



III COLÓQUIO [INTER] NACIONAL
Sobre o comércio e cidade: uma relação de origem

Autoras: Virginia Santos Lisboa

Heliana Comin Vargas

Título: Dinâmicas espaciais de eventos

Eixo temático: 5. TURISMO, PRODUÇÃO E CONSUMO DO LUGAR

Trabalho Teórico Conceitual

Dinâmicas espaciais de eventos

Virginia Santos Lisboa

virginia.lisboa@uol.com.br

Heliana Comin Vargas

hcvargas@usp.br

“O evento permite unir o mundo ao lugar; a História que se faz e a história já feita; o futuro e o passado que aparece como presente. O presente é fugaz e sua análise se realiza sempre a partir de dois pólos: o futuro como projeto e o passado como realização já produzida.” (SANTOS, 1999: 15)

Com o objetivo de estudar os eventos programados e sua relação com a cidade, do ponto de vista da gestão do uso do território e fornecer subsídios para a realização de mais essa atividade na cidade, utilizamos o conceito de **evento programado como acontecimento planejado, que reúne pessoas em um determinado espaço e tempo** considerando:



o seu tempo único de realização;

o homem como promotor, receptor e organizador desse acontecimento e

o lugar e o espaço na cidade.

Não pertencendo ao rol das atividades cotidianas, os eventos geram sistemas complexos de circulação, redes e fluxos que coexistem com os espaços cotidianos, estabelecendo a simultaneidade e a heterogeneidade da experiência urbana contemporânea.

Os eventos planejados nas grandes cidades, de uma forma geral, atraem tanto a população local de residentes como um grande número de visitantes de outras localidades que acabam impulsionando os negócios locais e servindo de instrumento político de turismo.

A cidade, enquanto espaço das atividades sociais, concentra eventos variáveis para um público local e externo promovido pelos mais diversos agentes. Diante a multidisciplinaridade de conhecimento deste campo de estudo e a variedade de eventos programados existentes buscou-se aprofundar o estudo das classificações utilizadas pelos diversos estudiosos do tema, principalmente da área de turismo e marketing, buscando relacionar os objetivos que levaram a tal classificação. Esta análise permitiu estabelecer uma outra lógica de classificação, que insere a questão da dinâmica espacial dos eventos, como subsídio para repensar a sua gestão no âmbito da cidade.

Classificações de eventos

O ato de classificar tem como objetivo a organização do pensamento com relação ao objeto de estudo. As classificações ajudam a escolher os conjuntos de razões que estabelecem uma determinada lógica e uma ordem nas relações observadas.

As classificações existentes dos eventos, dadas pelos estudiosos das áreas de turismo e marketing, organizam os eventos programados com o intuito de facilitar

basicamente a compreensão e a atuação dos estudantes, promotores e produtores da área de turismo de eventos.

Do ponto de vista do público-alvo, a classificação facilita a procura do assunto de interesse, do tempo e do espaço de realização do evento. Essas informações associadas a meios de comunicação de massa, incluindo aqui a internet, são capazes de recrutar os interessados mais distantes com muita rapidez e qualidade.

Do ponto de vista da gestão urbana, a compreensão do espaço e do público dos eventos, bem como da relação entre eles, especialmente a dos fluxos é fundamental para a sua organização.

Foram realizados um levantamento e uma análise das classificações existentes e propostos dois outros itens de classificação, procurando explorar a relação espacial dos eventos programados e fornecer subsídios para a análise dos espaços de eventos na cidade.

1. Classificações existentes.

A partir do estudo de diversos autores das áreas de Turismo e Marketing de Eventos, tais como: Getz (1997; 2007), Andrade (1999), Tenan (2002), Martin (2003), Brito & Fontes (2006) e Matias (2007) foram selecionados os tipos de classificações mais usuais. Fizemos ainda uma relação dessas classificações com suas estruturas de apresentação, público e espaço:

CLASSIFICAÇÕES DE EVENTOS		APRESENTAÇÃO	PÚBLICO	ESPAÇO
1	ÁREA DE INTERESSE		ARTÍSTICO, CIENTÍFICO CULTURAL, RELIGIOSO.....	
2	CATEGORIA		INSTITUCIONAL PROMOCIONAL	
3	TIPO DE PÚBLICO		ALVO GERAL - ESPECÍFICO- DIRIGIDO COMPROMISSO ADESÃO - OBRIGATÓRIO	

4	ÁREA DE ABRANGÊNCIA OU ESCOPO GEOGRÁFICO		DISTRITAIS - MUNICIPAIS REGIONAIS- ESTADUAIS NACIONAIS - INTERNACIONAIS	
5	TIPOLOGIA	REUNIÃO COLOQUIAL REUNIÃO DIALOGAL EXPOSIÇÃO / DEMONSTRAÇÃO COMPETIÇÃO		
6	FREQUÊNCIA	PERMANENTES – ESPORÁDICOS – ÚNICOS – DE OPORTUNIDADE		
7	PORTE	PEQUENO – MÉDIO - GRANDE - MEGA		
8	LOCALIZAÇÃO			FIXO ITINERANTE
9	ESPACIALIDADE			INTERNO EXTERNO
10	FORÇA DO LUGAR DE REALIZAÇÃO E/OU DAS REDES DE ORGANIZAÇÃO	ICÔNICOS		
		INTERESSE ESPECIAL		
			COMUNITÁRIOS	
				MARCA

As quatro primeiras classificações, áreas de interesse, categoria, tipo de público e área de abrangência evidenciam o **público-alvo** sem uma maior preocupação com os espaços de ocorrência dos eventos. Nesse sentido, públicos que necessitam de espaços diferenciados não ficam claramente definidos nessas classificações.

Podemos observar ainda que com relação às áreas de interesse, mais de uma área de interesse pode estar presente em um mesmo evento. Interesses científicos podem estar associados a interesses mercadológicos, eventos esportivos podem estar ligados a eventos políticos ou a promoções institucionais dos patrocinadores, entre outras. Essa classificação é importante para os organizadores do evento, bem como para a sua divulgação e captação do público-alvo. Para o planejamento espacial, ela pouco contribui. Nesta análise, a **atividade**, muitas vezes, se faz mais importante do



que a área de interesse. Uma festa dançante promovida por uma igreja em determinada comunidade, por exemplo, requer medidas e segurança diferenciadas de uma noite de vigília, mesmo que o evento aconteça no mesmo espaço.

Sobre a categoria dos eventos, a instituição do conceito ou imagem de uma empresa, entidade, governo ou pessoa está presente nos eventos promocionais ou mercadológicos. Mas pode-se considerar um evento institucional sem necessariamente promover um produto ou serviço de uma empresa. Um exemplo de evento estritamente institucional pode ser aquele promovido por uma empresa em prol da natureza. Ela não está promovendo um produto ou serviço, mas sua imagem (embora também se possa argumentar que uma empresa tenha um valor enquanto mercadoria).

Com relação à frequência, vale ressaltar que a cada edição de um evento, mesmo que ele ocorra sistematicamente com intervalos de curto período, é necessário que seja avaliado o seu público, a sua apresentação, o seu espaço de ocorrência, pois, como já foi dito, cada evento é único. É claro que a reedição de um evento apresenta questões já trabalhadas e, portanto, a cada edição é de se esperar uma maior profissionalização na realização do mesmo.

Se uma série de eventos acontece sempre em um mesmo local, pode ocorrer a especialização do lugar para atender ao evento, ou se a cada edição, um novo lugar é escolhido para sediá-lo, pode ocorrer à concorrência entre lugares para a sua realização. Donald Getz apresenta classificações relacionadas com a força dos lugares para a realização de eventos:

Pouca ou nenhuma força do lugar:

- **Eventos icônicos** – eventos com alto valor simbólico fazem com que o público queira ir independente do lugar. Mobilidade global. Ex. Jogos Olímpicos, feiras mundiais;
- **Eventos de interesse especial** – eventos únicos. Com apelo para interesse especial de grupos que viajam até eles onde quer que sejam realizados. Ex. Eventos esportivos, de negócios.

Eventos dependentes de lugares específicos:



- **Eventos comunitários** – o local é dependente por definição. O evento existe por e para o local e para a comunidade regional, qualquer que seja sua orientação social, cultural, esportiva, entre outras. Ex: Arte da Vila Madalena – Ateliês abertos para você, Reveillon na Avenida Paulista, festa de Nossa Senhora Achiropita no Bexiga;
- **Eventos de marca** – totalmente dependente do lugar em virtude do status institucional. Para o seu sucesso, esses eventos contam com a singularidade, o status ou o senso de oportunidade em gerar interesse e atrair atenção. (RITCHIE, 1984: 2). A demanda turística é alta. Ex. Carnaval no Rio de Janeiro e a Oktoberfest em Munique.

Essas classificações para o nosso estudo são muito significativas, uma vez que consideram a relação da apresentação, do público e do espaço para a sua definição.

2. Classificações de eventos programados segundo uma óptica espacial

As cidades, em função da concentração de pessoas (mercado) e de infraestrutura e serviços (atrativos) oferecem um espaço propício e rentável à realização de eventos. Esta situação anima a produção de variados espaços para sua realização

Além das classificações de eventos programados - já apresentadas e comentadas que fazem referência aos espaços de eventos que se utilizam de critérios como **porte ou escala** (pequeno, médio, grande ou mega) **localização** (fixa ou itinerante), **espacialidade** (interna ou externa, aberto ou fechado) ou **identificação com o lugar** (como o carnaval do Rio de Janeiro), procurou-se desenhar outras possibilidades de caracterização espaciais para a análise dos espaços de eventos.

Embora a realização de um evento nos remeta à questão da efemeridade do uso do espaço, ou seja, uma ocorrência momentânea e, portanto não permanente, a constante realização de eventos em determinados espaços os caracterizam enquanto espaços permanentes para eventos, tanto em sua frequência, como em sua especificidade.



Além deste aspecto, os eventos ainda apresentam uma dinâmica espacial própria, relacionando o espaço destinado a apresentação e o público. A análise dos espaços de eventos permite estabelecer outras lógicas de classificações como subsídio para se repensar a sua gestão no âmbito da cidade.

2.1. Classificação segundo o tipo de espaço destinado aos eventos

Uma primeira classificação espacial proposta trata da diferenciação entre locais projetados para eventos em geral, **espaços permanentes para eventos**, e dos locais utilizados para eventos sem terem sido projetados para tal, **espaços ocasionais para eventos**.

Espaços permanentes para eventos

São espaços que foram concebidos para uma atividade principal que define as premissas de ocupação, dimensão e localização, ainda que esse espaço possa ser utilizado para outras atividades.

Sob a forma de pavilhões de exposições, centros de convenções, auditórios, salas de concerto, templos religiosos, salões de festas, ginásios, estádios, recintos para exposições, casas de música, autódromos, sambódromos, hípicas, clubes associativos, recreativos e esportivos, entre outros sejam destinados a um público local, ou para eventos de grande escala, esses pólos de atração de fluxos, apresentam diferenciadas abrangências.

Se considerarmos, por exemplo, os pavilhões de exposições e a logística espacial necessária para a realização das feiras de exposições, temos como premissas a necessidade da proximidade de grandes avenidas para a entrada e saída de caminhões e do fácil acesso do público por meio da disponibilidade das redes de transporte e de estacionamentos.

Já os centros de convenções, possuem características diferenciadas de localização. Muitas vezes o mais importante é estarem inseridos no próprio ambiente da área de interesse como, por exemplo, os centros de convenções que realizam

basicamente eventos da área de interesse médico e estão acoplados as áreas dos hospitais. Os hotéis de algumas redes já trazem em seu programa a execução de um centro de convenções, nessa relação, os centros se beneficiam das facilidades hospitaleiras e os hotéis de mais essa oferta de serviços.

Independentemente de sua localização e de sua escala, os espaços de eventos permanentes possuem uma infraestrutura própria de gerenciamento e manutenção. Para otimizar sua ocupação e seus custos face a diversidade de interesses e demandas para a realização de novos eventos, muitos são espacialmente adaptados para realiza-los.

Como exemplo de espaços de eventos que se utilizaram da disponibilidade de seus recursos (como dimensão de espaços e infraestrutura) e viabilizaram ou promoveram novos eventos para uso do espaço podemos citar o Estádio do Pacaembu com a realização da missa do Papa em maio de 2007 (figura 01)



Figura 1. Estádio do Pacaembu. Missa do Papa. Maio, 2007
foto:divulgação <http://noticias.cancaonova.com/noticia.php?id=230401>

Espaços ocasionais para eventos

Os espaços ocasionais de eventos são espaços estratégicos, utilizados temporariamente, de acordo com os objetivos de determinado evento. Como exemplo, podemos citar os logradouros públicos, tais como ruas, praças, viadutos e parques.

A figura 3 mostra o evento Piano na Praça Dom José Gaspar em dezembro de 2009.



Figura 2. Praça Dom José Gaspar. Piano na praça. Novembro, 2009
fotos: Virginia Lisboa

As figuras abaixo ilustram o Parque da Independência como espaço ocasional para eventos mediante a realização do evento da Telefônica Open Jazz com a apresentação do show de Buddy Guy.e com capacidade de público de 25.000 pessoas.



Figura 3. Parque da Independência. Show de Buddy Guy. Novembro, 2009.
Foto: Virginia Lisboa

O uso sistemático de um mesmo espaço urbano, ocasional para eventos, acaba por estabelecer um vínculo icônico do espaço para com os eventos. A Avenida Paulista, por exemplo, é definitivamente o espaço do Reveillon, da largada da São Silvestre, assim como das diversas formas de manifestação política.



Figura 4. Avenida Paulista. Reveillon
Dezembro, 2009
Foto: Daigo Oliva.¹



Figura 5. Avenida Paulista. São Silvestre.
Dezembro, 2009
Foto: Werther Santana/AE.²

Muitas vezes o que se quer é inovar e, portanto, a surpresa de determinado espaço para o evento é mais importante que muitas lógicas de ocupação e infraestrutura. Um bom exemplo é o passeio do carro Red Bull pela cidade de São Paulo. O mais lógico seria que o passeio se desse em uma pista de corrida, mas o inusitado foi, também, mostrar a cidade e, para tanto, o evento que resultou em quatro minutos em sua edição final, precisou de seis meses de planejamento.

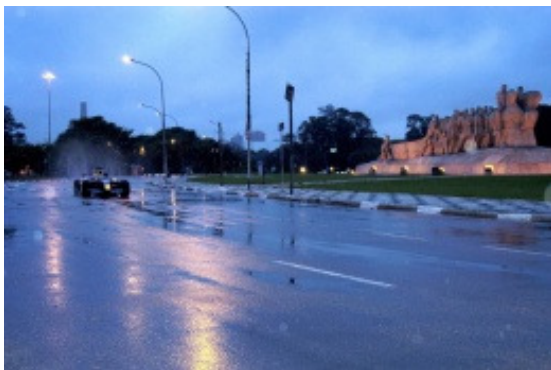


Figura 6. Red Bull Racing.
Percorre ruas de São Paulo.³
Outubro, 2006

¹ Disponível em <http://g1.globo.com/Sites/Especiais/Noticias/0,,MUL1431765-17815,00EM+CLIMA+DE+PAZ+REVEILLON+DE+SP+CHEGA+AO+FIM+APOS+REUNIR+MILHOES+DE+PESSOAS.html>. Acesso em 05.01.2010

² Disponível em <http://topicos.estadao.com.br/fotos-sobre-sao-silvestre/corredores-da-85-sao-silvestre-em-frente-ao-masp,13ed9523-961e-406d-a528-28cf23e97a15>. Acesso em 05.01.2010

³ Disponível em http://www.redbull.com.br/cs/Satellite/pt_BR/Article/Red-Bull-Racing-percorre-ruas-de-S%C3%A3o-Paulo-021342749161766

Classificação segundo a dinâmica do evento

Pavilhões, centros de convenções, auditórios, ginásios, estádios ou mesmo ruas e praças abrigam diferentes dinâmicas de ocorrência de eventos. Em uma avenida pode-se assistir a um show, um desfile ou participar de uma passeata. Em um estádio pode-se assistir a um jogo, a um show, até mesmo a uma missa. É claro que existem espaços tão específicos que abrigam apenas uma determinada atividade.

Uma mesma atividade ou apresentação pode também ocorrer em espaços diferenciados: um mesmo tipo de apresentação musical pode ocorrer em um estádio, uma casa de espetáculos ou mesmo sobre um trio elétrico, conforme pode ser observado na figura 12.

Portanto, as dinâmicas a que estamos nos referindo não estão vinculadas ao formato do evento, nem ao local de sua apresentação, exclusivamente, mas à relação entre eles.

No Estádio da Portuguesa SP Sobre Trio Elétrico em Salvador BA Na praia de Copacabana RJ



Figura 7. Shows de Ivete Sangalo.

Fotos disponíveis no site: <http://www.ivetesangalo.com.br/>. Acesso 25.05. 2009

Podemos observar variáveis interessantes dadas pela relação público / apresentação na ocupação dos espaços. A apresentação (entendida aqui como a parte expositora, que acontece em um determinado tempo) e o público (como o alvo, a razão da execução do evento) podem interagir de forma estática ou dinâmica com relação ao espaço físico onde ocorrem. Esse espaço físico, por sua vez, também pode apresentar essas mesmas variáveis.

Se considerarmos como estática a apresentação, o espaço e o público, como é o caso das palestras e dos concertos, estamos falando de um evento completamente diverso do que tem como premissa a apresentação, o espaço e o público dinâmicos: as paradas, por exemplo. Independentemente do número de

peças que cada um desses eventos possa atrair, a participação do público e a ocupação do espaço, nessa classificação, estão relacionadas com a mobilidade.

A seguir, algumas das combinações dos elementos: apresentação, espaço e público, segundo dinâmica espacial, mostrados por meio de imagens:

a. Apresentação - FIXA Público - FIXO Espaço – FIXO



Figura 8. Palácio das Convenções do Anhembi. Abril, 2006
Foto:Wanderlay Celestino



Figura 9. Instituto de Ensino e Pesquisa Hospital Sírio Libanês.
foto: divulgação do site: http://www.hospitalsiriolibanes.org.br/iep/estrutura/locacao_espaco.asp

Nesses eventos, o público assiste as apresentações em um determinado espaço com horários pré-determinados de início e término. Os espaços específicos para a ocorrência dos eventos possuem infraestrutura própria de instalações e serviços. O número de pessoas é limitado e a forma de ocupação do espaço pelo público é pré-determinada pela organização do evento. Exemplos: palestras e concertos.

b. Apresentação - FIXA Público - MÓVEL Espaço - FIXO



Figura 10. Feira do Automóvel.
Pavilhão de Exposições. Anhembi

Foto: Jefferson Pancieri

Nesse caso, a apresentação é realizada durante vários dias e está dissolvida no ambiente em forma de estandes fixos, cabendo ao público percorrê-la.

A relação entre o público e o espaço de apresentação se dá de uma forma mais livre de circulação. A renovação do público é uma condicionante da feira, portanto ele é móvel. O número de pessoas no espaço do evento é limitado e controlado. **c.**

Apresentação - MÓVEL Público - FIXO Espaço - FIXO



Figura 11. Desfile de Carnaval no sambódromo da cidade. Fevereiro, 2008
Foto: Virginia Lisboa



Figura 12. Corrida São Silvestre.
Av. Paulista, São Paulo. Dezembro, 2006
Foto Alexandre Diniz

O espaço, apesar de não poder ser apreendido na sua totalidade pelo público, é fixo. O público assiste a apresentação que se desloca pelo espaço.

Uma grande diferença entre o Carnaval no Sambódromo e a São Silvestre está no confinamento do público e no controle de seu acesso.

d. Apresentação - MÓVEL Público - MÓVEL Espaço - FIXO



Figura 13. Parada Gay em São Paulo. 2008
Foto: Jefferson Pancieri

Tanto o carnaval de rua como a Parada Gay podem ser vistos como eventos que ocorrem em um espaço determinado e mesclam a apresentação e o público.

e. Apresentação - MÓVEL Público - MÓVEL Espaço - MÓVEL



Figura 14. Protesto contra demissões de bancários na Av. Paulista.
Fevereiro. 2009
http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL993426-9356,00.html

Essa classificação pode ser exemplificada pelos carnavais de rua, pelas manifestações políticas e de protesto que não possuem um espaço definido, a percorrer.

A Virada Cultural é um evento que apresenta diversas dinâmicas espaciais, dependendo do recorte de observação. Se considerarmos o evento como um todo onde o espaço é parte da cidade com várias apresentações simultâneas e sucessivas, podemos entender como móvel o público que percorre pelos diversos eventos e como público fixo o de cada apresentação.



**Figura 15. Virada Cultural 2009 - Palco da Rua XV de Novembro
02 MAIO 23:00h**

foto: Virginia Lisboa



Figura 16. Virada Cultural 2009 - Palco da Rua XV de Novembro
03 MAIO 10:00h foto: Virginia Lisboa

As imagens acima apresentam dois momentos de um mesmo evento em um mesmo espaço. Os shows realizados no palco da Rua XV de Novembro, durante a Virada Cultural de 2009, mostram a rotatividade de apresentações e de público no espaço fixo.

Tabela Resumo 1 Classificação segundo tipo de espaço:

ESPAÇOS DE EVENTOS	EXEMPLOS
PERMANENTES	PAVILHÕES DE EXPOSIÇÃO, AUDITÓRIOS, CENTROS DE CONVENÇÕES
OCASIONAIS	LOGRADOUROS PÚBLICOS

Tabela Resumo 2 Classificação segundo dinâmica do evento:

CLASSIFICAÇÕES			
-----------------------	--	--	--

DE EVENTOS	APRESENTAÇÃO	PÚBLICO	ESPAÇO	EXEMPLOS
DINÂMICA DO EVENTO	FIXO	FIXO	FIXO	PALESTRAS – CONCERTOS
	FIXO	MÓVEL	FIXO	FEIRA DE EXPOSIÇÕES
	MÓVEL	FIXO	FIXO	CARNAVAL NO SAMBÓDROMO-MARATONAS
	MÓVEL	MÓVEL	FIXO	PARADA
	MÓVEL	MÓVEL	MÓVEL	MANIFESTAÇÕES IMPROVISADAS , COMO AS DE PROTESTO

Considerações Finais

Como foi possível observar, o evento como um acontecimento único no espaço-tempo não permite uma fórmula padrão de gestão.⁴ Ainda assim, o homem como promotor, organizador e receptor dessa atividade, busca lógicas de associação e organização e desenvolve estratégias para um maior aproveitamento dos eventos de acordo com os objetivos definidos.

A organização necessária para a realização de um evento implica um olhar mais aprofundado sobre quais elementos o constituem e como eles se inter-relacionam. Na falta desses estudos, ou desses olhares, as soluções são dadas conforme as possibilidades disponíveis no prazo de sua execução, pois o tempo de

¹ Podemos exemplificar com o evento do carnaval. Por mais que o carnaval se repita todos os anos no mesmo espaço, novas estratégias são estudadas para os desafios que se apresentam a cada realização.



realização do evento é sempre exíguo. Muitas soluções são pensadas a partir de uma realização para a edição posterior.

A incidência de eventos na cidade revela espaços permanentes ou ocasionais, com impactos diferenciados conforme as dinâmicas específicas de cada evento que interferem na apropriação e na gestão do espaço. A forma como a apresentação, o público e o espaço se relacionam caracteriza uma possibilidade de classificação diferenciada.

A observação dos espaços eleitos para a ocorrência dos eventos mostra características estratégicas que combinam capacidade de público, interesses mercadológicos e oportunidades de realização.

A logística necessária para a realização desses eventos deve buscar sua viabilização, procurando minimizar os impactos negativos causados à cidade por meio de uma gestão que associe as diversas dinâmicas de eventos apresentadas, bem como os espaços eleitos para sua realização com os potenciais de cada lugar.

O tempo único de realização do evento sempre é precedido do seu tempo de produção e organização, no qual também deve ser considerado o tempo de memória da experiência proporcionada. O lugar, enquanto espaço dessa vivência influencia e é influenciado continuamente por essas manifestações aparentemente eventuais.

Referências

ALLEN, Johnny...[et al.]. **Organização e gestão de eventos**. Tradução Marise Philbois Toledo. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

ANDRADE, Renato Brenol. **Manual de eventos**. Caxias do Sul: EducS, 2002. (Coleção Hotelaria)

BRITTO, Janaína & FONTES, Nena. **Estratégias para eventos: uma ótica do Marketing e do Turismo**. 2ª edição. São Paulo: ALEPH, 2006.

CANTON, Marisa. **Eventos: ferramenta de sustentação para as organizações do Terceiro setor**. São Paulo. Editora Roca, 2002.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos. Teoria e Prática**. São Paulo: Pioneira, Thomson Learning, 2003.

GETZ, Donald. **Event Studies: theory, research and policy for planned events**. Oxford. Butterworth Heinemann.



_____. "Events in destination marketing: a Stakeholder and Network Approach". In: *Advances In Tourism Marketing Conference*. Valencia, 2007. Disponível em <http://www.atmc2007.org>. Acesso em 10.01.2009

INSTITUTO DE ENSINO E PESQUISA HOSPITAL SÍRIO LIBANÊS

Disponível em:

http://www.hospitalsiriolibanes.org.br/iep/estrutura/locacao_espaco.asp. Acesso em 10.06.08

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos**. São Paulo. Atlas, 2003.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 4ª edição. Barueri, São Paulo: Manole, 2007.

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Tudo sobre eventos**. São Paulo. STS, 1999

MELO NETO, Francisco Paulo. **Criatividade em eventos**. São Paulo: Contexto, 2001.

NICHOLS, Bárbara. **Gerenciamento profissional de eventos**. Tradução

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço. Técnica e tempo. Razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. "O Território e o saber local". In: *Cadernos IPPUR*. Ano XIII. Nº2. Rio de Janeiro: 1999, p.15-26.

SPTURIS - Sobre o turismo na cidade de São Paulo. 2007

http://www.cidadedesaopaulo.com/pesquisa/pdf/turismo_em_sp.pdf. Acesso em 10.07.08

TENAN, Ilka Paulete Svissero. **Eventos**. Col. Abc do Turismo. São Paulo: Aleph, 2002.