

MEGAEVENTOS E TURISMO: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DOS PERIÓDICOS BRASILEIROS DE TURISMO

MEGA-EVENTS AND TOURISM: A BIBLIOMETRIC STUDY OF BRAZILIAN TOURISM JOURNALS

MEGA EVENTOS Y TURISMO: UN ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO DE LOS PERIÓDICOS BRASILEÑOS DE TURISMO

Amanda Cabral da Silva

Universidade de São Paulo – USP.

Mestranda em Turismo na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da
Universidade de São Paulo - USP.

São Paulo, São Paulo, Brasil.

amanda.cabral012@gmail.com

Debora Cordeiro Braga

Universidade de São Paulo – USP.

Docente do Programa de pós-graduação em Turismo da Escola de Artes, Ciências
e Humanidades da Universidade de São Paulo – USP.

Doutora Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da
Universidade de São Paulo – USP.

São Paulo, São Paulo, Brasil.

bragadc@usp.br

Fillipe Soares Romano

Universidade de São Paulo - USP

Mestrando em Turismo na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da
Universidade de São Paulo - USP.

São Paulo, São Paulo, Brasil.

fillipe.romano@usp.br

Data de submissão: 14/04/2016

Data de aprovação: 19/07/2016

RESUMO: O presente trabalho, uma pesquisa descritiva exploratória, tem como principal objetivo a análise da produção do conhecimento científico dos periódicos nacionais brasileiros de turismo quanto a publicações acerca do tema megaeventos, entre os anos de 2010 e 2015, por meio de um estudo bibliométrico. Compreender o quanto os estudiosos estão disseminando os dados de suas pesquisas nesses canais de divulgação científica se faz importante pela atual conjuntura do Brasil como país sede de megaeventos. Dentre os 1.760 artigos publicados no período pesquisado, identificaram-se 12 artigos sobre megaeventos, dos quais nove abordavam megaeventos esportivos, um megaevento musical, outro sobre estratégia turística e um sobre turismo de megaeventos. Sendo assim, foi possível compreender a diversidade de estudos sobre megaeventos e como suas temáticas podem contribuir para o turismo.

PALAVRAS-CHAVE: megaeventos, turismo, bibliometria.

ABSTRACT: This is a descriptive, exploratory study that analyzes the production of scientific knowledge of Brazilian tourism journals in relation to the subject of "mega-events" in the period 2010-2015, through a bibliometric study. Understanding how scholars are producing and publishing knowledge about mega-events in Brazilian journals is important, in view of Brazil's leading role as a host country for sports mega-events in 2014 and 2016. Among the 1,760 articles published from January 2010 to December 2015, twelve articles on mega-events were identified. Of these, nine were about sports mega-events, one focused on a musical mega-event, another was about tourism strategy, and the last one was about mega-events tourism. Thus, it was possible to understand the diversity of studies on mega-events and how their themes can contribute to tourism.

KEYWORDS: mega-events, tourism, bibliometrics.

RESUMEN: Este estudio es una investigación descriptiva exploratoria que busca como principal objetivo el análisis de la producción del conocimiento científico de los periódicos nacionales brasileños de turismo en relación a las publicaciones acerca del tema de los mega eventos entre los años 2010 y 2015, mediante un estudio bibliométrico. Es importante comprender las producciones y publicaciones de los estudiosos acerca de mega eventos en los periódicos brasileños, ya que el país va a abrigar mega eventos deportivos en 2014 y 2016. De los 1.760 artículos publicados en el periodo de enero de 2010 a diciembre de 2015, se identificaron 12 artículos sobre mega eventos; de estos, nueve eran sobre mega eventos deportivos, uno sobre mega eventos musicales, uno sobre estrategia turística y uno sobre turismo de mega eventos. Así, fue posible comprender la diversidad de estudios sobre mega eventos y cómo sus temáticas pueden contribuir con el turismo.

PALABRAS CLAVE: Mega eventos; Turismo; Bibliometría.

Um dos grandes desafios do estudo do turismo não está mais em investigar o fenômeno para torná-lo uma área consolidada na academia, mas sim em sair da tradicional produção de conhecimento em temas definidos como fundamentais ao turismo para dialogar com outras áreas do conhecimento, dado seu caráter transdisciplinar (Veal, 2011). Assim, este trabalho buscou explorar a aproximação entre o estudo do turismo e dos megaeventos, tema presente na atual realidade brasileira.

O estudo do turismo de eventos, como área de pesquisa, é recente. Foi especialmente nos anos 1980 que o tema ganhou maior relevância acadêmica. Nessas últimas quatro décadas, trabalhos sobre o tema se ampliaram, tornando-o área de pesquisa em diversas universidades ao redor do mundo (Getz, 2008). O progresso de uma base de estudo consolidada da área de turismo de eventos e, conseqüentemente, megaeventos, é primordial para o avanço do conhecimento científico-acadêmico, para contribuir direta e indiretamente com outras áreas do saber.

O presente trabalho analisa artigos sobre a temática megaeventos publicados nos últimos cinco anos, de janeiro de 2010 a dezembro de 2015, em periódicos nacionais de turismo com classificação Qualis da Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). O objetivo é avaliar a importância e a relevância da temática frente a todos os artigos publicados no mesmo período. Investigar o que é publicado ajuda a compreender se há escassez ou concentração temática de autores nos estudos dos megaeventos pela vertente do turismo.

Esta pesquisa tem caráter descritivo e exploratório, sendo fundamentada em dados consolidados resultantes de uma análise bibliométrica, baseada na lei de dispersão do conhecimento científico de Bradford (Araújo, 2006), que busca compreender como se dá a publicação de trabalhos que relacionam turismo e megaeventos. O estudo parte de um universo de 1.760 artigos publicados em 13 periódicos, dos quais apenas 12 trabalhos têm megaeventos no título ou nas palavras-chave.

O artigo encontra-se estruturado do seguinte modo: a primeira seção é teórica, com a discussão de conceitos e relações entre turismo e megaeventos. Em seguida, é exposta a descrição do método e dos procedimentos metodológicos empregados na pesquisa. Depois é apresentada a seção analítica, que avalia dados quantitativos de artigos publicados nos periódicos selecionados; relaciona os anos de publicação dos 12 artigos específicos sobre megaeventos, com a realização dos megaeventos esportivos no Brasil; aborda dados sobre os autores e seus vínculos institucionais para verificar reincidências; e, por fim, discute dados qualitativos dos artigos analisados. As considerações finais ressaltam as respostas encontradas em razão do objetivo e suas relações com as referências teóricas adotadas, finalizando o trabalho.

O TURISMO E OS MEGAEVENTOS: CONCEITOS E RELAÇÕES

O turismo é um dos fenômenos mais marcantes do mundo contemporâneo. Essa colocação está embasada em literatura específica que afirma que esse é um fenômeno contemporâneo, apesar de suas origens remotas, visto que o deslocamento é uma ação inerente ao ser humano. O homem, inicialmente compreendido como nômade, após a evolução social em vida urbana tornou-se sedentário, retomando a grande mobilidade apenas na atualidade (Ruschmann e Solha, 2006).

É fácil perceber que o turismo é um dos setores mais globalizados da economia mundial. Ele se desenvolveu e aperfeiçoou-se intensamente nos últimos 100 anos, sendo que o século XX chegou a ser chamado de **século do turismo**. Hoje estamos no Brasil, amanhã podemos estar, sem grandes complicações em Cingapura, na África do Sul ou na Holanda. (Panosso Netto, 2010, p.11, grifo do autor).

O fenômeno do turismo, altamente impactado pela globalização, transcende viagens que priorizam apenas o lazer como seu motivo principal. Cada vez mais, as viagens são planejadas e organizadas em prol de trabalho, estudos, eventos e diversos outros propósitos (Freitag, Tiscoski e Moretto Netto, 2010). Graças ao chamado processo de globalização, distâncias foram reduzidas, a comunicação progrediu e permitiu ao homem experimentar novas vivências nunca antes imaginadas (Silva, Carvalho e Silva, 2009).

O Plano Nacional de Turismo 2013-2016, documento oficial brasileiro que consolida a política nacional de turismo, destaca o Brasil como destino internacional de eventos, com a 7ª colocação no *ranking* da International Congress and Convention Association (ICCA) 2011, com realização de 304 eventos (Brasil, 2013). Dados recentes da ICCA mostram que ocorreram 291 eventos internacionais no Brasil em 2014 (ICCA, 2014) – comparativamente aos 62 eventos realizados em 2003, houve aumento de 469%. Não há dados sobre os fatores que motivaram a evolução, apenas o enaltecimento do setor de eventos. Acredita-se que a dinâmica do setor, a globalização, o período de estabilidade econômica do Brasil, na época, e a evidência mundial do país são fatores que contribuíram para esse salto.

Um evento é definido por Britto e Fontes (2002) como a junção de esforços e ações com planejamento prévio, no qual se busca o alcance de resultados estabelecidos junto ao seu público-alvo. Já o turismo de eventos tem como propósito o planejamento e a organização dessa demanda específica. De acordo com Getz (2008), o universo dos eventos é classificado com base em sua natureza, como o valor turístico atribuído. Assim, os eventos são divididos em dois grupos: eventos ordinários, que ocorrem sem um objetivo claro e específico; e eventos especiais, nos quais a duração é limitada, são atrativos para turistas, atraem a atenção da mídia e geram impacto nos locais em que são realizados. Os eventos especiais podem ser classificados de acordo com sua natureza, como celebrações culturais, eventos políticos e de Estado, eventos de arte e entretenimento, eventos de negócios e de comércio, eventos educacionais e científicos, competições esportivas e eventos privados. Getz (2008) também classifica os eventos especiais de acordo com seu potencial turístico, como os de principal interesse neste estudo, os megaeventos, os eventos marcantes e os eventos locais.

Para Lohmann e Panosso Netto (2008), os eventos são de especial interesse para o turismo. Tanto os que ocorrem uma vez, quanto os que se repetem com frequência, porque fazem parte da estratégia e da promoção *marketing* dos destinos.

Kotller, Gertner, Reine Haider (2006) discutem em profundidade especificidades e conceitos relacionados a *marketing* de destino, por eles chamado de *marketing*

de lugar, porque a obra não se refere apenas a cidades turísticas. Defendem que *marketing* de lugares é o uso de ferramentas do *marketing* para enfrentar o desafio do crescimento no âmbito de lugares, atraindo investimentos, moradores e visitantes, e discutem como as comunidades e as regiões podem competir e desenvolver-se na economia global. Se os megaeventos evidenciam as cidades e os países sede na mídia, captam investimentos para esses espaços e exigem construções e adequações do espaço público, então são genuinamente uma ferramenta de *marketing* de lugar. Funk e Bruun (2007) reforçam que os eventos turísticos, como no caso dos megaeventos, são altamente promissores para o desenvolvimento da atividade turística, visto que tendem a ampliar e diversificar o mercado turístico no local sede.

Ao se discutir a influência dos megaeventos sobre os destinos, é relevante destacar que não são todos os eventos que podem ser definidos como 'mega', visto que existem muitas definições para o termo megaeventos. Apresentar a definição de Roche (1994), precursor dos estudos sobre megaeventos, é importante porque, apesar de ter sido construída no século passado, mantém-se atual por abordar elementos como "duração", "resultados permanentes" – que podem ser entendidos como legados – e "local sede". Para Roche (1994), megaevento é "um acontecimento de curta duração, com resultados permanentes nas cidades e/ou países que o sediam e está associado à criação de infraestruturas e facilidades para o evento" (p. 19, tradução nossa). Entretanto, esse conceito não faz referências à comunidade local ou ao público visitante.

Já a definição de megaeventos de Hall (2006) perpassa pela grandiosidade de público, mas o que se destaca é o público-alvo definido, além de seus efeitos políticos, grande divulgação pela mídia, construção de diversas estruturas para servir a infraestruturas, como também o impacto econômico e social no país-sede.

Jago, Dwyer, Lipman, Lill e Vorster (2010) ressaltam a importância de planejamento para que os megaeventos estejam conectados a eventos menores que contribuam para uma imagem positiva do local-sede. A realização de um megaevento deve fazer parte de um plano de desenvolvimento. Essa questão é ainda mais evidenciada em países em desenvolvimento, nos quais os resultados tendem a propiciar maiores benefícios a longo prazo.

Nessa linha de raciocínio, autores como Rodrigues, Dacosta, Pinto e Terra (2008), Reis (2008) e Santos (2000) destacam que os megaeventos são como grandes catalizadores e facilitadores de investimentos, no intuito de não ter um fim em si mesmo: quando estrategicamente planejados, propiciam efetivas transformações em níveis de infraestrutura, sociocultural, organizacional, como também impulsionam o setor de turismo, criam empregos, consumo, arrecadação de impostos, financiamentos.

As definições de megaeventos esportivos não se diferem significativamente das definições gerais de megaeventos, salvo destaque para o caráter competitivo e a realização periódica quadrienal, como a dos autores Ribeiro, Soares e Dacosta (2014), que adotam uma definição de megaeventos esportivos convergente com a definição de Roche (1994).

Para efeito de definição, compreendemos um megaevento esportivo como uma competição que, para ser realizada, necessita de grande aporte financeiro, logístico e humano. Apresenta também grande poder de atração de mídia e é realizada regularmente a cada período de 4 anos (Ribeiro, Soares e Dacosta, 2014, p. 450).

Assim, não se vê necessidade de diferenciar as características e as influências de megaeventos das de megaeventos esportivos nesta discussão teórica.

Quando se estudam megaeventos, as palavras legados e impactos são as primeiras a surgirem. Tavares (2007), com o intuito de diferenciá-las, coloca que os legados estão atrelados à ideia de longo prazo, com ações permanentes, que têm início no presente e que, se planejados adequadamente, podem ser positivos e benéficos, enquanto os impactos têm o caráter mais imediatista, com menor duração.

A reflexão de Pace, Hardt e Figueiredo (2015) sobre megaeventos congrega áreas que podem ser estudadas separadamente para a avaliação dos legados, inclusive os relacionados ao turismo:

O grande legado de megaeventos esportivos pode não estar ligado aos resultados dos jogos em si, mas a outros benefícios que chegam até à população. Grandes eventos são um importante catalisador para melhoria na qualidade de vida e podem acelerar o processo

de reestruturação de uma cidade nas mais diversas áreas, como transporte, segurança, habitação e educação, entre outros. Nessa esfera, o turismo pode se transformar em um benefício que perdura não só durante o evento, mas também depois que ele termina. (Pace; Hardt e Figueiredo, 2015, p. 23, tradução nossa).

Mas vale apontar que os impactos podem não ser totalmente positivos ou totalmente negativos, inclusive o turístico. A escala e a dimensão dos impactos estão estritamente ligadas ao cenário analisado. Assim os legados dependem da área a ser analisada para serem considerados positivos, negativos ou um pouco dos dois (Owen, 2005).

Estudos mostram que há autores que diferenciam impactos de legados, reforçando que impactos são mais frequentemente considerados como consequência a um efeito adverso, um resultado prejudicial ou destrutivo. Enquanto o termo legado é mais frequentemente usado ao apresentar efeitos positivos. Portanto, é possível dizer que legado também tende a ser utilizado em associação com os efeitos que são de maior duração (Romano, Vico, Silva e Uvinha, 2015).

Assim, ao se estudar os pontos positivos, ou legado, dos megaeventos, a área de projeção da imagem do destino-sede aparece como um dos principais. Como uma possível alavanca para o turismo no Brasil, principalmente os esportivos, como no caso da Copa do Mundo Fifa realizada em 2014, e as Olimpíadas e Paralimpíadas de Verão Rio 2016. Além dos esportivos, todos os megaeventos sediados no país merecem grande atenção, pela oportunidade de o turista conhecer a localidade (cidades, país), estender sua estadia e, também, voltar em outras ocasiões (Marcellino, 2013). Em um mundo com distâncias reduzidas pelo advento dos avanços tecnológicos, políticos, econômicos, culturais, entre diversos outros, os megaeventos acabam por permitir uma espécie de vitrine da cidade e país que o sedia, por enfatizar seus aspectos positivos e torná-los conhecidos internacionalmente (Ishiy, 1998).

Desse modo, os megaeventos se colocam diante do mercado como uma grande ferramenta de *marketing* e, também, uma grande influenciadora de escolhas, perpassando diversas atividades socioeconômicas (Britto e Fontes,

2002; Lohmann e Panosso Netto, 2008). Consequentemente, há grande contribuição na divulgação dos atrativos, recursos naturais, culturais e artificiais da sede do evento. Para o turismo, os megaeventos são uma oportunidade e um relevante negócio a ser desenvolvido (Alberini, 2014).

Também durante a realização dos megaeventos, o turismo é o setor mais disputado pelos países. Os produtos turísticos – como passagens aéreas, rodoviárias, diárias hoteleiras, refeições, souvenirs e serviços em geral – são vendidos no atacado e consumidos em grande escala (Matias, 2008; Oliveira 2002).

Os megaeventos são equivalentes a outros esforços que cidades-sede adotam para o incremento do turismo e a visibilidade do destino, no intuito de aumentar o fluxo turístico internacional, impulsionando também o turismo doméstico. São estratégias que envolvem uma combinação de esforços urbanos e locais em prol do benefício não apenas da cidade, destino-sede, mas também do país. Os megaeventos têm a capacidade de reinventar a metrópole e alçá-la a um patamar de importância no contexto mundial. Bem-sucedidos, os megaeventos projetam a imagem da cidade em âmbito nacional e internacional (Tyler, Guerrier e Robertson, 2001).

Os diversos elementos ligados aos megaeventos são articulados diretamente com a proposta de desenvolvimento urbano e o segmento turístico, quanto à criação de infraestrutura e facilidades para sua realização, que podem e devem ser estendidas à comunidade local na busca por resultados benéficos para todos atores envolvidos. Com esse propósito, o megaevento é considerado bem-sucedido quando propicia a divulgação de uma imagem positiva da cidade-sede em âmbito internacional e permite legados positivos para a comunidade local e turistas, minimizando os impactos negativos.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O conteúdo de análise desta pesquisa é a produção científica sobre megaeventos nos artigos publicados em periódicos acadêmicos brasileiros de turismo no período de janeiro de 2010 a dezembro de 2015. A delimitação temporal foi escolhida em função da proximidade com a realização dos

megaeventos esportivos no Brasil, embora Pace, Hardt e Figueiredo (2015) indiquem que pouco se publicou sobre o tema.

(. . .) apesar do fato do tema “megaeventos esportivos” estar repetidamente na mídia devido à escolha do Brasil como país-sede para a Copa do Mundo 2014 e a cidade do Rio de Janeiro como sede dos Jogos Olímpicos de 2016, os números não são significativos no campo científico com relação às contribuições acadêmicas sobre esse assunto. (Pace; Hardt e Figueiredo, 2015, p. 34, tradução nossa).

O processo de seleção das revistas iniciou-se com a busca na lista de classificação de periódicos Qualis-CAPES de 2014 usando-se como filtro de pesquisa a área de avaliação Administração, Ciências Contábeis e Turismo e o título Turismo. A lista geral relaciona 15 periódicos, dos quais dois são publicados na Argentina, portanto descartados de imediato. Apesar de a revista *Arquiteturismo* (Qualis B4) indicar em seu *website* que “é um periódico online mensal sobre as múltiplas relações entre arquitetura e turismo” (ARQUITETURISMO, s/d), os trabalhos que publicam apenas tangenciam turismo, dedicando-se mais a questões de patrimônio arquitetônico. Portanto, não se trata de um periódico especializado em turismo, de modo que também foi descartado da pesquisa.

Em seguida, realizou-se uma busca nos *websites* dos programas de pós-graduação em Turismo recomendados pela CAPES e detectou-se que há um periódico da área que não tem Turismo no título, mas é especializado e conta com classificação Qualis-CAPES. Portanto, no total, o universo de periódicos considerados nesta pesquisa somou 13 revistas.

Quadro 1 – Periódicos nacionais especializados de turismo selecionados para a pesquisa

No.	ISSN	Título	Classificação Qualis 2014 Área de Administração, Ciências Contábeis e Turismo
1	1677-6976	<i>Caderno Virtual de Turismo (UFRJ)</i>	B1
2	1982-5838	<i>Cultur: Revista de Cultura e Turismo</i>	B4
3	2316-5812	<i>ReAT - Revista Eletrônica de Administração e Turismo</i>	B3
4	1980-6965	<i>Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo</i>	B4
5	1983-9391	<i>Revista Brasileira de Ecoturismo</i>	B3
6	1982-6125	<i>Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo</i>	B2
7	2236-6040	<i>Revista Iberoamericana de Turismo</i>	B4

No.	ISSN	Título	Classificação Qualis 2014 Área de Administração, Ciências Contábeis e Turismo
8	1645-9261	<i>Revista Turismo e Desenvolvimento (on-line)</i>	B4
9	1984-4867	<i>Revista Turismo em Análise</i>	B2
10	2316-1493	<i>Revista Turismo Estudos e Práticas</i>	B4
11	2178-9061	<i>Rosa dos Ventos</i>	B3
12	1983-5442	<i>Turismo e Sociedade</i>	B4
13	1983-7151	<i>Turismo: Visão e Ação (online)</i>	B2

Fonte: Qualis-CAPES, 2014.

Como critério de seleção dos artigos, foram considerados os que tinham o termo “megaeventos” no título ou em palavras-chave. Artigos que não utilizaram a palavra “megaeventos” não foram considerados por não evidenciarem que o trabalho tratava diretamente o tema.

O método para realização deste estudo é a bibliometria que, segundo Veal (2011, p. 91), é “um termo acadêmico que se refere ao processo de identificar e estudar pesquisas anteriormente publicadas, relevantes ao tema de interesse”. Araújo e Alvarenga (2011, p. 57) acrescentam que:

(. . .) a bibliometria não se relaciona ou se aplica somente à cienciometria, mas a outros contextos e insumos de conhecimentos passíveis de serem analisados por métricas diversificadas a partir de variáveis distintas e que aparecem na literatura publicada com denominações bem peculiares. (Araújo e Alvarenga, 2011, p.57).

A proposta é apresentar um quadro das revistas brasileiras de turismo quanto à sua produção acerca de megaeventos. Os dados foram coletados dos *websites* por meio de visitas aos endereços eletrônicos das revistas, procedimento compreendido como coleta de campo, visto que cada revista foi entendida como fonte primária de dados.

Apesar de o objetivo principal deste trabalho tratar de compreender como a temática megaeventos é abordada na comunicação científica especializada em turismo, este estudo bibliométrico permite análises mais amplas. Para Hall (2011), “a maior utilidade da bibliometria em estudos de turismo relaciona-se à avaliação de periódicos, bem como daqueles que neles publicam” (p. 17, tradução nossa). Assim, além de avaliar as temáticas dos artigos, as análises se estendem às revistas científicas e aos autores dos trabalhos selecionados para este estudo.

A bibliometria pode adotar diversos métodos de análise e ser utilizada para uma enormidade de fins. O presente trabalho usa a Lei de Bradford, que também é conhecida como Lei de Dispersão do Conhecimento Científico (Araújo, 2006), para indicar a relevância dos periódicos pesquisados sobre o tema megaeventos. Segundo Donohue (1973, p. 17, apud Araújo, 2006, p. 15), essa lei se verifica ao colocar os periódicos em ordem decrescente de produtividade de artigos sobre determinado tema, podendo-se distinguir um núcleo de periódicos mais particularmente devotado ao tema e vários grupos ou zonas que incluem o mesmo número de artigos que o núcleo.

Como foi levantado um número pequeno de periódicos especializados em turismo e também um restrito número de artigos sobre megaeventos, não foi possível chegar ao “multiplicador de Bradford (Bm)”, uma vez que não há um grupo de periódicos que se destaque como grupo principal de divulgação do conhecimento em turismo e megaeventos.

Estudos bibliométricos também podem verificar a aplicação da Lei de Lotka, que analisa a produtividade dos pesquisadores (Araújo, 2006). No início do século XX, o estudioso que dá nome à lei descobriu que uma larga porção da literatura científica é produzida por um pequeno número de autores e, por outro lado, um grande número de pequenos autores se iguala, em produção, ao produzido por aqueles que publicam muito. Na presente pesquisa não foram destacados autores com produção suficiente que permitisse atestar a coerência da lei, já que nenhum autor aparece em mais de um artigo.

Em contrapartida, como a quantidade de artigos publicados sobre megaeventos nos periódicos especializados da área de turismo é pequena, optou-se por análises qualitativas que indicassem as especificidades dos artigos. Foram avaliados os tipos de pesquisas realizadas, as áreas objeto de estudo, os títulos, as palavras-chave e os resumos de cada artigo para compreender e avaliar os temas, a partir dos conceitos de megaeventos discutidos no referencial teórico. Com relação aos autores, listaram-se as instituições de vínculo na época da publicação do artigo e apontou-se a participação em grupos de pesquisa, programas de pós-graduação ou financiamentos, quando havia algum destaque a esse respeito, para verificar se existia concentração

de pesquisas, apoio de alguma instituição de ensino superior ou agência de fomento ao tema megaeventos.

MEGAEVENTOS NOS PERIÓDICOS NACIONAIS DE TURISMO

Dentre os 1.760 artigos publicados no período de janeiro de 2010 a outubro de 2015, identificaram-se 12 artigos dedicados aos megaeventos nos periódicos de turismo com Qualis CAPES, conforme informação apresentada na Tabela 1.

Tabela 1 – Periódicos e quantidade de artigos publicados de 2010 a 2015

Revistas	Número de edições	Artigos publicados	Artigos sobre megaeventos	% de artigos sobre megaeventos
Turismo e Sociedade	16	141	4	2,8
Revista Turismo em Análise	18	180	2	1,1
Caderno Virtual de Turismo	20	167	1	0,6
Cultur: Revista de Cultura e Turismo	16	123	1	0,8
Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo	15	77	1	1,3
Revista Turismo Estudos e Práticas	10	57	1	1,8
Rosa dos Ventos	21	178	1	0,6
Turismo: Visão e Ação	18	150	1	0,7
ReAT: Revista Eletrônica de Administração e Turismo	7	44	0	0
Revista Brasileira de Ecoturismo	25	329	0	0
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	18	143	0	0
Revista Iberoamericana de Turismo	13	109	0	0
Revista Turismo e Desenvolvimento	9	62	0	0
Total	206	1760	12	0,7

Fonte: Autores, 2016.

Como dito anteriormente, o número de periódicos especializados em turismo no Brasil é reduzido e ainda menor o número de publicações sobre megaeventos no período estudado. Assim, não há como analisar em profundidade a dispersão do conhecimento científico sobre megaeventos em turismo, mas é possível afirmar que 61% dos periódicos pesquisados publicaram artigos sobre a temática em questão e que há uma revista, a *Turismo e Sociedade*, que se destaca, com quatro artigos, em um número especial dedicado a megaeventos¹. Em segundo lugar, a Tabela 1 mostra que a *Revista Turismo e Análise* publicou dois artigos. Assim, esses dois periódicos formam um primeiro grupo com a concentração do

1 No editorial, o editor chama de Dossiê sobre Megaeventos (BAHL, 2014), no qual foram publicados oito artigos, mas apenas quatro usavam o termo megaeventos no título ou nas palavras-chave.

conhecimento científico sobre megaeventos em turismo. As demais seis revistas, objeto deste estudo, publicaram apenas um artigo.

Outro dado analisado é a pouca representatividade que a temática megaeventos tem sobre o total de artigos publicados pelos periódicos no período de cinco anos pesquisados. A média é de 0,7% artigos sobre megaeventos. Na revista *Turismo e Sociedade*, esse percentual é de 2,8%; e na *Revista Turismo em Análise*, 1,1%. Os demais periódicos têm números muito diferentes de total de artigos publicados, mas dois deles (*Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo* e *Revista Turismo Estudos e Práticas*), embora com apenas um artigo publicado cada, terminam por ter um percentual de representação maior que o da *Revista Turismo em Análise*.

Resgatando os dados sobre a classificação Qualis da Tabela 1, não é possível identificar tendência de busca, por parte dos autores, por periódicos mais qualificados ou não, pois a *Turismo e Sociedade* é B4, a *Revista Turismo em Análise* é B2 e, entre os periódicos que publicaram um único artigo, há B1, B2, B3 e B4. Importante destacar que não existem periódicos especializados em turismo publicados no Brasil com Qualis superior a B1.

Quadro 2 – Ano de publicação por periódico

Título	Revista	Ano (volume, número)
1. Megaeventos: uma estratégia de atração turística?	<i>Revista Turismo e Sociedade</i>	2014 (v.7, n. 1)
2. A gastronomia brasileira na Copa do Mundo de Futebol da Fifa 2014: uma breve análise	<i>Revista Turismo e Sociedade</i>	2014 (v. 7, n. 1)
3. Megaeventos esportivos: reflexões sobre sustentabilidade e suas relações com o turismo	<i>Revista Turismo e Sociedade</i>	2014 (v. 7, n. 1)
4. Copa do Mundo no Brasil: entre expectativas elevadas e benefícios imprecisos	<i>Revista Turismo e Sociedade</i>	2014 (v. 7, n. 1)
5. Percepção do residente em relação a turismo de megaevento: análise bibliométrica de periódicos internacionais e latino-americanos	<i>Revista Turismo em Análise</i>	2013 (v. 24, n. 3)
6. Pesquisa de identificação do perfil e satisfação dos turistas e visitantes de Brasília durante a Copa do Mundo 2014	<i>Revista Turismo em Análise</i>	2015 (v. 26, n. 1 Especial)
7. Megaeventos esportivos e relações internacionais como estratégia de atração turística	<i>Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo</i>	2012 (v. 7, n. 1)
8. A hospitalidade urbana de Fortaleza-CE frente ao megaevento Copa do Mundo 2014	<i>Turismo: Estudos e Práticas</i>	2013 (v. 2, n. 2)
9. Cidade mercadoria cidade-vitrine, cidade turística: a espetacularização do urbano nos megaeventos esportivos	<i>Caderno Virtual de Turismo</i>	2014 (v. 14, n. Especial)

10. Public participation in environmental impact assessment (EIA) and major sports events: a comparative analysis of the London 2012 Olympic Games and the Rio 2007 Pan American Games	<i>Rosa dos Ventos</i>	2014 (v. 6, n. 4)
11. Um modelo conceitual de megaeventos musicais	<i>Cultur: Revista de Cultura e Turismo</i>	2015 (v. 9, n. 2)
12. As mudanças na imagem das cidades de Curitiba e Florianópolis: um estudo sobre os reflexos da divulgação das cidades sedes para a Copa do Mundo da Fifa 2014	<i>Turismo Visão e Ação</i>	2015 (v. 17, n. 2)

Fonte: Autores, 2016.

O Quadro 2 relaciona os 12 artigos, com seus respectivos anos de publicação, a fim de compreender se o tema de megaeventos sediados pelo Brasil seria objeto de estudo dessas publicações. Como dito anteriormente, todos os artigos da *Turismo e Sociedade* foram editados conjuntamente em um número especial sobre megaeventos lançado no início do ano de 2014. Pelos títulos, pode-se afirmar que dois desses artigos são de temáticas ligadas à Copa do Mundo, que seria realizada em meados de 2014. Os outros dois tratam de temas correlatos à discussão de megaeventos e turismo, um discute o megaevento como estratégia de divulgação turística e outro aborda relações entre megaeventos, sustentabilidade e turismo.

Na *Revista Turismo em Análise*, há um artigo publicado em 2013 que, coincidentemente, traz um estudo bibliométrico, e outro em 2015 dedicado ao estudo da satisfação dos visitantes da Copa do Mundo de 2014 no Brasil, publicado em um número especial sobre o tema demanda turística.

Analisando os artigos publicados pelo segundo grupo de periódicos, há um publicado em 2012 que não trata dos megaeventos esportivos que seriam realizados no Brasil, mas de megaeventos como estratégia de *marketing* turístico internacional. Outro foi publicado em 2013 e o tema Copa do Mundo 2014 (Brasil) figura no título. Dois artigos foram publicados no ano de 2014: um fez parte de um número especial sobre hospitalidade e políticas públicas de turismo e discutiu a questão da espetacularização de cidades em razão dos megaeventos esportivos; outro faz comparações sobre processo de avaliação de impactos ambientais entre as Olimpíadas de Londres 2012 e os Jogos Pan-Americanos Rio 2007. Dos artigos publicados em 2015, um trata de megaeventos musicais e outro aborda diretamente os resultados da Copa do Mundo de 2014 na imagem da cidade de Curitiba.

Assim, pode-se dizer que, dos artigos pesquisados, menos da metade teve como foco de estudo os megaeventos esportivos realizados ou em fase de organização à época das publicações.

O levantamento mostrou que, entre 2010 e 2012, é nula a publicação sobre a temática megaeventos em periódicos brasileiros e que, de fato, as realizações dos megaeventos esportivos no Brasil geraram pesquisas e, conseqüentemente, publicações, pois a Copa do Mundo de 2014 aparece em 5 dos títulos dos 12 artigos publicados, ou seja, 41%.

O Quadro 3 detalha os autores, as instituições de vínculo e os programas de pós-graduação vinculados a cada artigo encontrado.

Quadro 3 – Dados sobre artigos, autores e vínculos institucionais

Título	Autores	Instituição de vínculo	Programa de pós-graduação
1. Megaeventos: uma estratégia de atração turística?	Bruno Alberini	Centro Universitário FAE Business School, Paraná, Brasil	Especialização em Marketing FAE
2. A gastronomia brasileira na Copa do Mundo de Futebol da Fifa 2014: uma breve análise	Maria Henriqueta S. G. Gimenes-Minasse	Universidade Federal do Paraná, Brasil	Doutorado em História UFPR
3. Megaeventos esportivos: reflexões sobre sustentabilidade e suas relações com o turismo	Tassiana Hille Pace	Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Brasil	Doutorado em Arquitetura e Urbanismo na PUCPR
	Leticia Antunes Hardt	Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Brasil	Programa de Pós Graduação em Gestão Urbana PUCPR
4. Copa do Mundo no Brasil: entre expectativas elevadas e benefícios imprecisos	Olga Lúcia C. de F. Firkowski	Universidade Federal do Paraná, Brasil	Mestrado em Geografia UFPR
	Patricia Baliski	Universidade Federal do Paraná, Brasil	Mestrado em Geografia UFPR
	Alexandre Gomes Ferreira	Universidade Federal do Paraná, Brasil	Mestrado em Geografia UFPR
5. Percepção do residente em relação a turismo de megaevento: análise bibliométrica de periódicos internacionais e latino-americanos	Marcelo Chiarelli Milito	Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil	Mestrado em Turismo UFRN
	Sérgio Marques	Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil	Programa de Pós-Graduação em Turismo UFRN
	Mauro Lemuel	Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil	Programa de Pós-Graduação em Turismo UFRN

Título	Autores	Instituição de vínculo	Programa de pós-graduação
6. Pesquisa de identificação do perfil e satisfação dos turistas e visitantes de Brasília durante a Copa do Mundo 2014	Karen Grazielle Furlan Basso	Universidade Tecnológica de Dalian, China	Doutorado em Gestão do Turismo na Faculdade de Economia e Gestão
	Thamyris Carvalho Andrade	Universidade de Brasília, Brasil	Mestrado em Turismo no Centro de Excelência em Turismo da UNB
	Ariadne Pedra Bittencourt	Universidade Latino-Americana e do Caribe, México	Mestrado em Gestão do Turismo e Meio Ambiente
7. Cidade mercadoria cidade-vitrine, cidade turística: a espetacularização do urbano nos megaeventos esportivos	Gilmar Mascarenhas de Jesus	Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil.	Programa de Pós-graduação em Geografia UERJ
8. Um modelo conceitual de megaeventos musicais	Fabício Silva Barbosa	Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil	Doutorado da Escola de Engenharia de Produção UNIRIO
	Annibal José Scarvada	Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil	Doutorado da Escola de Engenharia de Produção UNIRIO
9. Megaeventos esportivos e relações internacionais como estratégia de atração turística	Iata Oliver Fernandes Silva	Universidade Anhembi Morumbi, Brasil	Mestrado em Hospitalidade UAM
10. A hospitalidade urbana de Fortaleza-CE frente ao megaevento Copa do Mundo 2014	Maraísa Nunes Cavalcanti	Faculdade Nordeste, Brasil	Bacharelado em Turismo
	Ingrid Carneiro de Lima	Universidade Federal do Ceará, Brasil	Mestrado em Geografia UFC
11. Public participation in environmental impact assessment (EIA) and major sports events: a comparative analysis of the London 2012 Olympic Games and the Rio 2007 Pan American Games	Gisele Silva Pereira	Universidade Federal de Pelotas, Brasil	Departamento de Turismo
	Suzana Maria de Conto	Universidade Caxias do Sul, Brasil	Programas de Pós-Graduação em Turismo da UCS
12. As mudanças na imagem das cidades de Curitiba e Florianópolis: um estudo sobre os reflexos da divulgação das cidades sedes para a Copa do Mundo da Fifa 2014	Stefanie Fontanete Trotta	Não informado	Graduação em Relações Internacionais
	Vivian Iara Strehlau	Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, Brasil	Doutorado em Administração de Empresas
	Frederico de Araujo Turolla	Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, Brasil	Doutorado em Economia de Empresas

Fonte: Autores, 2016.

O Quadro 3 revela que, no total, foram 24 pesquisadores que publicaram sobre megaeventos. Há quatro artigos com um único autor, quatro com dois

autores e outros quatro com três autores. Vale destacar que nenhum autor se repete entre os artigos estudados.

Assim, é possível supor que os trabalhos publicados não geraram materiais suficientes para mais de um artigo ou que os estudos não são resultantes de grupos de pesquisa que investigam a temática com continuidade e intensidade para produzir artigos com constância. Tal desconfiança se baseia em resultados de outros estudos bibliométricos, como o realizado por Milito, Marques e Alexandre (2013), que esclarecem:

Nas revistas internacionais se observou 10 pesquisadores, no universo de 166, que publicaram mais de um artigo sobre o tema na última década (. . .) O fato de que existem autores que fazem 5 publicações ou mais em uma década, nas duas revistas internacionais mais relevantes da área e sobre o tema em questão, pode ser considerado um indicativo que existem especialistas internacionais sobre o tema. (p. 497).

Os dados referentes aos vínculos institucionais indicam uma diversidade institucional de origem dos pesquisadores que publicaram sobre megaeventos, mas há um destaque: a *Turismo e Sociedade*, publicada pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), publicou os quatro artigos de autores de instituições sediadas no estado do Paraná, concentração local não recomendada pelos critérios de qualificação de periódicos científicos, mas aceitável por se tratar de um número especial.

A distribuição geográfica das instituições de ensino a que os autores estão vinculados indicam concentração nos estados da região Sul, com quatro artigos de autores provenientes do Paraná e um do Rio Grande do Sul. Em seguida, destacam-se os estados da região Sudeste, com dois artigos de autores provenientes de instituição de ensino superior (IES) de São Paulo e dois do Rio de Janeiro. Dois artigos são de autores de instituições sediadas em capitais de estados do Nordeste. Não há artigo publicado por pesquisadores de instituições da região Norte. Só há um artigo com autores com vínculo a IES estrangeiras e que também tem um autor vinculada à uma IES da região Centro-Oeste.

Quando se analisam os cursos da última formação ou o vínculo dos pesquisadores, observa-se que, dos 24 autores, nove têm relação direta com turismo e um com hospitalidade. Dos demais, cinco são da área de geografia,

dois de arquitetura e urbanismo, dois de engenharia da produção, um de *marketing*, um de história, um de relações internacionais, um de administração e um de economia. Portanto, a maioria dos autores (21%) são pesquisadores da área de turismo e o caráter interdisciplinar da temática megaeventos e turismo foi evidenciada com a variedade de área dos pesquisadores.

Quadro 4 – Título, palavras-chave e principais resultados extraídos dos artigos

Título	Palavras-chave	Principais resultados extraídos do artigo
1. <u>Megaeventos</u> : uma estratégia de atração turística?	<u>Megaeventos</u> , Estratégias, Atratividade turística, Copa do Mundo de Futebol	Megaeventos podem contribuir com a promoção da imagem do país-sede. Megaeventos esportivos como uma estratégia viável no estímulo à atratividade turística; ao desenvolvimento sociocultural; oportunidade de modernização.
2. A gastronomia brasileira na Copa do Mundo de Futebol da Fifa 2014: uma breve análise	Gastronomia, <u>Megaeventos</u> , Copa do Mundo 2014, Brasil	Avaliação parcial das ações poderiam ser desenvolvidas de forma mais adequada, constatando-se esforços mínimos para divulgação do patrimônio gastronômico brasileiro. Com a inexistência de relatórios parciais e a finalização do artigo concomitantemente ao andamento das atividades, recomendou-se avaliação posterior ao término do evento, no que tange a fluxos turísticos de médio e longo prazos.
3. <u>Megaeventos</u> esportivos: reflexões sobre sustentabilidade e suas relações com o turismo	<u>Megaeventos</u> , sustentabilidade, turismo, legados	Em eventos anteriores, as ações foram pontuais e isoladas, não produzindo legado para cidade e população local. Considerar de forma integrada as variáveis ambientais e socioeconômicas no planejamento de infraestrutura para salvaguarda da sustentabilidade.
4. Copa do Mundo no Brasil: entre expectativas elevadas e benefícios imprecisos	Copa do Mundo, <u>megaevento</u> , transformações urbanas, Curitiba	Disparidade na distribuição de investimentos entre regiões brasileiras. Em Curitiba, cidade foco do estudo, as grandes transformações deram-se na ligação do aeroporto ao estádio, não viabilizando solução para o problema urbano da cidade e sim das necessidades impostas pelo megaevento, resultando acentuação nas desigualdades de políticas públicas e sociais.
5. Percepção do residente em relação a turismo de <u>megaevento</u> : análise bibliométrica de periódicos internacionais e latino-americanos	Turismo, <u>megaeventos</u> , residentes, américa latina, bibliometria	A partir do recorte, evidenciou-se presença nas discussões acadêmicas, porém as publicações provenientes e voltadas ao continente latino estão à margem do marco teórico. Recomenda-se maior contingente de publicações sobre a temática e uso de técnicas e teorias considerando o contexto local. Necessidade de outras pesquisas, inclusive estudos bibliométricos na mesma vertente com outros recortes.
6. Pesquisa de identificação do perfil e satisfação dos turistas e visitantes de Brasília durante a Copa do Mundo 2014	Turismo, pesquisa de perfil de visitantes, <u>Megaeventos</u> esportivos, demanda turística	Perfil visitante no estádio: 34% de São Paulo (nacional); 29% Colômbia (internacional). Perfil aeroporto: motivação da viagem, 40,9% negócios ou trabalho; 53% pernoitam 1 a 3 dias em Brasília; 57% hospedados em hotéis; 64,9% viajam com familiares ou amigos; 35% pela primeira vez no destino. Avaliações de satisfação entre muito bom e bom sobre o aeroporto. Recomendações de procedimentos a serem considerados nesse tipo de pesquisa.

Título	Palavras-chave	Principais resultados extraídos do artigo
7. Cidade mercadoria cidade-vitrine, cidade turística: a espetacularização do urbano nos <u>megaeventos</u> esportivos	<u>Megaeventos</u> esportivos, cidade espetáculo, políticas urbanas	A cidade espetáculo não atende a todos, ao mesmo tempo que o “sucesso” na promoção do turismo acarreta um custo social, cultural e ambiental. Articulação entre “turistificação” e interesses do empreendedorismo urbano; mercantilização de pedaços em vez do espaço.
8. Um modelo conceitual de <u>megaeventos</u> musicais	Gestão de serviços, eventos, entretenimento, música	Identificação das etapas para o planejamento estratégico em megaevento. Elaboração de um modelo conceitual.
9. <u>Megaeventos</u> esportivos e relações internacionais como estratégia de atração turística	Copa do Mundo, Olimpíadas, turismo, relações internacionais	Por meio de medidas e ajuda do poder público-privado, buscam explorar, com máxima eficiência, a realização dos megaeventos esportivos consolidando o Brasil como um país bonito, alegre, próspero, seguro e líder para o mundo. Ressalta também que a aferição dos resultados ainda é muito recente, pois espera-se um primeiro balanço pós Copa2014 para reajustes nas Olimpíadas.
10. A hospitalidade urbana de Fortaleza-CE frente ao <u>megaevento</u> Copa do Mundo 2014	Hospitalidade urbana, sinalização turística, <u>megaevento</u> , Copa do Mundo	Evidenciou-se que a hospitalidade urbana deve ser voltada inicialmente para o bem-estar dos moradores, mesmo que eles não apreciem, conheçam ou percebam a cidade e seus recursos. Insatisfação relevante na infraestrutura física da cidade para receber os turistas. Atores sociais esperançosos com as mudanças positivas causadas pelo megaevento.
11. Public participation in environmental impact assessment (EIA) and major sports events: a comparative analysis of the London 2012 Olympic Games and the Rio 2007 Pan American Games	Avaliação de impacto ambiental, participação pública, <u>megaeventos</u> esportivos, Jogos Olímpicos, Jogos Pan Americanos	Resultados demonstraram que há evidências da participação pública no processo de Avaliação de Impacto Ambiental (AIA), apresentam a tomada de decisão e o processo de planejamento para Londres 2012 e Vila Pan Americana dos Jogos do Rio 2007. Recomendação específica sobre a participação do público é proposto para o contexto brasileiro, a fim de reforçar o seu quadro regulamentar para licenciamento ambiental. Encoraja-se a realização de pesquisas nessa temática envolvendo as participações populares no planejamento e legado dos megaeventos.
12. As mudanças na imagem das cidades de Curitiba e Florianópolis: um estudo sobre os reflexos da divulgação das cidades sedes para a Copa do Mundo da Fifa 2014	<u>Megaeventos</u> , marca de lugar, imagem de destino, Curitiba, Florianópolis	Os resultados indicam que, apesar de haver uma diferença menor no número de reportagens encontradas nos jornais The New York Times e El País, houve um aumento na avaliação positiva destas, permitindo acreditar que a divulgação trouxe reflexos positivos para as cidades. Curitiba – análise de 91 artigos no The New York Times (45) e El País (46), em que os temas são: 30% infraestrutura; 15% cultura; 12% economia. Maior retorno na projeção da imagem ao investir em infraestrutura e sustentabilidade. Florianópolis – análise de 32 artigos no The New York Times (14) e El País (18), sendo: 29% referentes à cultura; 13% ao turismo. A imagem está fortemente apoiada em turismo.

Fonte: Autores, 2016.

O Quadro 4 apresenta uma análise referente às palavras-chave e aos principais resultados obtidos pelos estudos, extraídos das discussões dos resultados e/ou da conclusão do artigo, que foram lidos integralmente na busca de melhor

compreensão acerca do que foi discutido no artigo. Optou-se pela análise desses itens dos artigos por serem os resumos limitados por um número máximo de palavras ou caracteres em cada periódico. Com este trabalho acurado de análise, considera-se que os dados do presente estudo permitem avaliar a interação que cada pesquisa faz entre megaeventos e turismo.

Analisando, especificamente, as palavras-chaves², observa-se que dois artigos não têm “megaeventos” entre as palavras-chave, “megaeventos” aparece em sete artigos e “megaeventos esportivos” em três, sendo que “Copa do Mundo de Futebol” aparece como palavra-chave de cinco artigos, corroborando com a ideia de que a realização de megaeventos esportivos no Brasil deveria gerar produções científicas.

Por outro lado, “turismo” e o adjetivo “turística” figuram entre as palavras-chave de apenas seis artigos. Dos outros seis que não referenciam a atividade turística ou o turismo nas palavras-chave, foi necessário aprofundar a análise dos conteúdos dos artigos para confirmar se a relação com o turismo estava presente.

O resultado foi que o artigo 2 trata de gastronomia como patrimônio cultural e os resultados indicam a necessidade de pesquisas após a Copa do Mundo 2014 junto à demanda turística, de modo que há relação com turismo.

Considerando os resultados do artigo 4, apreende-se que o trabalho discute a questão da desigualdade social e as transformações urbanas geradas com obras realizadas para a Copa do Mundo, considerando o turismo somente no levantamento de informações no que se refere a transformações urbanas, citando a infraestrutura turística de placas informativas.

O artigo 7 tem relação direta com turismo, pois avalia o custo elevado do megaevento como estratégia de promoção turística e as consequências da “turistificação” dos lugares.

O artigo 8 de fato não tem qualquer relação com turismo: trata de processos para a realização de um megaevento de música como uma atividade de entretenimento.

² Para a análise das palavras-chave, foram consideradas idênticas as palavras no singular e no plural. Também foram considerados sinônimos: Copa do Mundo de Futebol, Copa de Futebol, Copa do Mundo e Copa do Brasil. Tais diferenças são consequências da falta de um *thesaurus* consolidado da área, que dificulta muito os estudos bibliométricos.

A avaliação de impacto ambiental de megaeventos esportivos é o foco do artigo 11, que também enaltece a importância da participação popular no processo de planejamento e de avaliar consequências, entretanto seu conteúdo não menciona turismo.

Por fim, o artigo 12 estuda a divulgação das cidades de Curitiba e Florianópolis em função da Copa do Mundo do Brasil sob o olhar dos conceitos de marca de lugar e imagem dos destinos e conclui que a imagem dessas cidades está fortemente apoiada em turismo.

Portanto, dos doze artigos avaliados, três tratam de megaeventos, mas, nas palavras-chave e nos resultados extraídos de seus conteúdos, não é evidenciada a relação dos trabalhos com o estudo do turismo, apesar de terem sido publicados em periódicos especializados da área.

Por outro lado, é possível destacar que os principais temas abordados no referencial teórico sobre megaeventos (como legado, impactos, participação da comunidade, *marketing* de lugar, infraestrutura urbana e facilidades construídas para o evento) figuram nas discussões teóricas dos artigos investigados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi analisar o conhecimento científico dos periódicos de turismo brasileiros quanto à produção acerca de megaeventos nos últimos cinco anos, por meio de um estudo bibliométrico.

Dentre os 1.760 artigos publicados de janeiro de 2010 a dezembro de 2015, em 13 periódicos de turismo analisados, apenas 12 foram sobre megaeventos, representando cerca de 0,02% dos trabalhos no período de cinco anos, mostrando restrita produção científica dos pesquisadores no estudo e na publicação nos periódicos nacionais sobre o tema, em contraposição a uma fase auge do Brasil como sede de jogos mundiais. Dos artigos identificados, nove eram referentes a megaeventos esportivos, um sobre megaeventos musicais, outro sobre estratégia turística e um sobre turismo de megaeventos.

A partir das definições levantadas no referencial teórico, discutidas por pesquisadores que relacionam megaeventos e turismo, é possível afirmar que, dos 12 artigos encontrados: quatro abordam temáticas que se aproximam das discussões de megaeventos como um elemento do *marketing* de cidades, estudando a imagem ou a capacidade de atração de turistas de cidades-sede; três valorizam a participação da comunidade local nos processos de planejamento e execução de megaeventos, priorizando os moradores quando se pensa em legado; dois exploram diretamente o conceito de legado e sua aplicabilidade; um avalia a satisfação dos visitantes que participaram de um megaevento; um aborda a importância do planejamento urbano para o sucesso de megaeventos; e, por fim, o último traz dados pontuais sobre etapas a serem seguidas no planejamento de um megaevento. Assim, conclui-se que as abordagens de megaeventos nos periódicos brasileiros coincidem com as reflexões das pesquisas internacionais sobre o tema.

Entretanto, o levantamento realizado indica uma marginal importância dada à relação “megaeventos e turismo” pelos pesquisadores brasileiros, o que não se justifica, considerando-se o fato de o país ter sediado, na última década, importantes megaeventos, além dos esportivos. Dos artigos publicados, um foi no ano de 2012, dois em 2013, seis em 2014 e três em 2015, o que mostra um pequeno aumento no número de publicações sobre megaeventos nos últimos dois anos.

Entretanto, a variedade de área de pesquisa dos autores e de instituições de ensino de origem indica o quão importante são as diferentes visões do setor e sua relação com o turismo, o que contribui com críticas e impulsiona no questionamento dos megaeventos, mesmo que nem todos trabalhos tenham relação direta com o estudo do turismo. Os dados revelam que há uma diversificação da produção científica sobre megaeventos beneficiando setores direta e indiretamente relacionados, além de contribuir com a qualidade da produção intelectual ligada a turismo.

Este estudo entende a necessidade de mais produção acerca de turismo e megaeventos que tenham como fundamentação a importância de um segmento para o outro, bem como infinitas possibilidades de incremento de ações que permitam um benefício mútuo entre essas atividades.

Vale ressaltar que o trabalho analisa somente artigos que usam megaeventos no título ou nas palavras-chave e revistas nacionais com a palavra turismo no nome ou ligadas aos programas de pós-graduação em turismo, havendo, no entanto, diversos trabalhos publicados em outros veículos (revistas das áreas de educação física, políticas públicas, educação, meio ambiente) que se correlacionam ao conceito multidisciplinar de turismo. São cada vez mais necessários estudos críticos com análises aprofundadas na teoria e na realidade. Este artigo espera aguçar futuras pesquisas que colaborem com o presente estudo.

REFERÊNCIAS

Alberini, B. (2014). Megaeventos: uma estratégia de atração turística? **Turismo e Sociedade**, Curitiba, v. 7, n. 1, p. 64-76.

Araújo, C.A. (2006). Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em Questão**. Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 11-32, jan./jun.

Araújo, R.F.; Alvarenga, L. (2011). A bibliometria na pesquisa científica da pós-graduação brasileira de 1987 a 2007. **Enc. Bibli: R. Eletr. Bibliotecon**. Ci. Inf., Florianópolis, v. 16, n. 31, p. 51-70, 2011.

Arquiteturismo. (s/d). **Expediente**. Disponível em: <http://www.vitruvius.com.br/revistas/expedient/arquiteturismo>. Acesso em: 25/10/2015.

BAHL, M. Editorial. **Turismo e Sociedade**. v.7 n. 1, p. 7-15, 2014.

Barbosa, F.S. e Scarvada, A.J. (2015). Um modelo conceitual de megaeventos musicais. **Cultur - Revista de Cultura e Turismo**, Ilhéus (BA), v. 9, n. 2, p. 135-150, 2015.

Basso, K.G.F.; Andrade, T.C. e Bittencourt, A.P. (2015). Pesquisa de Identificação do perfil e satisfação dos turistas e visitantes de Brasília durante a Copa do Mundo 2014. **Turismo em Análise**. São Paulo, v. 26, n. 1, p. 68-91.

Brasil. Ministério do Turismo. (2013). **Plano Nacional de Turismo 2013-2016**. Brasília, DF.

Britto, J.; Fontes, N. (2002). **Estratégia para eventos**: uma ótica do marketing e do turismo. – São Paulo: Aleph.

Cavalcanti, M.N. e Lima, I.C. (2013). A hospitalidade urbana de Fortaleza-CE frente ao megaevento Copa do Mundo de 2014. **Turismo: Estudos e Práticas**. Mossoró (RN), v. 2, n. 2, p. 107-132.

Firkowski, O.L.C.F.; Baliski, P. e Ferreira, A.G. (2014). Copa do Mundo no Brasil: entre expectativas elevadas e benefícios imprecisos. *Turismo e Sociedade*. Curitiba, v. 7, n. 1, p. 41-63.

Freitag, B.B.; Tiscoski, G.P. e Moretto Neto, L. (2010). Análise da produção acadêmica em administração sobre turismo. **34º EnANPAD**, Rio de Janeiro, p. 1-13.

Funk, D. e Bruun, T. (2007). The role of socio-psychological and culture-education motives in marketing – international sport tourism: a cross-cultural perspective. **Tourism Management**, 20 (3), 806-819.

Getz, D. (2008) Event tourism: definition, evolution and research. **Tourism Management**. 29; p. 403-428.

Gimenes-Minasse, M.H.S.G. (2014). A gastronomia brasileira na Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014: uma breve análise. **Turismo e Sociedade**. Curitiba, v. 7, n. 1, p. 77-98.

Hall, M. (2011). Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. **Tourism Management**. V. 32. p. 16-27.

Hall, C.M. (2006). Urban entrepreneurship, corporate interests and sports mega-events: The thin policies of competitiveness within the hard outcomes of neoliberalism. In: HORNE, J e MANZENREITER, W. (orgs). **Sports mega-events: Social scientific analyses of a global phenomenon**. Oxford: Blackwell, p. 59-70.

ICCA – International Congress and Convention Association. (2014) **The international association meetings market 2014 - ICCA statistic report 2014**. Disponível em: <www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?docid=1789>. Acesso em 30 de abril de 2016.

Ishiy, M. (1998). Turismo e megaeventos esportivos. **Turismo em Análise**. São Paulo, v. 9, n. 2, p. 47-61.

Jago, L.; Dwyer, L.; Lipman, G.; Lill, D. e Vorster, S. (2010). Optimising the potential of mega-events: an overview. **International Journal of Event and Festival Management**, v. 1, p. 220-237.

Jesus, G.M. (2014). Cidade mercadoria, cidade-vitrine, cidade turística: a espetacularização do urbano nos megaeventos esportivos. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 14, n. especial, p. 52-65.

Kotler, P; Gertner, D.; Rein, I e Haider, D. (2006). **Marketing de lugares: como conquistar crescimento ao longo prazo na América Latina e no Caribe**. São Paulo: Prentice Hall.

Lohmann, G. e Panosso Netto, A. (2008). **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph.

- Marcellino, N.C. (org.). (2013). **Legados de megaeventos esportivos**. Campinas, SP: Papirus. (Coleção Fazer/Lazer).
- Matias, M. (2008). Os efeitos dos megaeventos esportivos nas cidades. **Turismo e Sociedade**. Curitiba, v. 1, n. 2, p. 175-198.
- Milito, M.C; Marques, S. e Alexandre, M.L. (2013). Percepção do residente em relação a turismo e megaevento: análise bibliométrica de periódicos internacionais e latino-americanos. **Turismo em Análise**. São Paulo, v. 24, n. 3, p. 482-502.
- Oliveira, A. P. (2002). **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. 4. ed. São Paulo: Atlas.
- Owen, J. (2005). Estimating the cost and benefit of hosting Olympic Games: what can Beijing expect from its 2008 Games? **The Industrial Geographer**. v.3, n.1, p.1-18.
- Pace, T.H. e Hardt, L.P.A. (2014). Megaeventos esportivos: reflexões sobre sustentabilidade e suas relações com o turismo. **Turismo e Sociedade**. Curitiba, v. 7, n. 1, p. 16-40.
- Pace, T.H.; Hardt, L.P.A. e Figueiredo, F.C. (2015). Sorting mega-events and tourism: bibliometric relationships in academia. *Business and Management Review*, v. 4, n.12, May.
- Panosso Netto, A. (2010). **O que é turismo**. São Paulo: Brasiliense. (Coleção primeiros passos).
- Pereira, G.S. e Conto, S.M. (2014). Public Participation in environmental impact assessment (EIA) and major sports events: a comparative analysis of the London 2012 Olympic Games and the Rio 2007 Pan American Games. **Revista Rosa dos Ventos**. Caxias do Sul (RS), v. 6, n. 4, p. 488-507.
- QUALIS-CAPES. (s/d). **Periódicos classificação 2014 área de Administração, Ciências Contábeis e Turismo**. Disponível em: [Disponível em: <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculo_PublicacaoQualis/listaConsultaGeralPeriodicos.jsf>](https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculo_PublicacaoQualis/listaConsultaGeralPeriodicos.jsf). Acesso em 02/11/2015.
- Reis, A.C. (2008). Megaeventos e turismo: uma breve revisão. In Rodrigues, R.P.; DaCosta, L; Pinto, L.M.; Terra, R. **Legados de megaeventos esportivos**. Ministério do Esporte. DF, Brasil.
- Ribeiro, C.H.V.; Soares, A.J.G. e Dacosta, L.P. (2014). Percepção sobre o legado dos megaeventos esportivos no Brasil: o caso da Copa do Mundo FIFA 2014 e os Jogos Olímpicos 2016. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**. Florianópolis, v. 36, n. 2, p. 447-466, abril/junho.
- Roche, M. Mega events and urban policy. (1994). In: **Annals of Tourism Research**. 21, 1994, Nova York. Anais... Nova York: Pergamon Press, 1994.

Rodrigues, R.P.; Dacosta, L., Pinto, L.M. e Terra, R. (2008). **Legados de megaeventos esportivos**. Ministério do Esporte. DF, Brasil.

Romano, F.S; Vico, R.P.; Silva, A.C.; Uvinha, R.R. (2015). Megaeventos esportivos: Uma reflexão sobre os legados da UEFA Eurocopa. **Revista Podium, Sport, Leisure and Tourism Review**. v. 4, n. 3, setembro/dezembro.

Ruschmann, D.M. e Solha, K.T. **Planejamento turístico**. Barueri (SP): Manole, 2006.

Santos, M.P. (2000). Da Expo'98 ao Euro 2004: notas para o estudo do impacto de grandes eventos no turismo regional. **Educação e Comunicação**. (4). 22-47.

Silva, I.O.F. (2012). Megaeventos esportivos e relações internacionais como estratégia de atração turística. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**. Rio de Janeiro, v. 7, n. 1.

Silva, S.B.M.; Carvalho, S.S e Silva, B.C.M.N. (2009). Globalização, turismo e residências secundárias: o exemplo de Salvador-Bahia e de sua região de influência. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 3.

Tavares, O. (2007). Instalações temporárias do Pan Rio 2007: possíveis legados. In: Rubio, K. (Org.). **Megaeventos esportivos, legado e responsabilidade social**. São Paulo: Casa do Psicólogo.

Trotta, S.T.; Strehlau, V.I. e Turolla, F.A. (2015). As mudanças na imagem das cidades de Curitiba e Florianópolis: um estudo sobre os reflexos da divulgação das cidades sedes para a Copa do Mundo da Fifa 2014. **Revista Turismo Visão e Ação**, Balneário Camboriú (SC), v.17, n.2, ago.

Tyler, D.; Guerrier, Y. e Robertson, M. (orgs.). (2001). **Gestão do turismo municipal: teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos**. (tradução Gleice Guerra). São Paulo: Futura.

Veal, A. J. (2011). **Metodologia de pesquisa em lazer e turismo**. Tradução Gleice Guerra, Mariana Aldrigui. São Paulo: Aleph.