Ócio, Cultura e Culinária: Festival Gastronômico da Pipa-RN no Fomento do Turismo do Nordeste Brasileiro.	Targino & Da Cruz (2021)	<a href="#">link</a>
2021	Turismo, Gastronomia e Desenvolvimento Regional: um estudo sobre o Festival Gastronômico de Taquaruçu em Palmas, Tocantins.	Erig et al. (2021)	<a href="#">link</a>
2021	Pedestrianismo, Festivais de Caminhadas e Turismo de Natureza. O Exemplo do Pampilhosa da Serra Walking Weekend.	Tomás et al. (2021)	<a href="#">link</a>
2022	O Empreendedorismo Corporativo Em Turismo Na Pandemia: O Caso Do Festival De Turismo Das Cataratas.	Cavalcante (2022)	<a href="#">link</a>
2022	Festival Aves de Paraty (RJ): projeto, evento e turismo em prol da preservação ambiental (2012-2016).	Chaves e Silva (2022)	<a href="#">link</a>
2023	Empreendedorismo Informal a Partir Do Contexto de Turismo Religioso: Análise de Perfil e Perspectivas de Vendedores Ambulantes no Festejo de São Bernardo – MA.	Costa, et al. (2023)	<a href="#">link</a>
2023	<i>En un mundo nuevo</i> : patrimonio, identidades y turismo en las postales del Festival de Eurovision.	Ogáyar-Marín e Ojeda-García (2023)	<a href="#">link</a>

**Fonte:** Elaborada pelos autores.

De acordo com o quadro, observou-se que boa parte dos estudos sobre festivais tem como foco o festival de determinada região, ou seja, apresentam uma visão de impacto atrelada apenas

àquela localidade. Entre eles é possível observar maior predominância em artigos nacionais do que internacionais, sendo parte deles referenciando objetos brasileiros.

### PERIÓDICOS DAS PUBLICAÇÕES E OS RESPECTIVOS QUALIS

Neste item, foram verificadas as revistas que recebem publicações sobre o tema, as diversidades de periódicos contemplados e o quantitativo recebido, além do Qualis da revista, importante direcionamento para as futuras publicações, conforme evidenciado no Quadro 3 a seguir:

**Quadro 3. Periódicos e respectivos Qualis seguido da quantidade de publicações**

TÍTULO DO PERIÓDICO	QUALIS	QT
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	A4	1
PODIUM: Sport, Leisure and Tourism Review	A4	1
Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas	A4	1
Rosa dos Ventos: Turismo e Hospitalidade	B1	3
Observatório de Inovação do Turismo -Revista Acadêmica	B1	3
Tourism & Management Studies	B1	2
Caderno Virtual de Turismo	B1	2
Marketing & Tourism Review	B1	1
Estudios y Perspectivas en Turismo	B1	1
PASOS	B1	1
Revista Turismo: Estudos & Práticas	B2	2
Applied Tourism	B2	1
Brazilian Journal of Development	B2	1
Revista Brasileira de Ecoturismo	B3	1
Revista Turismo e Desenvolvimento	B3	1
Revista de Turismo Contemporâneo	B3	1
Revista Cenário	B3	1
Revista da FAE	B3	1
Ateliê do Turismo	B4	1
Revista Ágora	B4	1
Cadernos de Geografia (Coimbra)	B4	1
<b>TOTAL DE ARTIGOS</b>		<b>28</b>

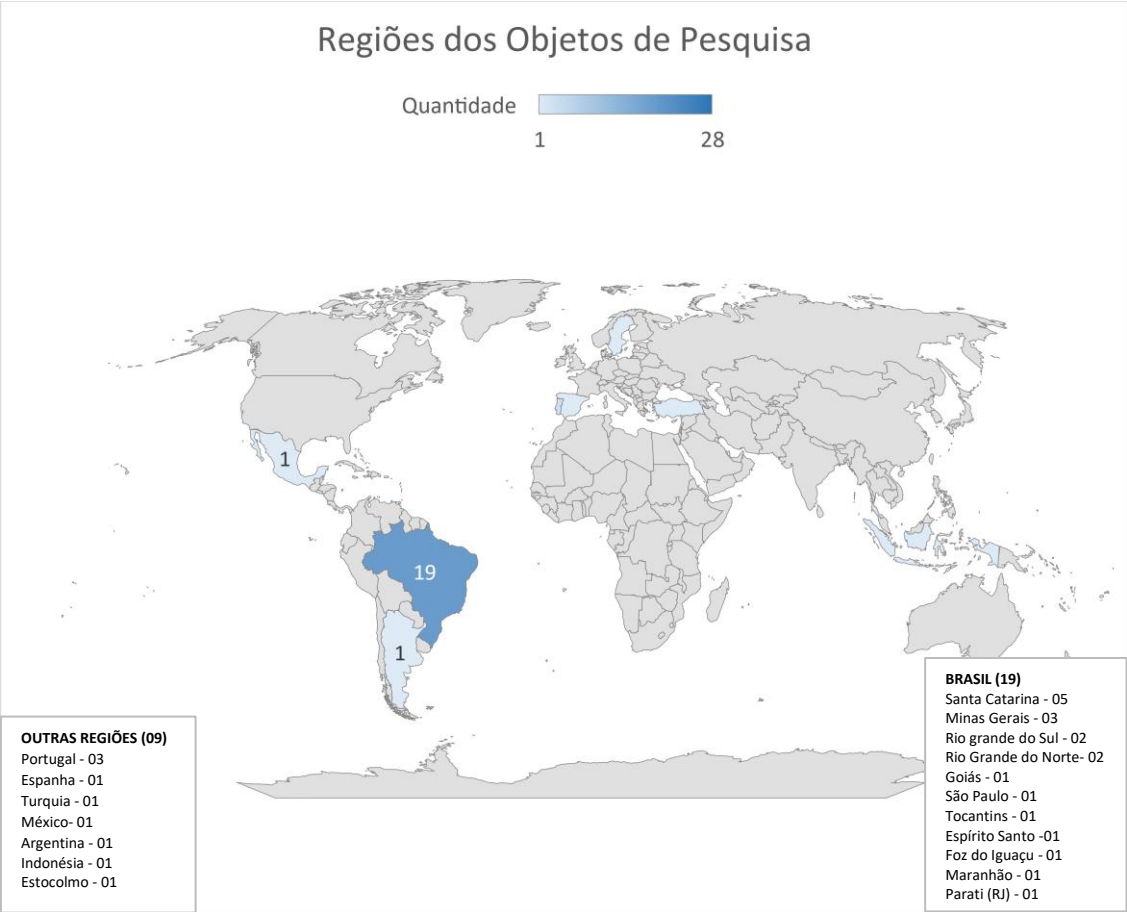
**Fonte:** Elaborada pelos autores.

### LOCAL DE CONCENTRAÇÃO DA PESQUISA

A concentração das publicações nacionais e internacionais, conforme apresentado no Gráfico 02, revela sobre a distribuição das produções científicas existentes dentro do período estipulado. Este quadro examina como essas publicações estão distribuídas entre diferentes

regiões, dando destaque para o Brasil e demais países, fornecendo uma visão panorâmica acerca dos locais estudados.

**Gráfico 2. Concentração dos objetos por região nacional e internacional**



**Fonte:** Elaborada pelos autores.

A partir do quadro, pode-se observar uma grande concentração de publicações no Brasil, com 67% das publicações, entre os estados o de maior predominância foi em Santa Catarina com 5 estudos e, em seguida, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e do Norte. Nota-se insuficiência de estudos em praticamente em todas as regiões, como também ausência em outros estados Brasileiros, principalmente da Região Norte. Com menor quantitativo de estudos, as regiões internacionais apresentam a região de Portugal com a maior concentração de estudos sobre o tema, sobrando espaços para novos estudos que se dediquem a averiguar os eventos em outras regiões ainda não exploradas.

De acordo com o estudo anterior, realizado por Silveira, et al. (2015), os Estados Unidos Estados Unidos, Austrália e China representam 35% de toda produção sobre festival do mundo e o Brasil

apresentou uma representação de apenas 1%. Contudo vale ressaltar, que os estudos verificados não se enquadram somente em artigos, mesmo assim é notável o aumento de publicações sobre o termo festival e sua relação com o turismo pelos pesquisadores que se dedicam a estudar o tema em várias regiões do Brasil, mas ainda sobram espaços para novos estudos em outras regiões brasileiras.

## PRINCIPAIS ASSUNTOS DISCUTIDOS

Para esta etapa da pesquisa foi necessário verificar como os estudos estão analisando temas e assuntos dedicados sobre o tema, festival e turismo. Inicialmente foi elencado as palavras-chaves que mais se repetiram nos estudos, como pode ser observado no Quadro 4, para a análise foi utilizado o Chat GPT, para auxiliar na quantificação das palavras. E em seguida, por meio da análise de conteúdo foi observado os temas e assuntos correlacionados.

### Quadro 4. Palavras-chaves mais repetidas entre os artigos levantados nos anos de 2018 a 2021

Turismo. Evento Desportivo. Qualidade. Percepção. Serviços. Turismo Cultural. Cultura da Indústria. Lollapalooza. Turismo. Comunicação. Festival Brasileiro de Música de Rua. Eventos. Espaço público. Comportamento Consumidor. Mindfulness. Festival Vibra. Fonte de informações. Percepção do visitante. Festival de Cerveja do Brasil. Impactos. Turismo. Percepção do Visitante. Eventos. Oktoberfest. Turismo de eventos. Turismo Responsável. Sustentabilidade. Eventos. Percepção do Visitante. Festival gastronômico. Motivações dos visitantes. Turismo. Eventos culturais. Desenvolvimento Local. Produtos Locais. Stakeholders. Fatores de Sucesso de Festival. Imagem de Festival. Experiência. Percepção Marketing de Eventos. Turismo de Eventos. Festivais Culturais. Turismo Cultural. Promoção. Fluxo turístico. Festival de Inverno Ouro Preto e Mariana –MG. Turismo. Festivais. Engajamento. Satisfação. Oktoberfest. Tourism Events. Festivals. Islamic Marketing. Shariah Marketing Mix. Cirebon, Indonesia. Turismo. Festivais de Artes Performativas. Motivação. Qualidade. Satisfação. Fidelidade Jazz Festival. Territory Development. Turismo. Cultural Tourism. Popular Education. Patrimônio Cultural. Turismo Cultural. Impacto Socioeconômico. Festa Popular. Festivais Criativos. Gestão Colaborativa. Carnaval. Festivais. Eventos. Orgulho Comunitário. Experiência. Qualidade de vida. Residentes. Festivais. Desenvolvimento. Turismo Rural. México Festival. Impactos Socioeconômicos. Festival de Inverno de Ouro Preto/MG. Festival. Atração Turística. Marujada na Amazônia. Fluxo Turístico. Turismo. Gastronomia. Desenvolvimento Regional. Atividades de Lazer. Turismo de Natureza. Pedestrianismo. Festivais de Caminhadas. Desenvolvimento local. Espaços Turísticos. Eventos Culturais.

**Fonte:** Elaborada pelos autores.

De acordo com a análise, observou-se que os assuntos relacionados às publicações que se dedicam ao tema são bem diversos, tanto em inglês como em português, contudo alguns deles vêm sendo mais pesquisado que os demais, sendo eles: Turismo - 8 vezes; Eventos - 4 vezes; Percepção do visitante - 3 vezes; Turismo cultural - 3 vezes; Turismo de eventos - 2 vezes; Impactos - 2 vezes; Qualidade - 2 vezes; Oktoberfest - 2 vezes; Satisfação - 2 vezes; Impacto Socioeconômico - 2 vezes. Desenvolvimento local - 2 vezes; Fluxo turístico - 2 vezes; Experiência

- 2 vezes. Durante a análise, não foi identificado nenhum estudo dedicado a revisões sistêmicas e ou bibliométricas, o que reforça a importância dessa pesquisa para futuros pesquisadores.

Além das palavras-chaves, foram verificados os temas e os assuntos discutidos nos artigos, com o intuito de fortalecer os resultados encontrados em relação aos conteúdos abordados. No Quadro 5, apresentam-se os principais temas abordados e os assuntos correlacionados, esta etapa foi analisada com apoio do recurso da análise de conteúdo.

**Quadro 5. Tema e assuntos discutidos nos artigos**

ANO	AUTOR	TEMA	ASSUNTOS
2018	Garbuio, et al.	Festivais como estratégia de desenvolvimento.	Festivais como estratégia para o fortalecimento do turismo. Qualidade em eventos.
2018	Silva e Colantuono	Análise do impacto cultural e econômico.	Turismo e Indústria da Cultura. A Influência da Cultura na Economia. Conceito de eventos.
2018	Biazus e Baptista	Análise das interações entre turismo e comunicação.	Turismo e Trama de saberes. Comunicação-Trama.
2019	Queiroz, et al.	Prática do mindfulness aplicado a eventos.	Espaços públicos ou coletivos. Festivais. Mindfulness. O lazer e a vivência de experiências conscientes.
2019	Kraus, et al.	Avaliação do nível de satisfação do evento.	Comunicação integrada de marketing. Fontes de informação. Festivais e eventos.
2019	Fiuza, et al.	Impacto dos festivais e participação do residente.	Festivais e a percepção dos residentes sobre seus impactos.
2019	Duarte e Coelho	Turismo Responsável e Eventos.	Turismo de eventos. Turismo Responsável.
2019	Macedo e Gosling	Percepção do turista, festival gastronômico, apego ao lugar e influência na escolha de um destino.	Turismo gastronômico. Motivações dos visitantes. Hedonismo. Eudaimonismo. Apego de lugar
2020	Serrão e Costa	Eventos Culturais como promotores de desenvolvimento local.	Turismo enquanto instrumento de desenvolvimento e valorização dos produtos locais. Eventos Culturais como oportunidade para os destinos e comunidade local
2020	Ali Dalgıç, Kemal Birdi	Fatores de sucesso na lealdade dos visitantes de festivais.	Fatores de Sucesso de Festival. Imagem de Festival. Experiência. Percepção do visitante.
2020	Vicente, et al.	Marketing de festival.	Relação entre marketing e eventos. Festival de Inverno de Ouro Preto e Mariana 2018-2019.
2020	Kraus, et al.	Satisfação e engajamento de visitantes em festivais.	Satisfação e engajamento em festivais.
2020	Jaelani, et al.	Turismo de eventos e o Shariah Marketing.	Evento e festival sustentável no turismo. Marketing islâmico e mix de marketing da Sharia para o turismo.



2020	Amorim, et al.	Impacto dos festivais de artes performativas no desenvolvimento do turismo.	Festivais de artes cênicas. Motivação, atendimento, qualidade, satisfação e fidelização em festivais.
2020	Faria, et al.	Festival turístico e desenvolvimento territorial.	Jazz em Marciac: uma iniciativa cidadã e criativa. Território do jazz.
2020	Elías, Silvina R. Leonardi, Viviana S. Genaisir, Elisa	Impacto socioeconômico e social de festival de gastronomia.	Patrimônio cultural. Turismo cultural. Impacto socioeconômico. festa popular.
2020	Rosa, et al.	Papel da gestão colaborativa nos festivais criativos.	Festivais Criativos. Gestão Colaborativa. Carnaval.
2021	Berselli, et al.	Análise dos impactos do Festival Internacional, orgulho comunitário e a qualidade de vida dos residentes.	Impacto dos festivais. Qualidade de vida dos residentes. Orgulho da comunidade.
2021	Quintero, et al.	Festivais como estimulantes do turismo rural.	Patrimônio cultural como interesse turístico. Festivais em áreas rurais. Identidades territoriais.
2021	Knupp, et al.	Os festivais e seus impactos para os destinos turísticos.	Turismo, eventos e festivais. Impactos dos eventos em destinos turísticos.
2021	Canal, et al.	A atratividade advinda de eventos pautados na valorização sociocultural fomenta o destino turístico.	Festival. Atração turística. Marujada na Amazônia. Fluxo turístico.
2021	Erig, et al.	Valorizar, difundir a gastronomia local através de um festival gastronômico.	Turismo de negócios e eventos. Impacto dos eventos gastronômicos.
2021	Tomás e Alves	Pedestrianismo, festivais de caminhadas e turismo de natureza.	Pampilhosa da Serra: a natureza como referência da oferta turística.
2021	Targino e Cruz	Ócio, Cultura e Culinária e Festival Gastronômico.	Praia da pipa como do Ócio, da cultura e do turismo. Festival Gastronômico como marco cultural.
2022	Cavalcante	Relação do empreendedorismo corporativo na organização do Festival de Turismo das Cataratas.	Motivação e pandemia do Coronavírus (Covid-19)
2022	Chaves e Silva	Impactos do Festival de Aves em Paraty	Ecoturismo e Turismo de Natureza
2023	Costa, et al.	Perspectiva e desafios dos negócios informais no festival religioso em São Bernado - MA	Turismo Religioso
2023	Ogáyar-Marín e Ojeda-García	Análise dos curtas patrimoniais do Festival Euro Visão em Estocolmo	Fortalecimento identitário/nacional, marca do destino e experiências turísticas

**Fonte:** Elaborada pelos autores.

Dessa forma, por se tratar de uma amostra de 28 artigos, foi possível verificar de forma detalhada os assuntos relacionados ao tema Festival e Turismo. É perceptível que os principais assuntos são referentes aos impactos que ele irá trazer para determinada localidade, como visto nos estudos de Fiuza et al (2019) e Amorim et al. (2020) entre outros listados acima. Correlacionando os impactos dos festivais ao desenvolvimento local para a comunidade, destacam-se o orgulho comunitário e qualidade de vida dos residentes como evidenciado nos estudos de Berselli, et al. (2021). Além disso, houve artigos que tratavam do tipo de relação que o visitante adquire ao participar de um festival e sua experiência, como o de Biazus, et al. (2018) e Queiroz, et al. (2019), que exploram a comunicação e o relacionamento das pessoas durante o evento.

Outros pontos recorrentes na análise, foram os diferentes segmentos de turismo atrelados aos festivais, visto que é um campo vasto, houve desde estudos acerca de eventos como desenvolvimento para o turismo rural, de Quintero, et al. (2021), até publicações sobre turismo gastronômico, como o de Erig, et al. (2021), turismo de natureza de Tragiano e Cruz (2021), ecoturismo discutido por Chaves e Silva (2022) e turismo religioso debatido no estudo de Costa, et al. (2023).

Alguns assuntos emergentes também chamaram atenção, foi o caso dos estudos de Queiroz, et al. (2019), que analisaram como o nível de *mindfulness* pode influenciar em uma experiência mais participativa e com maior envolvimento. Já o estudo de Macedo e Gosling (2019), que buscaram compreender as motivações relacionadas hedonismo, eudaimonismo e apego ao lugar no contexto do turismo gastronômico.

Fazendo uma correlação do Quadro 5, com o Quadro 4, referente às palavras-chaves, algumas divergências foram identificadas, boa parte dos estudos não incluem em suas palavras-chaves alguns assuntos pertinentes que foram correlacionados ao tema, atentando-se apenas aos temas principais sobre festival e turismo. Uma situação que deve ser melhor trabalhar por parte dos autores.

Em suma, boa parte dos estudos esteve voltado a assuntos relacionados ao desenvolvimento local/econômico e impacto cultural, isso aplicado a cada realidade particular, o que é interessante analisar que mesmo sendo de regiões distintas, geralmente as incipiências se assemelham, mas as experiências de um evento, por sua vez, nunca são iguais, ou seja, sempre

apresentarão resultados diferentes. No caso os estudos de Amorim, et. al. (2021), Silva e Costa (2020) e Silva e Colantuono (2018), analisaram os impactos dos festivais no desenvolvimento socioeconômico e cultural no destino. Já os estudos de Berselli, et al. (2021) e Fiuza, et al. (2019), foram observados os impactos dos festivais em relação aos residentes locais. O papel da gestão colaborativa e seus impactos em festivais criativos foi item discutido no estudo de Rosa, et al. (2020).

Além dos impactos socioeconômicos e culturais, outro item bem pertinente que vem sendo trabalhado são os estudos que se dedicaram a analisar alguma condicionante do marketing como forma de compreender a percepção dos visitantes e ou turistas sobre os aspectos da motivação, satisfação, qualidade de serviço. Os estudos de Garbuio, et al. (2018), analisaram o próprio festival como estratégia de desenvolvimento turístico, já o nível de satisfação foi verificado por Kraus, et al. (2019 e 2020) e o item da lealdade dos visitantes foi analisado por Ali Dalgiç e Kemal Birdi (2020). O próprio tema do Marketing também foi discutido por alguns autores foram os casos de, Vicente, et al. (2020) e Jaelani et al. (2020). Ambos fazem parte do panorama de publicações científicas, e corroboram, assim como os demais para os resultados empíricos sobre o tema festival e o turismo.

## CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS

Os aspectos metodológicos da pesquisa, além de informações sobre a coleta e análise dos dados observados, trazem a frequência com que foram utilizadas nas publicações estudadas, apontando formas metodológicas pouco usadas ou mesmo ainda não utilizadas. No Quadro 6, apresenta-se o tipo de natureza, métodos utilizados, a finalidade da pesquisa, procedimentos técnicos, abordagem, tipo da amostra, instrumento e análise de dados utilizados.

**Quadro 6. Metodologia utilizada nos artigos analisados**

Natureza da pesquisa	Frequência nos artigos	Método da pesquisa	Frequência nos artigos
Empírico	24	Hipotético	02
Teórico	0	Indutivo	04
Não evidenciaram	01	Dialético	01
		Não evidenciaram	17

<b>Finalidade da pesquisa</b>	<b>Frequência nos artigos</b>	<b>Procedimentos técnicos</b>	<b>Frequência nos artigos</b>
Exploratório	16	Bibliográfico	06
Descritivo	13	Levantamento	06
Não evidenciaram	06	Documental	06
		Estudo de caso	06
		Pesquisa participante	01
		História de Vida	01
		Não evidenciaram	07
<b>Abordagem da pesquisa</b>	<b>Frequência nos artigos</b>	<b>Tipo de amostra</b>	<b>Frequência nos artigos</b>
Quantitativa	13	Conveniência	05
Qualitativa	11	Probabilística	01
Quali-quantitativa	04	Intencional	01
Não evidenciaram	01	Não probabilística acidental	01
		Não probabilística	01
		Bola de neve	01
		Não evidenciaram	18
<b>Instrumentos de coleta de dados</b>	<b>Frequência nos artigos</b>	<b>Análise dos dados</b>	<b>Frequência nos artigos</b>
Questionário	09	Fatorial exploratória	01
Entrevista	13	Fatorial confirmatória	02
Formulário	01	Análise de conteúdo	03
Não evidenciaram	05	Outras análises	06
Não utilizou	01	Não evidenciaram	13

**Fonte:** Elaborada pelos autores.

Ao analisar cada pesquisa, é possível perceber que, majoritariamente, os estudos da amostra são de natureza empírica (24) e apenas 01 não evidenciou sua natureza, assim como é perceptível a falta de publicações voltadas totalmente para a natureza teórica. Outra situação

foi a finalidade da pesquisa, sendo 16 publicações de caráter exploratório e 13 publicações de caráter descritivo. Os procedimentos técnicos utilizados de cada artigo foram os mais variados, com destaque para o levantamento *Survey* com 06 objetos. A abordagem da pesquisa mais utilizada foi a quantitativa com 13 publicações, seguido da qualitativa com 11 e, com menor número, os estudos que utilizaram a qualiquantitativa (04). Apesar de boa parte dos estudos se identificarem com a abordagem quantitativa, boa parte dos estudos não evidenciaram o tipo de amostra utilizada. Contudo, acredita-se que boa parte dos estudos quantitativos optou pela amostra por conveniência, sobrando espaço para estudos que se dediquem a utilizar outros tipos de amostras. Em questão do instrumento de coleta, os que mais se sobressaíram foram os questionários e as entrevistas. E por fim, a análise de dados, boa parte também não evidenciou (13).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo teve como objetivo analisar e realizar um panorama sobre as publicações nacionais e internacionais acerca do tema Festival e Turismo, com o intuito de atualizar os futuros pesquisadores referente aos caminhos científicos, empíricos e teóricos sobre o tema, festival no turismo. A princípio, os resultados revelaram apenas 01 estudo de natureza bibliométrica, de Silveira et al (2015), que buscou analisar apenas publicações internacionais de uma única base de dados, verificando: a evolução das publicações; principais revistas e regiões pesquisadas. Dentro do levantamento realizado, foi possível observar o quadro de publicações dos anos de 2018-2024, e percebido que, em 2018, houve apenas 3 publicações dentro dos parâmetros estabelecidos, e esse número de publicações se mantém até 2020, quando há um crescimento significativo de estudos para um total de 9 artigos nacionais e internacionais.

Evidenciou-se que a América Latina possui o maior índice de publicações, com o Brasil sendo destaque com 19 estudos da amostra, seguido da Europa e América, também houve grande incipiência de publicações em demais territórios. Apesar do Brasil obter destaque, a maior parte das pesquisas se concentraram no Sul (Santa Catarina, Rio Grande do Sul) e no Sudeste do país (Minas Gerais, São Paulo, Espírito Santo), as demais regiões apresentaram baixo índice de interesse no tema segundo os parâmetros propostos.

Observou-se ainda, no presente estudo, que os autores possuem maior interesse em pesquisas empíricas, de caráter exploratório e de levantamento, seguido de documental e estudo de caso,

com abordagem de escolha quantitativa. Também foi percebido que as entrevistas são os instrumentos de coleta mais utilizados pelos pesquisadores, com destaque para entrevistas semiestruturadas, seguida do uso indispensável do questionário, com análise fatorial confirmatória e de conteúdo como os maiores aliados para pesquisas de caráter qualitativo e qualiquantitativo. Apesar disso, constatou-se que os procedimentos metodológicos são apresentados de forma sucinta, principalmente os de publicações internacionais, sendo poucos os que realmente trabalham de forma detalhada essa seção. Além desses achados no Quadro 7, apresenta-se as principais características dos estudos e suas lacunas e incipiências que podem ser aproveitadas nos futuros estudos.

**Quadro 7. Principais características, das lacunas e incipiências de pesquisa**

PARÂMETROS DE ANÁLISES	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS	LACUNAS E INCIPIÊNCIAS
Projeção anual dos artigos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ O número de publicações vem crescendo paulatinamente, tendo o ano de 2020 com maior número de publicações.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Insuficiência em publicações a partir dos anos de 2022, 2023 e 2024, que não apresentou nenhum artigo.</li> </ul>
Periódicos das publicações e os respectivos Qualis.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Maior concentração de estudos publicados em revista de Qualis B1;</li> <li>✓ Maior concentração nas revistas: Rosa dos Ventos: Turismo e Hospitalidade, Observatório de Inovação do Turismo, Tourism &amp; Management Studies e Caderno Virtual de Turismo;</li> <li>✓ Boa parte estão concentradas em revistas nacionais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Insuficiência de estudos publicados em revista de Qualis A.</li> </ul>
Local de concentração da pesquisa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 67% dos estudos relacionaram seus objetos a região do Brasil;</li> <li>✓ Maior predominância em Santa Catarina.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Incipiências de estudos que se dediquem a analisar o tema nas regiões Centro-Oeste, Norte e Nordeste e em outros países;</li> <li>❖ Lacuna em estudos na Amazônia.</li> </ul>
Os principais assuntos abordados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ A maioria dos estudos abordam conteúdos referentes a desenvolvimento local/ econômico e impacto cultural, dos e algumas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Incipiências na exploração de outros assuntos: como assuntos relacionados, acessibilidade nos</li> </ul>

	<p>temáticas estão ligadas a festivais gastronômicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diversidade de assuntos, como orgulho comunitário, qualidade de vida dos residentes, gestão colaborativa, visitantes lealdade, pedestrianismo, turismo de natureza, edonismo. eudaimonismo.</li> </ul>	<p>eventos, sustentabilidade, economia criativa, satisfação em relação a expectativa, imagem, entre outros.</p>
Características metodológicas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ A maioria dos estudos são empíricos de caráter exploratório e descritivo;</li> <li>✓ Com enfoque quantitativo;</li> <li>✓ Nos procedimentos, maior frequência em estudos de levantamento, documental e estudos de caso;</li> <li>✓ A amostra por conveniência é mais utilizada;</li> <li>✓ Boa parte dos estudos não evidenciaram de forma clara e precisa os procedimentos adotados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Lacuna em estudos bibliométricos;</li> <li>❖ Incipiências nos tipos de amostras, com técnicas de estatísticas mais robustas e de maior fidedignidade;</li> <li>❖ Incipiências em estudos qualiquantitativos;</li> <li>❖ A análise de dados foi um item pouco explorado nos artigos.</li> </ul>

**Fonte:** Elaborada pelos autores.

### IMPLICAÇÕES TEÓRICAS

Como contribuição teórica, o estudo avança direcionando novos estudos para áreas menos exploradas, que se relacionam a novos tipos de festivais em outras localidades brasileiras e internacionais, que apresentem novos olhares, como por exemplo, contribuições direcionadas a relações dos festivais com a acessibilidade, sustentabilidade, economia criativa, expectativa versus satisfação, imagem, entre outras. Além disso, recomendam-se estudos que utilizem, além de outros procedimentos metodológicos e se aprofundem as técnicas de estatísticas mais robustas, a fim de garantir maior fidedignidade quanto aos resultados.

### IMPLICAÇÕES PRÁTICAS

Por meio do panorama e as características dos estudos que foram analisadas, foi possível apresentar informações de estudos empíricos relacionados a vários eventos realizados tanto a

nível nacional como a nível internacional, que servirão de base para reformular as estratégias de gestão e marketing de outros festivais.

### IMPLICAÇÕES METODOLÓGICAS

Quanto à metodologia, este estudo buscou contribuir apresentando as principais características metodológicas apresentadas nas publicações, oferecendo possíveis formas, incipiências e fragilidades que podem ser trabalhadas pelos futuros estudiosos.

### LIMITAÇÕES E PESQUISAS

Como limitações, a pesquisa enfrentou a dificuldade de buscar outras bases de pesquisa que normalmente são pagas, contudo, acredita-se que as bases levantadas dão um norte geral dos caminhos que vêm sendo seguidos pelos estudos nos últimos anos. Outra limitação foi a dificuldade de encontrar outros estudos bibliométricos sobre o tema, o que dificultou a construção dos parâmetros de análise, como também estudos mais recentes que pudessem oportunizar um estudo comparativo

### REFERÊNCIAS

- Akyildiz, M., & Argan, M. (2010a). Leisure experience dimensions: a study on participants of Ankara Festival. *Pamukkale journal of sport sciences*, 1(2), 25-36.
- Akyildiz, M., Argan, M. T., Argan, M., & Sevil, T. (2013). Thematic events as an experiential marketing tool: Kite Festival on the experience stage. *International journal of sport management, recreation and tourism*, 12, 17-28.
- Andrade, Renato Brenol. *Manual de eventos*. 2. ed. ampl. – Caxias do Sul: EDUCS, 2002
- Biaett, V. (2013). *Exploring the on-site behavior of attendees at community festivals a social constructivist grounded theory approach*. Arizona State University.
- Carvalho, G. (2017). Turismo Cultural. In: F. Silva, & J. Umbelino (Eds.), *Planejamento e Desenvolvimento Turístico* (pp.349-363). Lisboa: Lidel, Edições Técnicas
- Chaves, P. C. P. R, Da Cunha, E. L., Farias, F. de S. & Flores, L. C. da S. (2021). Imagem de destino turístico: um estudo sobre as publicações científicas internacionais. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(4), 1-22.



- Chaves, V; Silva, A. Festival Aves de Paraty (RJ): projeto, evento, turismo em prol da preservação ambiental (2012-2016). *Revista Brasileira de Ecoturismo*, São Paulo, v.15, n.3, jun 2022, pp. 511-538.
- Christou, P., Sharpley, R., & Farmaki, A. (2018). Exploring the Emotional Dimension of Visitors' Satisfaction at Cultural Events. *Event Management*, 22(2), 255-269
- Costa, G. S., Aires, J. D. M., Chaves, C. R. C. e Brussio, J. C. Empreendedorismo Informal a Partir do Contexto de Turismo Religioso: Análise de Perfil e Perspectivas de Vendedores Ambulantes No Festejo de São Bernardo – MA. *Revista Turismo: Estudos & Práticas (RTEP)*, v. 12, n. 2, jul./dez. 2023
- Devesa, M., Baéz, A., Figueroa, V., Herrero, L. *Repercusiones económicas y sociales de los festivales culturales: el caso del Festival Internacional de Cine de Valdivia*. EURE (Santiago), 2012, vol. 38, no 115, p. 95-115.
- Farias, S. F. Zucco, F. D., Falaster, C. D. (2019). Ampliar Los Horizontes y Conocer Cosas Nuevas. La imagen de eventos a partir de la perspectiva de los visitantes de la Fiesta de São João de Campina Grande — Paraíba, Brasil. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 28 (2), 331-353.
- Getz, D. *Event management & event tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation, 2005.
- Getz, D. & Page, S.J., (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593-631.
- Getz, D. (2007). *Event studies: theory, research and policy for planned events*. Oxford UK: Elsevier.
- Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29 (3), 403-428.
- Getz, D. (2010). The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management Research*, 5 (1), 1-47.
- Geus, S. D., Richards, G., & Toepoel, V. (2016). Conceptualisation and operationalisation of event and festival experiences: creation of an event experience scale. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(3), 274-296.
- Gonzaga, D. M. A. *Eventos gastronômicos e seus impactos para os empreendimentos do Mercado das Trilhas em São Luís (MA)*. Monografia: UFMA, 2018.
- Jones, C. (2012). Festivals and events in emergent economies: A sea change, and for whom?. *International Journal of Event and Festival Management*, 3(1), 9-11.

- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2010). The meaning and measurement of a sport event experience among active sport tourists. *Journal of sport management*, 24(5), 544-566.
- Kim, S. E. (2013). *Experience and perceived value for participants of cultural and art festivals organized for persons with a disability: a Korean perspective* (Doctoral dissertation, Purdue University).
- Kim, Y. H., Duncan, J., & Chung, B. W. (2015). Involvement, Satisfaction, Perceived Value, and Revisit Intention: A Case Study of a Food Festival. *Journal of culinary science & technology*, 13, 133-158.
- Lee, T. H., Fu, C. J., & Chang, P. S. (2015). The support of attendees for tourism development: Evidence from religious festivals, Taiwan. *Tourism geographies*, 17(2), 223-243.
- Matheson, C. M. Festivity and sociability: a study of a Celtic music festival. *Tourism Culture & Communication*, v. 5, n. 3, p. 149-163, 2005.
- Matias, M. (2010). *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. Barueri - SP: Editora Manole. 5ª ed.
- Mello, Zuza Homem de. *A era dos festivais: uma parábola*. São Paulo: Ed. 34, 2003. 528 p.
- Melo Neto, F. P. D. *Marketing de Eventos*. Rio de Janeiro: Sprint. 2003
- Raj, R., & Vignali, C. (2010). Creating local experiences of cultural tourism through sustainable festivals. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(1), 51-67
- Richards, G. & Palmer, R. (2010). *Eventful cities: Cultural management and urban revitalization*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Sampieri, R. H.; Collado, C. F.; Lucio, P. B. (2013). *Metodologia de Pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Penso.
- Santos, T. D.; Zucco, F. D., Kraus, C. B. (2015). Imagem de eventos turísticos: perspectivas do Festival Brasileiro da Cerveja, Blumenau - SC. *Turismo: visão e ação*, v. 17, n. 1, p. 128-149.
- Scalabrini, E. C., Remoaldo, P. C., & Lourenço, J. M. (2015). Imagem de destinos turísticos: um estudo sobre as publicações brasileiras. *Turismo em Análise*, 26(3), 541-557.
- Silveira, D. M. P.; Farias, F. S.; Lima, J. N. G. (2015). Produção Científica Sobre Festivais: Estudo Bibliométrico na Base de Dados. *XII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR*, 2015, Natal - RN. Anais do Seminário da ANPTUR. São Paulo: Aleph.
- Stankova, M.; Vassenska, I. (2015). Raising cultural awareness of local traditions through festival tourism. *Tourism & Management Studies*, vol. 11, n.o 1, p. 120-127.

- Tanford, S., & Jung, S. (2017). Festival attributes and perceptions: A meta-analysis of relationships with satisfaction and loyalty. *Tourism Management*, Elsevier, vol. 61(C), pages 209-220.
- Tenan, I. P. S (2002). *Eventos*. São Paulo: Aleph. Coleção ABC do Turismo.
- Tomazzoni, E. L; Maschner, P. O.; Cavalheiro, N. (2011). Análise da satisfação da comunidade local em relação ao evento turístico Natal Luz de Gramado (RS). *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*. Duque de Caxias, v. 6, n. 4, p. 1-22.
- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367-1386.
- Vieira, R., Anjos, S. J., & Souza, V. S. (2014). Destination Image in Tourism: Em busca de categorias de Análise. *Fórum Internacional de Turismo do Iguassu*, Foz do Iguaçu.
- Zago, A. P., de Sales, G. A. F., & de Oliveira, P. F. (2013). Eventos culturais e stakeholders: a gastronomia como fator promocional do turismo no Festival Revelando São Paulo, SP. *Rosa dos Ventos*, 5(2), p. 333-348.
- Zucco, F. D. (2012). Relações entre as dimensões motivação para viajar, fontes de informação utilizadas e qualidade percebida dos serviços por turistas de festivais: um estudo sobre a Oktoberfest de Blumenau e de Munique.