

Os impactos de festivais versus a participação do residente: uma análise da Oktoberfest de Santa Cruz do Sul (Rio Grande do Sul, Brasil)¹

The effects of festivals versus resident participation: an analysis of the Oktoberfest of Santa Cruz do Sul (Rio Grande do Sul, Brazil)

Thamires Foletto Fiuza – Universidade do Vale do Itajaí – thamiresf.fiuza@gmail.com

Fabricia Durieux Zucco - Universidade do Vale do Itajaí - fabriziazucco@hotmail.com

Camila Belli Kraus - Universidade Regional de Blumenau - kmilabk@gmail.com

RESUMO

A promoção de festivais tem sido amplamente utilizada por destinos com o objetivo de valorizar a cultura local e ainda ampliar o fluxo de turistas na localidade. Todavia, vale ressaltar que a prática destes tende a gerar impactos na comunidade receptora. Desta forma, torna-se fundamental a realização de diferentes estudos buscando avaliar como os residentes percebem os impactos promovidos pelo festival em sua localidade. Nesta perspectiva, o presente artigo tem como objetivo identificar se a frequência de participação na Oktoberfest de Santa Cruz do Sul influencia de maneira estatisticamente significativa na percepção dos residentes sobre os impactos econômicos, sociais, culturais e ambientais promovidos pelo festival no destino. A pesquisa teve uma abordagem quantitativa e sua amostra foi constituída por 520 residentes de Santa Cruz do Sul que frequentam a Oktoberfest ao menos uma vez por edição. Para análise dos resultados foi empregada a técnica de análise de variância do tipo One-Way ANOVA. Os resultados demonstraram que a frequência de participação na *Oktoberfest* é capaz de influenciar a percepção dos residentes sobre todos os impactos do festival. A população que frequenta o festival uma ou duas vezes por ano tende a perceber menos os impactos positivos deste e mais os ligados aos aspectos negativos, já, os residentes que visitam quatro vezes por ano ou mais demonstraram perceber que a *Oktoberfest* promove impactos culturais positivos em Santa Cruz do Sul.

Palavras-chave: Impactos, Turismo, Percepção dos residentes, Oktoberfest, Festivais.

¹ O resumo desta pesquisa foi publicado nos Anais do XIV Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (2017). ISSN: 2359-6805

ABSTRACT

The promotion of festivals has been widely used by destinations with the aim of enhancing the local culture and still increase the flow of tourists in the locality. However, it is worth emphasizing that the practice of festivals tends to generate impacts in the receiving community. In this way, it is fundamental to carry out different studies in order to evaluate how the residents perceive the impacts promoted by the festival in their locality. In this perspective, this paper aims to identify if the frequency of festival participation influences in a statistically significant way the residents' perception of the economic, social, cultural and environmental impacts promoted by Oktoberfest in the destination. The research had a quantitative approach and its sample was constituted by 520 residents of Santa Cruz do Sul who attend the Oktoberfest at least once per edition. For analysis of the results, the One-Way ANOVA variance analysis technique was used. The results showed that the frequency of participation in Oktoberfest is able to influence the residents' perception of all the impacts of the festival. The Oktoberfest population once or twice a year tends to see less of the positive impacts promoted by the festival and more negatively, residents who visit four times a year or more have shown that Oktoberfest promotes cultural impacts positive in Santa Cruz do Sul.

Keywords: Impacts, Tourism, Perception of residents, *Oktoberfest*, Festivals.

INTRODUÇÃO

Os festivais vêm sendo reconhecidos como uma importante ferramenta na geração de receitas e atração de turistas à destinos (Milito, 2013). Desta forma, muitas localidades passaram a criar, comercializar e promover seus festivais locais para turistas, sejam visitantes do dia ou hóspedes, em um esforço para aumentar as possibilidades de comercialização das empresas e a base tributária local (Woosnam & Aleshinloye, 2018). Assim com o crescente número de novos festivais realizados, um número considerável de pesquisas relacionadas a temática vem emergindo na literatura.

Tais pesquisas têm evidenciado diversos achados importantes na realização de festivais em destinos. Tais eventos demonstraram oferecer oportunidades únicas para geração e fortalecimento dos laços, onde o residente pode demonstrar sua herança, tradições locais, etnias e paisagens culturais para os turistas, proporcionando oportunidades para que os



visitantes experimentem uma experiência cultural autêntica (ou autenticamente encenada) (Tanford & Jung, 2017, Tontini, Branco, Brandt, Ronchi, Oliveira, & Zanchett, 2018, Woosnam & Aleshinlove, 2018).

Festivais possuem ainda, a capacidade de fornecer muitos benefícios lucrativos para as comunidades, organizadores e participantes. Pesquisas apontam que eles podem impactar a indústria de turismo local e impulsionar a economia de uma comunidade através da criação de oportunidades de emprego e geração de receita local tanto dos residentes quanto dos visitantes (Kim, Ducan, & Chung, 2015). Contudo, Pranic, Petric e Cetinic (2012) defendem que a realização de festivais possui benefícios, mas também custos para aqueles que estão diretamente envolvidos na sua promoção. Tais impactos interligados ocorrem em forma de consequências econômicas, sociais e ambientais positivas ou negativas para as comunidades anfitriãs.

Verifica-se na literatura existente que o residente deve ser considerado o principal ator envolvido na realização de festivais e eventos, visto que, estes são os principais impactados com a realização destes (Fiuza, 2016, Mahadevan, 2016, Prayag, Hosany, Nunkoo, & Alders, 2013). Também é comprovado nos estudos que a percepção dos residentes influenciará diretamente na obtenção de sucesso ou fracasso da realização do evento (Marzuki, 2012, Small, 2007, Kim et al., 2015), pois uma das características dos festivais é a troca cultural entre o residente e os visitantes, além, claro, da valorização da cultura local, à qual o morador possui profunda participação (Woosnam & Aleshinlove, 2018).

A percepção dos residentes é influenciada por diversos fatores internos de uma localidade ou região. Porém, autores relacionados a temática, defendem que as diferentes características e crenças locais, sua rotina, a frequência e o nível de participação no evento são os principais fatores de influência na percepção positiva ou negativa do residente em relação aos impactos sociais, econômicos, culturais e ambientais promovidos por este no



destino (Gerrard, 2000, Gursoy, Kim, & Uysal, 2004, Milito, 2013, Small, 2007, Weaver & Lawton, 2013).

Estudos sobre turismo de festivais frequentemente empregam a satisfação como variável mediadora para qualidade de serviço e intenção comportamental (Baker & Crompton, 2000, Cole & Illum, 2006), em outra perspectiva, alguns autores também correlacionam a emoção e lealdade ambiental do festival (Lee, Lee, Lee, & Babin 2008). Já Tandford e Jung (2017) avaliaram a satisfação e lealdade a estes eventos, onde, em seu estudo, os autores mediram as dimensões: atividades, autenticidade/singularidade, concessões, meio ambiente, fuga e socialização. Em contrapartida, Yürük, Akyol e Şimşek (2017) avaliaram os impactos sociais dos eventos na satisfação e lealdade. Modelos de lealdade ao festival investigam o processo pelo qual os atributos deste influenciam as intenções de fidelidade através da experiência no evento (Grappi & Montanari, 2011, Mason & Paggiaro, 2012).

Atualmente, existem uma série de festivais destinados a promoção do destino como produto turístico e ainda, a valorização da cultura local. Dentre estes, as Oktoberfests vêm alcançando um rápido crescimento em destinos colonizados por alemães. Chen, Lee e Lin (2012) e Tontini, Branco, Brandt, Ronchi, Oliveira e Zanchett (2018) defendem que festivais com as características da Oktoberfest são capazes de gerar experiências únicas para os participantes. Estes, ainda são capazes de promover negócios de grande valor econômico para a comunidade receptora, tornando-a economicamente e socialmente dependente de sua realização (Fiuza, 2016).

Com base em tal exposto, optou-se por utilizar a Oktoberfest de Santa Cruz do Sul como objeto de estudo da presente pesquisa. O festival pode ser considerado um exemplo capaz de promover e valorizar a cultura de uma localidade e estimular o desenvolvimento do turismo. Santa Cruz do Sul é um município colonizado por alemães, localizado na região central do Rio



Grande do Sul, sua população é de aproximadamente 118.374 mil habitantes e a grande maioria destes possui descendência alemã (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], 2015).

A Oktoberfest de Santa Cruz do Sul foi realizada pela primeira vez no ano de 1984 com o objetivo de cultivar, promover e valorizar as tradições dos imigrantes alemães através da dança, música e gastronomia (Moyano, Lengler, Angnes, & Sampaio, 2015, Sehn, 2009). Atualmente, o festival é considerado o principal produto turístico da cidade, o qual recebeu em sua 33ª edição, no ano de 2017, um público de 137.600 pagantes e mais de 380.000 na média geral durante sua realização (Oktoberfest Santa Cruz, 2017),

Considerando a importância da Oktoberfest para o turismo em Santa Cruz do Sul, seu objetivo e o número de público participante, percebe-se que o festival tende a provocar distintos impactos para a comunidade local. Desta forma, a presente pesquisa tem como objetivo identificar se a frequência de participação no festival influencia de maneira estatisticamente significativa na percepção dos residentes sobre os impactos econômicos, sociais, culturais e ambientais promovidos pela Oktoberfest no destino.

O presente artigo está dividido em seis seções. A introdução busca apresentar a contextualização do tema, sua relevância e os objetivos da pesquisa. Posteriormente, na segunda seção, a revisão teórica que aborda as temáticas: festivais, impactos de festivais no destino e a percepção do residente. Posteriormente, a metodologia utilizada na construção da pesquisa é descrita na terceira seção. Os resultados alcançados são descritos na quarta seção. Após, são apresentadas as considerações finais da pesquisa e por fim, as referências utilizadas no artigo.



FESTIVAIS E A PERCEPÇÃO DOS RESIDENTES SOBRE OS SEUS IMPACTOS

O uso de festivais tem provocado diferentes impactos no destino receptor, tanto positivos quanto negativos (Prentice & Andersen, 2003). A compreensão de como os residentes percebem estes impactos e ainda, como estes influenciam no cotidiano das comunidades é considerado vital para Gursoy et al. (2004), visto que, apenas se a população estiver satisfeita com o resultado final e disposta a suportar os conflitos temporários provocados pelo evento, este irá se desenvolver de maneira sustentável e ser capaz de atrair um público significativo.

Os impactos relacionados a festivais dificilmente serão percebidos da mesma forma em diferentes comunidades. Segundo Marzuki (2012), a percepção dos residentes está diretamente ligada as características da identidade e cultura da comunidade local. O nível de percepção positiva ou negativa dos impactos irá afetar diversos aspectos relacionados ao apoio, nível de participação e aceitação do uso de eventos como propagador e difusor da cultura.

Os impactos positivos percebidos pela realização de festivais, demonstram a capacidade deste de contribuir significativamente para o desenvolvimento econômico do destino (Stankova & Vassenska, 2015), através do recolhimento de impostos e melhoria econômica de empresas e negócios locais devido ao consumo de produtos em empresas da cidade (Esu, Arrey, Basil, & Eyo, 2011, Gursoy et al., 2004, Small 2007). Por outro lado, estudos como o de Prayag et al. (2013), Lohmann, Zouain, Virkki, Quintela e Silva (2014) e Stankova e Vassenka (2015) demonstraram que a realização de festivais em destinos pode aumentar significativamente o custo de vida e valor dos produtos e serviços locais e ainda, provocar um investimento exagerado por parte do poder público, sendo considerado maior do que o benefício gerado pela realização do evento.

Em relação aos impactos sociais, estes são percebidos principalmente através da melhoria de infraestrutura urbana da comunidade, integrando as



peças da comunidade, geração de nova oportunidade de emprego e renda, melhoria da qualidade de vida e oportunidade de entretenimento para os autóctones (Marujo, 2002, Mcdowall & Choi, 2010, Prayag et al, 2013, Xu, Barbieri, Anderson, Leung, & Rozier-Rich, 2016). Por outro lado, autores como Gursoy et al (2004), Lohmann et al. (2014), Small (2007) e Yolal et al. (2016) afirmam que o aumento no trânsito, da criminalidade e vandalismo e o aumento do consumo de drogas e abuso de álcool nos destinos e a superlotação das instalações públicas são os impactos sociais negativos mais percebidos pelos autóctones.

Em relação as alterações no ambiente do destino, pode-se citar que o uso de festival pode ampliar e estimular a melhoria na infraestrutura urbana local como iluminação, conservação e paisagismo para a cidade (Mcdowall, Choi, 2010, Xu et al., 2016). Porém, pode-se perceber uma série impactos negativos, como a poluição visual motivada pelo aumento de propaganda do próprio festival e empresas locais, aumento da produção de lixo ocasionado pela ampliação do consumo, degradação ambiental e aumento dos níveis de som e ruído (Lohmann et al., 2014, Marujo, 2014, Mcdowall & Choi, 2010, Small, 2007, Yolal et al., 2016).

A manutenção e preservação da cultura, a promoção do município como um destino turístico consolidado têm se demonstrado os principais impactos culturais positivos promovidos por festivais (Gursoy et al., 2004, Mair & Whitford, 2013, Marzuki, 2012, Small, 2007). Porém, durante tais eventos, pesquisas apontam que os residentes têm percebido que a realização de festivais promove desconforto cultural motivado pelo aumento do fluxo de pessoas no destino (Gursoy et al., 2004, Prayag et al., 2013), alteração a rotina da comunidade (Small, 2007, Yolal, 2016) e ainda, perda da identidade local, através da teatralização do evento na busca de atrair um maior público (Prayag et al. 2013, Weaver & Lawton, 2013).

Todavia, os impactos promovidos pelo festival são percebidos de maneira distinta pela comunidade. Prayag et al. (2013), Yolal (2016) e Small



(2007) defendem que as características intrínsecas e extrínsecas dos residentes são os principais fatores de relevância na construção da imagem e percepção dos impactos da comunidade local perante o evento.

Para Yolal et al (2016), o envolvimento e o sentimento de bem-estar do residente é capaz de influenciar a imagem deste perante o evento. Fatores como as características demográficas (Marzuki, 2012), o local de residência e a sua proximidade com o festival (Weaver & Lawton, 2013), o apego (Li & Wan, 2017) e a confiança no governo local (Gursoy, Yolal, Ribeiro, & Panosso Netto, 2017) também são capazes de influenciar na percepção do residente.

A influencia da frequência de participação no evento também vem sendo amplamente considerada em estudos semelhantes como uma das principais variáveis da temática para avaliar a percepção do residente em relação aos impactos do turismo (Gursoy, Kim, & Uysal, 2004, Mahadevan, 2017, Prayag et al., 2013, Small, 2007). Os estudos apontam ainda que, a frequência de participação em eventos e festivais pode ser considerada preditor do apoio (Prayag et al, 2013), apego (Li & Wan, 2017), identidade (Lee & Chang, 2017) e consolidação deste (Trott, 2007).

Dentro desta perspectiva, em seus achados Prayag et al. (2013) demonstrou que a frequência de participação e a identidade cultural dos participantes são capazes de influenciar no apoio à realização do evento. No estudo de Li e Wan (2017) o apego demonstrou ser um importante determinante das percepções dos residentes e seu apoio ao desenvolvimento de festivais. Os residentes que o visitavam mais de cinco vezes demonstraram sentimentos mais positivos e apoiavam o desenvolvimento de festivais, demonstrando ainda um grau mais profundo de solidariedade emocional com os turistas. Já, aqueles que visitavam o evento uma vez por edição, afirmavam ser contra o envolvimento entre turistas e residentes, demonstrando um baixo nível de solidariedade emocional.



Já Lee e Chang (2017) perceberam que os participantes que mais visitam um evento são aqueles que possuem maior índice de identidade. Porém, no seu estudo, estes participantes foram aqueles que pior avaliaram os impactos negativos culturais e pouco visitaram o evento. Já os participantes com maior taxa de participação avaliaram de maneira mais significativa os impactos sociais, demonstrando que buscavam uma maior socialização. Os autores atribuem tal achado, aos baixos níveis de autenticidade encontrados no festival, devido principalmente as alterações da programação nos últimos anos.

Com base neste contexto, percebe-se a importância de avaliar as mais diversas variáveis da comunidade local que possam influenciar na percepção acerca dos impactos da realização do festival. Tal relevância é justificada pela afirmação de Marzuki (2012), Small (2007) e Kim et al (2015), os quais defendem que a percepção dos residentes influenciará diretamente na obtenção de sucesso ou fracasso da realização do evento. Desta forma, os gestores de festivais devem-se atentar à participação da comunidade nos processos de planejamento, execução e integração deste.

É importante destacar que, o nível de satisfação e/ou insatisfação interfere nas intenções de recompra. Também pode se tornar uma reação cognitiva e afetiva negativa em relação à um determinado serviço, ou também pode criar uma relação de serviço em longo prazo (Chitty, Ward & Chua, 2007). Garantir a satisfação do consumidor junto com o aumento da retenção de consumidores e da geração de lealdade é fundamental para o aumento da geração de receitas e sucesso a longo prazo na indústria de serviços (Rychalski & Hudson 2017).

METODOLOGIA

A presente pesquisa foi realizada com o intuito de identificar se a frequência de participação na Oktoberfest de Santa Cruz do Sul influencia de maneira estatisticamente significativa na percepção dos residentes sobre



os impactos econômicos, sociais, culturais e ambientais promovidos pelo festival no destino. Desta forma, pode ser caracterizada como um trabalho empírico, exploratório e descritivo, com uma abordagem quantitativa.

Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário auto preenchível, com 24 variáveis fechadas organizadas por meio de uma escala tipo Likert de sete pontos de concordância. O questionário foi elaborado com base nos estudos de Gursoy, Kim e Uysal (2004), Prayag et al. (2013) e Small (2007). As dimensões de análise foram classificadas em quatro grupos: impactos sociais, impactos culturais, impactos econômicos e impactos ambientais. O instrumento de coleta de dados também era composto por dez questões relacionadas ao perfil sociodemográfico dos respondentes. Destaca-se que a variável "frequência de participação no festival" foi utilizada como variável dependente da presente pesquisa.

No que se refere a amostra, esta foi caracterizada como sendo probabilística aleatória simples. Em tal tipo de amostra, Gil (2008) defende que cada elemento da população possui a mesma chance de fazer parte da pesquisa. Optou-se por realizar a aplicação dos questionários no mês de setembro de 2016, devido à proximidade da realização da Oktoberfest em Santa Cruz do Sul. A amostra final foi de 520 respondentes, os quais afirmaram ser residentes do município.

Os dados foram tabulados e analisados através do software SPSS versão 22. Buscando identificar se existem diferenças estatisticamente significativa em relação à percepção dos residentes sobre festival e a frequência de participação destes na Oktoberfest. Para alcançar tal finalidade, as quatro dimensões anteriormente citadas foram submetidas a uma análise de variância do tipo One-Way ANOVA, utilizando como variável de diferenciação a frequência de participação no evento (um, duas, três, quatro, cinco ou mais de cinco vezes).



ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Dos 520 respondentes, a maioria demonstrou participar da Oktoberfest de Santa Cruz do Sul ao menos uma vez ao ano (84,4%). A frequência de participação foi variada, onde os maiores valores encontrados foram aqueles que participam do evento uma vez por ano (28,3%) e duas vezes por ano (20,6%). A participação no festival cinco vezes por ano foi a variável com menor frequência de respostas (3,8%). Os dados relacionados a caracterização da amostra são descritos na tabela 1.

Tabela 1: Perfil dos residentes entrevistados (n=520)

Sexo	Frequência	Porcentagem
Feminino	311	59,8%
Masculino	209	40,2%
Total	520	100%

Faixa etária	Frequência	Porcentagem
20 a 24 anos	113	21,7%
30 a 34 anos	92	17,7%
25 a 29 anos	90	17,3%
35 a 39 anos	51	9,8%
18 ou 19 anos	45	8,7%
50 a 54 anos	32	6,2%
40 a 44 anos	28	5,4%
45 a 49 anos	25	4,8%
55 a 59 anos	14	2,7%
60 a 64 anos	11	2,1%
70 anos ou mais	10	1,9%
65 a 69 anos	9	1,7%
Total	520	100%

Estado Civil	Frequência	Porcentagem
Solteiro(a)	231	44,4%
Casado(a) / União estável	229	44%
Separado(a) / Divorciado(a)	42	8,1%
Viúvo(a)	18	3,5%
Total	520	100%

Nível de escolaridade	Frequência	Porcentagem
Ensino Médio	160	30,8%
Ensino Superior Incompleto	157	30,2%
Ensino Superior Completo	101	19,4%
Pós-Graduação Completa	49	9,4%



Ensino Fundamental ou abaixo	36	6,9%
Pós-Graduação Incompleta	17	3,3%
Total	520	100%

Ocupação	Frequência	Porcentagem
Empregado/Assalariado(a)	260	50%
Estudante	73	14%
Empresário(a)	48	9,2%
Autônomo(a)	47	9%
Funcionário(a) público(a)	35	6,7%
Aposentado(a)	34	6,5%
Desempregado(a)	17	3,3%
Dona de casa	6	1,2%
Total	520	100%

Renda média familiar	Frequência	Porcentagem
De R\$ 1.866,00 a R\$ 3.118,00	170	32,7
De R\$ 3.119,00 a R\$ 6.006,00	128	24,6
De R\$ 1.278 a R\$ 1.865,00	91	17,5
De R\$ 6.007,00 a R\$ 11.037,00	54	10,4
De R\$ 896,00 a R\$ 1.277,00	51	9,8
Mais de 11.038,00	14	2,7
Até R\$ 895,00	12	2,3
Total	520	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

A maioria dos respondentes afirmou ser do gênero feminino (59,8%), jovens e adultos, entre 20 e 24 anos (21,7%), 30 e 34 anos (17,7%). As menores frequências de respondentes consistiram em uma parcela da população com maior idade, com 60 e 64 anos (2,1%), 70 anos ou mais (1,9%) e idosos entre 65 e 69 anos, com apenas 1,7%. Em relação ao estado civil, a maior frequência foi de indivíduos solteiros (44,4%) e casados ou em uma união estável (44%). A maioria da amostra possui ensino médio completo (30,8%) e ensino superior incompleto (30,2%).

Os resultados demonstraram que existe diferença significativa entre a frequência do evento e a percepção dos impactos de análise. Destaca-se que as diferenças estatísticas foram encontradas apenas nos impactos sociais, culturais e econômicos positivos, indicando que a frequência de participação na Oktoberfest influencia apenas na percepção destas dimensões.



Em relação aos impactos sociais positivos, percebe-se na Tabela 2, que os residentes que visitam a Oktoberfest quatro vezes por edição avaliam melhor ($p=0,000$) os impactos sociais positivos da realização do festival do que os residentes que visitam apenas uma vez. A mesma situação ocorre com os residentes que visitam duas, três, cinco ou mais de cinco vezes ($p=0,007$, $0,002$, $0,008$ e $0,001$, respectivamente). Ou seja, os residentes que menos “percebem” os impactos sociais positivos do festival são aqueles que participam uma vez por edição do evento. Enquanto aqueles que visitam quatro vezes por edição integram a parcela da população que percebe tais impactos de maneira mais significativa, seguidos pelos residentes que frequentam o festival mais de cinco vezes e três vezes por edição.

Tabela 2: Teste ANOVA Post-Hoc - Impactos sociais positivos de acordo com a frequência de participação na *Oktoberfest*

Dimensão	(I) Frequência de participação no evento	(J) Frequência de participação no evento	Média Diferença (I-J)	Erro Padrão	Sig.
Impactos Sociais Positivos	Duas vezes por edição	Uma vez por edição	0,41660	0,15386	0,007
	Três vezes por edição	Uma vez por edição	0,54217	0,17498	0,002
	Quatro vezes por edição	Uma vez por edição	0,79212	0,20454	0,000
	Cinco vezes por edição	Uma vez por edição	0,76898	0,28856	0,008
	Mais de cinco vezes por edição	Uma vez por edição	0,64279	0,19676	0,001

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

No que se refere aos impactos culturais, a Tabela 3 demonstra que houve diferença estatisticamente significativa em relação aos impactos positivos e negativos. Os residentes que frequentam a *Oktoberfest* quatro vezes por edição, tendem a perceber de maneira mais significativa os impactos positivos na cultura de Santa Cruz do Sul do que a parcela da população que frequenta uma ($p=0,003$) ou duas ($p=0,007$) por edição o festival.



No que se refere aos impactos culturais negativos, os resultados da pesquisa demonstraram que os residentes que frequentam a Oktoberfest duas vezes por edição, demonstraram avaliar melhor a dimensão ($p=0,008$), ou seja, consistem na parcela da população santa-cruzense que percebe de maneira mais significativa os impactos culturais negativos. A parcela da população que demonstrou menor percepção de tais impactos, foi aquela que frequenta o evento cinco vezes por edição, visto que, os residentes que frequentam um, duas, três quatro e mais de cinco vezes por edição avaliaram melhor a dimensão ($p=0,010, 0,008, 0,056, 0,057$, respectivamente).

Tabela 3: Teste ANOVA *Post-Hoc* - Impactos culturais de acordo com a frequência de participação na Oktoberfest

Dimensão	(I) Frequência de participação no evento	(J) Frequência de participação no evento	Média Diferença (I-J)	Erro Padrão	Sig.
Impactos culturais positivos	Quatro vezes por edição	Uma vez por edição	0,52351	0,17394	0,003
	Quatro vezes por edição	Duas vezes por edição	0,48842	0,18152	0,007
	Uma vez por edição	Cinco vez por edição	0,89473	0,34410	0,010
Impactos culturais negativos	Duas vezes por edição	Cinco vez por edição	0,94416	0,35172	0,008
	Três vezes por edição	Cinco vez por edição	0,70176	0,36549	0,056
	Quatro vezes por edição	Cinco vez por edição	0,73804	0,38671	0,057
	Mais de cinco vezes por edição	Cinco vezes por edição	0,82010	0,38092	0,032

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Os residentes que frequentam o festival três vezes por edição, demonstraram avaliar melhor a dimensão relacionada aos impactos econômicos positivos do que aqueles que o frequentam uma ($p=0,003$) ou duas vezes ($p=0,042$) por edição. Os moradores que visitam a Oktoberfest quatro vezes por edição também demonstraram avaliar melhor a dimensão do que aqueles que visitam uma ($p=0,000$) ou duas vezes ($p=0,003$).

A parcela da população que frequenta o festival cinco ou mais vezes também avaliou melhor os impactos econômicos positivos promovidos por este ($p=0,037$ e $p=0,032$, respectivamente). Por fim, residentes que frequentam a Oktoberfest duas vezes por edição percebem de maneira mais significativa ($p=0,039$) os impactos econômicos negativos do que aqueles que visitam quatro vezes (Tabela 4).

Tabela 4: Teste ANOVA Post-Hoc - Impactos econômicos de acordo com a frequência de participação na Oktoberfest

Dimensão	(II) Frequência de participação no evento	(J) Frequência de participação no evento	Média Diferença (I-J)	Erro Padrão	Sig.
Impactos econômicos positivos	Três vezes por edição	Uma vez por edição	0,54179	0,18277	0,003
	Três vezes por edição	Duas vezes por edição	0,39406	0,19358	0,042
	Quatro vezes por edição	Uma vez por edição	0,81460	0,21365	0,000
	Quatro vezes por edição	Duas vezes por edição	0,66687	0,22297	0,003
	Cinco vezes por edição	Uma vez por edição	0,62982	0,30141	0,037
	Mais de cinco vezes por edição	Uma vez por edição	0,44191	0,20552	0,032
Impactos Econômicos negativos	Duas vezes por edição	Quatro vezes por edição	0,69504	0,33581	0,039

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Os resultados alcançados na pesquisa demonstraram que de maneira geral, a população que participa de forma mais ativa e que possui maior frequência de participação na Oktoberfest tende a perceber de maneira mais significativa os impactos positivos promovidos em Santa Cruz do Sul. Por outro lado, residentes que visitam o festival uma ou duas vezes por ano demonstraram não avaliar de maneira considerável os impactos positivos e ainda, avaliam melhor as dimensões ligadas aos impactos negativos na comunidade.

Desta maneira, percebe-se que os resultados vão ao encontro aos achados de Gerrard (2000), Gursoy et al. (2004), Milito (2013), Small (2007) e



Weaver e Lawton (2013). Tais autores defendem que dentre outros fatores influenciadores, o grau de frequência de participação em festivais está diretamente ligado ao apoio do residente ao evento, ou seja, o morador que percebe de maneira mais significativa os benefícios sociais promovidos por eventos, tem maior tendência de participar mais vezes deste.

Os resultados encontrados na presente pesquisa corroboram também os estudos de Li e Wan (2017) os quais identificaram que os residentes que participavam de maneira mais ativa e frequente do evento utilizado como objeto de estudo eram aqueles que percebiam de maneira mais evidente os impactos positivos da realização do festival. Ainda segundo os autores (2017), um maior envolvimento com o festival também era preditor de um maior envolvimento e recepção ao turista, ampliando assim, a sensação de hospitalidade no destino.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do trabalho foi identificar se a frequência de participação no festival influencia de maneira estatisticamente significativa na percepção dos residentes sobre os impactos econômicos, sociais, culturais e ambientais promovidos pela Oktoberfest em Santa Cruz do Sul. Os resultados identificaram que de fato a frequência de participação no festival é capaz de influenciar a percepção dos residentes sobre os impactos deste. O estudo identificou que existe diferença estatisticamente significativa em relação a frequência de participação no festival e a percepção sobre os impactos culturais, econômicos e principalmente social de caráter positivo.

Os residentes que visitam uma ou duas vezes a Oktoberfest demonstraram ser a parcela da população que pior avaliam os impactos positivos da sua realização, ou seja, avaliam que de forma geral o festival não promove impactos positivos para a comunidade local. A mesma



parcela da população também demonstrou avaliar melhor as dimensões ligadas aos impactos negativos promovidas na cidade.

No que se refere aos impactos sociais positivos, apenas os residentes que frequentam o festival uma vez por ano demonstrou avaliar a dimensão de maneira negativa. Em relação aos impactos culturais positivos, residentes que visitam a Oktoberfest quatro vezes por edição foram os que melhor avaliaram a dimensão. A principal diferença estatisticamente significativa encontrada na relação entre os impactos culturais negativos e a frequência de participação do evento foi em relação aos residentes que frequentam o festival cinco vezes por ano, que avaliaram pior a dimensão.

Por fim, esta pesquisa demonstrou-se semelhante aos demais trabalhos sobre a temática, indo ao encontro do exposto por autores da área que afirmam a relação entre a participação do residente no evento e a percepção destes sobre os impactos na localidade e conseqüentemente, o seu apoio ou oposição a realização do evento.

Assim como todas as pesquisas, esta contou com limitações, dentre elas, destacou-se a falta de um instrumento que permitisse identificar a motivação da percepção sobre os impactos promovidos pela Oktoberfest em Santa Cruz do Sul, limitando a pesquisa apenas a descrever as diferenças estatisticamente significativas. Para futuras pesquisas, sugere-se a aplicação deste instrumento com visitantes do evento, permitindo assim, a comparação entre a percepção dos residentes e dos visitantes, possibilitando uma análise mais profunda sobre a compreensão das duas partes envolvidas.

REFERÊNCIAS

Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of tourism research*, 27(3), 785-804.



- Chen, W. C., Lee, C. F., & Lin, L. Z. (2012). Investigating factors affecting festival quality: A case study of neimen song jiang jhen battle array, Taiwan. *African Journal of Marketing Management*, 4(2), 43–54.
- Chitty, B., Ward, S., & Chua, C. (2007). An application of the ECSI model as a predictor of satisfaction and loyalty for backpacker hostels. *Marketing Intelligence & Planning*, 25(6), 563-580.
- Cole, S. T., & Illum, S. F. (2006). Examining the mediating role of festival visitors' satisfaction in the relationship between service quality and behavioral intentions. *Journal of Vacation Marketing*, 12(2), 160-173.
- Dagger, T. S., & David, M. E. (2012). Uncovering the real effect of switching costs on the satisfaction-loyalty association: The critical role of involvement and relationship benefits. *European Journal of Marketing*, 46(3/4), 447-468.
- Eskildsen, J., Kristensen, K., Jørn Juhl, H., & Østergaard, P. (2004). The drivers of customer satisfaction and loyalty. The case of Denmark 2000–2002. *Total Quality Management & Business Excellence*, 15(5-6), 859-868.
- Esu, B. B., Arrey, V. M. E., Basil, G., & Eyo, E. E. (2011). Analysis of the economic impacts of cultural festivals: the case of Calabar Carnival in Nigeria. *Tourismos*, 6(2), 333-352.
- Fiuza, T. F. (2016) *A percepção dos residentes sobre os impactos gerados por festivais: O caso da Oktoberfest de Santa Cruz do Sul (RS)* (Dissertação de Mestrado). Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, SC, Brasil.
- Gil, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6a. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- 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), 1128-1140.
- Han, J. S., & Hyun, K. S. (2009). The effect of family restaurants customer value on satisfaction and behavior intention: focused on university student in Seoul. *Korean Journal of Hospitality Administration*, 18(1), 135-150.
- Hensley, R. L., & Sulek, J. (2007). Customer satisfaction with waits in multi-stage services. *Managing Service Quality: An International Journal*, 17(2), 152-173.
- Jamaludin, M., Johari, S., Aziz, A., Kayat, K., & Yusof, A. (2012). Examining structural relationship between destination image, tourist satisfaction and destination loyalty. *International Journal of Independent Research and Studies*, 1(3), 89-96, July.



- Li, X., & Wan, Y. K. P. (2017). Residents' support for festivals: Integration of emotional solidarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 517-535.
- Lee, T. H., & Chang, P. S. (2017). Examining the relationships among festivalscape, experiences, and identity: evidence from two Taiwanese aboriginal festivals. *Leisure Studies*, 36(4), 453-467.
- Lee, Y. K., Lee, C. K., Lee, S. K., & Babin, B. J. (2008). Festivalscapes and patrons' emotions, satisfaction, and loyalty. *Journal of business research*, 61(1), 56-64.
- Lohmann, P. B., Zouain, D. M., Virkki, K. B., de Quintela, M. D., & Pacheco, T. (2014) Impactos da copa do mundo FIFA 2014 no turismo das cidades - sede: Uma percepção dos residentes da cidade do Rio de Janeiro no período pré-evento. *Tourism and Hospitality International Journal*, 4(3), 320-337.
- Mahadevan, R. (2017). Going beyond the economic impact of a regional folk festival for tourism: A case study of Australia's woodford festival. *Tourism Economics*, 23(4), 744-755
- Mair, J. & Whitford, M. (2013) An exploration of events research: event topics, themes and emerging trends. *International Journal of Event and Festival Management*, 4(1), 6-30.
- Marujo, N. (2014) Turismo e eventos culturais: A festa do fim-de-ano na ilha da Madeira e as experiências dos turistas. *Investigaciones Turísticas*, 7, 71-86.
- Marzuki, A. (2012) Local residents' perceptions towards economic impacts of tourism development in Phuket. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 60(2), 199-212.
- Mason, M. C., & Paggiaro, A. (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. *Tourism management*, 33(6), 1329-1336.
- Mcdowall, S.; Choi, Y. A. (2010) comparative analysis of Thailand residents' perception of tourism's impacts. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(1), 36-55.
- 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), 387-413
- Oktoberfest Santa Cruz (2017) *Público pagante da 33ª Oktoberfest totaliza 137,6 mil pessoas*. Recuperado em 04 out. 2018, de <http://oktoberfestsantacruz.com.br/index.php/2017/10/24/publico-pagante-da-33a-oktoberfest-totaliza-1376-mil-pessoas/>.



- Pavluković, V., Armenski, T., & Alcántara-Pilar, J. M. (2017). Social impacts of music festivals: Does culture impact locals' attitude toward events in Serbia and Hungary? *Tourism Management*, 63, 42-53.
- Pranic, L., Petric, 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, 236-256.
- 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, 629-640.
- Ribeiro, A. H. P., Hanna, A. K. D. F. A., & Monteiro, P. R. R. (2006). O valor gerado na experiência de consumo e lealdade: a operacionalização dos construtos e suas relações. In: *ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓSGRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO*, 30, 1-16.
- Rychalski, A., & Hudson, S. (2017). Asymmetric effects of customer emotions on satisfaction and loyalty in a utilitarian service context. *Journal of Business Research*, 71, 84-91.
- Tanford, S., & Jung, S. (2017). Festival attributes and perceptions: A meta-analysis of relationships with satisfaction and loyalty. *Tourism Management*, 61, 209-220
- Tanford, S., & Jung, S. (2017). Festival attributes and perceptions: A meta-analysis of relationships with satisfaction and loyalty. *Tourism Management*, 61, 209-220.
- Tontini, G., Branco, L. L., Brandt, L. M. O., Ronchi, L., de Oliveira, P. R. V., & Zanchett, R. (2018). Nonlinear antecedents of visitors' satisfaction with the oktoberfest in Brazil. *Total Quality Management & Business Excellence*, 1-25.
- Trott, S. (2007). *Uma replicação da escala de Gursoy, Kim e Uysal para mensurar os impactos de eventos especiais* (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, RS, Porto Alegre.
- Woosnam, K. M., & Aleshinloye, K. D. (2018) Residents' emotional solidarity with tourists: Explaining perceived impacts of a cultural heritage festival. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(4), 587-605.
- Xu, S., Barbieri, C., Anderson, D., Leung, Y. F., & Rozier-Rich, S. (2016). Residents' perceptions of wine tourism development. *Tourism Management*, 55, 276-286.



Yolal, M., Gursoy, D., Uysal, M., Kim, H. L., & Karacaoğlu, S. (2016). Impacts of festivals and events on residents' well-being. *Annals of Tourism Research*, 61, 1-18.

Yürük, P., Akyol, A., & Şimşek, G. G. (2017). Analyzing the effects of social impacts of events on satisfaction and loyalty. *Tourism Management*, 60, 367-378.

Contribuições de cada autor na construção do artigo:

Thamires Foletto Fiuza: Concepção e desenho do artigo, elaboração do referencial teórico, redação do trabalho, coleta e análise dos resultados.

Fabricia Durieux Zucco: Orientação do trabalho, concepção e desenho do artigo, redação do trabalho e revisão crítica

Camila Belli Kraus: Elaboração do referencial teórico, redação do trabalho e revisão crítica.





