

Artigos

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

A festival to call mine: Analysis of the impacts of the SESC International Music Festival, and its relationship with the pride of the community and the quality of life of residents

Un festival para llamar de mi: Análisis de los impactos del Festival Internacional de Música SESC, y su relación con el orgullo de la comunidad y la calidad de vida de los residentes

Cristiane Berselli¹; Edar da Silva Añaña¹; Fabrícia Durieux Zucco^{2,3}

¹Universidade Federal de Pelotas (UFPeL), Pelotas, RS, Brasil.

²Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Balneário Camboriú, SC, Brasil.

³Universidade Regional de Blumenau (FURB), Blumenau, SC, Brasil.

Palavras-chave:

Festivais;
Eventos;
Orgulho comunitário,
Qualidade de vida,
Residentes.

Resumo

Os festivais oportunizam trocas sociais, lazer e recreação, e com isso criam senso de comunidade e dão significado à vida das pessoas. O presente estudo aprofunda o conhecimento acerca da realização de festivais e sua influência na qualidade de vida, e do papel mediador do orgulho comunitário na imbricação conceitual daqueles importantes construtos. Os dados primários foram coletados por meio de pesquisa on-line, com questionários autoaplicáveis, disponíveis ao público por três semanas após o evento – o 10º Festival Internacional de Música do SESC – realizado em Pelotas, RS, Brasil, em fevereiro de 2020. A amostra, com 331 respostas válidas, foi escolhida por acessibilidade, e a adesão a pesquisa foi incentivada por meio das redes sociais. O modelo de mensuração foi definido a partir da teoria revisada e aprimorado através de Análise Fatorial Exploratória/Confirmatória, e as relações entre os construtos foram testadas através de Modelagem de Equações Estruturais. O resultado confirmou a existência de seis fatores (benefícios econômicos, benefícios sociais, custos socioambientais, restrições à mobilidade, orgulho da comunidade e qualidade de vida percebida) e atestou a existência de influências significativas dos impactos positivos do evento na formação do orgulho comunitário, e na qualidade de vida percebida pelos moradores.

Abstract

Festivals provide opportunities for social exchange, leisure and recreation, and thus create a sense of community and give meaning to people's lives. This study deepens the knowledge about festivals and their influence on the quality of life, and the mediating role of community pride in the conceptual imbrication of those important constructs. The primary data were collected through online surveys, with self-administered questionnaires, available to the public for three weeks after the event - the 10th SESC International Music Festival - held in Pelotas, RS, Brazil, in February 2020. The sample, with 331 valid answers, was chosen by accessibility, and the survey adherence was encouraged through social networks. The measurement model was based on the reviewed theory and improved through Exploratory/Confirmation Factorial Analysis, and the relationships between the constructs were tested through Structural Equations Modeling. The result confirmed the existence of six factors (economic benefits, social benefits, social and environmental costs, restrictions on mobility, community pride, and perceived quality of life) and attested to the existence of significant influences of the positive impacts of the event on the formation of community pride, and on the quality of life perceived by residents.

Keywords:

Festivals;
Events;
Community pride;
Quality of life;
Residents.

Palabras clave:

Festivales;
Eventos;
Orgullo comunitario;
Calidad de vida;
Residentes.

Revisão em pares.

Recebido em: 21/05/2020.

Aprovado em: 27/10/2020.

Editor:

Glauber Eduardo de Oliveira Santos



Resumen

Los festivales ofrecen oportunidades de intercambio social, ocio y recreación, y así crean un sentido de comunidad y dan sentido a la vida de las personas. Este estudio profundiza en el conocimiento de los festivales y su influencia en la calidad de vida, y el papel mediador del orgullo comunitario en la imbricación conceptual de esas importantes construcciones. Los datos primarios se recogieron mediante encuestas en línea, con cuestionarios autoadministrados, disponibles para el público durante tres semanas después del evento - el 10º Festival Internacional de Música de SESC - celebrado en Pelotas, RS, Brasil, en febrero de 2020. La muestra, con 331 respuestas válidas, fue elegida por su accesibilidad, y se fomentó la adhesión a la encuesta a través de las redes sociales. El modelo de medición se basó en la teoría revisada y mejorada a través del Análisis Factorial Exploratorio/Confirmatorio, y las relaciones entre los constructos se probaron a través del Modelado de Ecuaciones Estructurales. El resultado confirmó la existencia de seis factores (beneficios económicos, beneficios sociales, costos sociales y ambientales, restricciones a la movilidad, orgullo de la comunidad y calidad de vida percibida) y atestiguó la existencia de influencias significativas de los impactos positivos del evento en la formación del orgullo de la comunidad y en la calidad de vida percibida por los residentes.

Como Citar: Berselli, C; Añaña, E. S.; Zucco, F. D. (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. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 15 (3), e-2036, maio/ago. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v15i3.2036>

1 INTRODUÇÃO

Os eventos são importantes motores do turismo, pois impulsionam o fluxo de turistas e consequentemente geram maior atratividade ao destino (Getz & Page, 2016). Ao diversificar as atividades turísticas, o destino intensifica o uso dos recursos do *trade*, como hotéis, restaurantes, meios de transporte, entre outros, e por isso os destinos investem em infraestrutura turística e incentivam a captação de eventos para a localidade (Borges Scalabrini & da Silva Dalonso, 2018). Os eventos são estratégicos, principalmente em destinos sujeitos à sazonalidade, onde a baixa temporada é sempre problemática (Ouyang, Gursoy, & Chen, 2019). Entre outros benefícios, os eventos podem reposicionar, revitalizar e alavancar economias, ou mesmo deixar legados nos destinos (Pavluković, Armenski, & Alcántara-Pilar, 2017).

Diversas pesquisas têm buscado compreender os efeitos das atividades turísticas na vida dos moradores, pois além de benefícios, também podem provocar efeitos negativos na comunidade. Tais implicações são importantes devido às consequências que podem produzir na aceitação ou não da atividade pela população residente. Por este motivo, diversos autores têm estudado os fatores facilitadores do apoio, atitudes e motivações dos moradores ao desenvolvimento do turismo (Moyano *et al.*, 2015; Moretti *et al.*, 2016; Nunkoo & Gursoy, 2012; Prayag, Hosany, Nunkoo, & Alders, 2013; Sinclair-Maragh & Gursoy, 2015; Styliadis, Biran, Sit, & Szivas, 2014; Woo, Kim, & Uysal, 2015). E estas informações são muito valiosas para os gestores e patrocinadores do turismo avaliarem a imagem da sua marca (Pavluković *et al.*, 2017).

A literatura recente também tem buscado compreender os efeitos do turismo na qualidade de vida (QV) dos residentes, pois é preocupação dos governos a implantação de políticas públicas para melhorar o bem-estar de suas comunidades (Jepson, Stadler, & Spencer, 2019; Yolal, Gursoy, Uysal, Kim, & Karacaog̃lu, 2016; Borges Scalabrini & da Silva Dalonso, 2018; Kim, Uysal, & Sirgy, 2013; Sirgy, 2002; Liburd & Derksen, 2009; Woo *et al.*, 2015). Porém, segundo estes estudos, mais investigações sobre os impactos do turismo necessitam ser realizadas para lançar luz a como esses drivers afetam o senso de QV dos moradores (Ouyang *et al.*, 2019, Mathew & Sreejesh, 2017).

Além dos aspectos mercadológicos, como a atração de maior número de turistas e a maior circulação de dinheiro no destino, os festivais são reconhecidos há bastante tempo pelos benefícios sociais e culturais aos níveis comunitário e individual (Pavluković *et al.*, 2017; Delamere, 2001; Small, 2007; Gursoy, Kim, & Uysal, 2004; Getz, 2008; Getz & Page, 2016; Liburd & Derksen, 2009; Chiang, Xu, Kim, Tang, & Manthiou, 2016). Também são considerados mais benéficos para a comunidade anfitriã do que os megaeventos e seus impactos incertos utilizando grandes recursos públicos (Lima *et al.*, 2016). No contexto dos eventos recorrentes, Ouyang *et al.* (2019) e Vieira *et al.* (2018) afirmam que é pertinente observar a influência dos impactos dos festivais na percepção dos residentes, pois embora os ganhos econômicos não sejam tão grandes quanto os megaeventos, outros impactos duradouros podem ocorrer. Embora a capacidade de melhorar o bem-estar dos residentes seja mais ou menos óbvia, pouco ainda se sabe sobre a possível existência de relação entre a participação efetiva em um festival e a QV dos residentes (Diener, 2009; Yolal *et al.*, 2016).

Outro fator que pode influenciar positiva ou negativamente a QV da população durante ou após os eventos, além dos impactos sociais, ambientais e econômicos, é a incorporação do evento ao ideário comunitário. Quando a população aceita o evento e o recebe como algo seu, é natural que passe a sentir orgulho da sua realização (Chiang *et al.*, 2016; Magno & Dossena, 2020; Ouyang *et al.*, 2019). E ao apropriar-se do evento, é possível que a população residente se torne mais receptiva aos visitantes, mais tolerante aos incômodos, passando até mesmo a desejar sua presença na época costumeira. Magno e Dossena (2020) trouxeram contribuições importantes sobre o efeito do orgulho comunitário com um mega-evento e seus efeitos na QV dos residentes, e isto encoraja os autores a explorar a possível influência do orgulho comunitário com o festival, na QV da população residente.

Nesse contexto, o presente estudo pretende aprofundar o conhecimento acerca da realização de festivais e a QV, cobrindo a lacuna teórica com a imbricação conceitual entre impactos de festivais recorrentes e a QV dos moradores, tendo o orgulho comunitário como mediador da relação. A partir de um recorte teórico-metodológico do estudo de Magno e Dossena (2020), a presente pesquisa evolui no conhecimento em dois aspectos: primeiro, por analisar o envolvimento dos respondentes com o evento através do número de edições visitadas, e não do tempo de residência no local; e segundo, por analisar um festival anual, que ao contrário dos megaeventos, não requer grandes investimentos na estrutura urbana. Entretanto, por compartilhar a estrutura urbana com os moradores, o porte do evento analisado também difere daquele utilizado no trabalho seminal, e por isso foi preciso fazer uma adaptação importante: ao invés de avaliar o legado estrutural do evento (que neste caso não chega a ser relevante), incluiu-se aqui os inconvenientes sociais e urbanos, que são típicos da coexistência e da aglomeração temporária que ocorre em eventos sequenciais como este.

Este estudo analisa os impactos (positivos e negativos) de um festival internacional de música na QV da comunidade, mediados pelo orgulho da população anfitriã por sediar o evento. O trabalho tem dois objetivos principais: (a) avaliar se/como os custos e os benefícios associados ao festival influenciam na QV percebida da comunidade anfitriã; e (b) avaliar se/como o orgulho em hospedar o evento medeia a relação entre os impactos e a QV dos residentes.

A pesquisa foi aplicada com moradores de Pelotas (RS), Brasil, que frequentaram o 10° Festival Internacional SESC de Música em fevereiro de 2020, um evento gratuito que ocorre anualmente durante 15 dias. O artigo está estruturado da seguinte forma: revisão da literatura e levantamento de hipóteses, metodologia utilizada, resultados da pesquisa, discussão dos resultados, considerações finais e limitações de pesquisa.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Impactos dos festivais

A importância econômica do turismo tem levado os gestores a investir cada vez mais na diversificação da oferta no destino, incluindo o chamado turismo de eventos. Devido à ampla gama de opções existentes, muitas cidades têm procurado incorporar eventos e festivais aos seus calendários culturais, uma vez que estes proporcionam destaque ao destino, atraem turistas que movimentam a economia e oferecem entretenimento à comunidade anfitriã (Cudny, Korec, & Rouba, 2012). No contexto dos festivais recorrentes, estes eventos passam a ser parte da cultura do lugar, muitos estudos indicam que reforçam laços comunitários, promovem coesão comunitária, orgulho, resgatam tradições e identidades (Delamere, 2001; Chiang *et al.*, 2016; Small, 2007; Prayag *et al.*, 2013), permitem celebrar valores, crenças e utilizando-se da paisagem do lugar de moradia dos moradores (Derret, 2003).

Diferentemente dos megaeventos, os festivais requerem menor investimento em instalações, já “que podem usar parques, ruas, teatros, salas de concerto e todos os outros locais públicos ou privados” (Getz & Page, 2016, p. 02). Porém, mesmo em menor amplitude, os festivais também geram impactos positivos e negativos na comunidade (Gursoy *et al.*, 2004; Yolal *et al.*, 2016; Pavluković *et al.*, 2017; Berselli & Durieux Zucco, 2019) Ouyang *et al.*, 2019). Tais efeitos produzem alguns benefícios e custos que são sentidos pelos moradores tanto em nível individual quanto comunitário, consequências essas que podem ser de ordem econômica, social, cultural ou ambiental (Woosnam & Aleshinloye, 2015; Pranić, Petrić, & Cetinic, 2012; Ouyang *et al.*, 2019; Fiuza *et al.*, 2019).

Diversos estudos têm buscado avaliar empiricamente a importância e os impactos sociais dos eventos. Entre os trabalhos que desenvolveram inicialmente escalas de medição destacam-se os de Small (2007), Delamere (2001), Frediline, Jago, & Deery (2003), Gursoy *et al.* (2004), entre outros, que contribuíram para a compreensão do fenômeno e identificaram os desdobramentos dos fatores sociais em coesão e identidade comunitária, incentivo social, benefício econômico, inconveniências, custos sociais e consequências comportamentais. Posteriormente, outros estudos buscaram refinar a medição dos impactos de maneira mais adequada a cada objeto de estudo. Kim *et al.* (2015), por exemplo, propuseram um modelo de seis fatores - benefícios econômicos, orgulho da comunidade, desenvolvimento comunitário, custos econômicos, problemas de tráfego, segurança e riscos -

aplicável aos eventos esportivos. O estudo de Pavluković *et al.* (2017) verificou e confirmou a robustez da escala de Delamere (2001) em dois festivais de grande escala. Fiuza, Zucco, Añaña, & Sohn (2019) propuseram e testaram um modelo para avaliar os impactos da Oktoberfest, um evento étnico-cultural que ocorre anualmente em algumas cidades do sul do Brasil.

Em geral, as pesquisas associam os eventos a benefícios econômicos e sociais. Entre os benefícios econômicos, destacam-se o aumento de oportunidades de empregos, melhoria do padrão de vida, e incentivo para os moradores construírem novas instalações, promoverem organizações e empresas, entre outros (Gursoy *et al.*, 2004; Pavluković *et al.*, 2017). No que tange aos benefícios sociais, geralmente destacam-se aqueles ligados à coesão comunitária e à preservação da cultura local (Gursoy *et al.*, 2004; Small, 2007), mas alguns destacam o fortalecimento do orgulho da comunidade (Gursoy *et al.*, 2004; Small, 2007; Prayag *et al.*, 2013), o aprimoramento da identidade e o fortalecimento da união comunitária (Small, 2007; Prayag *et al.*, 2013; Pavluković *et al.*, 2017).

Outros benefícios sociais também foram identificados, como a criação de oportunidades de lazer para as famílias (Gursoy *et al.*, 2004; Small, 2007), interação social, oportunidades para os moradores conhecerem novas pessoas, trocas culturais (Small, 2007; Prayag *et al.*, 2013), a promoção do local como destino multicultural (Prayag *et al.*, 2013), etc. Pelo lado negativo, destacam-se os custos sociais e aqueles ligados aos impactos ambientais negativos, como aumento do congestionamento e tráfego, aumento de pressão nos serviços locais, dificuldade de encontrar estacionamento, aumento nos níveis de ruído, aumento do lixo, ruas fechadas, etc. (Small, 2007; Gursoy *et al.*, 2004; Prayag *et al.*, 2013; Pavluković *et al.*, 2017).

2.2 Qualidade de vida percebida

A qualidade de vida (QV) recebe atenção de muitos estudos das ciências sociais, seu conceito pode ter várias vertentes, mas a explicação mais simples está relacionada à satisfação ou insatisfação com a vida (Kruger, Rootenberg, & Ellis, 2012) e é estabelecida na relação entre indivíduo e ambiente/contexto (Pereira, Teixeira & Dos Santos, 2012). Os primeiros estudos sobre a teoria da QV foram desenvolvidos por Sirgy (1986), o qual observou que, assim como a pirâmide de Maslow, a QV também segue uma hierarquia de necessidades supridas pela maioria da população (Jepson & Raphaela, 2017). A percepção da QV seria proporcional à satisfação quanto as necessidades da comunidade (Jepson & Raphaela, 2017).

A Organização Mundial da Saúde define QV “como a percepção do indivíduo sobre sua posição na vida, no contexto da cultura e dos sistemas de valores em que vive, e em relação aos seus objetivos, expectativas, padrões e preocupações” (WHO, 2020). Portanto a QV é um conceito amplo que envolve todos os âmbitos de vida do indivíduo como saúde física e psicológica, crenças individuais, relações sociais e características próprias do seu meio ambiente. Há consenso nos estudos que a percepção da QV é resultado de dois mecanismos interligados: o mecanismo psicológico interno (subjetivo), que produz satisfação, e as condições externas que acionam estes mecanismos (objetivo) (Kruger *et al.*, 2012).

As características objetivas da QV são aquelas que trazem bem-estar à comunidade, e podem ser quantificadas por indicadores como renda média familiar, nível de emprego, custo de vida, preço de bens e serviços, níveis de poluição, congestionamento e tráfego, nível educacional, criminalidade, qualidade do transporte público, áreas de recreação, qualidade de moradia (Uysal & Sirgy, 2019). Como são esferas ligadas às áreas econômicas, de consumo, social e ambiental, estas características geralmente estão presentes nos impactos percebidos do turismo, que são notadamente, econômicos, socioculturais e ambientais (Kim *et al.*, 2013; Woo *et al.*, 2015; Uysal, *et al.*, 2016). Ademais, percebe-se que a QV advém das expectativas, necessidades e padrões que as pessoas concebem como ideais de satisfação (Wang & Chen, 2015).

O lado subjetivo da QV reúne aspectos psicológicos ligado à satisfação com a vida, a felicidade, o sentimento de bem-estar, o estilo de vida etc. (Sirgy, 2002; Yolal *et al.*, 2016; Ouyang *et al.*, 2019). Ou seja, a QV está relacionada a sentimentos positivos e de bem-estar (Lee, Manthiou, Jeong, Tang, & Chiang, 2014), o que tem levado alguns pesquisadores a utilizar estas expressões como sinônimos (Magno & Dossena, 2020; Uysal *et al.*, 2016).

Também se reconhece a importância dos relacionamentos sociais na QV, como as oportunidades de lazer e a participação em atividades de recreação (Jepson & Raphaela, 2017). Segundo Yolal *et al.* (2016) e Gursoy *et al.* (2004), os festivais criam um senso de comunidade que permite trocas sociais, lazer e recreação, e dão significado à vida das pessoas. Como o comportamento e a atitude dos residentes dependem de estímulos físicos, condições internas e percepções relacionados com o ambiente (Dos Santos *et al.*, 2015; Vieira *et al.*, 2018), é razoável que os consumidores mais satisfeitos com os festivais tendam a desenvolver melhores sentimentos em relação à QV (Lee *et al.*, 2014; Jepson & Raphaela, 2017).

Nos festivais, pode-se dizer que os benefícios econômicos e culturais impactam diretamente o bem-estar e na QV dos moradores locais (Pavluković *et al.*, 2017), seja por sua capacidade de criar renda e emprego, seja por oportunizar a troca de conhecimentos com pessoas de outras culturas, oportunizar sair da rotina e permitir socialização com amigos e familiares. Como a QV percebida tem um papel importante no apoio dos residentes ao evento, é muito importante avaliar o seu comportamento ao longo do tempo, pois segundo Ouyang *et al.* (2019), os moradores tendem a esquecer os aspectos negativos e se lembrarem da experiência positiva com o passar do tempo em eventos recorrentes.

A partir da teoria revisada é possível estabelecer o seguinte quadro de hipóteses a serem testadas:

H1 – Os benefícios econômicos relacionados ao festival favorecem a avaliação da QV dos residentes.

H2 - Os benefícios socioculturais relacionados ao festival favorecem a avaliação da QV dos residentes.

H3 – Os impactos negativos do festival influenciam negativamente a avaliação da QV dos residentes.

2.3 Orgulho da Comunidade

Muitos estudos enfocam a avaliação dos residentes sobre o desenvolvimento turístico pela ótica da teoria da troca social (Social Exchange Theory - SET), ou seja, com base nos custos e nos benefícios resultantes destas atividades (Ouyang, Gursoy, & Sharma, 2017, Wang & Chen, 2015, Eslami, Khalifah, Mardani, Streimikiene, & Han, 2019). A SET envolve um processo racional dos indivíduos que associa os resultados à percepção de ganhos e perdas (Jonason & Middleton, 2015), por este motivo os resultados destas pesquisas são tão importantes para a gestão do turismo.

Outros estudos avaliaram a interferência de aspectos psicológicos da percepção dos moradores, através da teoria da identidade social (Social Identity Theory - SIT). A SIT, desenvolvida por Tajfel (1978), trata basicamente do autoconceito do indivíduo e da sensação de pertencimento a um grupo social por identificação de valores. A SIT contribui tanto para explicar o comportamento em grupo, como para entender as relações intergrupais (Fernandes & Pereira, 2018) e o sentido de pertença a um grupo, cuja existência geralmente depende da comparação com outros grupos (Hornsey, 2008). O sentimento de pertença condiciona o comportamento do indivíduo e influencia a sua identidade, o autoconceito. Esta identidade compartilhada pode ser expressa no orgulho sentido pelos residentes de pertencer a um grupo social (Magno & Dossena, 2020; Bergami & Bagozzi, 2000; Chiang *et al.*, 2016; Palmer *et al.*, 2013).

Por este motivo, na última década, diversos estudos de turismo perceberam a importância de considerar a identificação dos indivíduos em grupos sociais no gerenciamento de marcas de destino (Palmer, Koenig-Lewis, & Jones, 2013; Nunkoo & Gursoy, 2012; Wang, Zhou, Lee, & King, 2014; Wang & Chen, 2015; Zenker, Braun, & Peterse, 2017; Bagozzi & Dholakia, 2006, Choo, Park, & Petrick, 2011), ou na avaliação dos eventos (Chiang *et al.*, 2016; Grappi & Montanari, 2011; Magno & Dossena, 2020).

Nos eventos, estudos anteriores relacionaram os impactos dos festivais à identidade social dos visitantes e à autoestima dos residentes (Chiang *et al.*, 2016), a intenção de visitar o destino (Chiang *et al.*, 2016; Grappi & Montanari, 2011). Ainda, outros estudaram os efeitos no apoio dos residentes (Palmer *et al.*, 2013) e na defesa do turismo (Wang *et al.*, 2014).

A SIT assume que o pertencimento ao grupo inclui ao menos três etapas: categorização, identificação e comparação social. O indivíduo faz parte do grupo de acordo com uma categorização que pode ser valores funcionais ou hedônicos, no caso do turismo (Chiang *et al.*, 2016). Após a categorização ocorre a identificação do indivíduo a um grupo (o grupo de frequentadores do festival comunitário, por exemplo), por fim ocorre a comparação com outros grupos, gerando autoestima e orgulho. E o orgulho com um festival que ocorre a cada ano pode ser associado pelos residentes à QV presente na “minha comunidade”, comparativamente a outros destinos. Ademais, estudos anteriores afirmaram que uma percepção de uma identidade positiva dos residentes contribui para que os impactos em festivais sejam sentidos de forma mais favorável (Pavluković *et al.*, 2017; Wong, Newton, & Newton, 2014).

Segundo Liburd e Derksen (2009), os festivais culturais tem um diferencial importante em relação a outros tipos de eventos, por propiciarem um valor único que representa coletivamente a comunidade. Zago *et al.* (2013) destacam que as dimensões funcionais e simbólicas dos festivais promovem o envolvimento e fortalecem a identidade local, ao mesmo tempo que distinguem a localidade de destinos concorrentes. E essa identidade social desenvolve um senso de pertencimento ao lugar, que traz maior disposição a viver e criar uma vida mais significativa no lugar.

Além disso, a participação dos residentes favorece o envolvimento com os eventos, e que isso beneficia os impactos

positivos percebidos (Ouyang *et al.*, 2017; Ouyang *et al.*, 2019). Como a QV é multidimensional, que também envolve aspectos emocionais e psicológicos, é razoável esperar que haja uma relação intrínseca entre os aspectos tangíveis e intangíveis na vida das pessoas. No estudo sobre megaeventos, Magno e Dossena (2020) afirmam que a sua realização no destino pode ser um meio de reforçar o senso de comunidade e orgulho de fazer parte desta. Segundo estes autores o orgulho da comunidade, baseado na SIT, medeia a relação entre os impactos do evento e a percepção da QV pelos residentes.

Portanto, com base na literatura aqui visitada é possível hipotetizar que:

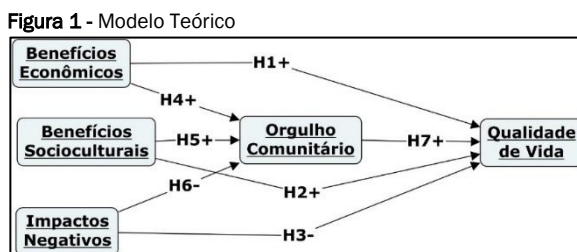
H4 – Os benefícios econômicos relacionados ao festival influenciam positivamente o orgulho comunitário.

H5 – Os benefícios socioculturais relacionados ao festival influenciam positivamente o orgulho comunitário.

H6 - Os impactos negativos do festival influenciam negativamente o orgulho comunitário.

H7 – O orgulho comunitário favorece a avaliação da QV dos residentes.

Além das hipóteses elencadas acima, espera-se ainda que o número de visitas ao evento influencie a avaliação de todos os construtos. Em outras palavras, espera-se que o [maior] número de edições visitadas impulse favoravelmente a avaliação dos impactos positivos e das suas consequências, e que o contrário aconteça em relação aos impactos negativos e suas consequências. A Figura 1 resume esquematicamente as hipóteses de pesquisa.



3 METODOLOGIA DE PESQUISA

3.1 O Festival Internacional Sesc de Música

Este festival ocorre com apresentações em vários locais da cidade de Pelotas, RS, Brasil, como Largo do Mercado Público, Biblioteca Pública, Prefeitura Municipal, Teatro, orla da Praia do Laranjal, Conservatório de Música, áreas internas de hospitais, nos bairros onde comunidades mais carentes residem, entre outros. Tem objetivo pedagógico, ao ser direcionado a alunos e profissionais de música, e objetivo sociocultural, ao promover o acesso gratuito a diversos espetáculos de música de concerto ao público. Por ser um evento internacional, na edição de 2020 participaram músicos, professores e estudantes de diversos estados do Brasil e do mundo.

A programação é composta por diversos concertos e apresentações além da realização de aulas/classes com professores brasileiros e estrangeiros para os alunos de música. Em 2020 foram apresentados 60 espetáculos e promovidos aulas e ensaios para jovens músicos com 53 professores de reconhecimento internacional, vindos de 14 países. Segundo informações das páginas de divulgação do evento, o festival possui o objetivo de incentivar o desenvolvimento da produção musical e fomentar o intercâmbio e o desfrute de bens culturais. É realizado pelo Sistema Fecomércio-RS/Sesc e tem o apoio institucional da Prefeitura Municipal de Pelotas/RS e apoio cultural da Universidade Federal de Pelotas, Universidade Católica de Pelotas, Faculdade Senac, Bibliotheca Pública Pelotense, Orquestra Sinfônica de Porto Alegre - OSPA, Universidade Vale do Rio dos Sinos - Unisinos, além de outros apoiadores privados.

3.2 Instrumentos de pesquisa, amostragem e coleta de dados

A presente pesquisa se caracteriza como quantitativa, de caráter exploratório e descritivo. Para o alcance dos objetivos propostos os dados foram submetidos a análise uni e multivariada. Os dados foram colhidos através de questionários autoadministrados, concebidos através da plataforma *Lime Survey* hospedada na Universidade Federal de Pelotas. A amostra foi escolhida por acessibilidade, e a adesão à pesquisa foi encorajada através das redes sociais. O questionário ficou disponível ao público durante três semanas após a realização do 10º Festival Internacional SESC de Música, que ocorreu em Pelotas, RS, Brasil, no mês de fevereiro de 2020.

O questionário foi composto por seis sessões. Conforme as recomendações de Uysal *et al.* (2016) para estudos

empíricos, todos os itens foram escolhidos de forma a respeitar a singularidade e o cenário de estudo. Antes, foram feitas duas perguntas-filtro para confirmar que os entrevistados eram todos moradores do destino e maiores de dezoito anos.

O primeiro bloco de questões, formado por variáveis relacionadas aos impactos socioculturais, foi composto por seis itens adaptados de Prayag *et al.* (2013), e o segundo bloco, formado por oito itens adaptados de Small (2007) e de Prayag *et al.* (2013), avaliou os impactos ambientais negativos. Na terceira sessão, os impactos econômicos positivos foram medidos através de sete itens adaptados dos estudos de Magno e Dossena (2020) e de Prayag *et al.* (2013), e o quarto bloco, referente ao orgulho com o evento, foi medido através de seis variáveis da escala de Chiang *et al.* (2016). O quinto e último bloco de questões da escala, continha seis variáveis relacionadas à QV, que foram adaptadas de Magno e Dossena (2020), de Kim *et al.* (2013) e de Woo *et al.* (2015). E além das 33 variáveis da escala, o questionário também continha um bloco de questões sociodemográficas, como sexo, idade, tempo de residência no destino e número de edições já frequentadas no evento. Todas as questões da escala foram colhidas através de variáveis do tipo *Likert* de cinco pontos, variando entre o mínimo de 1 (discordo totalmente) e o máximo de 5 (concordo totalmente).

O tamanho da amostra atendeu à recomendação de Hair Jr., Black, Babin, Anderson e Tatham (2005), que sugerem um mínimo de 10 respondentes por cada questão da escala. Dos 613 questionários devolvidos, apenas 331 foram considerados válidos, tendo em vista o grande número de respondentes que não residiam no destino estudado.

3.3 Técnicas de análise de dados

Os dados foram inicialmente submetidos à análise monovariada, para avaliação das características sociodemográficas da amostra (Tabela 1), e após isso as 33 variáveis da escala foram submetidas à Análise Fatorial Exploratória (AFE) para avaliação das latências existentes nos dados. Segundo Hair *et al.* (2009), a AFE simplifica as análises de grandes conjuntos de variáveis, e possibilita visualizar relações interessantes entre os dados (Tabela 2). Em ambos os procedimentos foi utilizado o software de IBM-PASW Statistics (SPSS) 18®.

Após a AFE, realizada como trabalho preliminar, o conjunto de variáveis foi submetido à Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para avaliar o ajustamento do modelo de mensuração. A AFC é uma técnica que permite observar e avaliar o ajustamento dos indicadores a cada uma das dimensões teóricas, ou daquelas eventualmente identificadas através da AFE (Hair *et al.* 2009). Após a avaliação do modelo de mensuração através da AFC, os fatores foram inseridos num modelo de equações estruturais (MEE) conforme o modelo teórico, para teste das hipóteses da pesquisa. Tanto na AFC quanto na MEE foi utilizado o pacote IBM-SPSS-AMOS 21, por ser aquele com o qual os pesquisadores possuíam maior familiaridade.

4 RESULTADOS

4.1 Características da Amostra

A partir dos dados apresentados na Tabela 1 (com os principais grupos em negrito), constata-se que a amostra analisada era composta predominantemente por mulheres, com escolaridade elevada, os respondentes são predominantemente maiores de 51 anos de idade, a maioria funcionários públicos e aposentados, com predominância de renda entre 2 a 10 salários mínimos.

Item	Frequência	Porcentagem
Sexo		
Feminino	232	70,1%
Masculino	99	29,9%
Idade		
18 a 30 anos	41	12,4%
31 a 40 anos	53	16,0%
51 a 60 anos	93	28,1%
41 a 50 anos	50	15,1%
Mais de 60 anos	94	28,4%
Escolaridade		
Fundamental Completo	5	1,5%
Médio completo	33	10,0%
Superior incompleto	45	13,6%
Superior completo	106	32,0%
Pós-graduado(a)	142	42,9%

Item	Frequência	Porcentagem
Profissão		
Empresário	17	5,1%
Empregado assalariado	41	12,4%
Funcionário Público	94	28,4%
Conta própria/ autônomo	49	14,8%
Não trabalho/desempregado	10	3,0%
Estudante/estagiário	26	7,9%
Dona de casa	7	2,1%
Aposentado	87	26,3%
Renda salarial		
Até 2 salários mínimos	40	12,1
De 2 a 4 salários mínimos	100	30,2
De 5 a 10 salários mínimos	122	36,9
De 10 a 20 salários mínimos	45	13,6
Acima de 20 salários mínimos	7	2,1
Prefiro não responder	17	5,1

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

4.2 Análise Fatorial Exploratória (AFE)

Após a análise preliminar dos dados, para identificar respostas ausentes ou invariantes, os autores realizaram uma Análise Fatorial Exploratória para comparar as latências existentes nos dados com as escalas originais. A AFE foi realizada com o software IBM-PASW Statistics 18.0, utilizando autovalores > 1 e rotação Oblimin. O resultado sugeriu a existência de seis fatores: orgulho comunitário, qualidade de vida percebida (QV), benefícios econômicos e benefícios socioculturais. E além desses, a AFE também identificou dois fatores associados aos impactos negativos, um relacionado aos impactos socioambientais e outro correspondente às restrições à mobilidade das pessoas. Esta análise preliminar foi feita apenas por medida de prudência, para avaliar se as latências existentes nos dados coincidiam com as dimensões identificadas na teoria, ou se, eventualmente, havia necessidade de reespecificar o modelo teórico com base nos dados. Por se tratar de uma etapa apenas preparatória, a confiabilidade e a validade dos fatores identificados será discutida apenas na fase confirmatória. Os fatores identificados na AFE, com os respectivos indicadores e as cargas correspondentes, encontram-se listados na Tabela 2.

Códigos	Fatores / Variáveis	Cargas Fatoriais
Benefícios Econômicos		
IE01	O Festival* proporciona oportunidades de emprego aos moradores de Pelotas	0,834
IE07	Graças ao Festival*, o turismo aumentou em Pelotas	0,718
	O Festival* promove Pelotas como destino turístico	0,713
IE02	O Festival* melhora a prestação de serviços públicos e a infraestrutura de Pelotas	0,699
IE03	Após o Festival* as oportunidades de negócios aumentaram em Pelotas	0,693
IE06	A reputação de Pelotas na mídia melhorou por causa do Festival*	0,608
IE04	O Festival* melhorou a imagem de Pelotas nacionalmente	0,579
QV04	O Festival* gera emprego e renda para a comunidade de Pelotas	0,559
Problemas Socioambientais		
IN01	O Festival* perturba a qualidade de vida dos residentes de Pelotas	0,880
IN03	O Festival* aumenta a criminalidade de Pelotas	0,784
IN06	O Festival* promove o aumento dos níveis de ruído em Pelotas	0,699
IN07	O lixo em Pelotas aumenta durante o Festival*	0,624
IN08	O Festival* promove o fechamento de ruas e estradas em Pelotas	0,616
Qualidade de Vida		
QV06	Eu sinto que a vida é excelente em Pelotas	-0,884
QV02	Eu estou muito satisfeito com minha qualidade de vida em Pelotas	-0,827
QV01	Após o Festival* o futuro de Pelotas parece brilhante	-0,786
QV07	Eu estou muito satisfeito com minha segurança em Pelotas	-0,773
QV05	Eu estou muito satisfeito com o lugar onde resido	-0,751
QV03	Eu estou muito satisfeito de estar entre as pessoas que vivem na minha comunidade	-0,715
Orgulho Comunitário		
OR03	Quando eu falo sobre o Festival* costumo dizer "nós" em vez de "eles"	0,841
OR05	Quando alguém elogia o Festival* parece um elogio pessoal para mim	0,839
OR04	O sucesso do Festival* é o meu sucesso	0,790
OR01	Quando alguém critica o Festival* de Pelotas, parece um insulto pessoal a mim	0,739

Códigos	Fatores / Variáveis	Cargas Fatoriais
OR02	Estou muito interessado no que os outros pensam sobre o Festival* de Pelotas	0,667
OR06	Se a mídia criticasse o Festival* eu ficaria envergonhado	0,524
Benefícios Socioculturais		
SP01	O Festival* aproxima a comunidade de Pelotas	0,779
SP02	O Festival* dá aos Pelotenses a oportunidade de conhecer novas pessoas	0,696
SP03	O Festival* promove o orgulho entre os moradores de Pelotas	0,692
SP05	O Festival* traz relaxamento e entretenimento aos residentes de Pelotas	0,678
SP06	O Festival* ajuda a reforçar os laços comunitários locais de Pelotas	0,674
SP04	O Festival* promove Pelotas como um destino multicultural	0,587
Problemas na Mobilidade		
IN02	O Festival* leva a superlotação de instalações locais em Pelotas	-0,818
IN04	O Festival* gera maior tráfego no trânsito em Pelotas	-0,730
IN05	Durante o Festival* sinto dificuldade em encontrar estacionamento	-0,661

Notas: 1. Método de Extração = PCA. 2. Rotação = Oblimin. 3. (*) Festival Internacional SESC de Música

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

4.3 Análise do Modelo de Mensuração (AFC)

A avaliação do Modelo de Mensuração começou pela comparação de dois modelos alternativos, um inspirado na teoria e outro identificado a partir dos dados, com base na AFE. Como a AFE identificou dois grupos de impactos negativos (ao invés de um), dois modelos de mensuração foram estimados e testados, o modelo original, impactos negativos reunidos num único fator, como sugerem Gursoy *et al.* (2004), e Gursoy, Yolal, Ribeiro e Panosso Netto, (2017), e um modelo alternativo inspirado na AFE, com dois grupos de impactos negativos.

A diferença entre os dois modelos foi avaliada pela diferença de χ^2 , como sugerem Bagozzi & Yi, (2012) e Hair Jr. *et al.* (2005). Como se vê na Tabela 3, todas as medidas de ajustamento do modelo alternativo são melhores do que as do modelo original, atendem os limites esperados (CFI e TLI > 0,9; CMIN /DF < 3; RMSEA \leq 0,06), e além disso a diferença de χ^2 (CMIN Diff) entre os modelos é significativa (P<0,000). Isso posto, não há dúvida de que, neste caso, o modelo alternativo, que organiza os efeitos negativos em dois fatores, permite uma compreensão mais realista do fenômeno, e por essa razão foi adotado, conforme será visto a seguir.

Tabela 3 - Comparação dos Modelos Alternativos

Modelos	CMIN	DF	CMIN/DF	CFI	TLI	RMSEA	CMIN Diff.	Diff. GL	Sig
Modelo original	1189,0	483	2,46	0,900	0,891	0,067	-	-	-
Modelo alternativo baseado na AFE	1067,6	478	2,23	0,916	0,908	0,061	121,4	5	0,000

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Todos os fatores apresentaram índices de confiabilidade composta (CR) superiores ao mínimo de 0,7 (Bagozzi & Yi, 2012). A validade convergente foi atestada pela variância média extraída (AVE) de cada fator, todos com valor superior ou muito próximo do mínimo de 0,5 (Hair Jr. *et al.*, 2005), e a validade discriminante foi avaliada pelo critério de Fornell & Larcker (1981), que compara o valor da AVE de cada fator com as correlações deste com os demais fatores. A Tabela 4 apresenta os valores de CR e AVE, e as correlações entre os seis fatores, para avaliação da validade discriminante. Os valores da diagonal principal, em negrito, correspondem à raiz quadrada das AVEs, para facilitar a comparação.

Tabela 4 - Confiabilidade Composta (CR), Variância Média Extraída (AVE) e Validade Discriminante

Fatores	CR	AVE	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Qualidade de vida (1)	0,913	0,639	0,800					
Orgulho Comunitário (2)	0,885	0,613	0,578	0,783				
Benefícios Econômicos (3)	0,901	0,537	0,678	0,572	0,733			
Problemas Ambientais (4)	0,837	0,508	-0,149	-0,192	-0,226	0,713		
Benefícios Socioculturais (5)	0,914	0,639	0,568	0,566	0,730	-0,448	0,799	
Problemas na Mobilidade (6)	0,728	0,481	0,046	-0,069	0,002	0,655	-0,113	0,694

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

O modelo final de mensuração (Tabela 5) apresentou seis fatores: orgulho comunitário, QV, benefícios econômicos, benefícios socioculturais, impactos socioambientais e impactos na mobilidade. A variável QV04 (“o Festival gera emprego e renda para a comunidade de Pelotas”), originalmente concebida para representar a QV, ajustou-se melhor nos benefícios econômicos, e ali foi realocada; e a variável IE05 (“O festival Internacional Sesc de Música melhorou a imagem de Pelotas nacionalmente”) não se ajustou adequadamente a nenhum dos fatores, e precisou ser excluída. Conforme detalhado na Tabela 5, todas as variáveis apresentaram carga fatorial padronizada superior

e/ou muito próxima a 0,5, o que atesta a validade convergente nos fatores, e valores de “t”, calculado pela divisão da carga não padronizada pelo erro padrão correspondente (C.R.), superior a 1,96, o que atesta a significância estatística de cada indicador.

Tabela 5 - Modelo de Mensuração

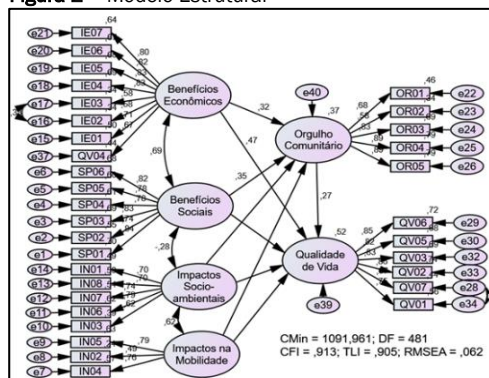
Fatores	Variáveis	Cargas Originais (O)	S.E.	C.R. (O/S.E.)	Cargas Padronizadas
	SP01	1			0,838
Benefícios Sociais	SP02	0,890	0,057	15,575	0,745
	SP03	0,949	0,052	18,202	0,828
	SP04	0,812	0,049	16,678	0,781
	SP05	0,732	0,044	16,539	0,777
	SP06	1,079	0,06	18,024	0,823
Problemas na Mobilidade	IN02	0,822	0,104	7,876	0,495
	IN04	1			0,758
	IN05	1,098	0,102	10,808	0,790
Problemas Ambientais	IN01	1,312	0,129	10,174	0,700
	IN03	1			0,623
	IN06	2,254	0,205	11,019	0,788
	IN07	2,229	0,211	10,567	0,738
Benefícios Econômicos	IN08	2,119	0,207	10,224	0,705
	IE01	1			0,707
	IE02	0,836	0,083	10,106	0,582
	IE03	0,808	0,08	10,06	0,579
	IE04	0,781	0,055	14,308	0,829
	IE05	0,797	0,056	14,278	0,827
	IE06	0,97	0,069	14,084	0,816
Orgulho Comunitário	IE07	0,974	0,071	13,814	0,799
	QV04	0,829	0,072	11,555	0,666
	OR01	1			0,679
	OR02	0,737	0,076	9,746	0,577
	OR03	1,246	0,092	13,555	0,831
	OR04	1,309	0,092	14,286	0,887
	OR05	1,338	0,093	14,339	0,891
	QV01	1,134	0,069	16,406	0,748
	QV02	1,107	0,081	13,625	0,862
	Qualidade de Vida - QV	QV03	0,993	0,075	13,246
QV05		0,95	0,072	13,134	0,823
QV06		1,197	0,089	13,459	0,848
QV07		1			0,667

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

4.4 Análise do Modelo Estrutural (MEE) e das Hipóteses de Pesquisa

Assim como o Modelo de Mensuração, o modelo de verificação das hipóteses de pesquisa também foi elaborado com o pacote IBM-SPSS-AMOS 21. Para isso todas as hipóteses formuladas foram simuladas num modelo estrutural, cujo ajustamento geral atendeu aos requisitos desejados ($\chi^2/GL=2,27$; CFI=0,913; TLI=0,905; RMSEA=0,062). A Figura 2 apresenta as relações testadas e as cargas padronizadas correspondentes. Como os impactos negativos foram divididos em dois fatores, as hipóteses H3 e H6 foram desdobradas em H3a, H3b, H6a e H6b. Para facilitar a leitura, apenas as relações significantes ($P<0,05$) encontram-se acompanhadas das respectivas cargas padronizadas.

Figura 2 – Modelo Estrutural



O resultado aponta os benefícios econômicos como o principal influenciador da QV dos residentes, entre os impactos do evento. Conforme se vê pelos betas padronizados da Tabela 6, os benefícios econômicos contribuem com 46,7% do seu peso para a QV dos residentes, o que suporta a hipótese **H1**. E além da influência direta, os benefícios econômicos do evento também favorecem o orgulho comunitário, suportando a hipótese **H4**, e este último influencia a QV, o que suporta **H7**. Além destas três hipóteses, o resultado também suportou a hipótese referente à influência dos benefícios sociais no orgulho comunitário (**H5**), mas não suportou (**H2**), o esperado impacto direto dos benefícios sociais na QV.

Tabela 6 – Principais Hipóteses avaliadas

Fator Exógeno	Fator Endógeno	B	Erro padrão	t	B padroniz.	Hipótese
Benefícios Econômicos	→ QV	0,446	0,083	5,396	0,467	H1
Benefícios Sociais	→ QV	0,106	0,123	0,863	0,074	H2
Problemas Socioambientais	→ QV	-0,065	0,213	-0,305	-0,025	H3a
Problemas na Mobilidade	→ QV	0,088	0,072	1,226	0,095	H3b
Benefícios Econômicos	→ Orgulho	0,349	0,095	3,663	0,320	H4
Benefícios Sociais	→ Orgulho	0,576	0,154	3,733	0,355	H5
Problemas na Mobilidade	→ Orgulho	-0,103	0,09	-1,147	-0,098	H6a
Problemas Ambientais	→ Orgulho	0,291	0,27	1,079	0,099	H6b
Orgulho	→ QV	0,237	0,055	4,290	0,271	H7

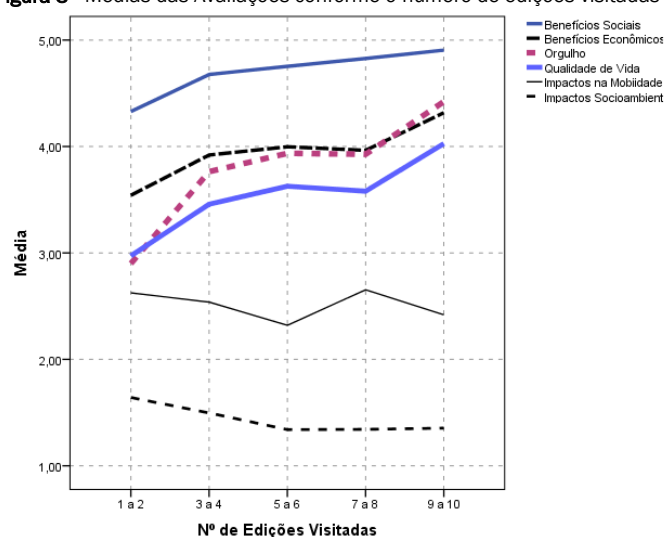
Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Também não foram suportadas a influência dos impactos (negativos) socioambientais e de mobilidade, nem na QV (**H3a** e **H3b**), nem no orgulho comunitário (**H6a** e **H6b**), conforme era esperado. Em resumo, foram suportadas as hipóteses **H1**, **H4**, **H5** e **H7**, e não foram suportadas as hipóteses **H2**, **H3** e **H6**. Para facilitar a interpretação da Tabela 6, os valores significantes de “t” (>1,96) estão grafados em negrito, e os demais estão em itálico.

O resultado também permite avaliar a apropriação do evento ao longo do tempo, ou na medida que os respondentes se familiarizam com ele. Conforme pode ser visto na Figura 3, os participantes de um modo geral avaliam muito bem os benefícios sociais e econômicos do evento (nessa ordem), e atribuem baixa importância aos impactos negativos, especialmente aos impactos socioambientais, que são mínimos.

E o resultado aponta também – e fundamentalmente – que tanto o orgulho com o evento, quanto a QV percebida crescem na medida em que os respondentes se tornam habitués do festival, especialmente entre aqueles que participaram de 9 a 10 edições, cujo avaliação é nitidamente superior à dos recém-chegados.

Figura 3 - Médias das Avaliações conforme o número de edições visitadas



5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Embora vários estudos relacionados a festivais explorem os efeitos sociais no território anfitrião e as percepções dos residentes - como Delamere (2001), Gursoy *et al.* (2004), Small (2007), Pavluković *et al.* (2017), Fiuza *et al.* (2019) - este estudo buscou contribuir nas investigações sobre QV e eventos. Além disso, procurou preencher uma lacuna de teórica de pesquisa ao abordar as percepções dos residentes sobre os efeitos de um festival na sua QV mediado pelo orgulho da comunidade.

Os benefícios econômicos do festival, compreendidos como elementos objetivos (geração de emprego e renda, oportunidade de negócios) mostraram-se fortemente influenciadores da QV dos residentes, alinhando-se com estudos sobre eventos (Magno & Dossena, 2020) e sobre turismo em geral (Andereck e Nyaupane, 2010; Uysal e Sirgy, 2019; Uysal *et al.*, 2016; Kruger *et al.*, 2012). O festival de música em Pelotas possui uma dinâmica própria, já que os espetáculos ocorrem em diversos pontos da cidade e envolvem vasta gama de profissionais, alunos, Instituições e turistas. O festival envolve diretamente a comunidade, e além disso impulsiona o movimento no comércio e nas empresas de serviços na cidade, e por isto são vistos como mais benéficos para a comunidade do que os megaeventos (Lima *et al.*, 2016). Tais movimentos melhoram a QV das pessoas, reforçam o orgulho comunitário e criam uma sensação de bem-estar material (Kim *et al.* 2013).

Diferentemente de Magno e Dossena (2020), os benefícios socioculturais não produziram efeito direto sobre a QV, mas sim um efeito indireto, mediado pelo orgulho da comunidade, tal como o estudo predecessor. O orgulho da comunidade pelo turismo também havia sido identificado por Andereck e Nyaupane (2010) como contributo na QV percebida da comunidade. Os festivais criam um senso de comunidade por permitirem interação social, lazer e recreação, alinhados com as afirmações de Yolal *et al.* (2016) e Gursoy *et al.* (2004). Neste sentido, a autoidentificação com o festival é um importante contributo pelo seu efeito psicológico (o orgulho gerado) na comunidade, que se reflete na QV. Ademais, os residentes percebem os efeitos socioculturais como importante benefício do festival e que aumenta na medida que vão participando das edições do festival, gerando bem-estar (Yolal *et al.* 2016).

No que condiz aos custos impactarem a QV percebida, os resultados foram consistentes com estudos anteriores em festivais e eventos recorrentes como de Yolal *et al.* (2016) e Ouyang *et al.* (2019), assim como houve semelhança na pesquisa de Andereck e Nyaupane (2010) que revelou não ocorrer impacto negativo significativo do turismo percebido pela comunidade na QV. Nesta pesquisa, revelou-se que as restrições sociais e de mobilidades não tiveram efeito negativo na QV e foram fracamente percebidos como consequência do festival. Além disso, como a pesquisa foi realizada na semana subsequente ao festival, damos suporte empírico de que, ao contrário do sugerido por Ouyang *et al.* (2019), não se confirmou que as desvantagens de sediar o evento somente é ignorado quando os residentes são inquiridos após um passado distante de sua realização por se concentrarem apenas nos benefícios gerados.

A baixa percepção dos custos provenientes do festival indica que os organizadores do evento e gestores públicos do destino realizaram o evento de forma assertiva, sem prejudicar as rotinas normais dos residentes e que os benefícios gerados se sobrepuseram a alguma percepção negativa. Além disso, a comunidade com forte senso de pertencimento ao evento, normalmente tem um olhar voltado mais as vantagens do que as desvantagens geradas (Ouyang *et al.* 2019). É possível afirmar que as percepções dos moradores estão diretamente ligadas à tipologia do evento realizado e à dinâmica cultural e política daquela comunidade.

Os resultados analisados fornecem suporte de que a análise dos impactos do festival nas comunidades anfitriãs é mais bem compreendida quando realizada no âmbito do orgulho percebido do que quando analisada isoladamente. Conseguimos dar evidência empírica do papel mediador do orgulho sobre as percepções dos impactos e a QV dos residentes do destino anfitrião, principalmente aos benefícios percebidos, e damos suporte de que a avaliação da comunidade não é realizada somente de forma objetiva (Ouyang *et al.* 2019). O envolvimento dos residentes através do orgulho gerado pela autoidentificação é um fator crítico importante que determina a forma de ver os efeitos de sediar um festival e consequentemente gera apoio mais positivo (Magno & Dossena, 2020; Ouyang *et al.* 2019). E embora o festival seja oferecido a todos os seus prestigiadores de forma gratuita, é importante que os gestores aumentem os esforços de que a população residente seja um frequentador assíduo pois ao criar laços de identificação com o festival, maiores serão os benefícios percebidos relacionados ao maior engajamento em apoiar e dar suporte à atividade turística.

6 CONCLUSÕES E LIMITAÇÕES DE PESQUISA

O presente estudo aprofunda o conhecimento sobre eventos e analisa os impactos (positivos e negativos) de um festival internacional de música na QV da comunidade, mediados pelo orgulho da população anfitriã, com o evento. A partir de uma pesquisa com dados primários referentes ao Festival Internacional SESC de Música, foram identificados quatro fatores de impacto, dois positivos e dois negativos, e dois fatores endógenos, o orgulho comunitário e a QV, todos eles confiáveis e válidos. Quatro, das sete hipóteses testadas, se confirmaram, permitindo afirmar que os benefícios econômicos e sociais favorecem significativamente o apoio ao evento, aqui representado pelo orgulho comunitário, que por sua vez impulsiona a QV das pessoas. O resultado também

confirma que os benefícios socioculturais impulsionam indiretamente a QV, mas não o fazem de forma direta, como esperado.

A literatura reconhece que os eventos de maneira geral produzem efeitos econômicos e sociais, diretos e indiretos. O orgulho da comunidade demonstrou ser um importante moderador dos impactos dos festivais sobre a QV dos residentes; além disso demonstrou ser um constructo de grande importância devido ao benefício psicológico que permanece na comunidade após o evento propriamente dito. Na medida que o festival se incorpora ao ideário coletivo como fonte de orgulho é razoável esperar que este também passe a compor a autoidentidade dos indivíduos, o que acabará beneficiando a QV percebida pelos residentes.

As descobertas corroboram trabalhos anteriores, os quais sugerem que os impactos dos eventos são percebidos de maneira mais favorável, quando a comunidade se identifica com os mesmos, o que reforça o orgulho e o apego (Ouyang et al. 2019; Pavluković et al. 2017; Wong et al. 2014). O benefício advindo do orgulho da comunidade com uma atividade turística é um domínio importante de QV (Andereck e Nyaupane, 2010), e por este motivo era esperado que os impactos negativos afetassem diretamente a QV e reduzissem significativamente o orgulho comunitário, algo que não se confirmou no caso estudado.

Através da comparação das médias foi possível avaliar a importância de cada fator ao longo do tempo, e o resultado foi bastante animador. Mesmo sem confirmação estatística, a avaliação visual sugere clara tendência de aumento do orgulho comunitário, da avaliação dos impactos positivos e da própria QV percebida dos residentes, na medida que os respondentes acumulam experiência com o evento, e que os impactos negativos se mostram estáveis, com ligeira tendência de queda. Impactos sociais e culturais são mais fortemente percebidos pelas comunidades anfitriãs dos festivais (Gursoy et al. 2004), principalmente quando os anfitriões se tornam consumidores habituais do evento. Tanto os benefícios econômicos (objetivos) como os benefícios socioculturais (experenciais) são percebidos de maneira mais precisa quando reforçam o orgulho de pertencer a uma comunidade de identidade compartilhada.

O trabalho oferece contribuições teóricas e gerenciais. Do ponto de vista teórico o trabalho estende o conhecimento ao demonstrar empiricamente que dependendo do tipo ou do porte do evento, os seus impactos (especialmente os impactos negativos) podem apresentar diferentes arranjos e provocar diferentes efeitos na QV dos residentes. Além disso, buscou-se trazer luz às pesquisas em festivais ao incorporar um elemento mediador entre os impactos percebidos e a QV dos anfitriões. Neste estudo, o orgulho comunitário com o festival foi o mediador entre os constructos e se apresentou como importante contributo por funcionar como filtro perceptivo positivo dos impactos na QV. Os resultados sugerem que a incorporação do evento no ideário comunitário gera orgulho, um sentimento que tornam os anfitriões mais favoráveis à atividade e, também, mais tolerantes a possíveis consequências negativas.

Ainda, os resultados contribuem com a literatura sobre QV no turismo, ao verificar que certas características subjetivas, criadoras de recompensas psicológicas, podem impactar mais fortemente a QV percebida do que o fazem alguns aspectos objetivos, como a renda, o custo de vida e os impactos ambientais. Portanto, o orgulho apresenta-se como um importante sentimento positivo intermediador entre impactos percebidos e QV percebida.

Assim, do ponto de vista gerencial, a constatação de que o orgulho comunitário é um antecedente importante da QV, pode ser muito profícuo para os gestores de marca envolvidos com o posicionamento dos eventos, que terão aqui uma referência importante para justificar a necessidade de construir laços afetivos permanentes com a população, laços esses que precisam ir muito além da comunicação utilitária pura simples. Além do orgulho da comunidade anfitriã, sugere-se que pesquisas futuras também avaliem outros possíveis moderadores dos impactos dos eventos na QV percebida, o que trará grandes contribuições teóricas e gerenciais.

Novas pesquisas serão muito úteis, seja para replicar as descobertas aqui informadas, seja para a investigação de possíveis novas dimensões de análise. Outras investigações envolvendo o levantamento in loco, durante ou após os espetáculos, também poderão ser muito enriquecedoras, e poderão avaliar o efeito da emoção vivida durante as performances musicais no orgulho dos residentes, e destes na qualidade de vida percebida. O trabalho mostrou-se relevante e consistente com estudos anteriores, contudo, por ter utilizado uma amostragem por conveniência o resultado não pode ser generalizado para todos os eventos similares, nem para outros contextos.

REFERÊNCIAS

- Bagozzi, R. P., & Dholakia, U. M. (2006). Antecedents and purchase consequences of customer participation in small group brand communities. *International Journal of research in Marketing*, 23, p. 45-61.
<https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2006.01.005>

- Bagozzi, R., & Yi, Y. (2012). Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40, pp. 8–34. <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0278-x>
- Bergami, M., & Bagozzi, R. P. (2000). Self-categorization, affective commitment, and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization. *British Journal of Social Psychology*, 39(4), pp. 555-577. <https://doi.org/10.1348/014466600164633>
- Berselli, C., & Zucco, F. D. (2019). A imagem da Festa Nacional do Doce-Fenadoce em Pelotas (RS), Brasil, perante a percepção dos residentes. *Applied Tourism*, 4(1), 41-56. <https://doi.org/10.14210/at.v4n1.p41-56>
- Borges Scalabrini, E. C., & da Silva Dalonso, Y. (2018). Impactos Dos Eventos Em Destinos Turísticos: um estudo de caso na cidade de Joinville, SC, Brasil. *Turismo em Análise*, 29(2). <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v29i2p332-348>
- Chiang, L., Xu, A., Kim, J., Tang, L., & Manthiou, A. (2016). Investigating festivals and events as social gatherings: the application of social. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(6), pp. 779-792. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1233927>
- Choo, H., Park, S.-Y., & Petrick, J. (2011). The influence of the resident's identification with a tourism destination brand on their behavior. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(2), pp. 198-216. <https://doi.org/10.1080/19368623.2011.536079>
- Cudny, W., Korec, P., & Rouba, R. (2012). Resident's perception of festivals – a case study of Łódź. *Slovak Sociological Review*, 44(6), 704-728.
- Delamere, T. A. (2001). Development of a Scale to Measure Resident Attitudes Toward the Social Impacts of Community Festivals, Part II. Verification of the Scale. *Event Management*, 7, pp. 25-38. <https://doi.org/10.3727/152599501108751452>
- Derret, R. (2003). Making Sense of How Festivals Demonstrate a Community's Sense of Place. *Event Management*, 8(1), 49-58. <https://doi.org/10.3727/152599503108751694>
- dos Santos, T., Zucco, F. D., & Kraus, C. B. (2015). Imagem de eventos turísticos: Perspectivas do Festival Brasileiro da cerveja, Blumenau–sc. *Turismo-Visão e Ação*, 17(1), 128-149. <https://doi.org/10.14210/rtva.v17n1.p128-149>
- Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D., & Han, H. (2019). Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(9), p. 1061-1079. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1689224>
- Fernandes, S. S., & Pereira, M. E. (2018). Endogrupo versus Exogrupo: o papel da identidade social nas relações intergrupais. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, 18(1), p. 30-49.
- Fiuza, T. F., Zucco, F. D., & Kraus, C. B. (2019). Os impactos de festivais versus a participação do residente. *Marketing & Tourism Review*, 4(1). <https://doi.org/10.29149/mtr.v4i1.5069>
- Fiuza, T., Zucco, F., Añaña, E., & Sohn, A. (2019). The impacts of the Oktoberfest on the Santa Cruz do Sul residents' lives: An empirical assessment based on the costs and benefits perceived by the population. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/JHTI-02-2019-0028>
- Frediline, L., Jago, L., & Deery, M. (2003). The development of a generic scale to measure the social impacts of events. *Event Management*, 8(1), p. 23–37. <https://doi.org/10.3727/152599503108751676>
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, p. 593-631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. 29(3), p. 403-428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Grappi, S., & Montanari, F. (2011). The role of social identification and hedonism in affecting tourist re-patronizing behaviours: The case of an Italian festival. *Tourism Management*, 32(5), p. 1128-1140. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.10.001>
- Gursoy, D., Kim, K., & Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation. *Tourism Management*, 25(2), p. 171-181. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00092-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00092-X)
- Hair Jr., J., Black, B., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2005). *Multivariate data analysis*. Second Indian Reprint. Pearson.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman editora.

- Hornsey, M. (2008). Social identity theory and self-categorization theory: A historical review. *Social and personality psychology compass*, 2(1), p. 204-222. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2007.00066.x>
- Jepson, A., & Raphaela, S. (2017). Conceptualizing the Impact of Festival and Event Attendance Upon Family Quality of Life (QOL). *Event Management*, 21(1), p. 47-60. <https://doi.org/10.3727/152599517X14809630271078>
- Jepson, A., Stadler, R., & Spencer, N. (2019). Making positive family memories together and improving quality-of-life through thick sociality and bonding at local community festivals and events. *Tourism Management*, 75, p. 34-50. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.05.001>
- Jonason, P., & Middleton, J. (2015). *Dark triad: the "dark side" of human personality*. Em I. E. Edition).
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36, p. 527-540. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005>
- Kim, W., Jun, H., Walker, M., & Dran, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism Management*, 48, p. 21-32. <https://doi.org/doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.015>
- Kruger, S., Rootenberg, C., & Ellis, S. (2012). Examining the Influence of the Wine Festival Experience on Tourists' Quality of Life. *Social Indicators Research*, 111(22), p. 435-452. <https://doi.org/10.1007/s11205-012-0013-0>
- Lee, S., Manthiou, A., Jeong, M., Tang, L., & Chiang, L. (2014). Does Consumers' Feeling Affect Their Quality of Life? Roles of Consumption Emotion and Its Consequences. 17(4), p. 409-416. <https://doi.org/10.1002/jtr.1988>
- Liburd, J., & Derkzen, P. (2009). Emic perspectives on quality of life: The case of the Danish Wadden Sea Festival. *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), p. 132-146. <https://doi.org/10.1057/thr.2009.3>
- Lima, E., Maia, T. S. T., Lobosco, A., & de Moraes, M. B. (2016). Megaeventos esportivos frente a pequenos eventos: Reflexões considerando-se a realidade brasileira recente. *Podium*, 5(3), p. 89. <https://doi.org/10.5585/podium.v5i3.202>
- Magno, F., & Dossena, G. (2020). Pride of being part of a host community? Medium-term effects of megaevents. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 100410. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100410>
- Mathew, P., & Sreejesh, S. (2017). Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, p. 83-89. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.10.001>
- Moretti, S. L. D. A., Zucco, F. D., & Pozo, H. (2016). Motivações para visitar a Oktoberfest de Blumenau (BR) e Munique (RFA): uma análise comparativa utilizando a técnica Partial Least Squares. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 10(2), 374-393. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v10i2.1044>
- Moyano, C. A. M., Lengler, J. F. B., Angnes, D. L., & Sampaio, F. V. (2015). Estratégia para fidelização do cliente em turismo: o caso de uma Oktoberfest no Brasil. *Turismo-Visão e Ação*, 17(2), p. 387-413. <https://doi.org/10.14210/rtva.v17n2.p387-413>
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of Tourism Research*, 1, p. 243-268. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.006>
- Ouyang, Z., Gursoy, D., & Chen, K.-C. (2019). *It's all about life*: Exploring the role of residents' quality of life perceptions on attitudes toward a recurring hallmark event over time. 75, p. 99-111. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.026>
- Ouyang, Z., Gursoy, D., & Sharma, B. (2017). *Role of trust, emotions and event attachment on residents' attitudes toward tourism*. 63, p. 426-438.
- Palmer, A., Koenig-Lewis, N., & Jones, L. M. (2013). The effects of residents' social identity and involvement on their advocacy of incoming tourism. *Tourism Management*, (38), p. 142-151. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.02.019>
- Pavluković, V., Armenski, T., & Alcántara-Pilar, J. (2017). Social impacts of music festivals: Does culture impact locals' attitude toward events in Serbia and Hungary? *Tourism Management*, 63, p. 42-53. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.006>
- Pereira, É., Teixeira, C., & Dos Santos, A. (2012). Qualidade de vida: abordagens, conceitos e avaliação. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, 26(2), p. 241-250. <https://doi.org/10.1590/S1807-55092012000200007>

- Pranić, L., Petrić, L., & Cetinic, L. (2012). Host population perceptions of the social impacts of sport tourism events in transition countries: Evidence from Croatia. *International Journal of Event and Festival Management*, 3(3), p. 236-256. <https://doi.org/10.1108/17582951211262684>
- Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R., & Alders, T. (2013). London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism Management*, 36, p. 629-640.
- Sinclair-Maragh, G., & Gursoy, D. (2015). A conceptual model of residents' support for tourism development in developing countries. *Tourism Planning & Development*, 13(1), p. 1-22. <https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1047531>
- Sirgy, M. (2002). *The psychology of quality of life*. Social Indicators Research Series. Social Indicators Research Series.
- Sirgy, M. (2010). Toward a Quality-of-Life Theory of Leisure Travel Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 49, p. 246-260. <https://doi.org/10.1177/0047287509337416>
- Small, K. (2007). Social Dimensions of Community Festivals: An Application of Factor Analysis in the Development of the Social Impact Perception (SIP) Scale. *Event Management*, 11, p. 45-55. <https://doi.org/10.3727/152599508783943219>
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, 45, 260-274. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.006>
- Su, L., Huang, S., & Huang, J. (2016). Effects of Destination Social Responsibility and Tourism Impacts on Residents' Support for Tourism and Perceived Quality of Life. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(7), p. 1039-1057. <https://doi.org/10.1177/1096348016671395>
- Tajfel, H. (1978). Social categorization, social identity, a Social categorization, social identity, and social comparisons. Em H. Tajfel (Ed.), *Differentiation between social groups: studies in the social psychology of intergroup relations*. (pp. 61-67.). London: Academic Press.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. Em W. G. Austin, In W. G. Austin, & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* Monterey, CA (pp. 33-37). Montelei, CA: Books/Cole.
- Uysal, M., & Sirgy, M. (2019). Quality-of-life indicators as performance measures. *Annals of Tourism Research*, 79, p. 291-300. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.12.016>
- Uysal, M., Sirgy, M., Woo, E., & Kim, H. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, p. 244-261. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.013>
- Vieira, J., Ardigó, C. M., & Behling, H. P. (2018). Impactos da Volvo Ocean Race-Itajaí Stopover: análise pós-evento da percepção dos residentes da cidade de Itajaí (SC). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(3), p. 172-196. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v12i3.1437>
- Wang, S., & Chen, J. S. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, p. 16-28. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.016>
- Wang, S., Zhou, L., Lee, S., & King, C. (2014). Analysis of Residents' Social Identity, Tourism Engagement, and Propensity for Tourism Advocacy. *Advances in Hospitality and Leisure*, 10, p. 109-129. <https://doi.org/10.1108/S1745-354220140000010006>
- WHO. (03 de abril de 2020). WHOQOL: Measuring Quality of Life. <https://www.who.int/healthinfo/survey/whoqol-qualityoflife/en/>
- Wong, J., Newton, J., & Newton, F. (2014). Effects of power and individual-level cultural orientation on preferences for volunteer tourism. *Tourism Management*, 42, p. 132-140. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.004>
- Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84-97. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.001>
- Woosnam, K., & Aleshinloye, K. (2015). Residents' Emotional Solidarity with Tourists: Explaining Perceived Impacts of a Cultural Heritage Festival. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(4), p. 587-605. <https://doi.org/10.1177/1096348015584440>
- Yolal, M., Gursoy, D., Uysal, M., Kim, H., & Karacaoglu, S. (2016). Impacts of festivals and events on residents' well-being. *Annals of Tourism Research*, 61, 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.07.008>
- 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.

Zenker, S., Braun, E., & Peterse, S. (2017). Branding the destination versus the place: The effects of brand complexity and identification for residents and visitors. *Tourism Management*, p. 15-27.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.008>

Informações dos autores

Cristiane Berselli

Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Balneário Camboriú, Brasil. Bacharel em Turismo e Tecnóloga em Hotelaria pela Universidade Federal de Pelotas, Brasil. Professora e pesquisadora no Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria na Universidade Federal de Pelotas (UFPEL).

Contribuição do autor: concepção da idéia, construção teórica, redação, obtenção dos dados, resultados e conclusão.

E-mail: cristiane.berselli@gmail.com

ORCID: 0000-0002-9121-6100

Edar Da Silva Añaña

Doutor em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Brasil), com Estágio no Instituto de Estudos de Turismo e Lazer da Wirtschaftsuniversität Vienna (Áustria); Doutor-Equivalente na Universidade do Porto (Portugal). Professor Associado da Universidade Federal de Pelotas (Brasil) e PPGA/FURG (Brasil), e Professor Visitante do PPGTH/UNIVALI (Brasil).

Contribuição do autor: concepção da idéia, resultados e conclusão.

E-mail: edar@ufpel.edu.br

ORCID: 0000-0002-8298-9208

Fabricia Durieux Zucco

Doutora em Administração pela Universidade Nove de Julho (UNINOVE). Mestre em Administração; Especialista em Marketing e Bacharel em Publicidade e Propaganda pela Universidade Regional de Blumenau (FURB). Professora do Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do vale do Itajaí (UNIVALI) e professora da graduação da Universidade Regional de Blumenau (FURB). Membro do grupo de pesquisa HGTUR/UNIVALI: Hotelaria, Gastronomia e Serviços Jurídicos.

Contribuição do autor: resultados e conclusão.

E-mail: fabriciazucco@hotmail.com

ORCID: 0000-0001-5538-1195