

UNIVERSIDADE DO ALGARVE
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO

*Avaliação dos impactos de um projeto turístico - cultural: O Festival
Internacional de Jazz de Loulé*

Maria de Fátima Cabrita Barão Gonçalves

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Turismo e Culturas Urbanas

Trabalho efetuado sob a orientação de:
Professora Doutora Leonor Salsa e Mestre Dália Paulo

Faro
2013

UNIVERSIDADE DO ALGARVE
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO

*Avaliação dos impactos de um projeto turístico - cultural: O Festival
Internacional de Jazz de Loulé*

Maria de Fátima Cabrita Barão Gonçalves

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Turismo e Culturas Urbanas

Trabalho efetuado sob a orientação de:
Professora Doutora Leonor Salsa e Mestre Dália Paulo

Faro
2013

*Avaliação dos impactos de um projeto turístico- cultural: O Festival
Internacional de Jazz de Loulé*

Declaração de autoria de trabalho

Declaro ser a autora deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluídas.

Copyright

Maria de Fátima Cabrita Barão Gonçalves

A Universidade do Algarve tem o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicitar este trabalho através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

ÍNDICE GERAL

	Pág.
Índice de Figuras	vi
Índice de Tabelas	vii
Lista de Abreviaturas	viii
Agradecimentos	ix
Resumo	x
Abstract	xi

I - INTRODUÇÃO

Capítulo I - Introdução	1
1.1 – Interesse e justificação do tema.....	1
1.2 – Estrutura da dissertação.....	3

II – ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Capítulo II - Turismo e Cultura	5
2.1 - Relação entre Turismo e Cultura	5
2.2 – O Turismo Cultural	11
2.3 – Cultura e economia	16
Capítulo III - Os eventos como elemento diferenciador de um destino	18
3.1 - Conceito de eventos	18
3.2 – Origem e evolução dos eventos.....	20
3.3 – Classificação dos eventos	21
3.4 – Tipo de intervenientes/ <i>stakeholders</i> do evento	27
3.5 – Importância dos eventos no desenvolvimento dos destinos	30
3.6 – Fatores que contribuem para o crescimento dos eventos	31
3.7 – Contribuição dos eventos para a imagem e marca do destino.....	32

3.8 – Impactos gerados pelos eventos	35
--------------------------------------------	----

Capítulo IV - Fatores que influenciam as percepções dos residentes face aos impactos dos eventos e suas atitudes e comportamentos 40

4.1 - Conceito e relevância da avaliação das percepções	40
---------------------------------------------------------------	----

4.2 – Percepções dos residentes face ao desenvolvimento do turismo/eventos	42
----------------------------------------------------------------------------------	----

4.3 – Modelos utilizados para avaliar as percepções dos residentes e os fatores que as influenciam	43
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

4.4 - Conceitos e relevância da atitude dos residentes face ao desenvolvimento do turismo/eventos	50
---------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

4.5 - Modelos utilizados para avaliar as atitudes dos residentes e os fatores que as influenciam	51
--------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

III – INVESTIGAÇÃO EMPIRICA

Capítulo V - Metodologia da investigação 56

5.1 - Pergunta de partida, objetivos, modelo e hipóteses de investigação	56
--------------------------------------------------------------------------------	----

5.2 – Procedimentos metodológicos	60
-----------------------------------------	----

5.3 – Identificação da população da pesquisa	62
----------------------------------------------------	----

5.4 – Técnicas de amostragem utilizadas	62
-----------------------------------------------	----

5.5 – Técnica e construção dos instrumentos de recolha de dados	64
-----------------------------------------------------------------------	----

5.6 – Método de análise de dados	68
----------------------------------------	----

Capítulo VI - Enquadramento e caracterização do evento Festival Internacional de Jazz de Loulé 70

6.1 - Caracterização da cidade de Loulé	70
-----------------------------------------------	----

6.2 – Caracterização do Festival Internacional de Jazz de Loulé.....	73
----------------------------------------------------------------------	----

Capítulo VII – Análise e discussão dos resultados 84

7.1 – Caracterização da amostra dos residentes inquiridos	84
-----------------------------------------------------------------	----

7.1.1 – Perfil sociodemográfico dos residentes	84
------------------------------------------------------	----

7.1.2 – Conhecimento do evento	87
--------------------------------------	----

7.1.3 – A interação residente-visitante	87
-----------------------------------------------	----

7.1.4 – Avaliação da percepção dos residentes face ao Festival de Jazz e aos seus impactos	88
7.1.5 – Atitudes dos residentes face ao evento/turismo	90
7.1.6 – O Festival de Jazz e o desenvolvimento turístico da cidade de Loulé	91
7.1.7 – Benefício do Festival de Jazz na atividade turística da cidade de Loulé para os residentes	92
7.2 – Caracterização da amostra dos comerciantes inquiridos	93
7.2.1 – Tipo de serviço	93
7.2.2 – Perfil sociodemográfico dos comerciantes.....	93
7.2.3 – Apoio ao Festival de Jazz de Loulé	93
7.2.4 – Benefício do Festival para os serviços dos inquiridos	94
7.2.5 – A importância do Festival Internacional de Jazz de Loulé para o desenvolvimento da cidade	94
7.2.6 – Avaliação da percepção dos comerciantes face ao Festival de Jazz e aos seus impactos	95
7.2.6.1 – Os impactos económicos positivos	95
7.2.6.2 – Os impactos económicos negativos.....	96
7.2.6.3 – Os impactos sociais positivos.....	96
7.2.6.4 – Os impactos sociais negativos.....	96
7.2.6.5 – Os impactos culturais positivos e negativos.....	97
7.2.7 – Satisfação pela existência do evento no concelho	97
7.2.8 – Concordância com o aumento da realização de eventos no concelho.....	97
7.2.9 – Benefício do Festival de Jazz na atividade turística da cidade de Loulé para a comunidade.....	98
7.2.10 – Atitudes e comportamentos face ao evento/turismo	98
7.3 – Análise das questões comuns a residentes e a comerciantes	99
7.4 – Análise dos fatores que influenciam as percepções dos residentes face ao Festival Internacional de Jazz de Loulé	100
7.5 – Análise dos fatores que influenciam as percepções dos comerciantes face ao Festival Internacional de Jazz de Loulé	110
7.6 – Síntese conclusiva	116

IV – CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

Capítulo VIII – Considerações finais e recomendações 120

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 125

APÊNDICES 135

APÊNDICE I - Comparação entre as diversas classificações de componentes da oferta cultural

APÊNDICE II – Tipo de informação a recolher através do questionário aos residentes e comerciantes

APÊNDICE III – Objetivos de investigação e o tipo de questões incluídas nos questionários

APÊNDICE IV – Grelha incluída nos questionários para avaliar as perceções dos residentes e prestadores de serviços (comerciantes) dos impactos do Festival Internacional de Jazz de Loulé

APÊNDICE V – Questionário aos residentes da cidade de Loulé

APÊNDICE VI – Questionário aos comerciantes da cidade de Loulé

APÊNDICE VII - Questões comuns colocadas nas entrevistas presenciais e por e-mail

APÊNDICE VIII - Entrevistas

APÊNDICE IX - Termos elegidos para análise de conteúdo

APÊNDICE X - Evolução do Festival desde a sua criação até à edição de 2012

APÊNDICE XI - Conjunto de atrações e atividades que o evento foi oferecendo ao longo das edições

APÊNDICE XII - Caracterização da amostra dos residentes

APÊNDICE XIII - Caracterização da amostra dos comerciantes

APÊNDICE XIV - Análise das questões comuns a residentes e comerciantes

APÊNDICE XV - Testes de normalidade dos dados e para os diferentes grupos (amostra dos residentes).

APÊNDICE XVI - Análise dos fatores que influenciam as perceções dos residentes face ao Festival Internacional de Jazz de Loulé.

APÊNDICE XVII - Testes de normalidade para todos os grupos dos comerciantes

APÊNDICE XVIII - Análise dos fatores que influenciam as percepções dos comerciantes face ao Festival Internacional de Jazz de Loulé.

ANEXOS **242**

ANEXO I - Cartazes publicitários do Festival Internacional de Jazz de Loulé de 1995 a 2012

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 2.1 - Evolução do turismo.....	8
Figura 2.2 - Ligações viáveis entre a cultura e o turismo	10
Figura 2.3 - Os 4 Ps da sustentabilidade do turismo cultural	14
Figura 2.4 - Perfil do turista cultural segundo vários estudos	15
Figura 3.1 - Distribuição de benefícios pelos envolvidos.....	19
Figura 3.2 – Tipos de entidades organizadoras de eventos e seus objetivos (Getz, 1997)	22
Figura 3.3 - Abordagem de portfolio às estratégias e avaliação do turismo de eventos proposta por Getz (2008)	24
Figura 3.4 - Categorização dos eventos proposta por Allen et al. (2002)	25
Figura 3.5 – Relação existente entre os <i>stakeholders</i> e os eventos proposta por Allen et al. (2002)	28
Figura 3.6 – Perspetiva sobre os papéis e impactos dos eventos, proposta por Getz (1997)	29
Figura 4.1 - Atitudes e comportamentos dos residentes face à atividade turística	52
Figura 5.1 - Modelo de Avaliação das atitudes dos residentes face ao evento	58

ÍNDICE DE TABELAS

	Pág.
Tabela 2.1 – Funções do turismo criadas pelo ímpeto do consumidor	7
Tabela 2.2 - Definições de Turismo Cultural	12
Tabela 2.3 – Tipologias de turistas culturais segundo McKercher e du Cros	15
Tabela 3.1 - Tipos de entidades organizadoras de eventos	22
Tabela 3.2 - Tipologia de eventos de acordo com a sua dimensão	24
Tabela 3.3 - Classificação de eventos de acordo com o tema	26
Tabela 3.4 - Fatores que contribuem na conceção de uma imagem de marca	33
Tabela 4.1. – Fatores extrínsecos que influenciam a perceção dos residentes dos impactos do turismo/eventos	45
Tabela 4.2 – Fatores intrínsecos que influenciam a perceção dos residentes dos impactos do turismo	46
Tabela 5.1 – Descrição das hipóteses de investigação relacionadas com o tipo de influência dos fatores intrínsecos nas perceções dos impactos do evento	58
Tabela 5.2 – Hipóteses de investigação relacionadas com o tipo de influência das perceções dos impactos do evento/turismo nas atitudes dos residentes e dos comerciantes face ao evento ..	59
Tabela 5.3 - Vantagens e desvantagens das entrevistas	67
Tabela 7.1 – Síntese dos resultados das hipóteses	118
Tabela 7.2 – Matriz SWOT do evento	119

LISTA DE ABREVIATURAS

ATLAS – European Association for Tourism and leisure education

AVE – Advertising Value Equivalent

CCL – Casa da Cultura de Loulé

CML – Câmara Municipal de Loulé

DGT – Direção Geral do Turismo

DRCAlg – Direção Regional da Cultura do Algarve

FIJ – Festival Internacional de Jazz

ICOMOS – Comissão Nacional Portuguesa do Conselho Internacional dos Monumentos e dos Sítios

IGESPAR – Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico

INE – Instituto Nacional de Estatística

OMT – Organização Mundial do Turismo

SPSS – Statistical Package for the Social Sciences

SWOT - *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças)

TA – Turismo do Algarve

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura.

Agradecimentos

O presente trabalho só foi possível graças ao apoio e orientação da Professora Doutora Leonor Salsa, da Professora Dália Paulo e da Professora Isabel Teotónio, que com paciência, dedicação e sabedoria conduziram este projeto, não me deixando desanimar ou esmorecer pelos contratempos e dificuldades e sobretudo pela amizade e confiança demonstradas.

À minha família, pelo apoio incondicional que me deu, em especial o meu marido pela paciência e grande amizade com que sempre me ouviu e a sensatez com que sempre me incentivou e ajudou e à minha filha pela pouca atenção que lhe dei durante esta etapa.

Aos residentes e comerciantes da cidade de Loulé, pela receptividade e sinceridade nos depoimentos e ainda aos entrevistados Joaquim Guerreiro da Câmara Municipal de Loulé, Dália Paulo da Direção Regional da Cultura do Algarve, Desidério Silva do Turismo do Algarve, Gabriela Soares da Casa da Cultura de Loulé e aos músicos e compositores Zé Eduardo e Mário Laginha pelo apoio e abertura que desde o primeiro contacto demonstraram em colaborar nesta investigação.

A todos as minhas colegas, especialmente à Paula Garcia, e amigos, pelo incentivo e dedicação que me prestaram durante este processo de investigação.

Muito obrigada!

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo principal avaliar as percepções e as atitudes dos residentes e comerciantes da cidade de Loulé face ao Festival Internacional de Jazz. A materialização deste objetivo implicou a realização de uma reflexão teórica, a partir de uma pesquisa bibliográfica, sobre o turismo cultural, categorização e classificação dos eventos e por fim uma pesquisa específica sobre as percepções dos impactos dos eventos e os modelos que têm sido utilizados para avaliar as atitudes dos residentes e dos comerciantes face ao seu desenvolvimento. Com base nesta reflexão teórica foi construído um modelo de investigação, o que implicou a utilização de um questionário a residentes e a comerciantes tendo-se usado o processo de amostragem por conveniência; e a realização de seis entrevistas aos organizadores e a entidades que apoiam o Festival Internacional de Jazz de Loulé.

Dos questionários e das entrevistas realizadas verificou-se que embora o Festival de Jazz de Loulé seja reconhecido como um dos agentes no processo de desenvolvimento da comunidade, ele não reúne todas as condições por si só para criar uma imagem diferenciadora do concelho e do destino maduro do Algarve.

Palavras-chaves: Comunidade local, impactos dos eventos, percepções, atitude, desenvolvimento, Festival Internacional de Jazz de Loulé.

ABSTRACT

This dissertation aims at assessing the perceptions and attitudes of residents and traders of the city of Loulé towards the International Jazz Festival. To achieve this objective a theoretical reflection was needed, concerning literature on cultural tourism, categorization and classification of events as well as a specific survey on the perceptions of the impact of events and of the models that have been used to assess the attitudes of the residents and traders in what the development of the event is concerned. Based on this theoretical reflection, a model for research was built, which involved the use of a questionnaire to residents and traders using the convenience sampling process, and the completion of six interviews with organizers and entities that support the International Jazz Festival in Loulé.

Questionnaires and interviews showed that although the Jazz Festival is recognized as one of the agents in the process of development of the community, on its own it does not meet all the requirements to create a distinctive image of the municipality and of the Algarve as a mature destination

Keywords: Local community, impacts of events, perceptions, attitude, development, International Jazz Festival of Loulé.

I – Introdução

Capítulo I - Introdução

1.1. – Interesse e justificação do tema

Tem sido colocado um interesse crescente no papel que o turismo pode desempenhar no desenvolvimento das regiões, sendo mesmo por vezes apontado como um dos setores melhor colocado para prosseguir esse objetivo. No entanto, para assumir-se como um instrumento de desenvolvimento, o turismo carece de descentralizar-se e diversificar-se, aproveitando o potencial das regiões e formando produtos turísticos complementares.

Neste contexto, a celebração de eventos pode desempenhar vários papéis importantes que vão desde a renovação e revitalização dos lugares e das regiões, não só a nível económico mas também a nível sociocultural. São igualmente vistos como atração de turistas, como dinamizador e diversificador da oferta turística, como incentivador de investimentos públicos e privados, quer na vertente turística quer na vertente cultural e até como elemento de apoio à criação de uma imagem do destino turístico.

Esta aposta tem como objetivo principal promover e dinamizar a economia destas regiões ou locais, uma vez que o turismo é uma das atividades que origina impactos consideráveis para os destinos turísticos. No entanto, estes impactos podem ser positivos ou negativos e afetam diretamente os residentes e restantes *stakeholders* desses destinos.

Hoje há, claramente, a tentativa de explorar estes eventos em termos comerciais e turísticos e de criar novos deliberadamente como atrações turísticas (Getz, 1997), enquadrando-os em estratégias de desenvolvimento turístico mais alargadas. No entanto para o sucesso destas iniciativas revela-se necessário a coordenação e colaboração entre os agentes envolvidos, quer públicos quer privados, sem esquecer o papel dos residentes do local em causa. A conciliação dos interesses de todos, bem como a sua participação ativa em todo o processo é, sem dúvida, essencial para a atividade turística em desenvolvimento local.

O estudo das relações entre o desenvolvimento dos eventos e as comunidades locais tem assumido cada vez mais importância na literatura em turismo. Afinal, os residentes dos destinos turísticos são os mais afetados pelas políticas e medidas de desenvolvimento turístico. A participação dos residentes nestes processos pode garantir a sustentabilidade e o sucesso dos eventos e até do turismo nas comunidades.

Face a estas constatações, evidencia-se a necessidade de estudar e analisar os impactos positivos e negativos que os eventos possam criar tanto para as cidades como para as regiões onde são realizados, contribuindo para mostrar traços das características do setor. Assim o objetivo desta dissertação é analisar as percepções dos residentes e comerciantes face aos impactos económicos e socioculturais de um determinado evento. Nesta pesquisa, os estudos serão realizados a partir da experiência vivenciada na cidade de Loulé com a realização do Festival Internacional de Jazz, evento cultural que se realiza há 18 anos ininterruptamente e que já levou aquela cidade muitos turistas.

A relevância desta dissertação centra-se na constatação de que não existem estudos realizados sobre a avaliação das percepções dos residentes e comerciantes dos impactos face ao Festival Internacional de Jazz de Loulé. A seleção do concelho de Loulé como área de aplicação evidencia a importância deste estudo em termos de desenvolvimento turístico de um destino de Sol e Praia e ainda por invocar potencialidades para a realização de eventos de forma dinâmica e criativa.

Desta forma, a questão de pesquisa que nos propomos responder com a realização deste trabalho é a seguinte: Podem os diversos impactos causados pelo evento Festival Internacional de Jazz de Loulé, contribuir para o desenvolvimento da localidade, levando em consideração a percepção da comunidade local (residentes e comerciantes)?

Para responder à questão anteriormente apresentada foi definido como objetivo geral aferir a importância do evento Festival Internacional de Jazz para o desenvolvimento do turismo cultural de Loulé e identificar os impactos percebidos pela comunidade local, e como objetivos específicos: abordar os principais fatores que influenciam a formação das atitudes dos residentes e comerciantes face ao desenvolvimento turístico e nomeadamente realização do evento; identificar a percepção dos residentes e comerciantes locais face ao desenvolvimento do Festival e os seus impactos e aferir os fatores que influenciam a percepção

dos referidos impactos; conferir e identificar através da opinião da comunidade local a importância do planejamento e realização do Festival para o desenvolvimento da cidade como destino turístico; apurar o envolvimento da comunidade na criação de produtos ou negócios, permanentes ou temporários resultantes do evento e ainda verificar se houve investimentos na divulgação do evento e aproveitamento da mesma, permitindo a maximização de seus efeitos residuais em benefício da comunidade.

1.2. – Estrutura da dissertação

Esta dissertação está organizada em quatro partes. A primeira parte compreende, o presente capítulo, onde é feita uma descrição da temática, a sua relevância e a sua estrutura.

A segunda parte é de natureza teórica e expõe todo o quadro conceptual que se utilizou na abordagem central desta dissertação. Foi organizado em 3 capítulos e a metodologia utilizada partiu de uma revisão bibliográfica nacional e internacional.

O **segundo capítulo** é dedicado ao Turismo Cultural, abordando a ligação entre o turismo e a cultura. Procura-se igualmente clarificar o conceito de Turismo Cultural e os seus principais componentes e por fim, descrevem-se alguns indicadores que influenciam a relação estabelecida entre a cultura e a economia no desenvolvimento do turismo.

O **terceiro capítulo** analisa o setor dos eventos enquanto elementos de oferta turística e os seus impactos ao nível da comunidade ou destino. É debatido o conceito do evento, as suas tipologias e os impactos positivos e negativos que podem originar. Averigua-se a sua importância para a comunidade local e para a sua imagem. Tenta-se provar que os eventos poderão influenciar a percepção que as pessoas têm de um destino através de experiências inesquecíveis.

No intuito de aprofundar o conhecimento dos efeitos que os eventos proporcionam para as comunidades apresenta-se, no **quarto capítulo**, uma revisão teórica sobre as principais investigações que trabalharam com a temática das percepções dos residentes dos impactos do turismo, descrevendo conceitos e relevância da avaliação das percepções dos residentes dos impactos dos eventos. Seguindo-se uma caracterização de alguns dos modelos que têm sido

utilizados para avaliar as perceções dos residentes, bem como, uma descrição dos fatores que influenciam essas perceções.

Neste capítulo aborda-se ainda a temática das atitudes dos residentes face ao desenvolvimento do turismo/eventos. Efetua-se uma análise dos conceitos e relevância da avaliação das atitudes, bem como dos fatores que influenciam essas atitudes, após o que se aborda os modelos mais utilizados pelos investigadores para avaliar as atitudes dos residentes.

A parte teórica do nosso estudo permitiu o desenvolvimento de um modelo de avaliação das atitudes dos residentes e dos comerciantes da cidade de Loulé face ao Festival de Jazz, que é apresentado na terceira parte deste estudo.

Terceira parte que integra o estudo empírico, realizado na cidade de Loulé e é composto por três capítulos. Inicia-se no **quinto capítulo**, com a apresentação da metodologia adotada que conduziu este estudo, descrevendo objetivos e respetivas hipóteses de investigação e os processos de recolha e análise de dados.

No **sexto capítulo** caracteriza-se o concelho de Loulé em termos geográficos, demográficos, económicos e turísticos, através de dados secundários, local onde se aplicou o modelo de avaliação das atitudes dos residentes e comerciantes face ao Festival Internacional de Jazz. Posteriormente procede-se a uma caracterização pormenorizada do respetivo Festival integrando a análise das entrevistas realizadas às entidades identificadas no capítulo V.

O **sétimo capítulo** é dedicado à análise e discussão dos resultados obtidos na investigação realizada junto dos residentes e dos comerciantes de Loulé para avaliar as perceções dos impactos socioculturais e económicos do Festival de Jazz e ainda avaliar os fatores que influenciam essa a perceção e os fatores que influenciam a sua atitude face ao evento em estudo.

A quarta parte é constituída pelo **oitavo capítulo** e integra as considerações finais, algumas recomendações para as entidades responsáveis pelo desenvolvimento turístico do destino de Loulé e pela organização de eventos, bem como a indicação das limitações encontradas ao longo deste estudo e por fim sugerem-se possíveis linhas de investigação sobre esta temática para o futuro.

II – Enquadramento teórico

Capítulo II - Turismo e cultura

O Turismo assume presentemente uma posição substancial na evolução socioeconómica dos territórios, representando o Turismo Cultural um dos segmentos mais dinâmicos. Durante a maior parte do século XX, turismo e cultura eram duas realidades completamente distintas, sendo a cultura entendida como parte da herança e da identidade dos povos, enquanto o turismo era compreendido basicamente como uma atividade de lazer.

Hoje surgem novas conceções a respeito da atividade turística que, ao realçarem as dimensões sociais, culturais e ambientais no processo de produção e comercialização do produto turístico, guiam a novas formas de gestão e consumo de atrativos, equipamentos e serviços, passíveis de se traduzirem em benefícios reais para as comunidades.

Neste âmbito, pretende-se neste capítulo analisar a relação entre turismo e cultura, caracterizar o turismo cultural e ainda refletir um pouco sobre a questão da cultura e a economia a partir de uma revisão de literatura que delineou a discussão deste trabalho.

2.1 – Relação entre Turismo e Cultura

Com a intenção de melhor entender a ligação entre a cultura e o turismo iremos começar pelos usos e significados do conceito de cultura.

Segundo Tylor (citado por Reisinger e Turner 2004:5) a definição de cultura mostra que “a cultura é um todo complexo que inclui conhecimento, crenças, arte, moral, lei, costumes e todas as outras capacidades e hábitos adquiridos pelo Homem como membro da sociedade”, mostrando a complexidade do conceito e das suas práticas.

Para Hofstede (1991:19) a cultura “é um fenómeno coletivo uma vez que é, pelo menos em parte, partilhada por pessoas que vivem no mesmo ambiente social onde é adquirida. Podemos defini-la como a programação coletiva da mente que distingue os membros de um grupo ou categoria de pessoas, face a outro”.

Para Williams (1976, citado por Guerra, 2009:19) o conceito de cultura pode ser explicado através de três perspectivas: a perspectiva antropológica, sociológica e a estética. A nível antropológico, pode considerar-se que é o modo de vida dos seres humanos, isto é, a forma como pensam, falam, agem e fazem. Este conceito tenta atenuar o etnocentrismo e o elitismo afirmando a totalidade da cultura humana e a singularidade das culturas. Neste sentido, Kuper (2001) refere que uma sociedade justa deve ter como base o interesse pelas diferentes culturas. A cultura tem a ver com o comportamento humano (Reisinger e Turner, 2004), não havendo uma limitação da cultura às atividades ligadas às belas artes.

Na vertente sociológica, a cultura pode ser vista como uma área de conhecimento dos grupos humanos. Nesta ótica entende-se a cultura como uma forma de produção e consumo de atividades culturais.

Na perspectiva estética, a cultura assimila atividades intelectuais e artísticas, como a literatura, o cinema, a música, o teatro, a pintura, a escultura e a arquitetura. Aqui a cultura tem como sinónimo as “belas artes” e tem como requisito níveis de instrução rigorosos. Pode dizer-se que a cultura está ligada à imagem da “alta cultura”, aquilo que usualmente a sociedade rica faz, como exemplo, assistir a um espetáculo de ópera, trata-se da produção cultural de uma minoria para uma elite culta. Ainda hoje subsiste a distinção entre a cultura de elite e a cultura de massas, embora de forma mais esbatida.

A cultura pode ser tangível, sob a forma de monumentos, museus ou arte, e intangível quanto aos valores de um povo, atitudes e modo de vida. Pode ainda ser percebida de diversas formas, nomeadamente, através de edifícios, dança, música, gastronomia, forma de vestir, eventos, valores, estilos de vida e artesanato (Jamieson, 2000).

Cunha (2006) refere que as relações entre o turismo e a cultura são profundas e possuem um duplo sentido. Pode-se perceber o turismo como um ato cultural ou forma de cultura onde é percebido como um meio de promoção cultural, tornando-se num agente de formação de estilos, modos de estar, atitudes e gostos; e Turismo Cultural como um meio de facultar ao homem o acesso a formas de expressão cultural sendo o turismo apreendido como um meio que permite o encontro de culturas e povos. É através do Turismo Cultural que se promove e vende o acesso a culturas que são transformadas em produtos, combinando vários fatores.

É neste contexto que o turismo contribui para o reconhecimento da diversidade das culturas dos diferentes povos. O desejo de tomar contacto e obter experiências em contextos com diferentes culturas, com as expressões materiais e imateriais dessas culturas, tem sido uma das principais motivações para o movimento de turistas e é com base nisto que muitos operadores turísticos desenvolvem o seu negócio. A cultura constitui, deste modo, um recurso importante para o setor do turismo devido à abundância de oferta cultural disponível o que permite ao consumidor fazer a sua escolha.

No entanto, para os turistas o seu objetivo de conhecer uma determinada cultura reflete também a procura de autenticidade e significado através das suas experiências, e num contexto competitivo, como o que se vive atualmente, para atrair turistas e promover o seu desejo de viajar, criam-se imagens do que se crê “autêntico” (Santana, 1997, 2003). Pelo que é necessário qualificar e valorar os recursos humanos, ampliando os atributos da oferta turística com a criação de manifestações culturais específicas, que deverá ser sustentada pela sua distinção e autenticidade (Costa, 2005).

Porém, o fenómeno turístico implica impactos positivos e negativos de ordem cultural. Positivamente o turismo caracteriza-se por diversas funções criadas pelo ímpeto do consumidor e que poderão servir de motivo para a manutenção e preservação da cultura conforme se expõe no quadro que se segue (Leader, 2004 citado por Filipe, 2009):

Tabela 2.1 – Funções do turismo criadas pelo ímpeto do consumidor

Recreativa	Contribui para a evolução da economia do lazer em zonas específicas.
Patrimonial	Leva a uma descentralização da atividade turística e à descoberta do património cultural e natural, age como impulso para a apreço e auxílio dos recursos e cultura local.
Pedagógica	Complementar à função patrimonial e advém da afirmação da procura dos consumidores. Estes não querem apenas atividades lúdicas, procuram ainda outras onde possam aprender algo.
Social	Aparece num contexto de inserção e coesão social através da revalorização dos recursos culturais e patrimoniais locais.
Comunicativa	Incentiva o crescimento de laços sociais entre turistas e população local, e a consolidação da imagem e promoção dos territórios.
Cidadã	Nasce pelo contacto direto entre as populações visitadas e visitantes.
Integradora	No ponto de vista do desenvolvimento integrado.

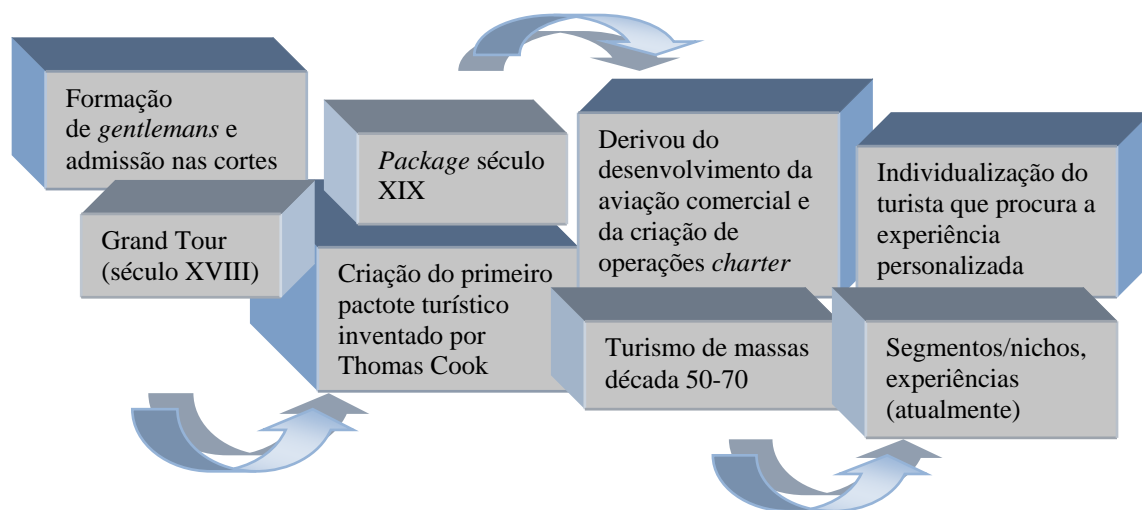
Fonte: Elaborado pela autora com base em Leader, 2004 citado por Filipe, 2009

Negativamente surgem os conflitos entre turistas e residentes a vários níveis, aumento da criminalidade, destruição do património, quebra da autenticidade, desrespeito pelas culturas locais, entre outros.

Segundo Costa (2005) a existência de uma relação entre turismo e cultura pode ainda ser visível numa análise de diferentes domínios relacionados com o turismo: a história do turismo, as definições de turismo e o sistema de planeamento em turismo.

Na história do turismo a sua criação funde-se com a história das civilizações encontrando-se inicialmente arrolada com objetivos comerciais ou religiosos e edificada à volta de quatro modelos de desenvolvimento que surgiram entre os séculos XVII e XX (Costa, 2005):

Figura 2.1 - Evolução do turismo



Fonte: Elaboração a partir de Costa (2005).

A relação entre o turismo e a cultura instituiu-se quando o direito a viajar surge ligado às viagens culturais feitas pela aristocracia inglesa (*Grand Tour*¹ no Séc. XVIII), que viajava com o desejo de se educar e conhecer lugares de importante interesse cultural. Evoluiu-se depois no séc. XIX para os pacotes turísticos iniciados por Thomas Cook, seguindo-se a Revolução Industrial no século XVIII e as duas Guerras Mundiais. Os efeitos a nível social e a nível tecnológico que daí ocorreram ajudaram o turismo a alargar-se a todas as nações, que em

¹ Na segunda metade do século XVIII, a generalidade das pessoas de classe social elevada nomeadamente os diplomatas, estudantes e os membros das famílias ricas inglesas viajavam por quase toda a Europa, passando a ser moda visitar Paris, Florença, Roma ou Veneza. Com a *Grand Tour* nasce o conceito de turismo e, pela primeira vez começam a designar-se as pessoas que viajam por turistas (Cunha, 1997:65).

simbiose com a evolução das sociedades tornou-se num elemento essencial do quotidiano e visto como um direito social (Richards, 1996), gerando na década 50 do século XX o fenómeno do turismo de massas, incitando o despontar de importantes destinos turísticos (Pearce, 1989) e atualmente em nichos de mercado onde o turista se apresenta na procura de uma experiência personalizada.

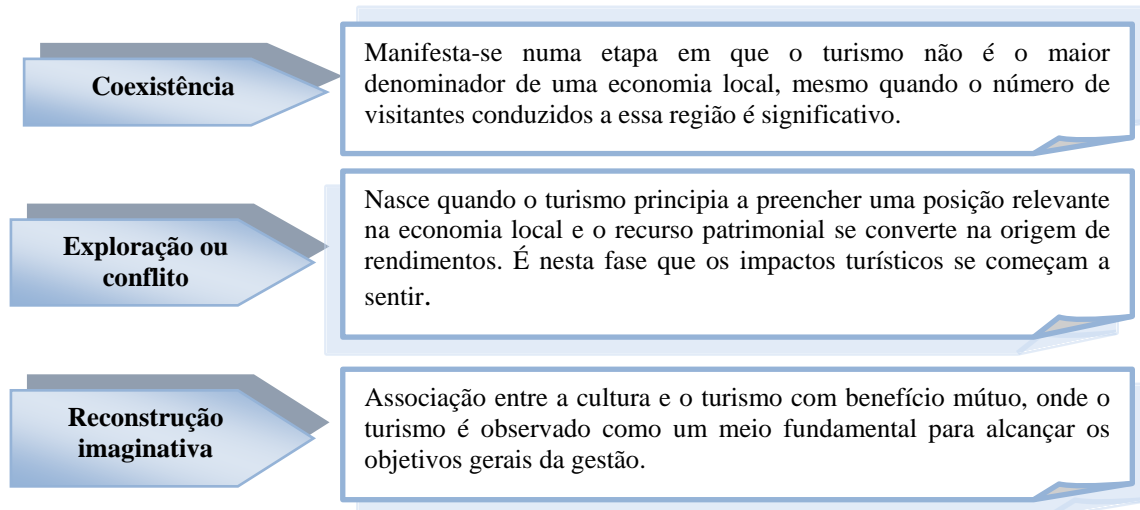
Nas definições do turismo, devido às rápidas e contínuas alterações da sociedade contemporânea, este ganha um novo cariz, tanto do lado da procura como do lado oferta turística. Enquanto na primeira se procura valorizar e dinamizar novos lugares e patrimónios, para uma maior participação no turismo ao longo de todo o ano, na segunda destaca-se o desenvolvimento de produtos sustentáveis.

Ao nível do planeamento em turismo (ex: de estudos: Pearce (1989); Inskip (1991); Gunn (1994); OMT (1980 e 1985)) existe um consenso em pensar que o setor integra um vasto sistema de áreas tais como a economia, sociedade, cultura e ambiente. Os modelos de gestão e planeamento em turismo abrangem questões relativas à avaliação dos recursos patrimoniais e socioculturais (Costa, 2005). Assim, “a cultura nas suas mais variadas formas e dimensões tem um impacto significativo no planeamento, na gestão e no marketing do turismo” (Reisinger e Turner, 2004:1). Integrar o turismo e cultura é uma forma de valorizar e preservar o património cultural e ao mesmo tempo, desenvolver social e economicamente as comunidades locais, pois o turismo e a preservação tendem, dentro de um planeamento adequado, a complementarem-se.

Averigua-se assim que existe uma relação entre cultura e turismo, por um lado, a apropriação do turismo das revelações culturais, da arte, dos artefactos da cultura e, por outro lado a cultura também se adapta ao turismo quanto à preparação das animações culturais para o desenvolvimento do turismo (Pereira, 2005). Elo que conduz a um produto turístico final mais atrativo, criador de riqueza e de progresso económico e social, cuja preparação se rodeia de especialistas na gestão cultural e turística (Cortada, 2006).

- McKercher e Du Cros, 2002 citando Budowski (1976, 1977) citam três viáveis ligações entre a cultura e o turismo:

Figura 2.2 - Ligações viáveis entre a cultura e o turismo



Fonte: Elaborado pela própria com adaptação de McKercher e Du Cros, 2002 citando Budowksi (1976, 1977).

Desta relação entre turismo e cultura desponta o denominado Turismo Cultural que como fenómeno organizado, desenvolveu-se como alternativa à saturação do modelo tradicional, baseado na exploração de um número limitado de centros de atração (praias e grandes cidades) e como resposta a uma procura cada vez mais exigente, segmentada e em mudança (Ferreira, 2003).

Com este encadeamento pretende-se mostrar ao longo deste estudo que o Festival Internacional de Jazz de Loulé constitui um produto cultural que contribui para uma oferta diversificada e complementar a nível regional. Este Festival oferece aos participantes uma interação meditativa, facilitando-lhes o convívio com os artistas convidados, com a comunidade local e a sua cultura, sendo-lhes, ainda, dado a experienciar alguns saberes através de *workshops*.

2.2 - O Turismo Cultural

Tal como se observou no subcapítulo anterior, o turismo pode ser entendido como uma das atividades que mais estimula o contacto intercultural entre pessoas e povos, afirmando-se como um ato e prática cultural (Cunha, 2006). Apesar do tema Turismo Cultural ter vindo a ser discutido a partir da década de 80 não existe consenso sobre a sua definição.

A revisão de definições feita por Bonink (1992) reconheceu dois tipos de abordagens: “associada a locais e monumentos (técnicas)” e “conceptual”. A primeira, está centralizada nas atrações físicas que o turista cultural visita, evidenciando uma abordagem baseada na oferta. Esta definição limita-se aos locais e menospreza outras vertentes imateriais do Turismo Cultural. A segunda abordagem é orientada para uma definição conceptual ou seja a partir da procura com o objetivo de compreender os motivos, percepções e experiências pessoais ligados ao Turismo Cultural.

No entanto Richards (1996) afirma que existem problemas quando se tentam integrar as abordagens técnicas e conceptuais, como fez em 1985 a OMT ao apresentar duas definições de Turismo Cultural onde é possível ver a inclusão dos motivos e propósitos da visita na definição conceptual. Richards defende que esta abordagem conceptual extremamente otimista serve de pouco em termos de definição, pois não providencia nenhuma base para distinguir o que é o Turismo Cultural.

Vários autores e entidades ao definir Turismo Cultural tentaram juntar as definições conceptuais e técnicas numa só abordagem em que se contemplam as motivações bem como os locais visitados no âmbito deste tipo de turismo.

Tabela 2.2 - Definições de turismo cultural

Autores	Definições
OMT, 2005	“movimentos de pessoas em busca de motivações essencialmente culturais, tais como visitas de estudo, artes e espectáculos, rotas culturais, viagens para festivais e outros eventos culturais, visitas a locais de interesse histórico e monumentos, viagens de estudo da natureza, folclore e arte e peregrinações”
Tighe (1986:2)	“o termo turismo cultural engloba locais históricos, feiras e festivais de arte e artesanato, museus de todo o tipo, as várias formas de arte e outros locais de interesse patrimonial que os turistas visitam na procura de experiências culturais”.
ICOMOS, 1999	“o turismo cultural é qualquer forma de turismo para outro local que envolve as experiências do visitante sobre todos os aspectos culturais do local, os seus modos de vida contemporâneos, gastronomia, topografia, meio ambiente, vilas e aldeias, e conhecimento dos sítios históricos e artísticos”
McIntosh e Goeldner (1995)	“o turismo cultural corresponde a todos os aspectos da viagem onde os visitantes ficam a conhecer a história e património das populações, bem como os seus modos de vida contemporâneos e a sua visão”
Silberberg (1995: 361)	“[...] visitação por pessoas de fora da comunidade recetora motivada no todo ou em parte por interesse em aspetos históricos, artísticos, científicos ou de estilo de vida e de herança oferecidos por uma comunidade, região, grupo ou instituição”.
ATLAS, sobre o mercado do Turismo Cultural em 1992, (Richards, 1996:24)	“todo o movimento de pessoas para atrações culturais específicas, tais como sítios, manifestações artísticas e culturais e artes, fora do seu local habitual de residência”
McKercher e Du Cros (2003)	“turismo cultural como o consumo turístico de atrações precedentemente qualificadas como culturais”.
Goulart e Santos (1998: 19) e (Moscardo e Pearce, 1999:418 in Richard Prentice, (2001))	o turismo cultural é tomado como “[...] um fenómeno social, produto da experiência humana, cuja prática aproxima e fortalece as relações sociais e o processo de interação entre os indivíduos e seus grupos sociais, sejam de uma mesma cultura, ou de culturas diferentes”
(Ignarra, 2001:119)	“O turismo cultural engloba todos os aspectos das viagens pelos quais o turista conhece a vida e o pensamento da comunidade recetora.”
Cunha (2001: 49)	(...) “Incluimos no turismo cultural as viagens provocadas pelo desejo de ver coisas novas, de aumentar os seus conhecimentos, conhecer as particularidades e os hábitos de outros povos, conhecer civilizações e culturas diferentes, do passado e do presente, ou ainda a satisfação de necessidades espirituais.”

Fonte: Elaboração própria com base nos autores referidos no quadro.

Com base no quadro acima apresentado pode concluir-se que definir Turismo Cultural é uma tarefa tentada por vários autores e que as definições ali expostas contêm alguns aspetos comuns, tais como a referência às componentes da oferta cultural e às motivações e propósitos da viagem.

Podemos ainda referir que existe uma preocupação por parte dos autores em clarificarem e demarcarem o segmento do Turismo Cultural, porque não excluem elementos tangíveis e intangíveis que possam ser classificados como património cultural; permite a vivência de um conjunto de elementos significativos do património histórico e cultural e dos eventos culturais; não inviabiliza as motivações da procura, pois os turistas tidos como culturais

possuem como principal motivação o desejo de entrar em contacto com diferentes culturas e trocar experiências ao visitarem elementos representativos do património de uma determinada comunidade.

Neste âmbito, e tendo em atenção as componentes da oferta e os motivos de viagem, atrevemo-nos a apresentar um contributo para a definição de Turismo Cultural - movimento de pessoas para fora do seu local habitual de residência motivadas pelo conhecimento da história, hábitos, costumes e modos de vida de outras populações incluindo a realização de atividades que lhes possibilitem partilhar e trocar experiências, como visitas a locais de interesse patrimonial e histórico e assistir a manifestações artísticas e culturais, componentes que compõem a oferta cultural material e/ou imaterial, permanente ou temporária dos destinos.

Nesta perspetiva o Turismo Cultural cria um mercado de produtos culturais que emergem como experiências para turistas e residentes envolvendo o “acontecimento do dia-a-dia aos eventos especiais, do vernáculo ao aristocrático, do popular ao erudito” (Richard Prentice, 2001).

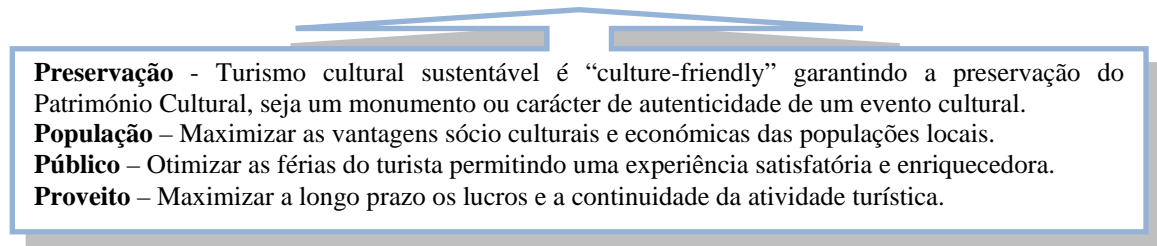
Neste sentido torna-se necessário identificar e classificar as componentes da oferta que se encontram associadas ao Turismo Cultural e que podem diferenciar e qualificar um destino. Contudo, como esta classificação se afigura extensa e diverge um pouco de autor para autor optou-se por desenvolver uma grelha para as comparar e ao mesmo tempo identificar semelhanças e dissemelhanças (ver **apêndice I**).

Embora se verifique algumas diferenças nestas abordagens, de um modo geral a maioria das componentes incluem-se nos três grandes grupos definidos pela UNESCO (2006) e por Cunha (2006): “recursos tangíveis ou património construído”, “recursos intangíveis ou eventos e acontecimentos” e “modos e estilos de vida”. As componentes que se distinguem são: monumentos e arquitetura, museus, eventos culturais, eventos religiosos, galerias de arte, festivais e feiras, tradições populares e história local, música e dança, teatro e cinema.

O produto adicional é constituído pelos elementos turísticos, *stakeholders* e serviços turísticos complementares entre eles: organizações, associações de turismo, operadores turísticos, agências de viagem, hotelaria, restauração e infraestruturas de transporte (Munsters, 2004:8).

Ainda do ponto de vista do mercado do Turismo Cultural é pertinente verificar a ideia da sua sustentabilidade como sugere Munsters (2004:7), quando identifica os 4 Ps da sustentabilidade do Turismo Cultural:

Figura 2.3 - Os 4 Ps da sustentabilidade do turismo cultural



Fonte: Adaptado de Munsters (2004).

O Turismo Cultural apresenta-se assim como uma forma de diferenciação no turismo, com o objetivo de atingir e “conquistar” subgrupos sociais específicos. Neste contexto, os destinos e empresas devem saber adaptar os seus produtos a cada estilo de visitante: ao tempo de que dispõe, à atenção que dará ao produto a consumir e ainda adotar as perceções dos turistas com os objetivos da estratégia de marketing dos destinos.

Os turistas culturais podem ter diversas motivações e formas de usufruir dos recursos culturais disponibilizados pelos destinos. A natureza do Turismo Cultural tem vindo a alterar-se com a evolução dos tempos, tanto na forma como os turistas consomem a cultura como na forma como a cultura é apresentada para consumo turístico (Richards, 1997 in Köhler et al, 2007).

Mckercher e Du Cros (2002) defendem que “existe cinco tipos de turistas culturais: turistas determinados ou intencionais, turistas contempladores ou paisagísticos, turistas descobridores ou exploradores, turistas casuais e turistas acidentais”. Esta tipologia expressa os diferentes níveis de interesse que o património cultural exhibe durante a viagem e o nível de experiência e conhecimento pretendido pelos turistas quando visitam determinado atrativo cultural.

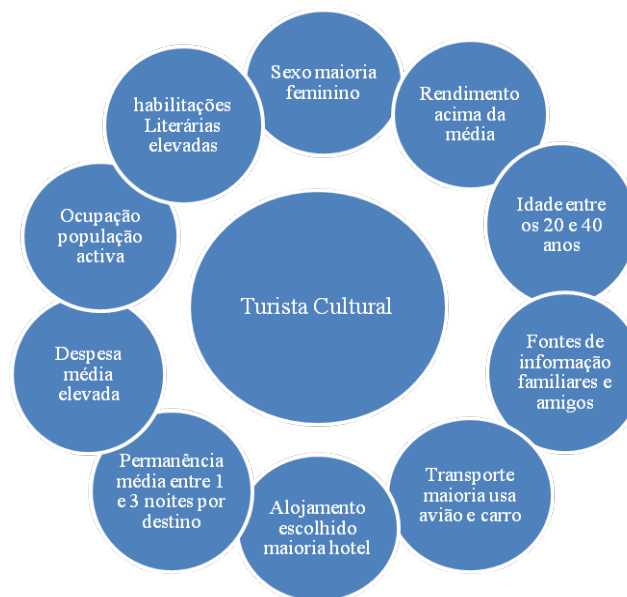
Tabela 2.3 – Tipologias de Turistas Culturais segundo McKercher e du Cros

“Intencional”	Ligado ao turismo cultural, viaja por motivos culturais e procura uma verdadeira experiência de Turismo Cultural.
“Paisagístico”	Ainda que motivado pelo Turismo Cultural procura uma experiência mais superficial. Querem ter uma visão geral da cultura do local que visitam dando maior preferência aos roteiros especializados.
“Explorador”	Procuram algo novo e fora dos roteiros ou guias turísticos tradicionais. O Turismo Cultural não é a razão principal mas acaba por ter uma verdadeira experiência de Turismo Cultural após a descoberta ou o contacto com tais bens, pretendem visitar atrativos e destinos que possibilitem grandes níveis de interação e experiência.
“Casual”	Que identifica o Turismo Cultural como motivação fraca de viagem e procura uma experiência superficial. Limitam-se a conhecer atrativos culturais famosos, de alto valor simbólico e que normalmente são amplamente divulgados pelos media ou através de materiais promocionais.
“Acidental”	Para o qual o Turismo Cultural não é um motivo de visita forte mas visita atrações culturais. Normalmente buscam atividades de lazer e entretenimento associados a áreas de relevância cultural, como bares, restaurantes e espetáculos ambientados em centros históricos, museus, entre outros.

Fonte: Adaptado de McKercher e du Cros (2002).

As diversas abordagens e estudos analisados relativos ao perfil do turista cultural mostram grandes semelhanças Bodo (1995), Prentice (1993), ATLAS (2004), OMT (2005), ATLAS (2007) e Ferreira (2007). Embora existam diferentes tipos de turistas culturais, pode concluir-se com base nos estudos referidos que o perfil do turista cultural possui algumas das características que se apresenta na figura que se segue.

Figura 2.4 - Perfil do turista cultural segundo vários estudos



Fonte: Adaptado de Bodo (1995), Prentice (1993), ATLAS (2004), OMT (2005), ATLAS (2007) e Ferreira, (2007).

2.3 – Cultura e economia

Nas últimas décadas a competitividade crescente entre países e cidades esteve na origem do desenvolvimento de atividades e produtos distintos. Estes criam uma vantagem decisiva para as cidades e desempenham um papel relevante na regeneração urbana. Motivo este, que esteve na base do desenvolvimento de atividades assentes em altos níveis de conhecimento e criatividade, levando a economia a interessar-se pela arte e pela cultura com possíveis benefícios recíprocos.

A presença de um mercado de bens e serviços culturais, atribuição de um valor económico aos bens culturais e ainda a criação de emprego nas atividades culturais são fatores que facultam a importância económica destas atividades (Vilar, 2007:131). Um mercado de bens culturais onde domina a diversidade ou o carácter único dos bens ofertados e comercializados e a informação normalmente é imperfeita, afastando-se assim do conceito tradicional de mercado vindo da economia onde se trocam bens e serviços idênticos e onde todos possuem a mesma informação.

Segundo Vilar (2007:136) são as indústrias culturais, que surgiram com a ascensão da burguesia e com o acesso de novas camadas populacionais a consumos, para além dos bens e serviços básicos “... que permitem produzir, distribuir e colocar no mercado bens e serviços culturais”, exemplo disso são a edição de livros, a produção audiovisual, o design, as artes plásticas e ainda as áreas de restauro e conservação do património o turismo de motivação cultural e as produções artísticas.

A Comissão Europeia (2006) no seu estudo designado *The Economy of Culture* ao definir o conceito de indústrias culturais divide o setor cultural em setor cultural propriamente dito e em setor criativo. O setor cultural por sua vez decompõe-se em setores não industriais que diz respeito à produção de bens que não são reproduzíveis e destinam-se a ser consumidos no próprio local (um concerto, uma exposição, por exemplo) e, em setores industriais que referem-se à produção de bens culturais destinados a uma reprodução e distribuição em massa como por exemplo os livros, filmes entre outros. O setor criativo reporta-se às situações em que a cultura se torna uma prestação criativa na criação de bens não culturais, como fonte de inovação.

Esta ligação entre indústrias e cultura foi adotada devido ao relevo da dimensão do setor cultural, pela independência que conseguiu relativamente a outras atividades produtivas e ainda pela junção do aumento do nível de vida das populações que ampliou a extensão dos seus consumos (lado da procura) com a chegada das novas tecnologias que facultaram a reprodução, a industrialização e a disponibilização de bens que eram percebidos como únicos, originando o acesso crescente das pessoas (lado da oferta), (Vilar, 2007:137).

Os produtos culturais tornam-se assim idênticos a outros produtos, criam-se públicos para eles e redes para a sua distribuição. Segundo Vilar (2007:138) “ a cultura deixou de ser um ato de criação para a fruição de uma elite restrita e estendeu-se, através de processos massificados e mediatizados, a largas camadas da população.”

Deste modo a cultura assume-se como um fator influenciador e fulcral na área da economia fornecendo-lhe uma realidade diferente da usual e acrescentando-lhe como refere Vilar (2007: 140) “um delta de humanidade, de criação e de inovação”. Por isso os poderes públicos auxiliam as indústrias da cultura por se afigurarem como complemento ao sistema educacional e por a cultura se assumir como um recurso de integração social e de reafirmação da identidade cultural.

De acordo com o estudo sobre o Setor Cultural e Criativo em Portugal (Augusto Mateus e Associados, 2010:10), este setor representou em 2006 na economia nacional 2,8% do valor acrescentado bruto e 2,6% do emprego no nosso país (127 mil empregos), que se distribui pelas indústrias culturais com 79,2% dos postos de trabalho, enquanto as áreas das atividades culturais nucleares e das atividades criativas (artes visuais, criação literária, artes performativas e património histórico e cultural) revelam 10,5% e 10,2% do emprego total do setor, respetivamente.

Pelos dados aqui mencionados fica evidente a importância económica deste setor a nível nacional, no entanto não nos devemos esquecer do papel que a cultura realiza enquanto agente de desenvolvimento cultural da sociedade e dos indivíduos que a compõem.

Capítulo III – Os eventos como elemento diferenciador de um destino

Em Portugal o número de eventos aumentou e ganhou popularidade nas últimas três décadas, não só em diversidade como em quantidade. Independentemente da sua dimensão, dos produtos ou serviços que comercializam, estes afiguram-se capazes de atingir os objetivos para que são planeados, tornando-se cada vez mais essenciais à vida económica, aos planos de desenvolvimento e ao marketing dos destinos.

Com o seu progresso vem-se dando um maior destaque a uma área que, cada vez mais se tem revelado como um importante impulsor do turismo (Getz, 2008:421), competindo e vencendo em relevância a publicidade e contraindo o papel de cartão-de-visita dos destinos, sobretudo naqueles que ostentam um carácter patrimonial e cultural pertinente.

Abordaremos neste capítulo: conceito, origem e evolução, classificação, tipo de intervenientes; fatores que contribuem para o seu crescimento; a sua importância para o desenvolvimento e imagem de marca dos destinos e por último os impactos gerados por estes.

3.1 – Conceito de eventos

Segundo Getz (1997) devido à área dos eventos ser tão vasta, articular uma definição que inclua todas as suas variações e nuances é difícil, fazendo com que muitas das tentativas se mostrem incompletas. Contudo, apesar dessa dificuldade, deseja-se com o desenrolar deste ponto chegar a uma definição de evento que se encaixe nos objetivos da presente dissertação, tendo em atenção autores de referência nesta área de conhecimento como Mossberg (2000); Getz (1997); Hall (1992); Allen (2002) e Jago e Shaw (1998) entre outros.

De acordo com Getz (1997) e Allen (2002) um evento é um acontecimento especial que tem lugar normalmente num palco social, que se realiza uma única vez ou, no caso de ser recorrente, por um período de tempo limitado; tem um tema base; uma comissão organizadora e um programa predefinido e estruturado. Os autores entendem ainda que um evento está aberto ao público em geral e que os participantes apresentam-se como um dos elementos principais. Para além dos objetivos específicos (de natureza desportiva, cultural, religiosa, comercial ou turística) tem como principal objetivo a projeção da imagem, notoriedade e

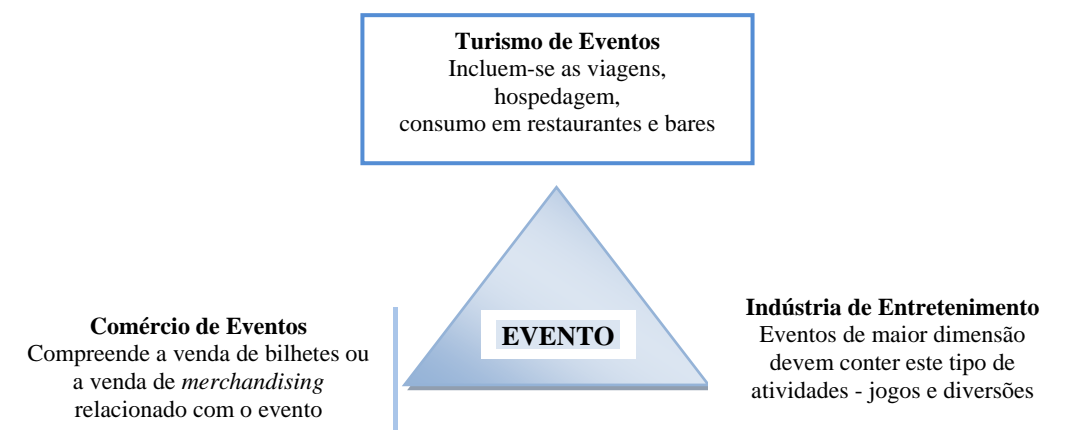
atrativos da região ou destino, podendo marcar e identificar realidades sociais coletivas e individuais bem como contribuir para o seu desenvolvimento económico e turístico.

Assente nos elementos comuns nas definições dos autores anteriores conclui-se que os eventos têm uma duração limitada, um tema no qual se alicerçam as atividades que o sustentam, desenvolvidas por uma organização responsável pelo seu planeamento e preparação tendo como objetivo o seu sucesso, a satisfação das necessidades dos participantes e ainda beneficiar a comunidade que o acolhe.

Este segmento do turismo caracteriza-se pelo seu impacto, criatividade e rotatividade, pelo controlo do número de participantes, pelo facto de direcionar o público a um único destino, por se poder desenvolver em épocas de turismo consideradas “baixas”, contornando assim o problema da sazonalidade e ainda pela hipótese de fidelização e a quantidade de negócios que reproduz. O evento pode assim ser fator de atração turística ou constituir-se apenas como um aspeto do panorama da oferta turística de um destino.

Perante esta importância é necessário pensá-lo como um acontecimento que terá de originar benefícios para todas as partes envolvidas - patrocinadores, o comércio local e a comunidade. O evento surge, então, no centro de um triângulo em que cada um dos seus vértices interdependentes atua um sobre os outros e organizam-se do seguinte modo:

Figura 3.1 - Distribuição de benefícios pelos envolvidos



Fonte: Elaborado com base em (Pedro et al 2005)

3.2 – Origem e evolução dos eventos

Poit (2006:19 e 20) acredita que “a exteriorização do homem através dos eventos é uma necessidade histórica” e “provavelmente a existência do evento tenha vindo da necessidade do homem reunir pessoas, viver em grupos, partilhar emoções, comemorar vitórias, celebrar feitos memoráveis entre outros” ou seja, quebrar a rotina dos seus afazeres, com a criação, organização e participação em reuniões.

As origens dos eventos vêm da antiguidade mantendo, em todas as épocas, a aptidão de marcar datas importantes na vida da comunidade onde o valor cultural é partilhado e reafirmado (Matias, 2004:4; Poit, 2006 e Allen et al, 2003), levando consigo características económicas, políticas e sociais das sociedades representativas de cada época.

De acordo com Poit (2006:19) e Matias (2004) os primeiros registos dos eventos situam-se na Grécia com os Jogos Olímpicos da Era Antiga. Outros eventos da antiguidade são as Festas Saturnálias, das quais deriva o Carnaval.

A Época Moderna viu surgir a edição do Guia de Estradas de Charles Estiene em 1552, o que podemos considerar um turismo de lazer *avant la lettre*, que tinha informações, roteiros e impressões de viagens, e a publicação de *Of Travel (As Viagens)*, de Francis Bacon no ano de 1612, com orientações para viajantes (Matias, 2004). Nesta época a Alemanha surge com a Feira de Leipzig (1628) (Matias, 2004).

No ano de 1841, o inglês Thomas Cook organiza para 500 pessoas um *tour* a Leicester, a primeira viagem em larga escala, a partir deste momento massifica-se o turismo e o turismo de eventos com eventos organizados (Matias, 2004).

Os avanços tecnológicos do século XX, ligados aos meios de transporte e às comunicações, foram o agente impulsor do desenvolvimento dos eventos, transformando-os numa fonte económica e social capaz de gerar empregos e movimentar a economia.

As feiras e as exposições voltam a destacar-se e todas elas se fixam em recintos com infraestruturas de apoio logístico e operacional adequados, para além de albergar milhares de

pessoas e veículos (Matias, 2004). O primeiro evento realizado em espaço tido como especial para tal ocorreu no Brasil com o Carnaval em 1840.

Portugal, após a inclusão na União Europeia, conduziu uma aposta em eventos de grande dimensão como fator estratégico de desenvolvimento, fortalecimento e notabilidade internacional que permitiram uma elevada afirmação e promoção do país, nomeadamente em termos turísticos.

A história dos eventos em Portugal iniciou-se com eventos musicais na década de 1950 e 1960 com a Grande Noite do Fado (1954) e em 1964 na RTP no Festival da Canção. Em 1971 nasce o Festival Vilar de Mouro, primeiro festival de música ao vivo. Na década de 1990 os festivais de música tiveram o seu *boom* com o Paredes de Coura (1993), o Super Bock Super Rock (1995) e o Festival do Sudoeste (1997).

No seguimento desta estratégia de organização de grandes eventos internacionais, Portugal acolheu, em 2004, o maior festival de música mundial “*Rock in Rio - Lisboa*” que se tem repetido até hoje e permite a atração de milhares de visitantes e a sua visualização por milhões de espectadores em todo o mundo.

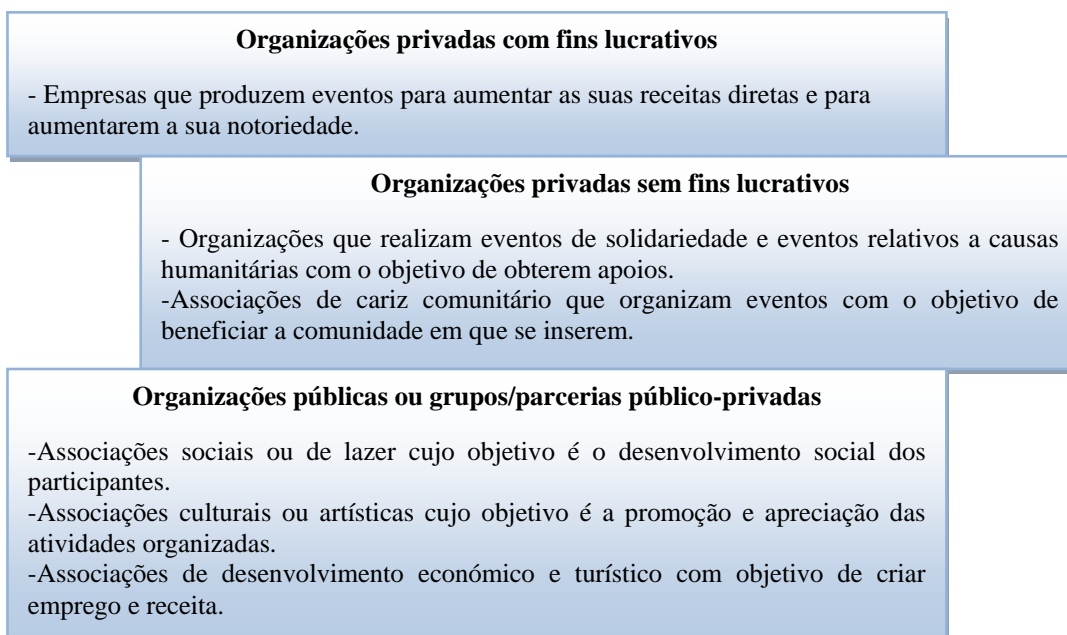
Segundo Claudino Ferreira (2002) em Portugal o desenvolvimento do setor cultural tem sido acompanhado pela presença de diversos intermediários culturais, cuja atividade se estende pela divulgação da cultura, realização de grandes eventos e pela consolidação de grandes instituições culturais, como o Centro Cultural de Belém, a Culturgest e a Fundação de Serralves que dão uma enorme visibilidade a um conjunto de figuras na esfera cultural e no espaço público.

3.3 – Classificação dos eventos

Os eventos podem ser classificados de acordo com diferentes critérios, designadamente, com a **entidade que os organiza**, com o **tipo de acesso do público**, com a sua **dimensão**, e com o seu **tema**.

Quanto à entidade que os organiza segundo (Getz, 1997:43), os eventos podem ser organizados por organizações privadas com fins lucrativos, organizações privadas sem fins lucrativos ou por organizações públicas e grupos/parcerias público-privadas.

Figura 3.2 – Tipos de entidades organizadoras de eventos e seus objetivos (Getz, 1997)



Fonte: Adaptado de (Getz, 1997 e Getz 2008)

Outros autores como Allen et al. (2002) também optam por uma classificação de eventos de acordo com a entidade responsável pela sua organização, dividindo-a igualmente em três grupos.

Tabela 3.1 - Tipos de entidades organizadoras de eventos

Organizações públicas	
- Organizações nacionais	Celebrações cívicas e comemorações de teor nacional.
- Organizações regionais	Eventos étnicos e multiculturais, eventos que visam a promoção dos destinos.
- Organizações locais	Eventos comunitários, festivais e feiras locais.
- Organizações privadas	Promoções, lançamento de produtos e patrocínios para criação de imagem, eventos desportivos, concertos e exposições (de entrada livre ou paga).
Associações sem fins lucrativos	Eventos de caridade e de angariação de fundos, eventos desportivos locais.

Fonte: Elaborado com base em Allen et al. (2002)

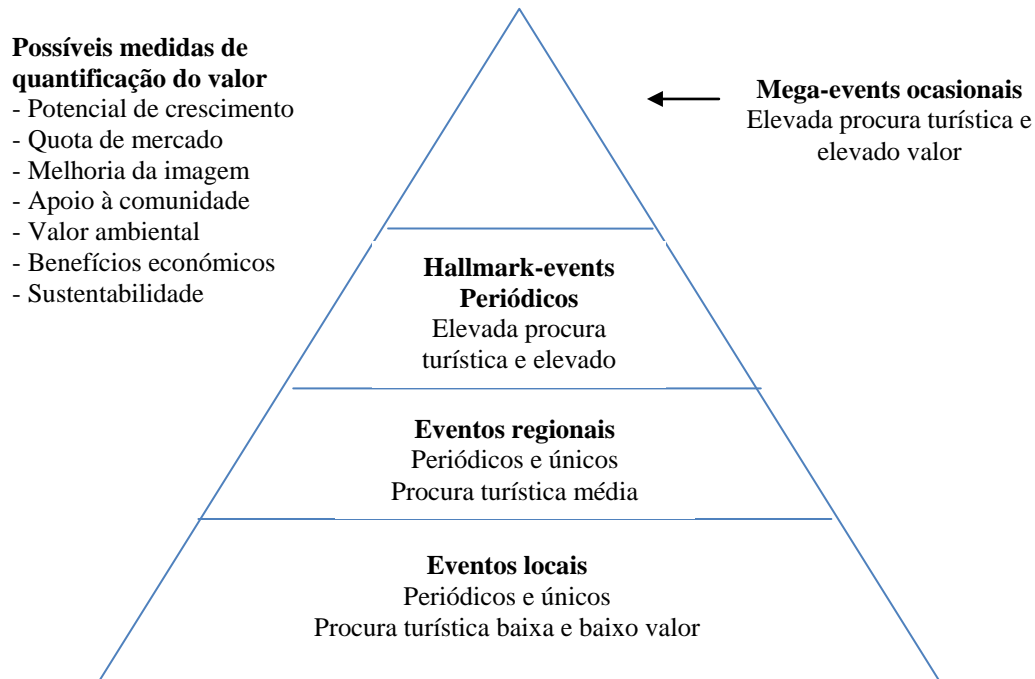
De acordo com a forma de acesso do público para Getz (1997) os eventos poderão ser públicos/abertos, em geral atingem todas as classes de público, sendo-lhes proposto a opção de aderir gratuitamente ou através do pagamento de um ingresso (ex. concertos) e privados/fechados, de maior ou menor dimensão, ocorrem em situações específicas e com um público-alvo pré definido e sujeito a convite (ex: festas, reuniões, celebrações pessoais).

Quanto à tipologia dos eventos de acordo com a sua dimensão Getz (1997) indica vários tipos de eventos. Entre eles “**Special Event**”, “**Hallmark Event**” e “**Mega Event**”. O “**Special Event**” surge ocasionalmente fora do programa normal da entidade promotora e caracteriza-se como uma oportunidade para o consumidor desfrutar de uma experiência social, cultural ou de lazer, fora das práticas normais do seu quotidiano. O “**Hallmark Event**” consiste num evento que possui grande valor em termos de tradição, atratividade, imagem ou publicidade beneficiando a comunidade onde se realiza revelando-se numa vantagem competitiva como o Carnaval do Rio de Janeiro e o Edimburgh Festival na Escócia entre outros. Para Getz (1997) citando Ritchie (1984: 2) o sucesso deste tipo de eventos baseia-se na sua singularidade e prestígio. Os “**Mega Event**” pelo seu tamanho e importância são os que produzem elevados níveis de turismo, cobertura dos meios de comunicação, prestígio e impactos económicos para a comunidade local ou destino, como exemplo temos os Jogos Olímpicos e Feiras Mundiais (Getz,1997:6).

Segundo Getz (2008) citado por Pelicano (2009:7) os eventos poderão ainda ser **regionais** ou **locais** que a nível turístico e após algumas melhorias e investimento o seu desenvolvimento poderá ter interesse.

Para Getz (2008) os princípios que fazem com que um evento pertença a uma das quatro categorias são as “possíveis medidas de quantificação do valor” (do evento) – potencial de crescimento, quota de mercado, qualidade, melhoria de imagem, apoio à comunidade, valor ambiental, benefícios económicos e sustentabilidade.

Figura 3.3 - Abordagem de portfólio às estratégias e avaliação do turismo de eventos proposta por Getz (2008)



Fonte: Getz (2008)

Contudo Allen *et al*, (2002) citado por Pelicano (2009:10-11), indica três tipos de eventos de acordo com a sua dimensão, não dando grande importância aos eventos locais.

Tabela 3.2- Tipologia de eventos de acordo com a sua dimensão

“Mega-Events” – eventos de grande dimensão, com implicações na economia global. São objeto de interesse por parte dos meios de comunicação. Ex: campeonatos do mundo ou europeus de futebol, entre outros.

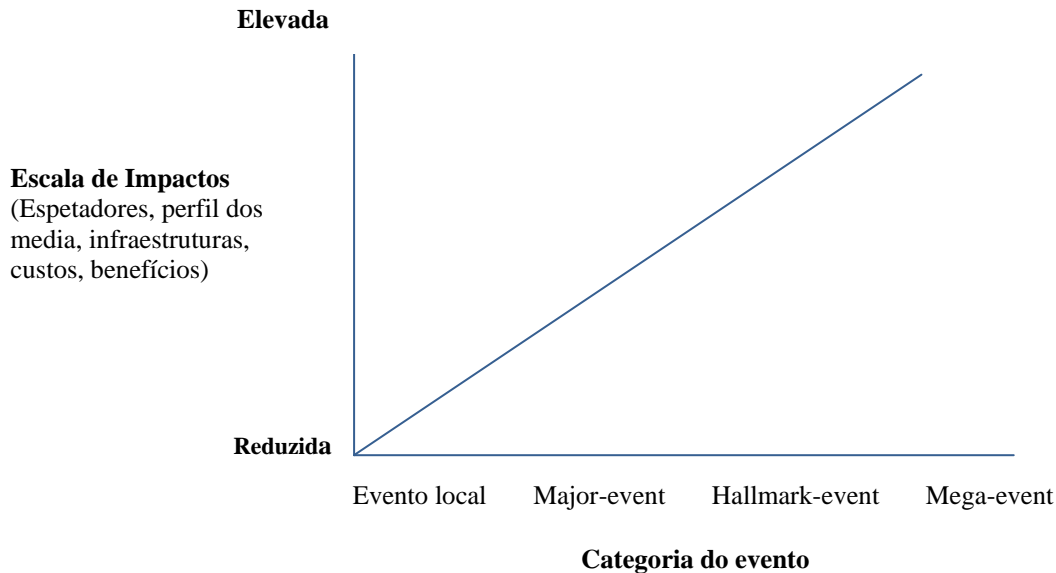
“Hallmark events”- eventos que, ao longo do tempo, são identificados com o espírito de uma cidade ou região, e que ficam grandemente associados a esse local proporcionando-lhes notoriedade.

“Major events” – eventos que pela sua escala e interesse mediático, são capazes de atrair números significativos de visitantes, cobertura dos media e benefícios económicos.

Fonte: (Allen *et al*, 2002) *apud* (Pelicano, 2009)

A figura abaixo corresponde à categorização dos eventos proposto por Allen et al. (2002) onde se verifica que o critério em que os autores se basearam é a escala dos potenciais impactos produzidos.

Figura 3.4 – Categorização dos eventos proposta por Allen et al. (2002)



Fonte: Allen et al. (2002)

Definir e explicar o tema é essencial uma vez que são passos que terão impacto em todas as outras fases do planeamento do evento. O tema facilita a sua divulgação e memorização e a mensagem deverá motivar o interesse e a participação do público.

Getz (1997) identifica várias temáticas que dependendo dos objetivos e motivos podem cair em mais de uma categoria – celebrações culturais; arte/entretenimento; negócios; educacionais e científicos; recreativos; políticos; desportivos e eventos privados.

Autores como Bowdin et al. (2002) e Hall (1992) também indicam uma classificação exibindo algumas diferenças relativamente a Getz (1997) quanto à designação e ao número de categorias; apresenta-se uma classificação de eventos de acordo com o tema, baseadas nas propostas de Hall (1992), Getz (1997), Bowdin et al. (2002) e Allen et al. (2002).

Tabela 3.3 - Classificação de eventos de acordo com o tema

Classificação	Descrição	Exemplos
Eventos religiosos e sagrados	Eventos em que o principal objetivo é a celebração da fé/religião	- Cerimónias no Vaticano, - Fátima e Lourdes; - Visitas Papa - Ramadão em Meca
Eventos culturais	Eventos culturais artísticos - celebram uma forma de arte, artista ou um evento histórico no mundo da arte. Eventos culturais não artísticos - todos os que não tenham uma componente artística predominante.	- Festivais de artesanato - Festivais musicais - Festivais de cinema - Festivais gastronómicos - Festivais agrícolas - Festivais comunitários
Eventos de negócios e educacionais	Eventos em que o principal objetivo é, por exemplo, a promoção de um negócio, de uma área de negócio, ou a formação.	- Bolsa de Turismo de Lisboa - Feiras do livro - Seminários e Congressos
Eventos políticos	Eventos de cariz político – conferências, convenções e cimeiras.	-Cimeira Mundial da Sida - Convenções partidárias
Eventos desportivos	Eventos em que o objetivo é a promoção do desporto. Podem ser divididos de acordo com a natureza dos participantes - profissionais ou amadores ou de acordo com a sua dimensão - campeonatos regionais ou internacionais.	- Jogos Olímpicos - Taça de Portugal

Fonte: Elaborado com base em Hall (1992), Getz (1997), Bowdin et al. (2002), Allen et al. (2002) e Ritchie (1984)

Considerou-se, ainda, no âmbito deste trabalho que o termo de “festival” ganha importância na dimensão do objeto de estudo. Segundo Getz (1997:7) o festival é uma celebração cultural pública e temática que celebra uma forma de arte, artista ou um evento histórico no mundo da arte e insere-se na tipologia do evento cultural.

O seu apelo advém da unicidade que os distingue das atrações fixas e o seu ambiente festivo coloca-o num patamar superior aos acontecimentos do dia-a-dia (Derret, 2000: 122). Impunha-se esta definição pela sua importância para o objeto de estudo designadamente o Festival Internacional de Jazz de Loulé.

Tendo em atenção a bibliografia reunida e analisada sobre a classificação dos eventos o objeto de estudo desta dissertação o Festival Internacional de Jazz de Loulé na forma de acesso trata-se de um evento público, inclui-se nos eventos culturais artísticos por acolher um festival de música e na categoria dos eventos locais por se tratar atualmente de um evento pequeno em escala e tamanho com uma duração limitada, organizado por uma organização associativa.

3.4 – Tipo de intervenientes/stakeholders do evento

Quanto se fala em *stakeholders* ou seja, parte interessada ou intervenientes referimo-nos a todos os envolvidos num processo que pode ser de carácter temporário ou duradouro. De acordo com Allen et al. (2002), os principais *stakeholders* dos eventos são os governos, organizações privadas, a comunidade, os patrocinadores, os meios de comunicação, a equipa de trabalho e os participantes/espectadores.

Os governos criam eventos por razões sociais, culturais, turísticas e económicas. Pelo facto de, muitas vezes, estes eventos beneficiarem de subsídios/apoios, geralmente têm “entrada livre” ou preços acessíveis e são parte integrante da cultura local.

As organizações privadas podem ser *stakeholders* dos eventos a vários níveis: podem ter como *core-business* próprio a organização de eventos desportivos, musicais, conferências; podem criar ou patrocinar eventos para promover os seus bens e serviços no mercado, junto de um público específico e podem criar parcerias com departamentos governamentais em eventos com objetivos comuns.

A comunidade é um dos *stakeholders* mais importantes, pelo facto de ter de conviver com os potenciais impactos criados durante e após a realização do evento – uma perceção negativa por parte da comunidade, poderá desencadear reações prejudiciais para o sucesso do evento, e vice-versa.

Pelo facto de verem o evento como uma forte ferramenta da sua promoção os patrocinadores têm um papel muito relevante. A título de exemplo, atualmente, grandes eventos de sucesso são vistos como acontecimentos que devem ser aproveitados para promover uma marca e estimular as suas vendas.

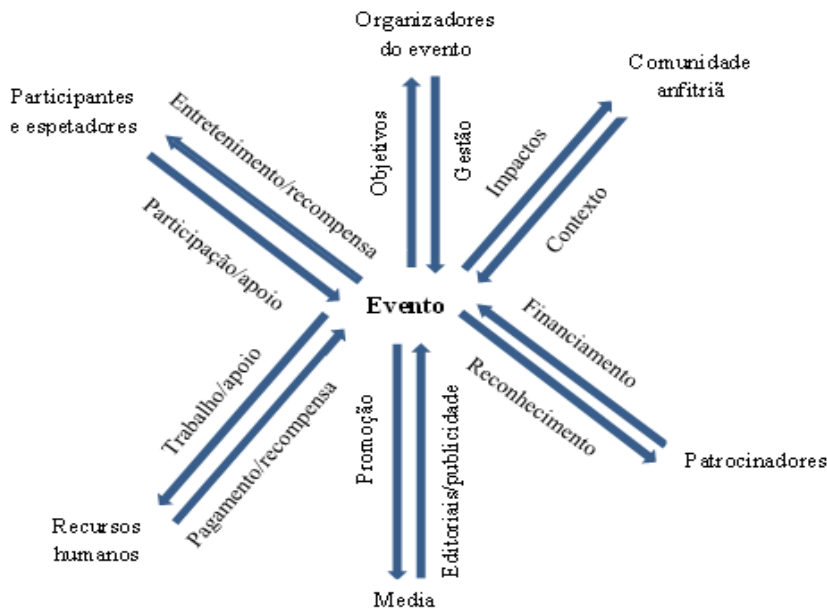
A evolução dos meios de comunicação revolucionou o mundo dos eventos pelo facto da sua presença virtual nos meios de comunicação ser, por vezes, tão poderosa como na realidade. Por um lado a audiência “física” em eventos desportivos ou musicais pode decrescer porque podem ser acompanhados pela televisão ou pela internet, por outro lado, esses eventos podem aproveitar esse facto para aumentar os patrocínios através dos media e/ou através do pagamento dos direitos de difusão.

A equipa de trabalho é um *stakeholder* basilar na medida em que, o sucesso do evento depende da partilha da visão e filosofia das diversas pessoas que constituem a equipa, desde dos gestores aos responsáveis pela limpeza e voluntários.

Por fim surgem os participantes/espectadores. É a eles que o evento se dirige e é para eles que é organizado. Neste sentido, é aos participantes/espectadores que deve ser prestada a maior atenção, sobretudo ao nível das suas necessidades físicas, de conforto e segurança, pois a capacidade do evento satisfazer as suas necessidades ditará o seu sucesso – um evento deverá ser recordado pela positiva e não como uma tragédia.

De acordo com Allen et al. (2002), na **Figura 3.5** é esquematizada a relação existente entre os diferentes *stakeholders* e o evento, bem como os papéis de cada *stakeholder* e as contrapartidas que cada um espera obter do evento.

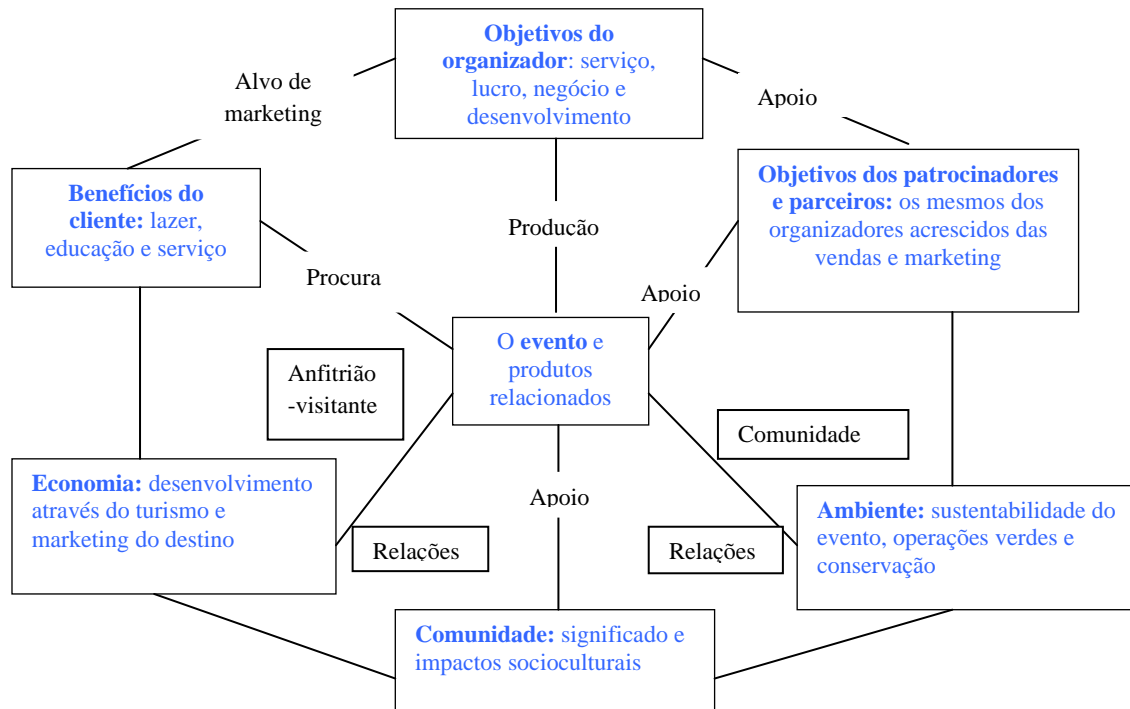
Figura 3.5 – Relação existente entre os *stakeholders* e os eventos proposta por Allen et al. (2002)



Fonte: Allen et al. (2002)

Getz (1997) exhibe um modelo (**Figura 3.6**) onde é possível identificar os diferentes *stakeholders* e a relação existente entre eles e os eventos envolvendo a economia e o ambiente que poderão ser influenciados, no entanto estes não são considerados *stakeholders*.

Figura 3.6 – Perspetiva sobre os papéis e impactos dos eventos, proposta por Getz (1997)



Fonte: Getz (1997)

Um facto comum a muitos eventos, principalmente nos festivais de música, é o uso de voluntários. O seu trabalho divide-se entre as áreas de gestão de públicos. Segundo Hall (1992:109-110) e Getz (1997:13) os voluntários ocupam um lugar especial na gestão de eventos, alguns até são um pouco dependentes do seu trabalho. O seu envolvimento tem por base o desejo de contribuir para o sucesso do evento e sentir que são membros produtivos da comunidade. Por exemplo em Portugal o Rock in Rio na edição de 2012 contou com 400 voluntários e o Festival do Sudoeste, edição 2012, com cerca de 50 voluntários.

Allen et al. (2002) pensam que um dos elementos mais decisivo na criação de um evento é a perceção do ambiente em que ele terá lugar. Neste sentido o gestor do evento terá de identificar os *stakeholders* potencialmente afetados pelo evento, porque esse mesmo evento irá ser julgado pelo equilíbrio existente entre as necessidades, expectativas e interesses das entidades nele implicadas.

Nesta dissertação, embora todos estes intervenientes sejam considerados, a auscultação da opinião de todos eles seria uma tarefa muito extensa e complexa, por opção metodológica,

decidiu-se analisar apenas as percepções dos residentes e dos comerciantes quanto à existência do Festival Internacional de Jazz de Loulé, na sua comunidade.

Esta escolha é justificada pela importância crescente que a cooperação dos residentes no processo de planeamento dos destinos turísticos tem vindo a alcançar, de modo a garantir a sua sustentabilidade. Conhecer a sua opinião permite definir estratégias para minimizar a sua oposição ao crescimento do turismo em geral ou a determinados tipos de equipamentos turísticos e reduzir os impactos sociais negativos.

3.5 – Importância dos eventos no desenvolvimento dos destinos

Dada a atenção crescente colocada nos impactos negativos do turismo, particularmente do turismo de massas, defende-se a aposta num turismo “novo”, “soft”, “complementar”, “social”, “gentil”, baseado na comunidade local e num desenvolvimento sustentável, usando os eventos, uma vez que estes apresentam-se como uma das várias formas de manifestação do Turismo Cultural.

As cidades que se interessam pela programação de eventos alegam que esta atividade produz imensos benefícios e que fatores como a recessão, a concorrência, a globalização e as persistentes mudanças e incertezas que envolvem o mercado fazem surgir a necessidade de um suporte teórico e técnico que mostre caminhos alternativos de investimentos.

Perante este cenário, o turismo de eventos e a respetiva indústria é apontado como um dos mais relevantes do setor dos serviços do novo milénio uma vez que a sua visibilidade pode apresentar-se como fator transformador da economia de uma sociedade ou região e ainda na renovação e revitalização nos destinos onde se pratica.

Segundo Getz (1997), os eventos culturais, particularmente os festivais, podem ajudar a alcançar esses objetivos na medida em que satisfaçam as carências locais e estabelecem um equilíbrio na relação entre oferta e procura.

Se nos anos 80 o termo “turismo de eventos” era novo, ao longo do tempo fixou-se como um dos essenciais componentes do *special interest tourism* e das estratégias de marketing dos

destinos (Getz, 1997), sendo uma das adaptações a fazer às mudanças da indústria turística e tornar-se um dos seus novos mercados e emergentes (Cooper et al., 2005).

Exemplos de como a criação dos eventos pode influenciar o desenvolvimento dos destinos, são os estudos elaborados por:

- Brown e Geddes (2007), sobre a região de Cape Breton (Canadá), concluíram que os eventos, a cultura e as tradições tornaram-se elementos essenciais no marketing estratégico do turismo da Cape Breton Development Corporation.
- McArthur (2000, citado por Auld e McArthur, 2003) de forma análoga considera que a Destination Manawatu, organismo de turismo da região de Manawatu (Nova Zelândia) identificou uma oportunidade de criar uma imagem positiva da região através da organização de eventos, por aquela usufruir de uma imagem pobre e sem identidade.

3.6 – Fatores que contribuem para o crescimento dos eventos

O final do século XIX é assinalado por uma grande produção de eventos com base em exposições e desporto (megaeventos). O interesse por este tipo de eventos no início do século 21 veio a superar o do início do século 20, com os Jogos Olímpicos em Sydney e a Expo de Hannover encaixando na modernidade como marcos no tempo, história e progresso dos eventos.

Roche (2003) refere que, com o advento da televisão, o tipo dominante de mega-eventos, as Exposições Mundiais, sofreram o impacto de descontinuidade, dando prioridade aos eventos desportivos como o basquete, o ténis, o futebol, o atletismo, o poker, o snooker, entre outros, alguns conseguindo sair da obscuridade em que se encontravam para uma posição de destaque.

A expansão dos media, e a difusão dos sistemas de tecnologia (televisão e internet), favoreceram uma procura inédita por este tipo de produtos. Esta expansão ocasionou um aumento dos eventos, que segundo Allen et al. (2002) permitiu ao consumidor escolher os espetáculos em que pretende estar presente fisicamente, e os que quer “apenas” assistir.

Dada a diversidade de “media events”², Getz (1997) alude que por um lado não é necessário viajar até ao destino para se sentir interesse pelos eventos que aquele produz, por outro, assistir a eventos, através da televisão ou da internet poderá influenciar futuras decisões quanto à escolha de destino para férias.

Para Getz (1997) e Prayaga et al. (2006), as principais mudanças que desencadearam o crescimento dos eventos surgiram nas áreas sociodemográficas e económicas com o aumento da produtividade e da riqueza com expectativas elevadas relativamente ao tempo livre e à mobilidade dos turistas. Estas tendências têm implicações, especialmente, nos festivais, que segundo Getz (1997) continuarão a atrair uma grande parte do mercado do lazer.

3.7 – Contribuição dos eventos para a imagem e marca do destino

Perante a procura nacional e internacional, os destinos têm o compromisso de definir a sua imagem de marca.

De acordo com deChernattony e McDonalds imput Morgan e Pritchard (1999:38) uma marca de sucesso pode descrever-se como:

“...um produto, serviço, pessoa ou lugar identificável, cujas qualidades se enfatizam de tal maneira que o comprador ou consumidor percebe os valores acrescentados relevantes e únicos que podem preencher as suas aspirações de modo mais satisfatório. Afinal, o seu êxito vai ser fruto da capacidade para manter estes valores acrescentados quando se enfrenta a competição”

Por isso, Morgan e Pritchard (1999:41) referem que “...a imagem de marca de um destino terá de ter as seguintes características: ser credível, ser viável, ter traços diferenciadores, transmitir ideias convincentes, ter eco entre os consumidores, despertar entusiasmo entre os parceiros comerciais”.

² Getz (1997) não apresenta uma definição de media event mas pensa-se que a definição que se segue adapta-se com o conceito dado pelo autor.

Media events: eventos a que se pode assistir exclusivamente através de um meio de comunicação (ex: concertos transmitidos através da plataforma virtual Second Life na internet), ou eventos em que se pode optar pela participação presencial ou por assistir através de um meio de comunicação (ex: Festival Musical Rock in Rio Lisboa, em que determinados concertos eram simultaneamente transmitidos através da televisão e/ou rádio).

Neste contexto e de acordo com a literatura existente constatou-se que quanto maior for o evento e o seu destaque junto dos meios de comunicação, maior é o seu impacto em termos de marketing e maior a sua responsabilidade para com a localidade. No entanto, o seu contributo para a imagem de marca do destino tem que passar pelo seu próprio sucesso e para isso Jago (2002) alude a existência de fatores que podem ajudar ou prejudicar a conceção dessa tarefa:

Tabela 3.4 - Fatores que contribuem na conceção de uma imagem de marca

Fatores que contribuem positivamente no sucesso dos eventos na conceção de uma boa marca distintiva do destino	Fatores que contribuem negativamente no impacto dos eventos na conceção de uma marca distintiva do destino
Sustentados pela comunidade	Fraco apoio local para com o evento
Bom entendimento entre o evento e o ambiente da cidade (ex. consistência com os atributos regionais e históricos)	Descontextualizado culturalmente com o local (ex. dando imagem confusa entre o evento e o destino, inapropriado para o mercado alvo)
Cobertura mediática positiva (ex. acolhimento do destino perante os média, despertar de interesse perante o exterior)	Publicidade negativa
Elementos do evento que potenciam o interesse (ex. seu valor simbólico, a sua capacidade, a iconografia do lugar)	Escala inapropriada
Posicionamento exclusivo (i.e., o que define a sua identidade)	Temática vulgar, inconsistente com a marca existente

Fonte: Elaborado com base em Jago (2002)

De toda a diversidade de eventos possíveis de se produzir alguns só ocorrem uma única vez e outros acontecem esporadicamente e aí os impactos tornam-se difíceis de identificar. Jago (2002) insinua que um evento para ter influência na criação de uma marca distintiva do destino, carece de ocorrer e sobreviver entre 5 a 10 anos ininterruptamente e só assim seria possível avaliar os efeitos causados e tornar-se sinónimo do destino obtendo a classificação de “evento de marca” e um amplo reconhecimento e perceção, como por exemplo o Carnaval do Rio de Janeiro e o Rock in Rio entre outros. Ritchie (1984:2) define estes eventos como:

“Eventos grandes de carácter extraordinário ou periódico e duração limitada, desenvolvidos primordialmente para ampliar a conscientização, o apelo e a lucratividade de um destino turístico a curto e/ou longo prazos. Para o seu sucesso, esses eventos contam com a singularidade, o status ou o senso de oportunidade em gerar interesse e atrair atenção”.

Getz (1997:5-6) descreve estes eventos em termos da sua aptidão de proporcionar vantagem competitiva para as comunidades recetoras:

“O termo “evento famoso” é usado para descrever um evento periódico que possui um significado tal, em termos de tradição, apelo, imagem ou publicidade, que proporciona ao local, à comunidade ou ao destino anfitrião uma vantagem competitiva. Com o tempo, o evento e o destino se tornam inseparáveis. Por exemplo, o Mardi Gras confere a Nova Orleans uma vantagem competitiva em virtude de ser uma festa extravagante. Stratford, Ohio, adotou a temática de turismo do seu bem-sucedido Shakespearean Festival. Cada vez mais as comunidades e destinos necessitam de um ou mais eventos de marca para proporcionar altos níveis de exposição nos media e evocação positiva que ajudem a criar vantagens competitivas.”

Outros exemplos são: o Festival de Spoleto da Carolina do Sul, Estados Unidos num estudo realizado por (Wang e Gitelson, 1988 apud Getz, 1991), que se revelou economicamente inviável, contudo, a cidade realiza-o todos os anos com o intento de manter a imagem desejada; o estudo de (Cameron 1989 apud Getz, 2001:424) que provou que a realização de eventos culturais em cidades da Pensilvânia que careciam de ser revitalizadas gerou novos investimentos e aumento de turistas entre outros benefícios.

Portugal sendo um destino turístico consolidado internacionalmente possui algumas fraquezas estruturais, tais como: a grande predominância do “*sol e praia*”, a enorme dependência de algumas áreas-destino e de alguns mercados europeus e a excessiva sazonalidade do fluxo de visitantes; que carecem ser corrigidas de modo a evitar a sua estagnação. É aqui que os grandes eventos podem facultar uma ajuda, pois, graças ao mediatismo que despertam, permitem a “*edificação*” de uma nova imagem do destino e facilitam o seu reposicionamento com impactos positivos em todos os setores da atividade económica, especialmente no turismo.

A partir da década de 90 Portugal teve a chance de realizar alguns desses eventos, que marcaram uma era e facultaram uma grande autoestima, orgulho nacional como se referiu no ponto 3.2, o que pode ser percebido como um importante passo na sua afirmação no mundo e do seu dinamismo, vitalidade e capacidade de realização.

3.8 – Impactos gerados pelos eventos

O estudo das relações entre o crescimento do turismo e as comunidades locais é um tema que aparece com uma enorme importância na literatura, no entanto verificou-se que existem algumas divergências entre as opiniões formadas pelos investigadores. Uns crêem que se parte de uma situação favorável com o aumento económico e desenvolvimento social até chegar a uma situação de paralisação que leva ao declínio, com o surgimento de problemas. Outros defendem a evolução do turismo, dizendo que os benefícios serão sempre superiores aos custos. Porém isso depende de cada localidade, sendo necessário efetuar uma avaliação das consequências produzidas por esse desenvolvimento (Tosun, 2002).

Nesta dissertação não se pretende fazer uma análise detalhada de todas as implicações do turismo, mas apenas identificar as variáveis que são incutidas pelo segmento de eventos e que poderão beneficiar ou prejudicar as comunidades locais. Estudo que se centrou na perceção dos residentes e restantes entidades que se encontram direta ou indiretamente ligadas a um evento específico, o Festival Internacional de Jazz de Loulé.

O desenvolvimento dos eventos nas localidades recetoras acarreta algumas consequências que se identificam por impactos – negativos e positivos – tanto para a comunidade como para os *stakeholders* (Bowdin et al., 2002), uma vez que envolve pessoas, destinos e interação com diversos setores da atividade económica.

Geralmente os organizadores dos eventos apenas têm em atenção as implicações económicas e desvalorizam a perceção dos residentes, que fornecem uma dimensão “não económica” (social, cultural e educacional), que é menos palpável e mensurável mas também essencial para a comunidade recetora (Hall, 1992) e (Smith e Forest 2009).

Mathieson e Wall (1996) alegam que a dimensão do impacto depende não só da quantidade, mas também do tipo de turistas que se deslocam ao destino, enquanto Rushmann (1997) diz que tipos similares de turismo originam impactos diferentes, depende da natureza das sociedades onde se realizam e do processo de interação existente entre turistas, comunidade e meios de acolhimento.

Getz citado por Ribeiro e Ferreira (2009:156-159) e Mossberg (2000) referem que os eventos originam impactos ao nível sociocultural, físico-ambiental, político e económico, no entanto iremos dar uma maior atenção aos impactos socioculturais e económicos visto que estes integram o objeto de estudo desta dissertação.

Os impactos **socioculturais** derivam das relações sociais mantidas durante a permanência dos visitantes e segundo a OMT (2003) e Hall (1991) apud Hall (1992:66-67) são mudanças nas experiências dos residentes, na sua conduta diária bem como nos seus valores, estilos de vida e nas manifestações culturais e artísticas dos destinos visitados. A sua intensidade depende das características socioculturais do turista, do desenvolvimento do local e do comportamento dos residentes em relação aos turistas.

Positivamente Hall (1992), Getz (1997), Mossberg (2000), Allen (2002), Bowdin (2002), Ribeiro e Ferreira (2009), Smith e Forest (2009) referem que os eventos revitalizam as tradições, facilitam a expansão de projetos culturais, aumentam o sentimento de pertença e orgulho da comunidade, preservação, reabilitação de edifícios e locais históricos, melhoram a interação dos residentes com os turistas, reforçam a identidade social e cultural, contribuem para a coesão e criam incentivos sociais na comunidade.

Negativamente, segundo Hall (1992), Getz (1997), Mossberg (2000), Allen (2002), Bowdin (2002) e Ribeiro e Ferreira (2009) os impactos socioculturais enquadram-se nas diferenças sociais entre os visitantes e residentes (criminalidade, prostituição, drogas entre outros), na descaracterização da cultura do lugar, na sensibilização da economia local, na alienação da comunidade local e nos fenómenos de disfunção social.

No contexto dos **impactos económicos**, o turismo é uma indústria poderosa que gera grandes benefícios tornando os destinos cada vez mais competitivos. A revisão da literatura sobre esta temática permite-nos dizer que os **impactos económicos** dos eventos são concebidos pelo efeito multiplicador³ do turismo (Allen e Shaw, 2000, apud Smith e Forest, 2009) e (Ferreira, 2009), e que podem ser avaliados em três níveis: **direto** - gasto efetuado pelos turistas em bens e serviços fornecidos por hotéis, restaurantes e em outras atividades económicas locais;

³ Segundo Baptista (1990) efeito multiplicador é a propagação dos gastos feitos pelos turistas em alojamento, alimentação, aquisições e serviços diversos a outras atividades económicas, como novas fontes de receita e de gasto.

indireto - aquisição por parte dos estabelecimentos utilizados pelos turistas de serviços e mercadorias a outros setores essenciais ao seu funcionamento e o **provocado/induzido** fomentado pelo aumento do rendimento das famílias por meio dos impactos diretos e indiretos Foster (1992:29) e (Cooper *et al.*, 2007).

Existe assim uma criação de atividade económica entre os serviços e os setores relacionados com o turismo (alojamento, restauração, transportes, eventos e outros serviços), com outros setores da economia local que fornecem bens e serviços, dando origem a uma circulação de dinheiro.

O mercado dos eventos é notório nesse aspeto por trazer benefícios económicos que se espelham no desenvolvimento e promoção dos destinos turísticos, no aumento da procura turística, no decréscimo da sazonalidade, na criação de emprego e rendimento, no aperfeiçoamento e desenvolvimento da estrutura económica dos destinos, no aumento do tempo de estadia, no aumento de lucros, nas receitas da hotelaria decorrente dos participantes de eventos, no facto da realização de eventos permitir que o dinheiro seja gasto no local da sua realização e no aumento de empreendedorismo, entre outros são alguns dos impactos referidos por vários autores como Hall (1992), Bowdin *et al.* (2002), Allen *et al.* (2002), Getz (1997), Derret (2000), Pelicano (2009) e Silberberg, (1995).

Neste contexto Getz (1997) indica como funções económicas exercidas pelos eventos: a de **marketing territorial** ao criar uma imagem positiva, ao melhorar a qualidade de vida e atrair residentes e investidores; a de **atração turística** ao atrair turistas de qualidade, ampliar a procura e elevar o tempo de permanência e o gasto diário do turista; a de **catalisador** ao estimular a construção de infraestruturas, contribuir para a renovação urbana, despertar o “*trade turístico*” e ao funcionar como suporte a outras atrações; a de **animador** ao instigar a repetição da visita às demais atrações turísticas ou ao próprio destino e por fim, o evento é um “*image builders*” para atrações, *resorts* e destinos, pois ajuda a criar temas amplos e a combater as imagens negativas.

Desta análise aos impactos económicos alguns autores citam nos seus estudos que embora os efeitos positivos sejam superiores aos custos, o desenvolvimento do turismo e das suas atividades podem contrair valores elevados (Bowdin *et al.*, 2002 e Eusébio, 2006) que podem recair na:

Criação de emprego

Pelicano (2009) alude que a realização de um evento pode, por vezes, criar esperanças muito elevadas, por exemplo no que respeita ao número de empregos produzidos a curto prazo, havendo, nestes casos, uma interpretação alargada dos impactos positivos dos eventos. Ou seja, nos eventos a procura de serviços complementares é de curta-duração e, como tal, os padrões tendem a acudir ao aumento da procura adicional com uma melhor gestão dos funcionários já existentes em vez de contratarem novos.

Custos económicos externos

Os custos económicos externos do desenvolvimento turístico afetam direta ou indiretamente, positiva ou negativamente, pessoas que não são produtores turísticos nem turistas, isto é, afeta os residentes, causando um aumento ou diminuição de bem-estar social para o qual não existe um preço, mas que pode ser avaliado economicamente.

Este efeito verifica-se quando a atividade de um agente económico afeta a atividade de outro, sem que o primeiro fique sujeito a suportar qualquer custo. Em relação ao turismo tal verifica-se quando este sofre as consequências de outras atividades levando a uma quebra da procura devido à falta de qualidade e do valor da oferta turística da área afetada (Eusébio, 2006 e Cunha, 1997).

Inflação

Os efeitos da inflação explicam-se pela entrada de um grande número de visitantes no destino exercendo aí uma forte pressão sobre a procura de bens e serviços, o que faz com que ocorra um aumento da procura de produtos locais e importados instigando um aumento dos preços. O carácter sazonal da procura exerce de igual modo pressões sobre os preços sobretudo nos meses considerados de alta estação (Cunha, 1997).

Dependência excessiva das economias dos destinos turísticos face ao turismo

Segundo Eusébio (2006), os destinos que ostentam uma dependência face à indústria turística revelam uma economia instável uma vez que são manipuladas pela sazonalidade do turismo e correm o risco de sofrerem variações ao nível de emprego e preços de bens e serviços. Instabilidade que varia de acordo com o peso dos operadores turísticos na venda dos seus produtos turísticos e quanto menor for a diversificação dos produtos turísticos oferecidos.

Nesta dissertação optou-se por estudar somente os impactos socioculturais e os económicos uma vez que o evento Festival Internacional de Jazz de Loulé realizou-se por diversas vezes em local fechado, não criando assim impactos ambientais e políticos e ainda, porque ao tratar-se de um festival recair na questão da criatividade onde as experiências turísticas poderão influenciar a imagem do destino que turistas e comunidade possam ter (Buhalis, 2000).

Capítulo IV – Fatores que influenciam as percepções dos residentes face aos impactos dos eventos e suas atitudes e comportamentos

A avaliação das percepções e das atitudes dos residentes e restantes *stakeholders* face ao desenvolvimento turístico e respetivos produtos como os eventos - objeto de estudo desta dissertação - é de extrema importância para que as autoridades locais e empresas que atuam neste ramo consigam optar por medidas que minimizem os custos e maximizem os benefícios tanto para a comunidade anfitriã como para os visitantes que a procuram.

Esta relevância deve-se ao facto do progresso turístico envolver um conjunto de interações entre visitantes e residentes e não somente uma conciliação entre a oferta e a procura turística de um local, mostrando-se assim a resposta dos residentes aos impactos criados pela realização dos eventos e do turismo, como um elemento essencial a ter em atenção na preparação estratégica sustentável de qualquer destino (Souza, 2009:47).

Este capítulo tem como objetivo identificar e caracterizar as percepções e atitude dos residentes e restantes *stakeholders* face ao desenvolvimento dos eventos, dentro da atividade turística e aos seus impactos. Assim começa-se por apresentar uma revisão da literatura sobre os conceitos e relevância da avaliação das percepções, demarcando, em seguida os modelos utilizados na avaliação das percepções e os fatores que as influenciam, após o que passaremos para as atitudes e comportamentos com uma revisão da literatura sobre os conceitos, relevância, alguns modelos utilizados e fatores que poderão influenciar a atitude dos residentes.

4.1 – Conceito e relevância da avaliação das percepções

A realização de eventos integrada no desenvolvimento turístico, atualmente, mostra-se como uma importante atividade económica, que tem vindo a crescer nos últimos anos, ocasionando efeitos positivos ou negativos para as localidades onde se incrementam e compreende-los tornou-se presentemente num mecanismo essencial para o desenvolvimento sustentável do destino. As informações sobre os impactos da atividade turística ou de um evento a partir das perspetivas da comunidade são fatores significativos a serem estudados no planeamento e na gestão, uma vez que os residentes são agentes importantes que podem influenciar o sucesso ou o fracasso da atividade turística local (Haley *et al.*, 2005).

É neste contexto que a compreensão das percepções dos residentes e da comunidade local é necessária, podendo auxiliar os agentes responsáveis pelo desenvolvimento turístico no emprego de estratégias de posicionamento e na criação de uma imagem desejável do destino.

Esse interesse em “(...) compreender as percepções dos residentes locais em relação ao desenvolvimento do turismo e dos seus impactos é fundamental tanto para as instituições públicas (locais e nacionais) como para as organizações privadas, uma vez que, o sucesso e a sustentabilidade de qualquer desenvolvimento dependem do apoio ativo da população local” (Gursoy e Rutherford, 2004:01). Assim, o planeamento de qualquer tipo de atividade turística que contemple as necessidades e o envolvimento da comunidade é uma componente substancial para o desenvolvimento do turismo ou mesmo de um evento.

Investigações sobre as percepções dos residentes e restantes *stakeholders* face aos impactos do turismo e dos eventos propõem que a comunidade anfitriã possa ver o turismo e os eventos como criadores de **impactos positivos** (Allen *et al.*, 1988; Andereck e Vogt, 2000) e/ou **impactos negativos** (Gursoy *et al.*, 2002).

Reisinger e Turner (2003) definem a percepção como o processo pelo qual um indivíduo atribui um significado a um determinado objeto, a um evento ou a uma pessoa encontrada no seu ambiente local.

King (1981) (citado por Ribeiro, 2009:53) define percepção como uma representação da realidade de cada ser humano.

Segundo Oliveira (2006: 3):

“A percepção das pessoas, sobre determinado assunto, é sempre carregada de uma visão própria de cada indivíduo, formada a partir de variáveis como meio social, história de vida, nível de escolaridade, religião, atividade económica, entre outros. Consequentemente, cada indivíduo percebe o mundo em termos qualitativo, efetivo e valorativo, e é a partir dessa percepção que define seu modo de relação com a sociedade.”

Kotler (1993) defende que a percepção depende de estímulos físicos, mas também da relação desses estímulos com o ambiente e das condições internas das pessoas. Samovar e Porter

(1991) (citado por Reisinger e Tuner, 2003) referem a percepção como o método pelo qual os estímulos são selecionados do ambiente externo e interpretados em termos de experiência interna. Estas opiniões refletem o ambiente em que as pessoas se inserem, ou seja, as percepções dos turistas e da comunidade local podem variar de acordo com o ambiente em que elas vivem.

De uma forma geral, a maioria das definições relacionadas com as percepções dos residentes são decisivas em afirmar que estas são formadas por estímulos provenientes do ambiente **interno** (condições psicográficas e demográficas do indivíduo) e **externo** (condições económicas, sociais, e culturais do meio), ou seja, dependem do indivíduo e estão estreitamente ligadas às interações sociais do indivíduo e com o ambiente em que ele se insere.

De acordo com Reisinger e Turner (2003), as percepções podem dividir em três grupos:

1. **Percepções sobre as outras pessoas** - as percepções que os indivíduos têm de uma outra pessoa, por exemplo a percepção do residente sobre o turista.
2. **Percepção de si próprio** - o indivíduo retrata as percepções de si próprio, por exemplo o turista reproduz a percepção de si mesmo.
3. **Percepções da percepção** – trata-se de uma auto percepção, indica como as outras pessoas percebem como são avaliadas (ex. como os turistas avaliam como são percecionados pelos anfitriões). Quando o turista sente uma avaliação positiva pelos anfitriões a interação entre os mesmos tende a intensificar-se. Quando a comunidade se apercebe que é apreciada pelos turistas o acolhimento fortifica-se.

Neste contexto, as interações que se criam entre os residentes e os visitantes durante uma experiência turística ou um evento, e o grau da hospitalidade nos momentos de convívio apresentam-se como fatores fundamentais ao sucesso da atividade e confirmam a pertinência do estudo desta temática (Ko e Stewart, 2002:522).

4.2 - Percepções dos residentes face ao desenvolvimento do turismo/eventos

O ato de fazer turismo tem implícito um conjunto de situações, que dependendo de várias perspetivas podem ser consideradas boas ou más, principalmente em países ou regiões que se encontram em processo de desenvolvimento.

Muitas investigações analisam esta temática em diversos sentidos: a relação entre o turismo e a comunidade; a definição de políticas estratégicas de desenvolvimento turístico para as comunidades e a atratividade e competitividade (Carneiro e Eusébio, 2010).

No entanto o conhecimento das percepções dos residentes sobre os impactos do turismo na sua comunidade é essencial para que os gestores responsáveis pelo desenvolvimento turístico possam perceber melhor a interação do residente com o visitante e ainda a sua atitude face ao desenvolvimento do turismo. A sua participação pode traduzir-se no progresso e sucesso do setor turístico na comunidade local, pois eles são os mais atingidos pela evolução do turismo ou de um produto como a conceção de um evento, principalmente se a atividade económica local for desenvolvida em torno deste setor.

Ter em conta as reivindicações dos residentes permite a sua integração no método de desenvolvimento do evento/turismo, e caso estes percecionem impactos positivos tendem a aproximar-se dos visitantes e a conceberem atitudes de apoio à atividade em maior escala (Carneiro e Eusébio, 2010), o que elevará a satisfação dos visitantes, a fidelização aos destinos e a relação de hospitalidade (Carneiro e Eusébio, 2010: 1).

Com base na literatura revista, verificou-se que a percepção positiva e negativa dos residentes recai particularmente sobre os benefícios económicos, socioculturais e ambientais do turismo (Mathieson e Wall, 1990; OMT, 2003; Sancho *et al.*, 2001, Tosun, 2002, Andereck *et al.*, 2005; Carneiro e Eusébio, 2007; Archer e Cooper, 2002 e Ko e Stewart, 2002).

4.3 - Modelos utilizados para avaliar as percepções dos residentes e os fatores que as influenciam

O modelo mais utilizado em estudos que visam avaliar as percepções da comunidade local e dos restantes *stakeholders* é o da Teoria da Troca Social que de acordo com John Ap. (1992:668) trata-se de uma “(...) teoria sociológica generalista preocupada com a compreensão das relações de troca que se estabelecem entre indivíduos e grupos numa situação de interação”.

Os residentes que percecionam os benefícios do turismo tendem a avaliar positivamente esta atividade enquanto os que não alcançam os benefícios avaliam-na negativamente (Andereck

et al., 2005; Ritchie e Inkari, 2006). No entanto, Pearce et al., (1996) (citado por Fredline e Faulkner, 2000:767) alegam que o uso da referida teoria para justificar as percepções dos residentes levanta algumas dúvidas. Os autores insinuam que muitas das percepções dos indivíduos resultam do contexto social e histórico em que se encontram e não da experiência direta com o evento ou o objeto, defendido pela referida teoria.

Com base neste facto Pearce et al. (1996) (citado por Fredline e Faulkner, 2000:767) sugerem um outro modelo baseado na Teoria das Representações Sociais, para visualizar e entender as percepções dos residentes.

Pearce e Moscardo (2002) entendem que as representações sociais são edificadas com base na interação do indivíduo com o grupo a que pertence e na sua convivência com outros grupos sociais. Poder-se-á dizer que as representações sociais podem ser definidas como ideias, pensamentos, mitos e conhecimentos acerca de um determinado objeto ou fenómeno social (Moscovici, 1981, citado por Andriotis e Vaughan, 2003:173); através delas o indivíduo pode perceber os objetos e fenómenos existentes, dando-lhes significados que os tornem compreensíveis e úteis ao grupo, nas suas ações quotidianas (Fredline e Faulkner, 2000:767) e tendem a transformar o não familiar em familiar, ampliando a aptidão de interação entre os indivíduos e, conseqüentemente, facilitando as relações interpessoais (Pearce e Moscardo, 2002:767).

Fredline e Faulkner (2000:767 e 768) sugerem que as representações que os residentes têm sobre o turismo são originadas a partir de três variáveis:

- **Experiências passadas**, quanto maior for a experiência direta das pessoas com a atividade turística no passado, maior é a informação para fundamentar as suas percepções. No entanto, se essa experiência for diminuta, outras fontes de representações sociais mostrar-se-ão mais importantes.
- **Interação social** do individuo com a família, amigos e turistas.
- **Comunicação**, os meios de comunicação têm uma enorme capacidade no desenvolvimento das percepções, ou seja, o teor das informações pode influenciar positiva ou negativamente a percepção que o indivíduo tem sobre determinado objeto ou evento (Fredline e Faulkner, 2000).

Um outro modelo utilizado na avaliação das percepções foi o concretizado por Tideswell e Faulkner (1997) (citado por Fredline e Faulkner, 2000:772) onde traçam os fatores que afetam

as percepções dos residentes face ao turismo e à realização de eventos em dois grupos, **fatores extrínsecos e fatores intrínsecos**.

Em consonância com os mesmos autores, a constituinte extrínseca inclui os fatores que influenciam as reações dos residentes a nível global da região como um conjunto e, conseqüentemente ocasionam um impacto comum sobre toda a comunidade. Fazem parte desta componente fatores como: o nível de desenvolvimento do destino (Butler, 1980; Doxey, 1975), a sazonalidade da procura turística (Andriotis e Vaughan, 2003) e o tipo de turista (Cohen, 1972).

Tabela 4.1. – Fatores extrínsecos que influenciam a percepção dos residentes dos impactos do turismo/eventos

Fatores	Estudos	Conclusões obtidas
Nível de Desenvolvimento	Doxey (1976)	Avaliou as reações da comunidade através do índice de irritação, as percepções dos residentes alteram-se de acordo com o nível de desenvolvimento turístico do destino.
	Butler (1980)	Sugere que os impactos negativos do turismo emergem nas fases de consolidação e de estagnação do destino turístico.
	Perdue, Long e Allen (1990)	As percepções dos residentes dos impactos do turismo estão relacionadas com o nível do desenvolvimento do turismo.
	Madrigal (1993)	O nível de desenvolvimento do turismo é o fator que com maior influência nas percepções dos impactos negativos do turismo, mas não dos positivos.
Sazonalidade da procura turística	Andriotis e Vaughan (2003)	Durante as épocas baixas os residentes têm uma percepção mais positiva.
Tipos de Turistas	Cohen (1972)	Identificou que a tipologia dos visitantes tem uma influência significativa sobre os impactos do turismo.

Fonte: Elaboração com base em Andriotis e Vaughan, 2003; Mathieson e Wall, 1990.

No entanto, as componentes indicadas na tabela acima apresentam pouca influência sobre o estudo desta dissertação, uma vez que não existe uma base de dados e tempo suficientes que nos permita fazer comparações e tirar conclusões.

Em compensação a teoria que analisa a influência dos fatores intrínsecos irá receber uma maior atenção neste trabalho. Estes fatores admitem a heterogeneidade da comunidade local e as percepções dos impactos podem mudar de acordo com as características de cada indivíduo (Fredline e Faulkner, 2000:773).

Tendo em atenção a revisão da literatura realizada sobre a referida temática, os fatores intrínsecos que mais manipulam as percepções dos residentes poderão ser arrumados nos seguintes grupos:

Tabela 4.2 – Fatores intrínsecos que influenciam a percepção dos residentes dos impactos do turismo

Fatores	Estudos	Conclusões obtidas
Dependência Económica	Weaver e Lawton (2001); Williams e Lawson (2001); Andereck et al.,(2005)	Quando os residentes ou familiares dependem da indústria turística tendem a ser mais favoráveis ao turismo.
	Brunt e Courtney (1999); Andereck et al., (2005); Andriots e Vaughan (2003)	Os empregados da indústria turística são mais propensos a apresentarem mais reações positivas.
	Madrigal (1993)	Os benefícios pessoais oriundos do turismo foram os fatores que registaram maior influência nas percepções dos impactos positivos do turismo.
	Haralambopoulos e Pizam (1996); Williams e Lawson (2001)	Observaram que os residentes que são dependentes do turismo ou que percebem um maior ganho económico ou benefício pessoal tendem a perceberem mais os impactos positivos do turismo
Características sociodemográficas	Idade	
	Weaver e Lawton (2001), Haralambopoulos e Pizam (1996)	Os residentes mais idosos percebem mais os impactos negativos do turismo.
	Rendimento	
	Haley et al., (2005)	Os residentes com menor poder aquisitivo têm percepções mais positivas.
	Haralambopoulos e Pizam (1996); Williams e Lawson (2001); Ritchie e Inkari (2006)	Os anfitriões com mais rendimento têm geralmente percepções mais positivas.
	Habilitações literárias	
	Haralambopoulos e Pizam (1996); Teye et al., (2002)	Os residentes com mais habilitações literárias tendem a perceberem mais os impactos positivos do turismo.
	Andriots e Vaughan (2003).	Maior nível de habilitações literárias menos percepções dos impactos positivos do turismo.
	Perdue, Long e Allen (1990)	Os resultados obtidos demonstram que não existe relação entre as características sociodemográficas e as percepções dos impactos.
	Género	
Williams e Lawson (2001)	O estudo demonstrou que as mulheres podem ter mais reações negativas face ao turismo do que os homens.	
Ritchie e Inkari (2006)	Não se obtiveram diferenças estatisticamente significativas de acordo com o género.	
Tempo de Residência na Comunidade	Brunt e Courtney (1999); Haralambopoulos e Pizam (1996)	Quanto mais tempo as pessoas vivem na comunidade mais são as suas percepções dos impactos negativos do turismo.
Distância entre o local de residência e as áreas turísticas	Williams e Lawson (2001); Ritchie e Inkari (2006)	Os residentes das áreas de maior densidade turística mostraram-se mais positivos em relação ao turismo.
Interação residente visitante	Andereck et al., (2005); Carneiro e Eusébio (2007)	Os residentes que têm maior contacto com os visitantes possuem mais percepções dos impactos positivos do turismo.
Conhecimento do turismo	Lankford e Howard (1994); Andereck et al., (2005); Davis, Allen e Consenza (1988 citado por Pearce e Moscardo, 2002).	O conhecimento do turismo relacionava-se positivamente com as percepções dos impactos positivos do turismo.

Fonte: Elaboração com base nos autores referidos na tabela.

Relativamente às características sociodemográficas dos residentes verifica-se que as variáveis mais estudadas são: a idade, o género, o rendimento e as habilitações literárias.

Para Ritchie e Inkari (2006), os residentes com menores rendimentos percebem os impactos negativos do turismo/eventos, pois discordam com o aumento do número de emprego na sua comunidade e percebem menos os benefícios culturais. Porém acreditam que o turismo proporciona a oportunidade de conhecer novas pessoas e que não aumenta o custo de vida. No estudo realizado por Haley et al., (2005) no Reino Unido constatou-se o contrário, os residentes com menor poder de compra inclinam-se mais a identificar os benefícios da atividade turística.

Quanto à idade Haralambopoulos e Pizam (1996) e Weaver e Lawton (2001) observaram que os residentes mais idosos tinham uma percepção mais negativa do que os residentes mais jovens. No género os resultados da investigação efetuada por Williams e Lawson (2001) na Nova Zelândia atestam que as mulheres apresentam mais reações negativas face ao turismo/eventos do que os homens.

Em relação às habilitações literárias dos residentes existe alguma divergência nos resultados dos estudos que analisaram esta temática, Haralambopoulos e Pizam (1996) defendem que quanto maior é o nível de habilitações literárias dos residentes maior serão as percepções dos impactos positivos. No entanto, Andriots e Vaughan (2003), concluíram que quanto mais habilitações literárias possuíam os residentes menor serão as percepções aos impactos positivos do turismo.

Outro fator identificativo das percepções dos residentes é a variável dependência económica. Segundo os investigadores Ko e Steward (2002); Allen et al., (1988); Brunt e Courtney (1999); Weaver e Lawton (2001) quando maior for a sua dependência da indústria turística ou possuírem familiares ou amigos dependentes desta mesma indústria mais favoráveis são face ao desenvolvimento do turismo.

Na componente a distância entre o local de residência e as zonas turísticas/evento, segundo Ritchie e Inkari (2006); Gursoy et al., (2002) e Willian e Lawson (2001), os residentes que vivem próximo dos centros turísticos ou locais onde se realizam as atividades turísticas tendem a ter reações mais positivas do que aqueles que residem mais distantes. Todavia,

alguns estudos como por exemplo o de Snaith e Haley, 1994 (citado por Ritchie e Inkari, 2006) comprovaram que indivíduos residentes nas proximidades das áreas turísticas exteriorizavam sobretudo impactos negativos da atividade.

No estudo executado por Andereck et al., (2005), os residentes com uma razoável ou grande interação com os turistas apreendem mais os impactos positivos na vida da comunidade e na economia local. Porém, ainda concordaram que a prática da atividade causa aumento do tráfego e do congestionamento. De acordo com Carneiro e Eusébio (2007) quanto maior for o nível de convívio entre turista e residente maior é a percepção dos impactos do turismo/eventos.

O nível de conhecimento da atividade turística pode influenciar a percepção da comunidade local e dos restantes *stakeholders*. Diversos estudos reconheceram que os residentes com maior conhecimento sobre o setor turístico demonstravam atitudes positivas, logo percecionavam mais impactos positivos (Carneiro e Eusébio, 2007; Andereck et al., 2005).

Ao analisar-se a influência que a duração de residência na comunidade poderá ter nas percepções dos impactos do turismo verificou-se que de acordo com vários autores (Brunt e Courtney, 1999; Haley et al., 2005; Weaver e Lawton, 2001; Haralambopoulos e Pizam, 1996), quanto maior for a duração de residência maior são as percepções dos impactos negativos do turismo.

Embora existem vários estudos que analisam esta temática, os seus resultados mostram-se por vezes divergentes o que dificulta a sua comparação pelo facto de se estudarem realidades diferentes em períodos diferentes e com métodos também diferentes, no entanto permitem-nos observar o tipo de relação que pode existir entre os fatores que influenciam as percepções e as percepções dos residentes face ao desenvolvimento do turismo ou de um evento.

Retomando a problemática principal desta dissertação, os eventos, apesar de serem vistos como um atrativo do turismo não os podemos avaliar só nessa perspetiva. Dependendo da dimensão e do tipo de evento, bem como da sua projeção mediática, a presença de visitantes, nomeadamente turistas, pode ser bastante importante para o desenvolvimento de uma localidade ou país contribuindo em grande escala para o progresso económico, social, cultural ou ambiental de uma sociedade.

Assim há também que observa-los do ponto de vista do desenvolvimento turístico comunitário, uma vez que possuem de igual modo a capacidade de criar uma série de impactos, entre eles económicos, culturais e sociais que afetam a vida diária dos residentes e geram alterações para o estilo de vida, valores, interações sociais e identidade do lugar (Small, 2007:3).

No estudo elaborado por Small (2007) na sua dissertação de mestrado onde se dedicou a perceber os impactos que os festivais comunitários têm na comunidade que os acolhe constatou que, para além dos anteriormente indicados e analisados, existem outros fatores a ter em atenção para determinar os impactos de um evento:

- a **idade e regularidade do evento** na medida em que a percepção dos habitantes se torna menos negativa quando o evento é organizado na localidade há alguns anos e com regularidade.
- a **dimensão do evento**, normalmente concebe-se uma relação entre o tamanho do evento e o nível de impactos que este poderá criar.
- o **tema** que deverá espelhar e celebrar aspetos importantes para a comunidade, e não um tema imposto. Pois se não existir uma identificação com o tema, a receção ao evento será negativa e o sucesso e sustentabilidade a longo prazo pode ser posto em risco.
- a **concentração espacial do evento** poderá influenciar a percepção dos impactos sobre a comunidade.

Small (2007:213-214), no seu estudo, para além de identificar através das percepções dos residentes uma série de impactos causados pelos eventos, identificou ainda cinco subgrupos distintos de residentes na comunidade: os tolerantes, os economicamente ligados ao festival, os participantes, os que evitam o evento e os voluntários.

Perante o que aqui se vem mencionando não convém classificar em absoluto como positivos ou negativos os impactos dos eventos, uma vez que estes podem ser percebidos pelos membros da comunidade de forma distinta. Os organizadores devem procurar conhecer a opinião dos residentes da comunidade sobre os impactos, para depois os avaliar e classificar.

4.4 - Conceitos e relevância da atitude dos residentes face ao desenvolvimento do turismo/eventos

A avaliação dos efeitos do turismo e dos eventos a partir das atitudes dos residentes é essencial para a planificação estratégica dos destinos.

A apreensão desta realidade por parte dos investigadores e dos responsáveis pela gestão dos destinos turísticos tem conduzido ao aparecimento de uma diversidade de estudos neste domínio pelo facto da indústria turística produzir tanto impactos positivos como impactos negativos, como se abordou no capítulo 3 desta dissertação.

Neste contexto a comunidade local assume um importante papel na percepção destes impactos e é com base nessa percepção que irá desenvolver comportamentos em relação à atividade turística.

O estudo das atitudes como objeto de observação já conta com algumas décadas, no entanto a sua definição reflete diferentes posturas teóricas; Vala e Monteiro (1997) e Areosa (2007) identificam nos diversos conceitos de atitude alguns pontos em comum: referem-se a experiências subjetivas, são sempre referidas a um objeto, situação ou acontecimento e incluem sempre uma dimensão avaliativa.

Segundo Riley (1996:75 citado por Ribeiro, 2009:53) a atitude é:

“uma resposta predisposta às situações, objetos, povos e outras áreas autodefinidas da vida. Tem uma componente percetiva e outra afetiva. A última produz um efeito na atitude – positivo ou negativo. Esta, por sua vez, pode ser influência do elemento percetual – nós vemos aquilo que queremos ver!”

A maioria das definições de atitudes apresentadas ao longo dos tempo são concludentes em afirmar que a atitude “(...) é uma tendência psicológica que é expressa por uma mistura de crenças e emoções que predispõe uma pessoa a reagir a outras pessoas, objetos ou grupos de uma forma positiva ou negativa” (Coon, 2006:585). Esta predisposição pode ser refletida na forma como se pensa, sente e se comporta em relação ao ambiente em que se vive, colocando-nos dentro de uma estrutura mental de gostar ou não gostar de determinado objeto, aproximando-nos ou afastando-nos dele.

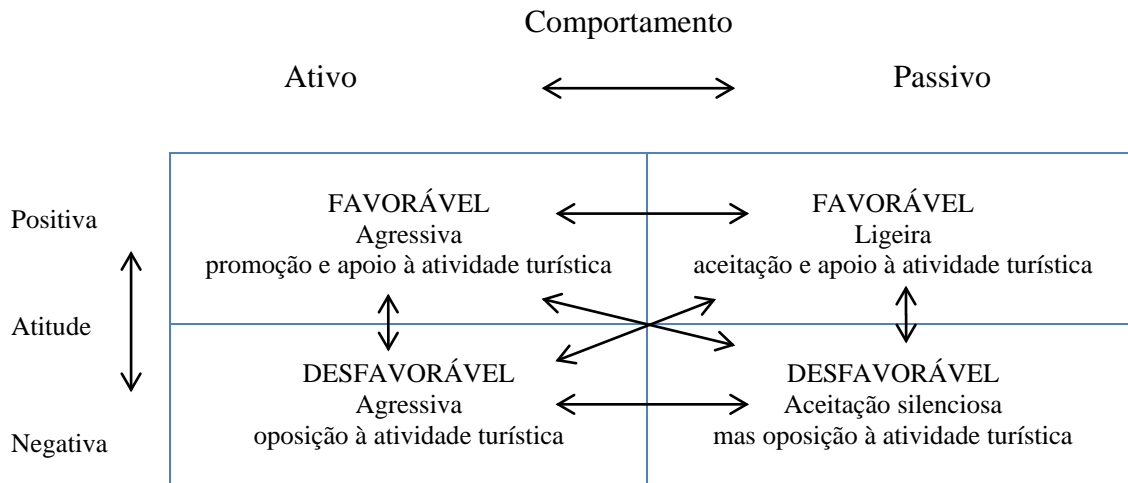
Em conformidade com Andriotis e Vaughan (2003) e Mcdougall e Munro (1994) as atitudes podem ordenar-se em três componentes: a **cognitiva** que inclui a forma como os residentes relata os impactos do evento/ turismo sobre o ambiente em que está inserido; a **afetiva** que se traduz na reação emocional dos indivíduos perante um evento (fortes, fracas, positivas ou negativas); e a **comportamental** que espelha as intenções de agir a um objeto ou evento.

Assim, compreender as inter-relações das componentes (acima identificadas) nos indivíduos tornou-se essencial para haver uma melhor apreensão das suas atitudes face aos eventos e ao turismo. A compreensão da relação entre a comunidade local e a atividade turística ou o evento permitirá um planeamento mais adequado e a satisfação das necessidades da população que se manifestará depois numa maior hospitalidade na receção dos visitantes. Além disso, a sustentabilidade económica, social, cultural e ambiental do destino será garantida.

4.5 - Modelos utilizados para avaliar as atitudes dos residentes e os fatores que as influenciam

Entre os diversos estudos e modelos utilizados para avaliar as atitudes dos residentes face ao turismo e aos eventos, o modelo proposto por Butler em 1974 (um dos modelos mais referidos na literatura citado por Mathieson e Wall, 2006) - onde pretendeu explicar os comportamentos e atitudes da comunidade local face à atividade turística a através de uma matriz dinâmica - sugere na sua matriz, que os residentes podem ter um comportamento ativo ou passivo face ao turismo, e ter uma atitude positiva ou negativa. Esta matriz verifica que as reações dos residentes podem variar entre qualquer uma das quatro direções derivadas da matriz (**figura 4.1**):

Figura 4.1- Atitudes e comportamentos dos residentes face à atividade turística



Fonte: Elaborado com base em Butler 1974 (citado por Mathieson e Wall, 2006)

Deste modo, o residente de um determinado destino turístico poderá apresentar uma atitude positiva ou negativa, e um comportamento ativo ou passivo conforme o seu estado de apoio ou oposição à atividade turística.

De acordo com o modelo de Butler 1974 (citado por Mathieson e Wall, 2006), os residentes que são financeiramente dependentes da atividade turística apoiam intensamente o desenvolvimento do turismo, enquanto os que não dependem diretamente da atividade possivelmente apresentarão atitudes desfavoráveis face a esse desenvolvimento. Para Butler 1974 (citado por Mathieson e Wall, 2006) é possível que grande parte da comunidade local apresente mais as duas categorias passivas referidas na matriz (**Figura 4.1**), quer aceitando silenciosamente o turismo e os seus impactos devido às vantagens que a atividade lhes oferece ou então porque não idealizam qualquer forma de interromper este crescimento.

Para Andriotis e Vaughan (2003), os residentes normalmente são sabedores dos efeitos positivos e negativos da realização de eventos e respetiva atividade turística e tirarão as suas conclusões com base em reflexões sobre os custos e os benefícios originados, formando uma atitude de refutação ou de concordância conforme as suas perceções.

Tendo em atenção os impactos propostos a analisar nesta dissertação, os económicos e os socioculturais, Lindberg e Johnson (1997) identificaram no seu estudo uma associação

positiva entre as percepções dos impactos económicos positivos do turismo e as atitudes de apoio face ao desenvolvimento turístico (Andriots e Vaughan, 2003; Andereck *et al.*, 2005).

No que diz respeito aos efeitos socioculturais, Gursoy e Rutherford, 2004; Andereck *et al.*, 2005 e Tosun, 2002 observaram uma relação positiva entre a percepção dos benefícios socioculturais e o apoio ao desenvolvimento turístico. No entanto, com base na revisão da literatura efetuada tornou-se possível identificar outros fatores que são passíveis de influenciar as atitudes dos residentes quanto aos impactos dos eventos e do turismo e posteriormente o efeito que têm no apoio ao desenvolvimento do destino; segundo Fredline e Faulkner (2000) estes fatores organizam-se em extrínsecos e intrínsecos.

Nos fatores extrínsecos inserem-se: o tipo de turista que visita o destino, os autónomos e os aventureiros possuem uma maior aptidão em desenvolver uma experiência direta com a cultura e costumes de vida da comunidade recetora proporcionando menos impactos negativos do que os turistas de massa que normalmente viajam com pacotes organizados (Souza, 2009); a **sazonalidade** (Andriotis e Vaughan, 2003) que é caracterizada pelas variações da procura, é indicada em diversos estudos como um dos principais fatores que influenciam as atitudes positivas e/ou negativas dos residentes; e o nível de **desenvolvimento do turismo no destino** (Butler, 1980; Doxey, 1975 citados por Souza, 2009:62-65).

Segundo Souza (2009) em anuência com o modelo de investigação de Doxey (que explica as interações entre o anfitrião e o visitante) as atitudes dos residentes perante o desenvolvimento do turismo passam por uma sucessão de reações começando em euforia e terminando em antagonismo:

- Fase de **euforia** com o regozijo dos indivíduos com o desenvolvimento do turismo, pois há um sentimento de satisfação e uma oportunidade de um aumento de benefícios;
- Segue-se a **apatia**, com a consolidação da atividade turística e o visitante é visto como uma fonte de rendimentos;
- A **irritação**, a atividade turística abeira-se do ponto de saturação e o seu desenvolvimento só seguirá com a inclusão de novas infraestruturas.
- O **antagonismo**, a irritação torna-se mais evidente. O turista é visto como causador de todos problemas da localidade.

- A **última fase** ocorre quando a comunidade local se mentaliza de que, no anseio de obter o máximo de proveitos da atividade, não tiveram em atenção as mutações que foram ocorrendo e que atualmente terá de coabitar com o facto.

Alguns investigadores consideram este modelo de estudo simplista, pois expõe os residentes como um grupo homogéneo, o que poderá levar a erros, uma vez que uma comunidade pode conter moradores ou grupos de moradores com percepções e atitudes distintas quanto ao desenvolvimento turístico (Pearce e Moscardo, 2002; Gursoy et al. 2002; Williams e Lawson, 2001; Fredline e Faulkner, 2000 e Ritchie e Inkari, 2006).

As atitudes destes grupos podem ser distintas, pois a atitude é muito limitada a um indivíduo ou a um grupo de pessoas, e depende do contexto sociocultural em que estão associados. Isto incute a dizer, que as pessoas de diferentes grupos podem perceber o desenvolvimento do turismo ou de um evento de formas diferentes com base nas suas características económicas, sociais, culturais e ambientais (Ritchie e Inkari, 2006). Devido a essa heterogeneidade entre pessoas e grupos, alguns investigadores decidem incluir ainda nos seus estudos variáveis que arrolam as características de cada indivíduo – **os fatores intrínsecos** que incluem:

- **As características sociodemográficas:** o género, a idade, as habilitações literárias e o rendimento. Nos estudos de Teye *et al.*, (2002), os residentes com maior nível de habilitações literárias possuem maior facilidade em identificar os impactos positivos logo, possuem atitudes favoráveis. Para Williams e Lawson (2001), no género as mulheres conseguem ser mais hostis em relação ao turismo. Ritchie e Inkari (2006) defendem que os habitantes com maiores rendimentos são mais suscetíveis de ter atitudes positivas. Ritchie e Inkari (2006) citam que em relação à idade os residentes mais idosos desenvolvem com maior facilidade atitudes negativas face ao desenvolvimento turístico do que a faixa etária mais jovem.

- **A dependência económica:** vários estudos demonstram que os residentes que dependem economicamente deste setor de atividade apresentam uma atitude mais favorável face ao desenvolvimento (Madrigal, 1993).

- **A interação entre os residentes-visitantes** poderá ajudar no aumento da satisfação dos residentes, logo atitudes favoráveis. Para Carneiro e Eusébio (2010:1), “...quando os residentes percebem os benefícios do turismo desenvolvem atitudes favoráveis em relação ao turismo, contribuindo para uma maior interação com os visitantes”. Weaver e Lawton (2001) notaram que residentes com maior grau de contacto com os visitantes exibem atitudes mais benéficas em relação ao turismo.

- A **distância entre o local de residência e as zonas turísticas ou do local de realização do evento**, Williams e Lawson (2001) e Gursoy et al. (2002) defendem que os habitantes que vivem longe destes locais podem ter uma atitude menos favorável em relação ao desenvolvimento da atividade turística ou a um evento.
- Para Weaver e Lawton (2001) quanto maior for o **tempo de residência na comunidade** mais negativa é a atitude do indivíduo.
- **O conhecimento dos residentes da atividade turística**, Andereck et al., (2005) sugerem que quanto maior for o saber dos residentes sobre o turismo maior será a sua aceitação e consequente o seu apoio à atividade.

Tal como na análise dos fatores que influenciam as percepções também se verificou, através da revisão da literatura realizada nesta dissertação, que os estudos efetuados sobre a atitude dos residentes face ao turismo e aos eventos não seguiram um método padrão, apresentando muitas das vezes resultados diferentes. Conforme Haley et al., (2005) a utilização de técnicas estatísticas para avaliar os dados das reações variam muito de um estudo para outro, o que dificulta fazer comparações.

III – Investigação empírica

Capítulo V - Metodologia da investigação

Este capítulo pretende apresentar o modelo desenvolvido nesta dissertação, o qual tem como objetivo avaliar a perceção, atitudes e comportamento dos residentes e comerciantes da cidade de Loulé face aos impactos criados pelo evento Festival Internacional de Jazz na comunidade.

Segundo Reis (2010:58), metodologia é ” ...organização crítica das práticas de uma investigação que se desenrola, desde a conceptualização, e que vai permitir chegar a conclusões fiáveis e consonantes com os propósitos iniciais que o mestrando se propõe encetar”. Neste contexto, a metodologia constitui uma componente importante da reflexão do investigador, pelo valor intrínseco que assume na investigação, pela linha orientadora, pelo equilíbrio que nos obriga a seguir e pela organização que incute e promove no tratamento e análise de fontes e dados disponibilizados tendo como fim encontrar respostas para as questões colocadas inicialmente e atingir os objetivos anteriormente definidos.

5.1 - Pergunta de partida, objetivos, modelo e hipóteses de investigação

Este estudo tem como objetivo essencial avaliar a importância dos eventos no desenvolvimento das comunidades locais. Neste sentido, foi formulada uma pergunta de partida que servirá como fio condutor desta investigação de forma a estruturar-se com coerência (Quivy, 1992:29) e que servirá de núcleo de análise e reflexão temática ao longo deste projeto:

Podem os diversos impactos causados pelo evento Festival Internacional de Jazz de Loulé, contribuir para o desenvolvimento da localidade, levando em consideração a perceção da comunidade local (residentes e comerciantes)?

Objetivo geral

O objetivo deste estudo é identificar e analisar informação sobre as modificações causadas pelos eventos no local e a forma desses impactos, tomando como exemplo o caso do Festival Internacional de Jazz de Loulé, do ponto de vista da comunidade local, com vista a contribuir

para a formulação de linhas orientadoras para o desenvolvimento do turismo cultural na vertente dos eventos, numa perspetiva de melhoria da qualidade de vida das populações afetadas e num quadro de sustentabilidade ambiental, económica e social. Neste caso específico, pretende-se aferir da importância do evento Festival Internacional de Jazz para o desenvolvimento de Loulé e identificar os impactos na localidade percebidos pela comunidade local.

Objetivos específicos

No sentido de assegurar o objetivo geral, propomos os seguintes objetivos específicos:

- Abordar os principais fatores que influenciam a formação das atitudes dos residentes e comerciantes face ao desenvolvimento turístico e nomeadamente a realização do evento;
- Identificar a perceção dos residentes e dos comerciantes locais face ao desenvolvimento do Festival de Jazz e os seus impactos e aferir os fatores que influenciam a perceção dos referidos impactos;
- Conferir e identificar através da opinião da comunidade local a importância do planeamento e realização do Festival para o desenvolvimento da cidade como destino turístico;
- Apurar o envolvimento da comunidade na criação produtos, serviços ou negócios, permanentes ou temporários resultantes do evento;
- Verificar se houve investimentos na divulgação do evento e aproveitamento da mesma, permitindo a maximização de seus efeitos residuais em benefício da comunidade.

Hipóteses de investigação

Com a revisão da literatura no capítulo IV verificou-se que os fatores que podem influenciar as perceções e as atitudes dos residentes categorizam-se em dois grupos: fatores extrínsecos e fatores intrínsecos. Dos dois grupos, neste estudo optou-se por avaliar apenas os fatores intrínsecos na perceção dos impactos do evento e nas atitudes dos residentes e comerciantes face ao desenvolvimento do evento, porque admitem a heterogeneidade da comunidade e as perceções dos impactos pode alterar de acordo com as particulares de cada inquirido. Para tal indica-se o seguinte modelo de investigação com as hipóteses associadas:

Figura 5.1 – Modelo de avaliação das atitudes dos residentes face ao evento

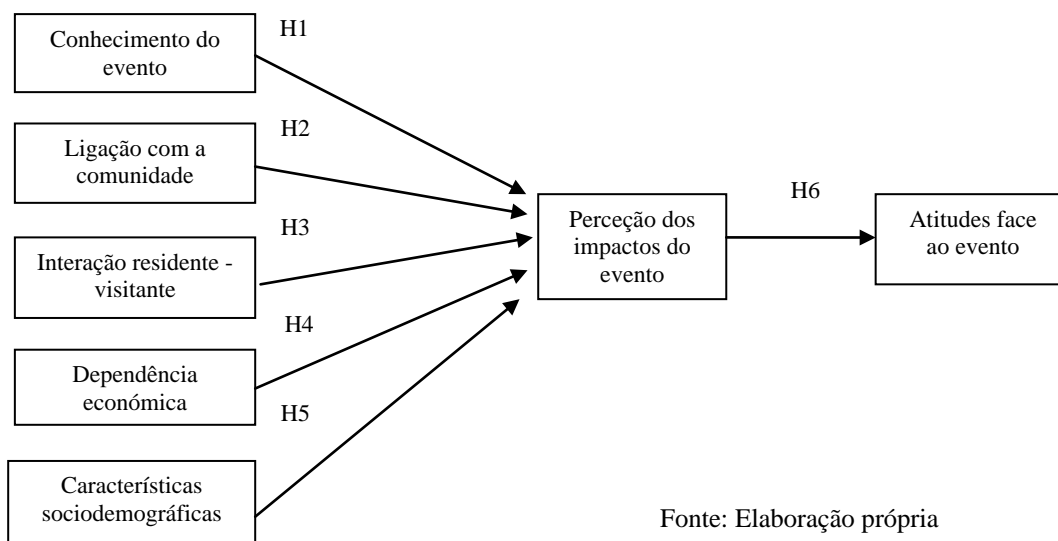


Tabela 5.1 – Descrição das hipóteses de investigação relacionadas com o tipo de influência dos fatores intrínsecos nas perceções dos impactos do evento

Fatores	Tipo de relação previsto	Estudos
Conhecimento do evento	H1 – Os residentes e os comerciantes que possuem maior conhecimento do evento percebem mais impactos positivos.	Madrigal (1993)
Ligação à comunidade	H2 - Os residentes e comerciantes que possuem mais tempo de residência/existência na cidade percebem mais impactos negativos do evento ao contrário dos residentes e comerciantes com menor tempo de residência que percebem mais impactos positivos.	Brunt e Courtney (1999) Haralambopoulos e Pizam (1996)
Interação residente visitante	H3 - Os residentes e os comerciantes que têm maior contacto com o visitante percebem mais impactos positivos do que os restantes residentes	Andereck <i>et al.</i> , (2005) Andereck e Nyaupane (2010) Carneiro e Eusébio (2007, 2010)
Dependência económica	H4.1 - Os residentes empregados no setor turístico percebem mais os impactos positivos do evento do que os restantes residentes. H4.2 - Os residentes que têm familiares a trabalhar no setor turístico tem a tendência de perceberem mais impactos positivos do que os residentes que não têm familiares a trabalhar no setor.	Andereck <i>et al.</i> , (2005) Andereck e Nyaupane (2010) Brunt e Courtney (1999) Madrigal (1993) Haralambopoulos e Pizam (1996) Williams e Lawson (2001)
Características sociodemográficas	H5.1 - Os residentes e os comerciantes mais idosos percebem mais os impactos negativos do evento. H5.2 - Os residentes e os comerciantes do sexo feminino tendem a perceberem mais os impactos negativos do evento. H5.3 - Os residentes com maiores habilitações literárias tendem a perceberem mais os impactos positivos do evento. H5.4 - Os residentes com maior poder aquisitivo percebem mais os impactos positivos do evento.	Andereck e Nyaupane (2010) Haralambopoulos e Pizam (1996) Ritchie e Inkari (2006) Tovar e Lockwood (2008) Williams e Lawson (2001)

Fonte: Elaboração própria

Tabela 5.2 – Hipóteses de investigação relacionadas com o tipo de influência das percepções dos impactos do evento/turismo nas atitudes dos residentes e dos comerciantes face ao evento

Fatores	Tipo de relação previsto	Estudos
Perceção dos impactos do evento/turismo	H6.1 – A perceção positiva dos impactos do evento está diretamente relacionada com a atitude de apoio face ao turismo/evento.	Lindberg e Johnson (1997)
	H6.2 – A perceção negativa dos impactos do evento está inversamente relacionada com as atitudes de apoio ao evento e ao turismo.	Lindberg e Johnson (1997)

Fonte: Elaboração própria.

Operacionalização dos fatores propostos

- Para a operacionalização da hipótese **H1** considerou-se como variável o hábito de participação no evento para medir o conhecimento pessoal sobre o Festival de Jazz.
- Operacionalização da Hipótese **H2** utilizou-se para medir o fator de ligação com a comunidade o número de anos de residência/existência dos inquiridos na cidade de Loulé.
- Operacionalização da Hipótese **H3** utilizou-se para medir o fator de interação residente-visitante, o nível de contacto que os residentes e os comerciantes estabelecem com os visitantes nas seguintes situações: no local de trabalho; nos atrativos (parques, lagos e outros), nos estabelecimentos de restauração e bebidas; na rua quando o visitante pede informação ao residente; nos estabelecimentos comerciais e nos eventos (religiosos, culturais, e desportivos);
- A Hipótese **H4** foi subdividida em duas hipóteses auxiliares, para medir o nível de dependência económica estabelecida com o evento, a indústria turística ou a cultural. A primeira hipótese avalia a dependência económica dos residentes com base no exercício de alguma atividade profissional relacionada com o turismo (**H4.1**). A segunda hipótese avalia a dependência económica em termos da existência de um familiar a exercer uma atividade profissional relacionada com o turismo (**H4.2**);
- Quanto às características sociodemográficas dos residentes e dos comerciantes foram definidas quatro hipóteses de investigação. A primeira está relacionada com a idade dos residentes e dos comerciantes (**H5.1**), a segunda está associada ao género dos residentes e dos comerciantes (**H5.2**), a terceira (**H5.3**) relaciona-se com o nível de habilitações literárias dos residentes e por último a quarta hipótese diz respeito ao nível de rendimento mensal dos residentes inquiridos (**H5.4**).

Para estudar a influência das percepções dos impactos do evento/turismo na atitude dos residentes foram criadas duas hipóteses de investigação. Uma relaciona as percepções positivas dos impactos com a atitude de apoio dos residentes e dos comerciantes em relação ao evento/turismo (**H6.1**). E a outra relaciona as percepções dos impactos negativos do evento/turismo e atitude de apoio dos residentes e dos comerciantes em relação ao turismo (**H6.2**)

5.2 - Procedimentos metodológicos

A obtenção dos dados necessários para validar o modelo poderá ser realizada utilizando diversos tipos de métodos o que permite ao investigador recorrer a várias perspetivas sobre a mesma situação e obter informações de diferente natureza e que se categoriza em métodos para obtenção de dados secundários e métodos para obtenção de dados primários.

“Num sentido mais lato e simplificado, a recolha de dados é uma operação que consiste em recolher ou reunir concretamente as informações determinadas junto das pessoas ou das unidades de informação incluídas na amostra” (Quivy e Campenhoudt 2008:183).

Numa primeira fase foi iniciada a recolha de dados secundários, que incluiu a análise bibliográfica especializada, referida na Parte II desta investigação.

Perante a falta de dados secundários adequados para validar o objeto de análise deste estudo, os métodos de recolha assentaram na combinação metodológica de diversos recursos habitualmente sugeridos em estudos deste tipo (Clark M., Michael Riley, Ella Wilkie e Roy C. Wood (1998), **recolha de dados primários**.

A recolha de dados primários apesar de gerar custos financeiros e temporais mais elevados do que a recolha de dados secundários que permitem efetuar a revisão bibliográfica é o melhor método a ser utilizado pelo investigador, na medida que possibilita a diminuição de possíveis erros e desvios que possivelmente podem estar presentes nos dados secundários. (Goeldner, 2009: 512-513).

Existem diversos métodos de recolha de dados primários passíveis de serem utilizados em turismo. Desses métodos, o inquérito tem sido o mais utilizado. Também nesta investigação

se utilizou o inquérito para recolher os dados primários, tendo-se optado pelo questionário como instrumento de pesquisa para além de entrevistas com análise de conteúdo.

Assim, nesta dissertação a abordagem do problema em estudo adotará a **pesquisa qualitativa e a pesquisa quantitativa**. Escolheu-se o uso do método qualitativo para realizar a investigação empírica assim como a realização de **entrevistas semidirectas** e ainda o quantitativo através de **inquérito por questionário**.

Segundo Bogdan e Biklen (1994, *apud* Batista, 2008) a abordagem qualitativa é uma metodologia de investigação que enfatiza a descrição, a indução, a teoria fundamentada e o estudo das perceções pessoais.

Justifica-se a escolha da pesquisa qualitativa pelas vantagens que apresenta, entre elas: trata-se de uma investigação exploratória, a realidade é subjetiva e importante para a investigação, o investigador interage com os fenómenos pesquisados, as observações são descritas em palavras em vez de números, os resultados são baseados em pequenas amostras e normalmente não são representativas da população, entre outras (Ryan, 1994); (Fortin, 2003); (Veal, 1995) e (Rodrigues, 2003 *apud* Batista, 2008).

A escolha de realizar uma abordagem quantitativa deveu-se ao facto de permitir a realização de um estudo com amostra maior e mais representativa e com os dados recolhidos a partir dos inquiridos, sob a forma de questionários. Podendo todos os dados ser quantificados, ou seja traduzi-los em números, opiniões e informação para posteriormente os classificar e analisar (Reis, 2010:62).

Como vantagens esta abordagem possui o conhecimento estruturado, a validade interna, a generalização, a previsibilidade e o baixo custo. As desvantagens caracterizam-se pela simplicidade, distância em relação à realidade, por modelos limitados e estáticos e ainda pela possibilidade da falta de aplicação prática. (Reis, 2010: 63).

Optou-se ainda pelo estudo de caso para que o fenómeno possa ser estudado a partir da perspectiva das pessoas nele envolvido (Godoy, 1995, *apud* Filipe, 2009:110), ainda que pelo lado da oferta. O estudo de caso é uma forma distinta de inquérito empírico que investiga um fenómeno contemporâneo no seu contexto real, especialmente quando as fronteiras do

fenómeno e o seu contexto não estão bem definidas (Yin, 2005) e quando o propósito do investigador é gerar novas preposições para serem testadas em futuros estudos (Bell, 2004).

5.3 – Identificação da população da pesquisa

Depois ter sido identificado o problema, equacionadas as hipóteses e identificados os métodos de recolha de dados a usar foi necessário definir a população que iria ser objeto de avaliação.

Neste estudo a população a estudar consiste nos diferentes grupos de indivíduos que de um modo geral estiveram envolvidos com o evento em análise, ou seja os seus *stakeholders* na comunidade local. Foram definidos em dois grupos de indivíduos:

- Residentes locais – todas as pessoas da cidade de Loulé que tivessem conhecimento ou participado ou não no evento;
- Prestadores de serviços (comerciantes) – aqueles que possuem estabelecimentos em torno do local de realização do evento;

5.4 - Técnicas de amostragem utilizadas

Após a identificação da população em estudo nesta dissertação e devido ao facto de ser (virtualmente) impossível proceder a uma análise da totalidade dos residentes e comerciantes da cidade de Loulé, tornou-se necessário, para além da correta delimitação da população-alvo, a definição das técnicas de amostragem consideradas como as mais adequadas à temática em análise.

A seleção do método de amostragem é um suporte essencial da investigação que depende de restrições materiais, dos resultados da análise dos dados disponíveis e dos objetivos a atingir (Barañano, 2004). Podem-se diferenciar duas classes de amostras: amostras aleatórias e amostras não aleatórias. A construção da amostra é formada a partir de informações disponíveis *a priori* sobre a população estudada, procurando-se que essa seja um espelho tão fiel quanto possível dessa população (idem, ibidem).

É importante ter em consideração que, se de uma forma intuitiva, se aceita que quanto maior for a dimensão da amostra, maior será a precisão das estimativas, “a dimensão da amostra não é, por si só, uma garantia da validade das estimativas retiradas da sondagem. Isso depende

também dos procedimentos de seleção da amostra e de recolha de informação (erros de observação)” (Lindon et al 2004:71).

Neste caso específico e partindo do pressuposto que a avaliação dos impactos do Festival Internacional de Jazz na cidade de Loulé será mais válida e pertinente junto dos residentes e comerciantes que tenham maior probabilidade de conhecer o local e o respetivo evento, considerou-se importante a elaboração de 2 amostras:

Amostra A e B, consideradas pertinentes devido à experiência e/ou conhecimento efetivo do destino e do evento em estudo, englobando os residentes (A) e os comerciantes (B) que possuem estabelecimentos comerciais em torno do local de realização do mesmo, resultando daí uma grande heterogeneidade e complexidade da população em análise.

Devido às características da população alvo em análise, às condicionantes e limitações de ordem financeira e temporais aos próprios objetivos do processo de investigação, em ambos os casos foi utilizada uma **amostragem não probabilística por conveniência**, que segundo Reis et al. (1996:267) se traduz na seleção da amostra em função da disponibilidade e acessibilidade dos elementos que constituem a população alvo. A recolha da amostra foi efetuada em diversos locais da cidade, como o espaço envolvente ao local onde se realiza o evento e ainda o centro histórico e algumas zonas residenciais por se considerar serem locais apropriados para encontrar a maior diversidade possível de indivíduos (a nível perceção, atitudes e comportamentos). Houve ainda a preocupação em diversificar a amostra, a nível da idade e sexo dos inquiridos, permitindo assim atenuar o enviesamento resultante do excesso de respostas de um determinado “*tipo*” de inquirido.

Esta técnica de amostragem tem o inconveniente de não permitir uma real representatividade da amostra; uma estimação do grau de confiança, a partir do qual as conclusões retiradas podem ser extrapoladas para a população total, nem a posterior aceitação “*universal*” dos resultados. Contudo, as técnicas de amostragem não probabilística permitem uma redução dos custos e do tempo no processo de recolha de dados e uma análise exploratória que possa permitir a identificação de alguns padrões interessantes.

A fim de complementar e reforçar as conclusões retiradas com as amostras anteriores, procedeu-se à recolha de dados através da aplicação de entrevistas a entidades que fizessem

ou fizeram parte da produção do evento e/ou possuíssem caráter representativo na comunidade, ou seja a indivíduos que são conhecedores das características da população e do evento que se pretende analisar: membros da organização do evento – diretor da Casa da Cultura de Loulé (Gabriela Soares) e diretores artísticos do evento (Mário Laginha e Zé Eduardo) e ainda a entidades públicas na pessoa do Vereador da Cultura da CML (Joaquim Guerreiro), da Região de Turismo do Algarve (Desidério Silva) e da Direção Regional da Cultura do Algarve (Dália Paulo).

5.5 - Técnica e construção dos instrumentos de recolha de dados

Relativamente aos instrumentos de recolha de dados a utilizar, deu-se preferência ao inquérito por questionário e às entrevistas semiestruturadas onde se procurou responder aos objetivos definidos.

Inquérito por questionário

A elaboração de um questionário, enquanto instrumento privilegiado de recolha de dados primários, pressupõe o conhecimento de determinadas regras básicas, capazes de retratar fielmente as opiniões dos inquiridos e de lhes permitir expressar livremente as atitudes e ideias que são realmente relevantes na elucidação dos seus comportamentos.

Para que o resultado final se apresentasse positivo foi importante ter em conta que a maior recetividade e veracidade das respostas dadas dependia bastante da compreensão e colaboração do inquirido e da estrutura, forma e natureza das perguntas, que devem ser cuidadosamente redigidas e organizadas.

Para dar resposta aos objetivos do presente estudo, o inquérito por questionário revelou ser o mais adequado tendo em conta os recursos disponíveis e o tipo de informação a recolher que assentam nas opiniões, sentimentos, crenças, interesses, expetativas ou nível de conhecimento ou de consciência de acontecimentos (Gil, 1999: 128 e Quivy 1992:190) e ainda por garantir a comparabilidade das respostas de todos os indivíduos.

A construção do questionário apoiou-se particularmente em critérios estabelecidos por Souza (2009); Carneiro e Eusébio (2010); Silva (2011); Quivy e Campenhoudt (2008); Byrd et al. (2009). A revisão da literatura possibilitou o acesso a informações relacionadas com o tipo de

questões a utilizar, o tamanho do questionário, o tipo de informação a recolher e a sequência com que as questões são apresentadas.

Assento no modelo teórico de avaliação das percepções e atitudes dos residentes e comerciantes face ao evento Festival Internacional de Jazz de Loulé, apresentado no subcapítulo 5.1, conclui-se que o questionário a aplicar deveria considerar informação que permitisse quantificar as percepções dos residentes e dos comerciantes relativamente aos impactos do evento, o grau de apoio ao desenvolvimento do Festival e do turismo e, ao mesmo tempo, recolher informação sobre as variáveis que teoricamente podem influenciar a percepção e as atitudes dos residentes e dos comerciantes. Para alcançar as informações necessárias as questões no questionário foram categorizadas nos seguintes grupos:

- Conhecimento dos residentes e comerciantes do Festival de Jazz;
- Fatores que contribuem para interação residente e comerciante-visitante;
- Percepção face ao desenvolvimento do evento e aos seus impactos;
- Atitude e comportamento face ao desenvolvimento do evento/turismo;
- Características sociodemográficas dos inquiridos.

Seguiu-se uma fragmentação dos grupos de informações que completam o questionário, de forma a poder dar resposta aos objetivos da investigação (ver **apêndice II**).

O questionário foi traçado com base na revisão da literatura apresentada na segunda parte desta dissertação.

A ordenação das questões foi efetuada com base nos seguintes critérios:

- Ordenar as questões por áreas temáticas de acordo com o tipo de informação fornecido;
- Incluir as questões consideradas pessoais no final do questionário dos residentes e no início no dos comerciantes.

Objetivos da investigação e tipo de questões incluídas nos questionários que estão sintetizados no **apêndice III**.

As perguntas dos questionários foram articuladas em anuência com os modelos referidos no capítulo 4 desta dissertação. Por sua vez, a distribuição das percepções dos impactos do evento realizou-se utilizando como referência os resultados obtidos nas investigações realizadas sobre esta temática, apresentado capítulo 3 deste estudo (ver **apêndice IV**).

No que diz respeito às questões relacionadas com as atitudes, optou-se por utilizar como modelo de referência a matriz de Butler (1974, citado por Mathieson e Wall, 2006) mencionado na secção 4.5 do capítulo 4 deste estudo.

Com os instrumentos prontos partiu-se para o pré-teste. O pré-teste refere-se ao teste dos questionários a uma pequena amostra de inquiridos, com o objetivo de identificar problemas relacionados com a elaboração ou com a compreensibilidade das questões (Malhotra, 2001). O intuito era garantir que todas as questões fossem claras e facilmente compreendidas pelos respondentes.

O pré-teste dos questionários realizou-se na cidade de Loulé e foi aplicado a 17 respondentes, sendo vista apenas a necessidade de uma pequena orientação em relação a uma das questões no dos residentes (ver **apêndice V**) e à introdução de duas novas questões no início do questionário aos estabelecimentos comerciais, que se apresentaram como essenciais para identificar o perfil do respondente, o que permitiu a inclusão, na pesquisa, dos dados entretanto obtidos (ver **apêndice VI**).

A aplicação dos questionários implicou a deslocação à cidade de Loulé durante os meses de junho e julho de 2013. A sua administração realizou-se através de uma abordagem pessoal direta aos residentes e comerciantes nas ruas, nos postos de trabalho e em espaços de lazer como restaurantes, bares e esplanadas.

É de referir ainda que em ambos os questionários os inquiridos foram informados do objetivo da investigação, da proteção a conceder, a aprovação do estudo, da legitimidade do investigador, do pedido de colaboração e das orientações especiais. A maior parte dos questionários foram administrados pela mestranda e a outra parte por duas inquiridoras preparadas para o efeito.

Entrevistas

A entrevista é um importante instrumento de recolha de dados numa investigação do tipo qualitativo e interpretativo (Quivy e Campenhout, 1992). A maior vantagem da entrevista é o facto de ela ser adaptável (Bell, 1993:137) ao tema ou assunto que queremos tratar. Moser e Kalton (1971:271, *apud* Bell, 1993:137) descrevem a entrevista como uma conversa entre um

entrevistador e um entrevistado que tem o objetivo de extrair determinada informação do entrevistado.

Barañano (2004:93) identifica igualmente três tipos de entrevista bem diferenciados, sendo eles:

- 1) Entrevista não-diretiva ou livre onde o entrevistador propõe um tema de carácter alargado e não acrescenta mais informação e o entrevistado desenvolve o tema à sua vontade, seguindo o seu próprio raciocínio.
- 2) Entrevista semidirecta onde o entrevistador apresenta o tema e as diferentes áreas que o entrevistado deve abordar e este tem liberdade quanto à ordem e à forma como irá introduzir as diferentes áreas do tema.
- 3) Entrevista diretiva ou estandardizada onde o entrevistador dirige ao entrevistado várias questões numa ordem pré-estabelecida e o entrevistado pode dar respostas tão longas quanto desejar.

Tabela 5.3 - Vantagens e desvantagens das entrevistas.

Vantagens	Desvantagens
<ul style="list-style-type: none"> - Permitem obter dados relevantes e significativos do estudo que estamos a fazer. - São adaptáveis - As suas respostas podem ser desenvolvidas e clarificadas; - É uma boa técnica para a exploração de área sem que existe pouca base para saber quais as perguntas a fazer e a forma de as fazer; - Permite obter uma maior quantidade de resposta; 	<ul style="list-style-type: none"> - Consomem muito tempo e são dispendiosas; - É uma técnica muito subjetiva; - Podem ser parciais; - Estão geralmente restritas a pequenos grupos o que dificulta a generalização; - Dificulta a análise quantitativa; - Podem-se traduzir em respostas parciais;

Fonte: Elaborado a partir de (Bell, 1993); (Yin, 2005); (Barañano, 2004).

Em relação ao tipo de entrevista escolhido para o nosso estudo, foi dada preferência à entrevista semidirecta. No entanto algumas entrevistas foram efetuadas por *e-mail*, e a essas podemos-las classificar como diretivas ou estandardizada.

Guião da entrevista

As questões colocadas não se apresentaram totalmente idênticas em todas as 6 entrevistas, uma vez que as entidades entrevistadas apresentavam características diferentes entre si, no entanto basearam-se na revisão bibliográfica tendo em atenção o objetivo geral e específicos e foram construídas de acordo com o tipo de organização ou indivíduo a entrevistar.

De acordo com o atrás mencionado elaborou-se o quadro onde se sintetizou somente as questões comuns a todas as entrevistas (ver **apêndice VII**).

Foram agendadas seis entrevistas (ver **apêndice VIII**), no entanto a informação recolhida durante duas delas nomeadamente com o Vereador da Cultura da Câmara Municipal de Loulé e com a diretora da Casa da Cultura de Loulé foram efetuadas pelo método de entrevista pessoal, registadas via áudio e posteriormente transcritas para papel; as restantes quatro foram realizadas através de *e-mail* devido à distância existente entre entrevistador e entrevistado ou por indisponibilidade de ambos agendar dia e hora para um possível encontro.

5.6 - Método de análise de dados

Para testar os modelos de investigação propostos neste estudo foram utilizados uma análise quantitativa e uma análise qualitativa com análise de conteúdo.

Na análise quantitativa privilegiou-se a utilização de técnicas de análise estatística. Análise que se efetuou através de comentários e observações pertinentes, que precedem sempre as tabelas e que foi efetuada através da utilização do software de análise de dados Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), versão 20 que tem a enorme vantagem de permitir um grande e sofisticado leque de análises.

A caracterização da amostra dos residentes e dos comerciantes inquiridos foi realizada recorrendo a técnicas de estatística univariada (Pestana e Gagueiro, 2008), nomeadamente medidas de localização e dispersão como:

- Tabelas de frequência;
- Cálculos da média, da moda e do desvio padrão

Na segunda fase da análise de dados, recorreu-se a técnicas de estatística bivariada para verificar se existiam diferenças estatisticamente significativas nas perceções dos residentes e dos comerciantes de acordo com as suas características sociodemográficas, o seu conhecimento face ao turismo, o seu nível de interação com os visitantes e o seu nível de dependência económica perante à indústria turística. O recurso a estas técnicas permitirá avaliar as hipóteses de investigação formuladas em termos de fatores que influenciam as

percepções dos residentes e dos comerciantes dos impactos do evento. As técnicas de estatística bivariada utilizadas foram:

- Teste da normalidade
- Teste não paramétrico de Mann-Whitney
- Teste não paramétrico de Kruskal Wallis
- Teste do Qui-quadrado
- Coeficiente de correlação

Qualitativamente foi realizada uma análise de conteúdo que consiste na análise de todo o tipo de documentos disponíveis que abordam o assunto investigado (Bell, 1993), é uma técnica de investigação para fazer inferências válidas e repetíveis a partir dos dados e em relação ao seu contexto (Krippendorff, 1980 citado por Bell, 1993:107). Pode implicar na realidade a contagem do número de vezes que certos termos particulares ou “unidades de registo” ocorrem numa amostra de fontes (Bell, 1993:107). Será particularmente útil quando o acesso aos indivíduos da pesquisa se torna difícil ou mesmo impossível (Bell, 1993).

Através desta técnica foi possível analisar os dados primários recolhidos através das entrevistas sobre a problemática em estudo, além de ter sido fundamental para a conceptualização do modelo teórico, balizando as áreas de estudo. Os termos pesquisados e o número de vezes que se verificaram estão representados no **apêndice IX**.

Este estudo foi realizado de forma a dar maior suporte às conclusões retiradas com base nos questionários efetuados aos residentes e comerciantes da cidade de Loulé. Demonstra por um lado os conceitos e expressões representativos dos temas presentes na revisão da literatura e por outro demonstra que fazem parte do “discurso” dos entrevistados, no que diz respeito ao Festival de Jazz. Os termos e expressões que mais se verificaram foram “Evento único, especial e importante”, “Festival de referência a nível nacional e internacional”, “Longevidade”, “Programação rica”, e “Evento com qualidade”.

Capítulo VI – Enquadramento e caracterização do evento Festival Internacional de Jazz de Loulé

Este capítulo pretende contextualizar e de certa forma isolar o objeto de estudo a fim de justificar a sua escolha e fazer a sua análise detalhada com base nos dados recolhidos das respetivas entrevistas para depois complementar as conclusões finais da investigação.

6.1 – Caracterização da cidade de Loulé

A cidade de Loulé assume uma posição de centralidade em termos geográficos em relação às principais vilas e cidades do Algarve. É sede do maior e mais povoado concelho algarvio, com cerca de 70 644 habitantes, segundo dados de 2011 (INE) e uma dimensão de 765,12 km², dividida em 11 freguesias. É hoje uma cidade em crescimento, com uma moderna e dinâmica economia diversificada, tendo o turismo como um dos seus setores principais.

Do total dos 20.168 trabalhadores por conta de outrem do concelho de Loulé o setor terciário emprega 15.570 pessoas em que 7.719 são homens e 7.851 corresponde a mulheres (Anuário Estatístico da Região Algarve 2011).

É neste concelho que se encontram alguns dos principais complexos turísticos de toda a Europa, nomeadamente Vilamoura, Quinta do Lago e Vale do Lobo, com uma variada oferta ao nível de unidades hoteleiras de qualidade, restaurantes, animação noturna e campos de golfe de prestígio.

Segundo dados do INE do ano de 2011 e do Turismo de Portugal, IP, 2011 dos 10,25 milhões de dormidas do Algarve o concelho de Loulé registou 1 793 628 dormidas, com uma estadia média nos estabelecimentos hoteleiros de 4,1 noites. A taxa líquida de ocupação foi, naquele ano, de 39,4% nos seus 63 estabelecimentos hoteleiros. O concelho apresentava uma capacidade de alojamento de 13.453 camas, correspondendo a 13% do total de 102 mil camas disponíveis no Algarve, distribuídas por 416 estabelecimentos (Turismo de Portugal, IP, 2011). Nesse mesmo ano o concelho de Loulé acolheu uma proporção de 60,4% de hóspedes estrangeiros. (INE., Anuário Estatístico da Região do Algarve 2011, Edição 2012).

A vereação do município tem levado a cabo várias obras de requalificação das infraestruturas da cidade, tendo por fim a regeneração do centro histórico, o que constitui também uma mais-valia para o turismo. Da mesma forma o aproveitamento turístico do património arquitetónico e arqueológico do concelho parece ser uma preocupação, na medida em que existem vários monumentos classificados como a Igreja Matriz, Castelo, Igreja da Misericórdia e Igreja da Graça, (IGESPAR, IP, 2011⁴).

Para além da importância arquitetónica e urbanística, o património imaterial, como a gastronomia, a música, o artesanato e as tradições culturais, é outro dos fortes atributos da cidade.

Loulé surge como uma cidade que serve de união na estratégia do Algarve. O discurso do Município de Loulé tem-se fundamentado na gradual aposta nas indústrias criativas. O executivo tem mostrado um cuidado contínuo com o seu posicionamento turístico na região do Algarve sobretudo na aposta de eventos de qualidade e distintos⁵. O concelho reúne as condições para a prática do chamado Sol e Praia, Golfe⁶ e tem vindo a arriscar em vários eventos de renome no panorama nacional e internacional, entre eles os já conhecidos a Festa da Mãe Soberana, o Carnaval de Loulé, o Festival MED, a Noite Branca, as Provas de Ciclismo e embora em menor escala o Festival Internacional de Jazz, entre outros de forma a combater a concorrência de outros países que também vendem o produto sol e praia.

Segundo o Vereador Joaquim Guerreiro na entrevista, “Loulé é um concelho que inspira à criatividade, e por isso, as solicitações culturais sucedem-se a bom ritmo, animando os dias e noites de autóctones e visitantes e o Festival de Jazz faz parte do conjunto dessas solicitações”

De acordo ainda com Joaquim Guerreiro, não descurando a oferta tradicional do Sol e Praia, o Município tem tentado apostar numa política cultural de qualidade que permita que o concelho seja conhecido por mais alguma coisa do que o produto turístico sol e praia. Por isso a cidade de Loulé tem vindo a empenhar-se em eventos diferentes que reúnem várias ofertas como a música, gastronomia, artesanato entre outras e como exemplo disso temos o Festival

4

http://www.igespar.pt/pt/patrimonio/pesquisa/geral/patrimonioimovel/results/?name=&situation=&catprot=&inv_tema=&type=&concelho=2856&records=10. Acedido em agosto de 2013

⁵ Opinião expressa na entrevista ao vereador da cultura de Loulé, Joaquim Guerreiro.

⁶ Não abordamos as componentes dos produtos Sol e Praia e Golfe visto que não se trata do tema da nossa investigação.

MED que remonta ao ano 2004 e que tem como objetivos principais a revitalização do centro histórico da cidade, a aposta numa linha artística de qualidade aliando a música, cultura, arte contemporânea à criatividade e a promoção do concelho de Loulé.

Joaquim Guerreiro, vereador da Cultura, refere ainda que a área da cultura representa atualmente cerca de 3,5% do orçamento da Câmara Municipal de Loulé, e segundo o Anuário Estatístico da Região Algarve 2011, a Câmara no ano de 2011 despendeu em atividades culturais um total de 4 483 milhares de euros (despesas correntes) que foram distribuídos pelo património, publicações e literatura, música, artes cénicas, atividades socioculturais e recintos culturais e um total de 3 514 milhares de euros (despesas de capital) repartidas pelas atividades socioculturais e recintos culturais.

Na área da criatividade e do turismo há a destacar o prémio vencedor dos “Publituris Portugal Trade Awards 2013” ganho pelo Município de Loulé, na categoria de melhor autarquia na área do Turismo. Joaquim Guerreiro, vereador do Turismo e da Cultura da Autarquia de Loulé mencionou que este consiste no “reconhecimento do trabalho que o município de Loulé tem desenvolvido nos últimos 12 anos, relativamente ao planeamento do território, às infraestruturas, à reabilitação urbana, à preservação da natureza, à promoção e à animação”. Destacou ainda o trabalho realizado ao nível dos eventos e referiu que, só na área desportiva, o Município acolhe anualmente 21 eventos internacionais, entre os quais o Rally de Portugal e o Portugal Masters em Golfe e os investimentos públicos e privados que permitiram elevar o nome de Loulé no turismo nacional e internacional.

Na verdade, a escolha da cidade de Loulé para local de pesquisa desta dissertação não foi feita fortuitamente. Os dados colhidos mostravam um discurso “criativo” do Município e as atividades culturais e os eventos que têm vindo a desenvolver, correspondem à revisão da literatura efetuada durante esta investigação. Os conceitos de eventos, criatividade, cultura e turismo, assim como os setores económicos e profissionais ligados a estas áreas pareciam subsistir no contexto de Loulé. Constatação que funcionou como fio condutor para este trabalho e ainda permitiu verificar que existe por parte do Município uma aposta na oferta cultural e turística qualificada e variada que converge para a diferenciação do concelho. A escolha do Festival Internacional de Jazz foi o passo subsequente.

6.2 – Caracterização do Festival Internacional de Jazz de Loulé

O FIJ de Loulé imaginado e desenvolvido pela Casa de Cultura de Loulé, que desde 1987 e segundo os entrevistados como a CML, a DRCAlg, o TA e o músico Mário Laginha, tem-se vindo a constituir como uma entidade de referência no setor da dinamização sociocultural e de eventos da cidade e do concelho sempre atenta aos movimentos emergentes e centrada nas pessoas e na criação.

Ao longo dos anos a Casa da Cultura tem promovido um conjunto diversificado de atividades, estando evidente em todas elas três grandes linhas orientadoras: a organização, a formação e a divulgação de eventos culturais. Atividades que têm obtido um crescente valor no calendário cultural da vida algarvia. Todas elas são asseguradas pelos associados em regime de voluntariado, existindo apenas dois elementos assalariados que asseguram as tarefas de secretariado.

Nos inícios da sua existência, e até pela origem dos seus fundadores, foi favorecida a intervenção junto das escolas, com o desenvolvimento de um trabalho de incentivo da prática desportiva, de relançamento dos jogos tradicionais e de apoio às artes plásticas.

Posteriormente, a associação direcionou-se para uma maior estruturação e ampliação das suas atividades, estendendo-se pelas áreas do teatro, da fotografia e das artes plásticas, fortificando-se no setor da atividade gímnica, particularmente na ginástica acrobática, chegando a ganhar o título de campeã a nível nacional e internacional.

Das propostas de trabalho e iniciativas entretanto desenvolvidas e/ou das que ainda se encontram curso, a Casa da Cultura destaca por exemplo:

- A organização de batidas fotográficas e de ateliers de fotografia, de jornalismo, de meditação Shiatsu, de expressão plástica e de danças de salão;
- A Criação de uma classe (já extinta) de ginástica que competiu a nível nacional e internacional;
- A preparação e organizações de exposições, de conferências e debates referentes a temáticas sociais e culturais, numa perspetiva de formação e envolvimento crescente de jovens;

- A organização de campos de férias e de trabalho, nacionais e internacionais. Neste campo de ação, há que referir a implementação e funcionamento do projeto “Serra à Vista”, que assente num conjunto de atividades de natureza cultural e ambiental realizadas em escolas desativadas do interior serrano do concelho de Loulé e que tem colaborado para a descoberta das potencialidades e dos constrangimentos de uma zona deprimida que, apesar da sua riqueza patrimonial, apresenta fortes riscos de desertificação;
- O planeamento de intercâmbios transnacionais de jovens e técnicos, atores da dinamização sociocultural;
- A criação, no espaço da sede, de um cibercafé, no qual os associados têm acesso à internet, constituindo-se como um ponto de encontro para os jovens;
- A organização de espetáculos de teatro (o que veio a originar a criação de um grupo próprio, apresentando presentemente uma atividade regular);
- A criação do projeto “Sextas à Solta” que visa a criação de um espaço criativo, de um palco aberto a todas as artes performativas e a todos que a ele queiram subir e tem sido um grande sucesso;
- Uma das atividades mais recentes da associação foi a criação de um clube de andebol que visa enriquecer a oferta desportiva no concelho de Loulé, divulgar a modalidade e instaurar hábitos de vida saudáveis.

No âmbito das suas atividades de dinamização sociocultural do concelho de Loulé e, de forma mais geral, da região algarvia a Casa da Cultura organiza desde 1995 o Festival Internacional de Jazz (foi o 1º Festival de Jazz realizado no Algarve), objeto de estudo desta dissertação, que segundo a diretora da CCL marcou e continua a marcar o concelho de Loulé pelo alcance que tem a nível nacional e internacional, pelo seu programa e pelo significativo número de público estrangeiro que acolheu em 1996. As linhas orientadoras seguidas ao longo das 18 edições do Festival seguem os seguintes objetivos:

- Possibilitar, ao público em geral e aos mais jovens, em particular, o contacto com uma expressão artística de presença regular nos grandes centros urbanos, mas ainda principiante no Sul do país;
- Promover e divulgar junto do grande público o trabalho dos músicos da região;
- Promover e divulgar o trabalho dos músicos portugueses mais representativos e dos jovens músicos nacionais mais promissores;

- Divulgar a obra dos intérpretes e compositores do jazz internacional mais conceituados, junto do público local, sobretudo das camadas mais jovens, tentando ao mesmo tempo apresentar as diversas facetas e correntes do jazz;
- Motivar o público, nomeadamente o mais jovem, para a prática musical e para a criação de hábitos de consumo cultural de reconhecida qualidade, através da organização de atividades paralelas relacionadas com o jazz durante o período de duração do Festival (exposições, conferências, workshops, mini concertos e “jam-session” em espaços exteriores à área do Festival, mini-feira do disco, ciclos de cinema, etc.);
- Facilitar o surgimento de jovens valores e facultar-lhes o convívio com os mestres;
- Divulgar um pouco da região interior algarvia junto do público forasteiro e dos próprios artistas participantes;
- Contribuir para a criação e consolidação de uma imagem de qualidade da cidade e, de forma mais alargada, da região algarvia.

O Festival ao longo da sua existência desenvolveu-se maioritariamente durante o mês de julho, prolongando-se por vezes aos primeiros dias de agosto. A estrutura utilizada manteve-se sempre igual ao longo do seu percurso: concertos principais aos sábados, seguidos de “jam-session” e concertos secundários às sextas-feiras. As restantes atividades (exposições, workshops, feira do disco, mini concertos, cinema e conferências entre outros) decorrem ao longo todo o período de duração do Festival.

Todas as tarefas logísticas eram e ainda são asseguradas, como já se referiu, em regime de voluntariado pelos associados e frequentadores da Casa da Cultura, que ronda os 20 elementos, número mínimo para cada edição⁷, exceto as de carácter técnico específico (sonoplastia, iluminação, transporte e afinação de piano, etc.), que são executadas por profissionais externos.

Regime de voluntariado que passou também pela criação por parte da Casa da Cultura dos “Campos Internacionais de Trabalho” através de uma candidatura junto do Instituto Português da Juventude e do Desporto, que traziam vários jovens de diversos pontos da Europa a vir ajudar na preparação do Festival.

⁷ Dados fornecidos pela CCL março de 2012 e pela entrevista.

Este trabalho de voluntariado realizado pelos associados da Casa da Cultura acabou ainda por estimular em alguns indivíduos o desejo de ingressar a nível profissional em determinadas das áreas, vindo posteriormente a instalarem no concelho empresas que depois prestaram serviços ao próprio Festival de Jazz como a outros festivais na região.

Na 14.^a edição, em 2008, a necessidade de racionalizar os recursos disponíveis preconizou uma forma nova: um concerto de abertura organizado sob o patrocínio da iniciativa ALLGARVE e três concertos durante um fim de semana, ao invés de quatro em diferentes fins de semana.

Em 2011 o Festival Internacional de Jazz de Loulé apresenta-se com diversas novidades. A imagem renovada marca um novo ciclo, mas a principal novidade foi a inclusão do ícone do jazz nacional Mário Laginha como diretor artístico. Nesta 17.^a edição, o evento apresenta ainda um novo formato, compactado em 3 noites (final do mês de julho, dia 28, 29 e 30). Contudo, o Festival manteve-se fiel às suas origens e ideologia que o caracterizam. De acordo com a Casa da Cultura de Loulé, e com o alto patrocínio da Câmara Municipal de Loulé, “confessadamente em fase de adaptação, o Festival manter-se-á, no entanto, fiel às suas origens e ideologia que o caracterizam. Bem assente e orgulhoso na sua história, o Festival inicia agora uma nova era que se deseja longa e próspera, recheada de sucessos e muito bom Jazz”.

Em 2012 (XVIII) o Festival voltou a contar com a imprescindível colaboração de Mário Laginha enquanto diretor artístico, uma parceria que a Casa da Cultura de Loulé diz “muito prezar e que muitos bons frutos já geraram no passado...” e que o próprio Mário Laginha diz pretender continuar e que só deixa o Festival desde “ Que eu ache que não consigo ser útil para o Festival. Que a Casa da Cultura e/ou a Câmara achem que eu não sou útil para o Festival ...”.

O ano 2012 foi o ano em que o Festival atingiu a maioridade, celebrando 18 anos de existência e segundo a CCL “... é claramente também um ano de transição e de adaptação à tão anunciada crise financeira. No entanto a Casa da Cultura de Loulé quer dar provas que não temos crise de vontades, nem crise de esforços e muito menos crise de talentos e de cultura. Continuamos com a nossa motivação intacta e determinada, a apresentar um Festival de Jazz repleto de qualidade, lutando para combater a crise instalada!”.

Neste ano de 2012 o Festival surgiu pela primeira vez com uma programação 100% nacional, trazendo nomes consagrados e talentos emergentes do panorama jazzístico nacional, e segundo Mário Laginha “...existe a preocupação de convidar músicos algarvios. Alguns são residentes, outros não. O país ainda padece de uma tendência centralizadora que leva os músicos e artistas de todas as áreas em geral a mudar de área de residência para terem trabalho regular”. Contudo devido à conjuntura económica que o país atravessa o Festival neste ano realizou-se no Cine Teatro de Loulé substituindo os espaços abertos ou Cerca do Convento Espírito Santo, palco tido como o principal para a realização do evento.

A CCL contou para o Festival com o apoio de várias entidades públicas como a Câmara Municipal de Loulé, Região de Turismo do Algarve, Direção Regional de Cultura do Algarve, Instituto Português da Juventude, Governo Civil, Inatel e privados.

Este apoio, de acordo com a autarquia local baseia-se essencialmente no apoio logístico, gestão e financeiro; a Direção Regional da Cultura do Algarve através do seu programa de “Apoio à Ação Cultural” apoia financeiramente o FJL desde 2004 e ainda na divulgação nos seus meios de comunicação; o Turismo do Algarve divulga anualmente o FJL em meios próprios e campanhas de comunicação integrando-o em programas de eventos mais abrangentes, como foi o caso do programa ALLGARVE.

Relativamente aos apoios e patrocínios dos privados ou empresas, estes de acordo com a Casa da Cultura têm vindo a diminuir devido à conjuntura económica que o país atravessa ou porque os que o patrocinavam dissolveram as empresas.

Quanto à comunicação do Festival de Jazz e segundo informação do vereador da cultura Joaquim Guerreiro, a edição de 2010 foi noticiada em 49 órgãos de comunicação social (nacional e regional) resultando em 95 notícias publicadas gerando por sua vez um valor equivalente a 119.575 de euros AVE (Advertising Value Equivalent)⁸. Notícias que pertencem a meios de imprensa escrita, a meios online, a meios radiofónicos e a meios audiovisuais, sendo muitas delas peças e artigos com informação de agenda e programação.

⁸ Entrevista presencial com o Sr. Vereador da Cultura Joaquim Guerreiro.

Ao nível da organização do evento este é promovido através do seu site, Facebook, Newsletter, Jornais locais e Nacionais, Rádios locais e nacionais, Flyers, cartazes e Mupis. Pontualmente é utilizado os serviços da empresa de comunicação Pure Activism.

O Festival Internacional de Jazz de Loulé, embora possua uma história rica e um padrão de qualidade muito elevado para além de ser um dos mais antigos do país a manter uma programação anual, compete diretamente com muitos outros festivais de jazz e com os demais eventos de verão a nível regional e nacional.

O Festival conta assim com 18 anos de história e é opinião unânime dos entrevistados que um dos fatores que faz com que o evento possa ser considerado único, especial e importante para a cidade de Loulé é a qualidade da sua programação que se apresenta muito elevada com a integração de um vasto portefólio de artistas locais, nacionais e internacionais que, por esta altura, já passaram pelo palco de Loulé. É o caso de nomes como Joe Chambers, Frank Mobus, Ray Brown, David Sanchez, Henry Texier, Mariano Steimberg, kenny Weeler, Peter King, Norma Winstone e os portugueses Bernardo Sasseti, Michael Laurent, Carlos Bica, Carlos Barreto, os irmãos Moreira, Paulo Gomes, Maria João ou Mário Laginha entre muitos outros.

Acresce ainda ao fator supracitado a qualidade da direção artística, a notoriedade e a longevidade do Festival, promovendo a criação e fidelização de públicos, bem como o fortalecimento da relação do evento com a comunidade e a região. Fatores estes que contribuem para o seu sucesso e para o diferenciarem de outros festivais de jazz na região e no país.

Verifica-se que a marca do Festival é *out door* (ao ar livre) tendo como um dos objetivos principais permitir que as pessoas passem a criar hábitos de consumo cultural, fomentar a diversificação da oferta turística cultural e contribuir igualmente para a criação e consolidação de uma imagem de qualidade da cidade e, de forma mais alargada, da região algarvia junto da comunidade local e dos turistas. Os entrevistados consideram este fato de extrema importância o que confere um carácter diferenciador ao evento, por um lado porque possibilita uma maior interação dos turistas com a comunidade local, a preservação da identidade cultural e um maior apoio por parte da população à atividade turística.

As dezoito edições do Festival de Jazz de Loulé são um facto incontornável de qualidade e notoriedade, uma espécie de teimosia e justa homenagem a todos quantos, ano após ano, o têm construído e apoiado. Segundo Gabriela Soares, diretora da CCL “...todas estas edições são também um tributo à força e à perenidade de uma das grandes expressões artísticas da nossa contemporaneidade: a música de jazz. E se é verdade que as dificuldades de natureza vária que tem (principalmente as monetárias), com uma regularidade e persistência rodeando a organização em cada edição, não é menos verdade que a gratificação por ver e ouvir bom jazz nas calorosas noites louletanas tem conseguido ultrapassar os desânimos, os cansaços e as desesperanças”.

Pegando no contexto do parágrafo anterior, há que referir que atualmente o Festival Internacional de Jazz de Loulé, em termos financeiros, depende maioritariamente dos resultados da bilheteira que de acordo com Gabriela Soares⁹ têm vindo a diminuir, talvez pela débil divulgação que nos últimos anos se tem vindo a realizar, no entanto “...vamos tentar perverter a situação (ausência de apoios) com imaginação e alegria, e sobretudo com a boa vontade e a resistência dos nossos associados e artistas...”.

Embora o Festival padeça de dificuldades de vária natureza, os preços dos bilhetes mantêm-se já há algum tempo: 10 euros (um dia) e 25 euros (três dias), para sócios da Casa da Cultura de Loulé, e 12 euros (dia) e 30 euros (três dias), para o público em geral.

Apresenta-se no **apêndice X** e no **apêndice XI** a evolução do Festival desde a sua primeira edição 1995 até à edição de 2012, quanto à sua calendarização, à localização do palco na cidade, bandas, atividades integradas e afluência ao evento.

Com base nas tabelas acima supracitadas, verifica-se que existe uma preocupação com a oferta principal do Festival, a música jazz, embora o número de palcos ao longo das 18 edições do evento tenha diminuído de 2 para 1 assim como o número de bandas e o número de público após o ano de 2009. Um outro fator a evidenciar é o cuidado na escolha do espaço onde se realiza o evento, tirando o máximo vantagem na criação de ambientes únicos e diferenciadores.

⁹ Entrevista presencial com Gabriela Soares, diretora actual da CCL.

Deteta-se ainda que da 4^a até a 13^a edição inclusive houve por parte da CCL uma atenção cuidada relativamente a um conjunto de ofertas culturais (atrações e atividades) conforme já se referiu anteriormente, que se complementam e tentam ser transversais e acessíveis ao público.

Entre essas ofertas culturais pode-se destacar os Workshops, estes consistiam em possibilitar aos participantes a oportunidade de experimentarem alguns instrumentos como o saxofone ou tentarem improvisar jazz incluindo uma interação entre artista e participante, permitido assim que os visitantes se tornassem coautores da sua própria experiência e que essa fosse única, irrepetível e significativa (Richards, 2009), (Richards e Wilson, 2006, 2007).

Tendo por base tudo o que se deixou supramencionado e a opinião unânime de todos os entrevistados, o Festival contribuiu para a criação de grupos de jazz e para o aumento do número de jovens na área da música não como um fato isolado de Loulé mas por todo o Algarve, mas para isso é necessário professores e escolas entre outras coisas e nesta área o músico e compositor Mário Laginha faz questão de evidenciar o antigo diretor artístico do Festival, o músico Zé Eduardo, dizendo “Nisso é muito importante o trabalho absolutamente excepcional e dedicado que tem feito o Zé Eduardo e o seu Grémio das Músicas. O que Portugal já deve a este músico pela divulgação, ensino e expansão do jazz é imenso!”.

É consensual entre os entrevistados que o Festival de Jazz de Loulé reúne os pressupostos do Turismo Cultural, de eventos culturais e até mesmo do turismo criativo, visto que engloba espaços que facultam aos visitantes explorarem o seu lado criativo e desenvolverem o seu capital cultural durante o Festival, através dos workshops, das master classes, do convívio com os artistas, da experimentação de instrumentos musicais e das “jam-session” entre outros como já se referiu. Apesar de esta aposta inicial não ter tido uma continuidade posteriormente a 2007, voltou em 2013 com a 19^a edição, a vertente lúdica e pedagógica esteve sempre presente nesses espaços, com a presença de temáticas culturais materiais e imateriais (exposições de fotografia e banda desenhada, feira do disco de jazz e lançamentos de livros) pretendendo desta forma diferenciar-se dos demais eventos.

Ainda que estes workshops não constituíssem a motivação principal de participação no Festival, estes foram encarados como uma forma efetiva de diferenciação da oferta cultural do evento e que durante a sua vigência foi ganhando cada vez mais adeptos. Seria interessante

medir e analisar o grau de satisfação dos participantes neste tipo de atividades assim como nas restantes programadas pela organização durante o Festival, no entanto até á presente data ainda não foi realizado qualquer estudo nesse sentido.

Ao nível da comunidade local foi evidenciado pelos entrevistados o aumento do orgulho local e uma maior predisposição dos locais em participar em eventos de cariz cultural como principais impactos positivos. Segundo alguns dos entrevistados o entrosamento que se pretendia entre o evento e a comunidade local inicialmente (1995) foi instantâneo e forte devido ao reduzido número de eventos culturais ou de animação noturna existente na cidade. Atualmente a população interessa-se e considera o Festival de Jazz uma mais-valia pela visibilidade e notoriedade que dá cidade, pelos proveitos económicos e a maior atividade no comércio local que origina, no entanto a sua participação é pouco intensa porque segundo Joaquim Guerreiro “...trata-se de um género de música muito especial e exigente com um público muito próprio e que só é apreciada com o avançar da idade”, “...é um evento de elites.”.

No entanto a camada mais jovem de Loulé segundo alguns entrevistados manifesta interesse em participar no evento oferecendo a sua ajuda para a preparação do mesmo.

Relativamente ao fluxo turístico o Festival isolado e de *per si* não constitui impacto, no entanto por se realizar numa época alta, os fluxos virão de outras motivações. São ainda da opinião que o fluxo varia consoante a programação apresentada pelo diretor artístico do Festival e que para além dos residentes locais a maioria dos espectadores são estrangeiros residentes no concelho ou arredores seguindo-se os turistas que se encontram na altura de realização do Festival alojados no concelho e, por último, os que se deslocam propositadamente por o reconhecerem pela qualidade do cartaz, particularmente os espanhóis (fato verificado pelo o número de bilhetes vendidos quando o evento integrava o ALLGARVE) e por fim os portugueses que residem em concelhos confinantes. Ainda com base nas mesmas entrevistas conclui-se que muitos dos visitantes deslocam-se ao Festival para repetir a experiência vivida em edições anteriores dando-se assim uma fidelização de público.

No encadeamento desta análise da evolução do Festival e tendo em atenção os seus cartazes publicitários desde 1995 a 2012¹⁰, em termos progressivo constata-se que a sua elaboração estética e visual ao longo destes dezoito anos foi perdendo espetacularidade.

Relativamente aos logótipos dos patrocinadores aderentes ao Festival apura-se inicialmente a existência de um elevado número na parte inferior do cartaz até 2004, começando esse número a diminuir a partir do 11º edição (2005). Em 2011, a 17ª conta com 5 patrocínios e 2012 com 3.

O Festival de Jazz de Loulé é um festival de música que se pode caracterizar, segundo vários autores, por um tipo de música urbana (Cruces, 2004, in Dias, 2010), que entrou em Portugal não como uma música popular, mas como um género erudito em que somente era consumido por aqueles que tinham acesso e capacidade económica, para as elites como refere Joaquim Guerreiro.

Esta herança ainda hoje está presente em Portugal, nos mais novos e em parte no público que vê um concerto de jazz como um evento social de prestígio. No entanto a rádio tem tido um papel decisivo na divulgação e receção do jazz no nosso país ajudando na modificação da opinião pública, começando o jazz a ser consumido por uma elite cultural, sobretudo de jovens estudantes. Exemplo disso foi o programa de rádio "O Jazz Segundo Villas-Boas" (João Moreira dos Santos, 2007 in Dias, José (2010) de Luís Villas-Boas - considerado o pai do jazz em Portugal, foi um dos principais divulgadores do jazz em Portugal e um dos fundadores do primeiro clube de jazz no país – e atualmente o "5 minutos de jazz", programa de rádio de José Duarte, que fez em Fevereiro de 2013 47 anos de existência tendo como objetivo divulgar todos os estilos da música jazz, de todas as épocas.

Atualmente verifica-se um enorme crescimento deste tipo de eventos, existindo em Portugal diversos festivais anuais. Promove-se então o Jazz como produto cultural que vai servido como forma de cultivar gostos, de afirmar o desejado cosmopolitismo de uma certa região ou, por associação a ele, como promoção da imagem cultural de determinado destino turístico, atraindo novos visitantes, criando ligação entre os habitantes duma comunidade. Pode ainda influenciar positivamente a atividade económica local, servir como estímulo para futuras

¹⁰ Ver anexo nº I.

visitas e ainda que não menos importantes, os festivais em causa, sendo semelhantes a tantos outros nacionais ou estrangeiros, assumir a significativa capacidade de fidelizar visitantes projetando localidades por vezes desconhecidas para as agendas de eventos internacionais e, acima de tudo, provocando um sentimento de orgulho como acontece com os entrevistados e inquiridos deste estudo pela consistência que o Festival de Jazz de Loulé vem ganhando ao longo destes anos de existência, tornando-se como Dália Paulo da DRCA Algarve refere “local de paragem obrigatório a Sul para os amantes de jazz”.

Capítulo VII – Análise e discussão dos resultados

Pretende-se neste capítulo apresentar os resultados obtidos na investigação realizada junto dos residentes e comerciantes da cidade de Loulé. Foram inquiridos 146 residentes e 30 comerciantes sobre as perceções dos impactos do evento Festival Internacional de Jazz e as suas atitudes face ao desenvolvimento do respetivo evento. A análise que se apresenta neste capítulo visa caracterizar o perfil sociodemográfico dos inquiridos, compreender o comportamento turístico dos residentes e dos comerciantes e a sua afinidade em relação ao Festival. Pretende-se, igualmente, conhecer o nível de interação que os residentes e os comerciantes estabelecem com os visitantes, a sua perceção e atitudes face aos impactos do evento. Posteriormente pretende-se identificar os fatores que influenciam a perceção dos residentes face aos impactos do evento e como é que essa perceção poderá influenciar a sua atitude perante o desenvolvimento do evento e do turismo.

7.1 - Caracterização da amostra dos residentes inquiridos

A caracterização sociodemográfica dos residentes foi efetuada utilizando as seguintes variáveis: género, idade e estado civil; situação perante o emprego e profissão; habilitações literárias e rendimento familiar;

7.1.1 - Perfil sociodemográfico dos residentes

No âmbito desta dissertação foram obtidos 146 questionários válidos, todos eles administrados na cidade de Loulé. Do total dos inquiridos, 50% pertencem ao sexo masculino e 50% ao sexo feminino, verificando-se assim uma equidade em termos de género (ver **Tabela XII.1** do **apêndice XII**).

Relativamente ao estado civil os residentes inquiridos casados/união de facto constituem o maior grupo da amostra (57,5%) seguida pelos solteiros com 28,8% e por último os divorciados/separados e os viúvos com 8,2% e 5,5% respetivamente (ver **Tabela XII.2** do **apêndice XII**).

Quanto a habilitações literárias a maioria dos respondentes (60) possui o ensino secundário, seguidos dos licenciados (26) e dos que frequentaram o ensino básico – 1º ciclo (25) que

corresponde a 41,1%, 17,8% e 17,1% respetivamente, do total da amostra (ver **Tabela XII.3** do **apêndice XII**).

Com o objetivo de avaliar a familiaridade dos residentes com a atividade turística foram introduzidas no questionário perguntas relacionadas com a sua profissão, tipo de organização e ainda se algum amigo ou familiar se encontrava a exercer uma atividade relacionada com o turismo.

Verificou-se que metade dos residentes inquiridos está a desempenhar uma atividade profissional remunerada por conta de outrem (50%), seguidos pelo grupo dos empregados por conta própria (21,2%). Do grupo de inquiridos que não desempenham uma atividade profissional, destacam-se os reformados (14,4%), os desempregados (9,6%) e os estudantes (4,8%) (ver **Tabela XII.4** do **apêndice XII**).

Relativamente ao tipo de atividade profissional dos residentes, dos 101 respondentes os grupos mais significativos são os empregados do comércio com 16,3%, os comerciantes com 12,9% e os administrativos com 10,9%, havendo ainda referência ao desempenho de atividades profissionais em instituições públicas e de alguns profissionais independentes (ver **Tabela XII.5** do **apêndice XII**).

Esta variável permitiu também avaliar se existe uma ligação direta dos inquiridos com a atividade turística. Conclui-se que os profissionais que estão a exercer uma atividade profissional diretamente relacionada com o sector turístico correspondem aos empregados de mesa (5%), técnicos de turismo (3%) e os bagageiros com 1% que representam apenas 9% da amostra (ver **Tabela XII.5** do **apêndice XII**).

Em consonância com o tipo de organização onde os inquiridos exercem a sua profissão somente 87 responderam a esta questão, no entanto verificou-se que as lojas aparecem em primeiro lugar com 32,2%, seguidas pela Câmara Municipal de Loulé e a restauração com 14,9% e 9,2% respetivamente (ver **Tabela XII.6** do **apêndice XII**).

Quanto à ligação direta do tipo de organização com o setor turismo verifica-se que o Posto de Turismo, Turismo do Algarve, Táxi, Hotel, Restaurante, Ana Aeroportos e Lojas correspondem a 53,8% do total das respostas.

Dos residentes inquiridos que possuíam amigos ou familiares a trabalhar no setor turístico, cerca de 78,8% responderam que não enquanto 21,2% disseram que possuíam amigos ou familiares afetos à atividade turística/cultural (ver **Tabela XII.7 do apêndice XII**).

Com base nas respostas obtidas verificou-se que a maioria dos familiares exerce a profissão de empregado de mesa com 25,8% seguidos pelos rececionistas (19,4%) e os barmen-hotel e empregada de quartos-hotel, ambos com 9,7% cada um (ver **Tabela XII.8 do apêndice XII**).

No que se refere ao rendimento familiar, 140 inquiridos responderam a esta questão. Dos que responderam 43,6% têm um rendimento líquido entre os 500 e os 1000 euros mensais e 30,8% possuem um rendimento que se situa entre os 1000 e os 2000 euros mensais (ver **Tabela XII.9 do apêndice XII**).

Quanto ao rendimento *per-capita* médio mensal, pode considerar-se que a maioria da amostra apresenta rendimentos relativamente baixos uma vez que 60,7% dos inquiridos indicam ter níveis de rendimentos mensais inferiores a mil euros (ver **Tabela XII.9 do apêndice XII**).

Em termos de idade apenas foram inquiridos residentes com idade superior a 18 anos. A média de idades dos 146 inquiridos corresponde a uma média de 43,79 (ver **Tabela XII.10 do apêndice XII**).

No que se refere ao local de residência a maioria da amostra é representada por residentes na cidade de Loulé (84,9%), seguindo-se os de Quarteira e Salir com 2,7% cada, do total e da amostra (ver **Tabela XII.11 do apêndice XII**).

Mais de metade dos inquiridos não nasceu na região em estudo (50,7%) e 49,3% nasceu no concelho. Contudo, mesmo os inquiridos que não nasceram no Concelho de Loulé possuem um considerável tempo de permanência neste concelho, tendo-se verificado que 91,1% dos inquiridos já residem há mais de 5 anos nesta região (ver **Tabela XII.12 e XII.13 do apêndice XII**).

7.1.2 - Conhecimento do evento

No que respeita ao conhecimento do Festival Internacional de Jazz do Loulé podemos verificar que 29,5% (43 indivíduos) responderam que já tinham participado no evento e 70,5% (103 sujeitos) afirmaram que tinham conhecimento da existência do referido Festival mas nunca assistiram (ver **Tabela XII.14 do apêndice XII**). Tomando por base os resultados obtidos, verifica-se que não existe uma forte aderência dos residentes da cidade de Loulé ao Festival.

Tendo em atenção o número de respostas positivas (43) quanto à participação do evento verifica-se que os anos em que o evento registou maior aderência dos residentes foi o de 2012, 2010 e 2011 com 44,2%, 39,5% e 32,6% participações respetivamente (ver **Tabela XII.15 do apêndice XII**).

Neste âmbito e de acordo com a perceção dada pelos entrevistados, principalmente Joaquim Guerreiro, vereador do Turismo e da Cultura da Câmara Municipal de Loulé, verificou-se que os eventos com maior aceitação por parte da comunidade louletana são na maioria eventos recreativos de carácter popular seguidos dos de natureza artística onde se inclui o Festival Internacional de Jazz, e isso, conforme refere, deve-se ao tipo de educação que as pessoas estão sujeitas durante a sua infância relativamente à área musical, o que de certa forma reflete o investimento e a própria programação cultural desenvolvida pela autarquia.

7.1.3 – A interação residente-visitante

Tendo em atenção a grande variedade de locais onde poderá ocorrer contacto entre visitantes e residentes, optou-se neste estudo por analisar essa interação apenas nos locais onde poderia existir uma maior frequência de contacto, designadamente no local de trabalho, nos espaços públicos, nos estabelecimentos de restauração e bebidas, na rua quando o visitante pede uma informação; em estabelecimentos comerciais bem como em eventos religiosos, culturais e desportivos.

Em termos de locais de contacto com os visitantes e de frequência desse contacto, observa-se que a maior frequência de contacto é estabelecida na rua (Média=3,16), quando o visitante solicita informação ao residente (ver **Tabela XII.16 do apêndice XII**).

7.1.4 - Avaliação da percepção dos residentes face ao Festival de Jazz de Loulé e aos seus impactos

Nesta secção apresenta-se os resultados obtidos sobre a percepção dos residentes face aos impactos económicos e socioculturais do evento Festival Internacional de Jazz de Loulé.

De acordo com a opinião dos residentes (**Tabela XII.17** do **apêndice XII**) os efeitos socioculturais que ocorrem na comunidade local são principalmente positivos, uma vez que a maioria concorda fortemente que o evento contribui para o “Prestígio internacional da comunidade local” (Média = 4,04), “Melhora a imagem da comunidade para os visitantes” (Média = 4,04), “Incrementa o interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)” (Média = 3,99), “Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento” (Média = 3,99), “Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local” (Média = 3,84), “Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade” (Média = 3,79), “Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes” (Média = 3,72), “Envolvimento da comunidade no evento” (Média = 3,61) e ainda para a “Existência de uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento”, a “Consciencialização e educação da comunidade”, “Ajuda a integrar as pessoas da comunidade” e “Aumenta o nível de qualidade de vida da comunidade”.

Estes resultados estão conforme os obtidos em outros estudos, tais como: Hall (1992); Getz, (1997), Mossberg (2000); Allen (2002); Bowdin (2002); Ribeiro e Ferreira (2009); Smith e Forest (2009), Andereck *et al.*, 2005; Carneiro e Eusébio, 2007;

Com base na mesma **Tabela XII.17** (ver **apêndice XII**) conclui-se que os residentes não consideram que o evento origine impactos negativos socioculturais significativos. Não se podendo assim afirmar que os resultados obtidos neste estudo estejam em conformidade com os obtidos em outros estudos como por exemplo Hall (1992); Getz (1997); Mossberg (2000); Allen (2002); Bowdin (2002) e Ribeiro e Ferreira (2009), uma vez que estes estudos falam de grandes eventos e o Festival de Jazz de Loulé enquadra-se nos eventos de pequena dimensão.

Concluimos assim que, no que diz respeito às percepções dos impactos socioculturais os residentes locais consideram que o evento tem mais impactos positivos para a comunidade do que negativos. Conforme Archer e Cooper (2002:88) argumentam, estes efeitos são

justificáveis, na medida que o desenvolvimento do turismo nas regiões de destino poderá funcionar como um incentivo monetário à continuidade de muitas atividades locais.

Quanto à percepção dos entrevistados (CCL, TA, CML, DRCAI, Mário Laginha e Zé Eduardo) dos impactos socioculturais que o Festival de Jazz de Loulé tem na comunidade, verificou-se que estes percebem apenas impactos positivos destacando principalmente a sua contribuição para dinamização e desenvolvimento cultural; para a coesão social; para a oferta de um produto quase inexistente na região aquando a sua criação, possibilitando à população o contacto com o jazz; para um maior interesse pela cultura e pelo que se passa na comunidade em termos de animação; para um maior apoio ao turismo e à realização de eventos; para a visibilidade e notoriedade da cidade; para o aumento do orgulho, para o aumento de turistas no concelho; para uma maior satisfação nos setores da hotelaria e restauração e prestígio internacional.

De acordo com a opinião dos residentes (**Tabela XII.17 do apêndice XII**) observa-se que a maioria dos inquiridos concorda fortemente que o Festival Internacional de Jazz de Loulé é uma atividade relevante para a economia da comunidade local, pois admitem que o evento “Aumenta o volume de vendas no comércio” (Média= 3,09) e “Promove empresas e negócios locais” (Média= 3,02). Relativamente aos outros benefícios como o aumento de emprego, o incentivo aos moradores para o desenvolvimento de novos investimentos e de empresas os inquiridos manifestam a ideia de que o evento não produz efeito nessas áreas.

No que diz respeito aos custos económicos do evento presencia-se que o mais citado pelos residentes da cidade de Loulé foi o “Aumento da sazonalidade do turismo” (Media= 3,27). Todavia alguns impactos negativos para a economia local que foram apresentados em outros estudos não foram identificados como tal pelos residentes inquiridos neste estudo como por exemplo o aumento dos preços dos bens e serviços que poderia ser um dos impactos negativos mais indicados pelos inquiridos, foi considerado com sofrendo pouca influência por parte do evento (**Tabela XII.17 do apêndice XII**).

Os resultados apresentados na **Tabela XII.17 do apêndice XII**, relativamente aos impactos económicos são corroborados por outros estudos realizados sobre esta temática Haralambopoulos e Pizam, 1996; Andereck *et al.*, 2005; Hall (1992); Bowdin *et al.* (2002);

Allen et al. (2002); Getz (1997); Derret (2000); Pelicano (2009) e Silberberg, (1995), (Allen e Shaw, 2000, *apud* Smith e Forest, 2009) e (Ferreira, 2009, Eusébio, 2006).

Da análise resultante das entrevistas no que diz respeito aos impactos económicos criados pelo Festival de Jazz todos os questionados são da opinião que mesmo numa escala pouco significativa o evento contribui para a dinamização local, particularmente na restauração, bares, pastelarias e áreas de abastecimento de combustível como efeitos positivos. Negativamente apontam igualmente o aumento da sazonalidade do turismo.

Com base nas respostas dadas pelos entrevistados à questão dos impactos originados pelo evento verificamos a importância que estes atribuem aos eventos culturais no papel dinamizador e de notoriedade da cidade.

7.1.5 – Atitudes dos residentes face ao evento/turismo

O estudo realizado no âmbito desta dissertação identificou que os residentes inquiridos concordavam fortemente com o desenvolvimento do turismo (76%) e uma média= 4,09 e com o desenvolvimento do Festival Internacional de Jazz de Loulé (69,9%) com uma média de 3,95 (ver **Tabela XII.18** do **apêndice XII**).

No entanto, quando questionados sobre o seu papel na tomada de decisão, muitos demonstraram um comportamento passivo face ao desenvolvimento do evento, nomeadamente no que diz respeito à sua participação na dinamização de projetos turísticos (Média = 3,23%); a procurarem informar-se sobre as decisões do poder público sobre a atividade turística e a conceção de eventos na cidade (Média = 3,17) e ainda quanto à sua participação ativa na divulgação do destino (Média = 3,13) (ver **Tabela XII.18** do **apêndice XII**).

Os resultados obtidos na **Tabela XII.18** do **apêndice XII** confirmam a hipótese apresentada por Butler (1974 citado por Mathieson e Wall, 2006), quando sugere que é provável que grande parte dos residentes apresente mais comportamentos passivos, o que revela que aceitam silenciosamente o turismo e os seus impactos por causa das vantagens que a atividade proporciona ou porque não visualizam nenhuma forma de interromper este crescimento.

Deste modo, considera-se através dos resultados obtidos e com base na matriz de Butler (1974 citado por Mathieson e Wall, 2006), que os residentes da cidade de Loulé apresentam uma atitude positiva face ao desenvolvimento do evento e um comportamento passivo com uma ligeira aceitação e apoio à atividade turística e ao evento. Com base nestes resultados pode observar-se que os residentes da cidade de Loulé integram o terceiro quadrante da matriz apresentada por Butler (1974) (ver **figura nº 4.1 do capítulo 4**).

Conclui-se que a comunidade local inquirida nesta investigação ainda atua passivamente no processo de tomada de decisão, designadamente no que diz respeito à definição de políticas e de estratégias de desenvolvimento turístico. Isto torna-se preocupante, tendo em conta que o envolvimento dos mesmos é decisivo para o progresso sustentável da atividade turística nas suas diferentes dimensões (sociocultural, económica e ambiental). No entanto, para que aconteça um maior envolvimento da comunidade local, os agentes responsáveis pelo desenvolvimento turístico dos destinos devem atuar no sentido de proporcionar que esta atividade seja gerida de forma integrada em conjunto com os residentes e outros *stakeholders* presentes no destino.

Apesar da comunidade local da cidade de Loulé apresentar neste momento mais comportamentos passivos do que ativos face ao turismo e ao evento, os resultados apresentados na **Tabela XII.18 do apêndice XII** revelam que a comunidade local está predisposta a mudar o seu comportamento face ao turismo, ao revelar interesse em participar na dinamização de projetos turísticos (Média=3,23).

7.1.6 - O Festival de Jazz e o desenvolvimento turístico da cidade de Loulé

A maioria dos inquiridos considerou o Festival Internacional de Jazz de Loulé importante para o desenvolvimento turístico da cidade (46,6%), seguiram-se os que o viram como muito importante (32,2%). Apenas 7,5% dos respondentes percecionou o evento como pouco importante. Conclui-se assim, que os residentes da cidade de Loulé percecionam o Festival de Jazz como uma mais-valia para o desenvolvimento turístico (Média = 4,03) (ver **Tabela XII.19 do apêndice XII**).

No encadeamento da resposta à questão anterior, procuramos recolher as perceções de alguns entrevistados como a CML, DRCAI e TA sobre o que representava o Turismo Cultural e o

Turismo de Eventos para o desenvolvimento da cidade de Loulé, ao que no imediato associaram a esta temática aos eventos realizados no concelho e que resultou no conjunto das entrevistas nos seguintes termos: o Carnaval, a Noite Branca, o Festival MED, as Exposições de Arte Contemporânea, a Festa da Mãe Soberana, o Festival de Jazz e cultura. É perceptível que o apreendido pelos termos dados pelos auscultados revela a própria essência do espírito do lugar.

Todos os inquiridos vêem o setor cultural de forma importante para o desenvolvimento do concelho e a isso podemos aliar a sua dinamização no concelho, uma oferta turística e cultural variada e rica ali existente e a qualidade dos eventos realizados, incluindo o Festival de Jazz, permitindo assim colocar a atenção no concelho e beneficiar do seu impacto económico.

Alguns entrevistados referiram ainda o papel que as associações e empresas culturais constituem na oferta cultural da cidade, que se mostra de grande importância no desenvolvimento da mesma e que em conjunto com a autarquia colaboram ativamente. No entanto também lembraram que o exercício da sua atividade cultural se depara com algumas dificuldades e as mais referenciadas são as financeiras, adesão das entidades e adesão do público.

Quanto à questão relacionada com o contributo do Festival de Jazz para desenvolvimento de uma marca distinta ou para a afirmação da marca Algarve, neste aspeto os entrevistados afirmaram que a oferta cultural da cidade possui um carácter próprio justificado pela qualidade e diversidade da própria oferta cultural, que através da sua divulgação alcança uma projeção a nível regional, nacional e internacional e que o Festival Internacional de Jazz de Loulé integrado nesta rede de oferta cultural ou dos eventos também ajuda na promoção do destino, logo para o desenvolvimento de uma marca distinta tanto para Loulé como para o Algarve.

7.1.7 - Benefício do Festival de Jazz na atividade turística da cidade de Loulé para os residentes

Relativamente à questão se os benefícios que o Festival de Jazz na atividade turística da cidade de Loulé proporciona aos residentes são superiores aos custos, verificou-se que a maioria dos inquiridos não tem uma opinião formada (46,6%), no entanto 27,4%

consideraram os benefícios do evento superiores aos custos, e 9,6% concordaram completamente. Contudo 11,6% discordaram e 4,8% discordaram completamente afirmando que os custos são sempre superiores. Com base nestes resultados obteve-se uma média de 3,25, isto é positiva (ver **Tabela XII.20** do **apêndice XII**).

7.2 - Caracterização da amostra dos comerciantes inquiridos

Para um entendimento mais profundo das diferentes opiniões dos comerciantes a análise desta secção inclui a caracterização dos inquiridos, as suas perceções acerca da importância do Festival Internacional de Jazz de Loulé no desenvolvimento da comunidade local como também a dos impactos criados pelo mesmo.

7.2.1 - Tipo de serviço

Foram inquiridos 30 comerciantes dos quais 50% são lojas, seguindo-se as pastelarias com 26,7%, 13,3% são restaurantes, 6,7% alojamentos e por último os bares com 3,3% do total da amostra (ver **Tabela XIII.1** do **apêndice XIII**).

7.2.2 – Perfil sociodemográfico dos comerciantes

Relativamente ao género dos responsáveis pelas empresas inquiridas a predominância recai sobre o sexo feminino (60%) (**Tabela XIII.2** do **apêndice XIII**) e a sua idade apresenta uma média igual a 47,67 (**Tabela XIII.3** do **apêndice XIII**).

De acordo com a **Tabela XIII.3** do **apêndice XIII** é possível observar que quanto ao tempo de permanência na cidade de Loulé estes serviços apresentam uma média de 19,50, tendo-se verificado que a mais recente conta com 1 ano e a mais antiga com 90 anos de existência.

7.2.3 - Apoio ao Festival de Jazz de Loulé

Relativamente à participação, patrocínio ou apoio das entidades inquiridas (**Tabela XIII.4** do **apêndice XIII**) verificou-se que 90% não tiveram qualquer tipo de envolvimento e só 10% confirmaram a sua participação. Em termos de frequência 27 não se interessaram e 3

cooperaram. Desta análise depreende-se que não existe uma participação positiva dos comerciantes inquiridos no evento.

Com base nos inquiridos que se envolveram ativamente no evento (**Tabela XIII.5 do apêndice XIII**), o número de participações é de 17 e dividiram-se pelos diversos anos de existência do evento. Assim verifica-se uma maior ocorrência no ano de 2010 com 3 frequências que corresponde a 17,6% do total da amostra, seguido pelos anos de 2003, 2005, 2008, 2009 e 2011, cada um com 2 frequências e uma percentagem de 11,8% e por último o ano de 2004, 2006, 2007 e 2012 com uma só participação que corresponde a 5,9% cada.

Em pergunta aberta foi questionado às entidades de que forma apoiou o Festival, verificando-se que a promoção do evento era a forma de participação com maior ocorrência.

7.2.4 – Benefício do Festival para os serviços dos inquiridos

Quanto à afluência de clientes aos estabelecimentos das entidades inquiridas verificou-se que 73,3% consideram que o Festival Internacional de Jazz não trouxe aumento de clientes, no entanto 26,7% afirmam que nos dias da realização do evento o número de clientes aumenta (ver **Tabela XIII.6 do apêndice XIII**).

A complementar esta questão elaborou-se uma outra pergunta aberta onde se pedia para indicar como tinha verificado o aumento de clientela ao que responderam pelo movimento de pessoas e aumento das receitas verificado nos dias dos concertos.

7.2.5 – A importância do Festival Internacional de Jazz de Loulé para o desenvolvimento da cidade

A maioria dos auscultados 63,3% considera que o Festival Internacional de Jazz é importante para o desenvolvimento da cidade de Loulé. Apenas 10% dos inquiridos o encaram como pouco importante. Conclui-se assim que 76,6% do total da amostra considera que para o desenvolvimento de Loulé o Festival é importante (63,3%) ou muito importante (13,3%) (ver **Tabela XIII.7 do apêndice XIII**).

Em pergunta aberta sugeriu-se que os inquiridos indicassem algumas razões que justificassem o grau de importância que atribuíam ao evento. A maioria das entidades apontou como razões a dinamização da cidade e comércio, o desenvolvimento cultural, o intercâmbio cultural, a divulgação da cidade e do concelho, o aumento de visitantes, o desenvolvimento económico e turístico da comunidade e a promoção turística.

7.2.6 - Avaliação da percepção dos comerciantes face ao Festival de Jazz de Loulé e aos seus impactos

Nesta secção analisaremos os resultados colhidos sobre a percepção dos comerciantes face aos impactos do evento categorizados por tipo de impactos (económicos, sociais e culturais).

7.2.6.1- Os impactos económicos positivos

De acordo com a opinião dos comerciantes que foram inquiridos nesta investigação o evento contribui de forma positiva para a economia da comunidade local quanto à “Exposição da cidade, devido ao evento, aos media, contribuindo para a sua promoção” (Média =3,83) e à “Promoção de negócios e empresas locais” (Média = 3,20) (ver **Tabela XIII.8 do apêndice XIII**).

Os resultados apresentados na **Tabela XIII.8 do apêndice XIII** estão em concordância com os seguintes estudos realizados sobre este assunto e que foram citados no capítulo 3 (Haralambopoulos e Pizam, 1996; Andreck *et al.*, 2005) Hall (1992); Bowdin *et al.* (2002); Allen *et al.* (2002); Getz (1997); Derret (2000); Pelicano (2009) e Silberberg, (1995), (Allen e Shaw, 2000, *apud* Smith e Forest, 2009) e (Ferreira, 2009, Eusébio, 2006).

Embora seja possível concluir que estes efeitos do evento são benéficos para a economia local, alguns impactos positivos importantes que foram apresentados em outros estudos, não foram identificados pelos comerciantes inquiridos neste estudo, como por exemplo o caso do evento não fornecer um mercado para os produtores e comerciantes locais, uma vez que os turistas consomem poucos produtos locais, característica que irá influenciar negativamente a dimensão do multiplicador turístico.

7.2.6.2- Os impactos económicos negativos

No que diz respeito aos custos económicos do evento, observa-se que o mais citado pelos comerciantes da cidade de Loulé foi o “Aumento da sazonalidade turística” (Média = 2,60). Pode-se assim concluir que os inquiridos consideram que o Festival Internacional de Jazz de Loulé não origina impactos económicos negativos na comunidade local (ver **Tabela XIII.9** do **apêndice XIII**).

Relativamente aos estudos que foram referenciados no capítulo 3, os resultados obtidos neste estudo não se encontram em conformidade, isto por os impactos apresentados nesses estudos como especulação imobiliária e aumento do nível de preços dos bens e serviços não foram identificados pelos comerciantes da cidade de Loulé. Tal deve-se ao facto do Festival de Jazz tratar-se de um evento de pequena dimensão e com pouca afluência de público.

7.2.6.3- Os impactos sociais positivos

Em termos de perceções dos benefícios sociais, os comerciantes consideram que o evento “Melhora a imagem da comunidade para os visitantes” (Média=4,05); “Estimula o relacionamento entre residentes e visitante” (Média=3,97); “Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade” (Média=3,90); “Contribui para a partilha da experiência de entretenimento durante o evento” (Média=3,83) e ainda para a “Coesão social”, para “Consciencialização e educação da comunidade” e para a “Integração das pessoas da comunidade” (ver **Tabela XIII.10** do **apêndice XIII**).

Estes resultados estão conforme os obtidos em outros estudos, tais como: Andreck *et al.*, 2005; Carneiro e Eusébio, 2007; Hall (1992); Bowdin et al. (2002); Allen et al. (2002); Getz (1997); Derret (2000); Pelicano (2009) e Silberberg, (1995), (Allen e Shaw, 2000, *apud* Smith e Forest, 2009) e (Ferreira, 2009, Eusébio, 2006).

7.2.6.4- Os impactos sociais negativos

De acordo com a **Tabela XIII.11** do **apêndice XIII**, verifica-se que os comerciantes da cidade de Loulé não identificam quaisquer custos sociais do evento. Os resultados apresentados não estão conforme os estudos dos investigadores citados no capítulo 3.

7.2.6.5- Os impactos culturais positivos e negativos

De acordo com a **Tabela XIII.12** e a **Tabela XIII.13** do **apêndice XIII** e no que diz respeito às percepções dos impactos culturais, observa-se que os comerciantes da comunidade local consideram que o evento apresenta somente impactos positivos para o destino, nomeadamente no que diz respeito à “Realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribuindo para atrair visitantes” (Média = 4,37); ao “Incremento do interesse pela cultura (ex. teatro, festivais, museus) ” (Média = 4,10); no “Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento” (Média= 4,00) e ainda nos restantes impactos positivos indicados na **Tabela XIII.12**. Conforme Archer e Cooper (2002:88) argumentam, estes efeitos são justificáveis, na medida que o desenvolvimento deste tipo de atividades dentro da indústria do turismo nas regiões de destino poderá funcionar como um estímulo monetário ao seguimento de muitas outras atividades locais e à dinamização de produtos regionais. Por outro lado, o turismo poderá contribuir para a revitalização de tradições culturais que estavam a ser esquecidas, passando a ser valorizadas tanto pela comunidade local como pelos visitantes (Brunt e Courtney, 1999).

Em suma, observou-se em termos gerais que os comerciantes da cidade de Loulé consideram que o Festival de Jazz tem mais impactos positivos para o destino do que negativos, nomeadamente em termos económicos sociais e culturais.

7.2.7 - Satisfação pela existência do evento no concelho

Com a observação da **Tabela XIII.14** do **apêndice XIII** conclui-se que em termos de satisfação com a realização do Festival Internacional de Jazz no concelho de Loulé, todos os inquiridos (100%) se encontram satisfeitos.

7.2.8 – Concordância com o aumento da realização de eventos no concelho

Analisando a **Tabela XIII.15** do **apêndice XIII** observou-se que os inquiridos na sua totalidade (100%) responderam concordar com o aumento de eventos no concelho.

7.2.9 – Benefício do Festival de Jazz na atividade turística da cidade de Loulé para a comunidade

Quanto aos benefícios proporcionados pelo Festival de Jazz na atividade turística da cidade de Loulé serem superiores aos custos, verificou-se que a maioria dos inquiridos (53,3%) consideram os benefícios do evento superiores aos custos, ou seja, 50% concordam e 3,3% concordaram completamente, obtendo-se uma média de 3,43, isto é positiva (ver **Tabela XIII.16** do **apêndice XIII**).

7.2.10 - Atitudes e comportamentos face ao evento/turismo

Tendo em atenção os resultados obtidos na **Tabela XIII.17** do **apêndice XIII** constatou-se que os comerciantes inquiridos “Apoiam fortemente o desenvolvimento deste evento e de outros eventos artísticos (teatro, música, dança e outros) ” (Média = 4,63); “Apoiam fortemente o desenvolvimento do turismo” (Média = 4,57); “Gostariam de ver mais turistas na cidade” (Média = 4,60); “Gostam de interagir com os turistas” (Média = 4,23); “Sentem-se à vontade quando são abordados por um visitante e têm que responder, mesmo que não seja na sua língua” (Média = 4,03) e ainda “Fazem amizades com os turistas e participam ativamente na divulgação do destino”. No entanto, quando questionados sobre o seu papel na tomada de decisão, muitos demonstraram um comportamento passivo face ao desenvolvimento do turismo e do evento, nomeadamente no que diz respeito à sua “Participação a sugerir novas propostas para melhor desenvolver a atividade turística e cultural na comunidade”, na “Dinamização de projetos turísticos e culturais”, na “Divulgação do Festival de Jazz de Loulé e no “planeamento do turismo”.

Através dos resultados obtidos, crê-se que podemos adaptar a matriz de Butler (1974 citado por Mathieson e Wall, 2006) aos comerciantes embora o autor na sua teoria faça referência aos residentes quanto à tomada de decisão e demonstração de comportamento.

Tal como aconteceu com os residentes, os resultados alcançados na **Tabela XII.18** do **apêndice XII** confirmam a hipótese apresentada por Butler (1974 citado por Mathieson e Wall, 2006), quando sugere que é provável que grande parte dos residentes apresente comportamentos passivos, o que mostra que aceitam silenciosamente o turismo e os seus

impactos por causa dos benefícios que propicia ou porque não vêm forma de deter este crescimento.

Assim, conclui-se que os comerciantes da cidade de Loulé apresentam uma atitude positiva face ao desenvolvimento e um comportamento passivo com uma ligeira aceitação e apoio à atividade turística, integrando o 3º quadrante da matriz apresentada por Butler (ver capítulo 4 subcapítulo 4.5).

Para concluir o questionário sugeriu-se que o inquerido fizesse algum comentário ao Festival Internacional de Jazz de Loulé. A esta suscitação os comerciantes apontaram como pontos fracos do evento a falta de divulgação e promoção junto da população e nos meios de comunicação e ainda diminuta participação de grupos musicais locais. No entanto a maioria é da opinião que o evento deverá continuar e passar a realizar-se duas vezes por ano.

Para encerrar esta análise dos resultados dos questionários aos residentes e comerciantes e das entrevistas, podemos concluir que a perceção evidenciada pelos inqueridos sobre o Festival Internacional de Jazz são maioritariamente positivas. No entanto a perceção patenteada pelos residentes, que se encontram em maior percentagem, sobre esta temática, revela ainda a pouca atratividade que o Festival atualmente tem para a população, embora se torne evidente na identificação da cidade em termos turísticos como um produto de Turismo Cultural, funcionando juntamente com os outros eventos como um atrativo que revela a própria natureza e espírito da cidade e ainda se mostra como um complemento na animação e interpretação do destino ao produto Sol e Praia.

7.3 - Análise das questões comuns a residentes e a comerciantes

Por se tratar de um estudo composto por duas amostras de pequena dimensão foi necessário testar o pressuposto da normalidade dos dados para as diferentes tipologias de indivíduos (residentes e comerciantes) por forma a verificar a possibilidade da utilização de testes paramétricos (ver **Tabela XIV.1** do **apêndice XIV**).

Uma vez que se rejeita para todas as variáveis a hipótese da normalidade, decidiu-se proceder às comparações das variáveis através do teste de Mann-Whitney, “é um teste não paramétrico adequado para comparar as funções de distribuição de uma variável pelo menos ordinal

medida em duas amostras independentes” (Marôco, 2011:307). Trata-se de um teste que também pode ser utilizado em alternativa ao teste t- Student para amostras independentes, nomeadamente quando os pressupostos deste teste não são válidos e não é possível evocar a força do teste à violação dos seus desígnios (ver **Tabela XIV.2** do **apêndice XIV**).

Com base nos resultados do teste de Mann-Whitney (**Tabela XIV.2**) concluímos que apenas para as variáveis “Apoio fortemente o desenvolvimento deste evento”, “Apoio fortemente o desenvolvimento do turismo” e “Impactos económicos negativos” existem diferenças estatisticamente significativas entre as pontuações médias das tipologias, pois a significância é inferior a 0,05.

Os resultados obtidos na **Tabela XIV.3** do **apêndice XIV** permitiram concluir que os residentes apoiam mais o desenvolvimento do evento e são mais sensíveis aos impactos económicos negativos que os comerciantes, no entanto quanto ao apoio ao desenvolvimento turístico os comerciantes manifestam atitudes e comportamentos mais favoráveis.

7.4 – Análise dos fatores que influenciam as perceções dos residentes face ao Festival Internacional de Jazz de Loulé.

Esta secção tem como objetivo a análise dos fatores que influenciam a perceção dos residentes da cidade de Loulé dos impactos do Festival.

Para esta análise verificou-se inicialmente a normalidade dos dados para os diferentes grupos em cada uma das questões por forma a verificar a possibilidade da utilização de testes paramétricos encontrando-se as respetivas tabelas no **apêndice XV**.

Uma vez que se rejeita para todas as variáveis e em todos os itens a hipótese da normalidade, vamos proceder às comparações das variáveis através do teste de Mann-Whitney que é o teste alternativo ao teste-t para amostras independentes, caso existam apenas dois grupos, ou o teste de Kruskal Wallis alternativo à Anova, caso existam mais de dois grupos.

Os fatores que poderão influenciar as perceções dos residentes da cidade de Loulé encontram-se categorizados de acordo com o modelo de investigação apresentado no capítulo V e estruturados da seguinte forma:

- 1) Conhecimento do evento;
- 2) Ligação à comunidade;
- 3) Características sociodemográficas;
- 4) Dependência económica do turismo (de acordo com a situação perante o trabalho e com a existência de um membro da família ou amigo a exercer uma atividade relacionada com o turismo ou a cultura).
- 5) Grau de interação com os visitantes.

Conhecimento do evento

Pressupõe-se que quanto maior é o conhecimento que os residentes detêm da atividade do evento maior é perceção dos seus impactos positivos. O facto de ter assistido ao evento leva a uma perceção mais positiva dos impactos do evento (**Hipótese 1**).

Os resultados apresentados nas **Tabela XVI.1** do **apêndice XVI** permitem observar a existência de diferenças significativas para as variáveis “Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade”, “Aumento do nível de preços dos bens e serviços”, “Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local”, “Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento”, “Melhora a imagem da comunidade para os visitantes”, “Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade”, “Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento”, “Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes” e “Prestígio internacional”, pois a significância é inferior a 0,05.

Os resultados obtidos permitiram concluir que para as variáveis que apresentam diferenças estatisticamente significativas os residentes que já assistiram ao Festival de Jazz percecionam mais impactos positivos socioculturais e económicos e são mais sensíveis ao impacto negativo económico “Aumento do nível de preços dos bens e serviços” do que os residentes que ainda não assistiram ao evento.

Em conclusão podemos referir que os resultados obtidos neste estudo corroboram os resultados obtidos pelos autores Carneiro e Eusébio, 2007 e Andereck *et al.*, 2005, **logo aceita-se a Hipótese 1.**

Ligação à comunidade

A questão de ter nascido ou não no concelho e a duração de residência no concelho poderá influenciar as percepções dos impactos do evento. A revisão da literatura possibilitou observar que os residentes nascidos no concelho tendem a perceber mais os custos que os benefícios, assim como a variável há quantos anos vive no concelho, pressupondo-se assim que existem diferenças estatisticamente significativas nas percepções dos residentes (**Hipótese 2**).

Através da **Tabela XVI.2 do apêndice XVI** conclui-se que não se verificam diferenças estatisticamente significativas para os impactos em função do facto de ter nascido ou não no concelho de Loulé.

A **Tabela XVI.3 do apêndice XVI** mostra igualmente que não se verificam diferenças estatisticamente significativas para os impactos em função do tempo de residência no concelho.

Perante os resultados obtidos na **Tabela XVI.2 e XVI.3 do apêndice XVI** conclui-se que o facto de ter nascido no concelho e o tempo de residência não influencia a percepção dos residentes. Os resultados deste estudo não corroboram os obtidos pelos autores Brunt e Courtney (1999), Haralambopoulos e Pizam (1996) e Weaver e Lawton (2001), logo **não se aceita Hipótese 2**.

Características sociodemográficas

Pressupõe-se que existem diferenças estatisticamente significativas nas percepções dos residentes face aos impactos do evento de acordo com as suas características sociodemográficas, designadamente quanto à sua idade, o seu género, o seu estado civil, a sua situação perante o emprego, o seu rendimento e as suas habilitações literárias.

Em relação ao género dos residentes (**Tabela XVI.4 do apêndice XVI**), colocou-se a hipótese nesta dissertação que as mulheres são mais propensas para identificar os impactos negativos do evento do que os homens (**Hipótese 5.2**).

Com base nos valores da significância do teste de Mann-Whitney U apenas se verificam diferenças significativas para o impacto “Aumento do congestionamento e tráfego urbano” para o qual se verifica que os homens dão uma maior importância a esse impacto, **logo não se aceita a Hipótese 5.2**. Assim os resultados apresentados na **Tabela XVI.4 do apêndice XVI** não comprovam os resultados obtidos por Andreck e Nyaupane (2010) e Williams e Lawson (2001).

Relativamente ao estado civil dos residentes apenas se verificam diferenças para “Aumenta a sazonalidade do turismo”. Sendo os viúvos os que dão menos importância ao facto (**Tabela XVI.5 do apêndice XVI**).

Em termos de habilitações literárias dos residentes, considera-se que os residentes detentores de mais habilitações literárias tendem a perceber mais os impactos positivos do evento (**Hipótese 5.3**). A análise do valores da significância do teste de Kruskal Wallis (**Tabela XVI.6 do apêndice XVI**) permitiu observar que só existem diferenças significativas para “Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros”, para o qual se verifica que os residentes sem escolaridade dão maior importância a este impacto negativo.

Perante estes resultados obtidos na **Tabela XVI.6 do apêndice XVI não se comprova a hipótese 5.3**, levando-nos a dizer que estes resultados não estão conforme os obtidos em outros estudos, como por exemplo: Teye *et al.*, (2002), Haralambopoulos e Pizam, 1996 e Ritchie e Inkari (2006) uma vez que neste estudo pressupõe-se que as habilitações literárias dos residentes não condicionam a percepção dos impactos positivos do Festival.

No que diz respeito ao nível de rendimento dos residentes, considera-se que quanto maior o rendimento maior será a percepção dos impactos positivos do evento (**Hipótese 5.4**).

A análise dos resultados da **Tabela XVI.7 do apêndice XVI** não evidencia a existência diferenças estatisticamente significativas entre os impactos do evento e o rendimento dos residentes, logo a percepção dos impactos do Festival não depende do rendimento, o que nos permite **não aceitar a Hipótese 5.4** e afirmar que este resultado não está conforme os alcançados pelos estudos de autores como Ritchie e Inkari (2006), Haley *et al.*, (2005), Tovar e Lockwood (2008) Williams e Lawson (2001).

A idade do inquirido poderá influenciar a percepção face ao Festival, esperando-se que os residentes com mais idade percecionam mais os impactos negativos do evento (**Hipótese 5.1**). Para analisar esta hipótese procedeu-se previamente à criação dos grupos etários (18-24, 25-64, 65 ou mais anos) de acordo com INE. Os resultados obtidos (**Tabela XVI.8 do apêndice XVI**) evidenciam que existem diferenças estatisticamente significativas de acordo com a idade dos inquiridos designadamente para as variáveis “Origina oportunidades de emprego”, “Consciencialização e educação da comunidade”, “Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis”, “Causa desconforto para moradores da cidade”, “Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento” e “Prestígio internacional”.

Os resultados obtidos permitiram concluir que para as variáveis que apresentam diferenças estatisticamente significativas nos impactos negativos os residentes dos 18 aos 24 são os que manifestam percepções menos favoráveis.

Quanto aos residentes mais idosos verifica-se uma menor sensibilidade aos impactos positivos e negativos no entanto quanto ao “Prestígio internacional” este apresentam-se como os mais favoráveis. Com base neste contexto a **Hipótese 5.1 não se aceita**, uma vez que são os residentes mais novos que percecionam mais impactos negativos do Festival, logo estes resultados não estão conforme os de Ritchie e Inkari (2006), Haralambopoulos e Pizam (1996) e Weaver e Lawton (2001).

Dependência económica do turismo

A situação perante o emprego dos residentes poderá influenciar as suas percepções face aos impactos do evento. A revisão da literatura permitiu observar que os residentes que se encontram a exercer uma atividade remunerada tendem a percecionar mais os benefícios positivos (**Hipótese 4.1**).

Os resultados obtidos através do teste de Kruskal Wallis (**Tabela XVI.9 do apêndice XVI**) evidenciam que existem diferenças estatisticamente significativas nas percepções dos residentes nas variáveis “Consciencialização e educação da comunidade”, “Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade” e “Prestígio internacional” de acordo com a sua situação no emprego.

A análise dos resultados permitem-nos concluir que parcialmente são os residentes detentores de uma situação profissional remunerada e relacionada com o turismo que percebem mais os impactos positivos, no entanto nas variáveis “Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade” e “Prestígio internacional” são os reformados que se manifestam mais favoráveis.

Diante esta análise **aceita-se parcialmente a Hipótese 4.1**, pois não se pode afirmar que estes resultados estão totalmente conforme os alcançados em outros estudos como os de Andereck *et al.*, (2005) Andereck e Nyaupane (2010).

A **Hipótese 4.2** prevê que os residentes que possuem familiares ou amigos empregados no setor turístico ou cultural estão mais propensos para identificar os efeitos positivos do evento.

O teste de Mann-Whitney U permitiu concluir que foi identificada apenas a existência de diferenças estatisticamente significativas na percepção dos residentes dos impactos do evento de acordo com a existência de familiares ou amigos a exercer uma atividade profissional relacionada com o turismo ou a cultura relativamente à variável “Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis”, na qual os que responderam que não, ostentam uma maior sensibilidade. Perante estes resultados podemos considerar que a maioria das percepções analisadas neste estudo não se encontra condicionada por esta situação (**Tabela XVI.10 do apêndice XVI**). Assim **não se aceita a Hipótese 4.2** e estes resultados não corroboram os resultados obtidos em outros estudos, como por exemplo os obtidos por Ko e Steward (2002), Williams e Lawson (2001) e Andereck *et al.*, (2005).

Grau de interação residente -visitante

Pressupõe-se uma associação direta entre o grau de interação com o visitante e as percepções positivas face ao evento (**Hipótese 3**).

Os resultados obtidos, através do teste qui-quadrado que permite averiguar se duas variáveis estão relacionadas (**Tabela XVI.12 do apêndice XVI**) permitem observar a existência de associações estatisticamente significativas positivas entre o grau de interação no local de trabalho e a percepção de benefícios económicos do evento. Por sua vez, existe uma associação estatisticamente significativa negativa entre o grau de contacto e alguns impactos económicos

e socioculturais do evento “Aumento da criminalidade”, “Aumento do nível de preços dos bens e serviços” e “Aumenta a sazonalidade do turismo”.

No que respeita à relação entre o grau de contacto entre visitantes e residentes nos espaços públicos e a percepção dos residentes dos impactos do Festival, observou-se, também a existência de diferença estatisticamente significativa positiva entre o grau de interação e a percepção dos impactos socioculturais e económicos positivos do evento. Existindo, no entanto, também, uma diferença estatisticamente significativa positiva entre o grau de interação e a percepção do impacto sociocultural negativo do evento, nomeadamente “Causa desconforto para moradores da cidade” (**Tabela XVI.12 do apêndice XVI**).

Verificou-se ainda em relação ao nível de contacto nos estabelecimentos de restauração e bebidas e as percepções dos impactos do evento a presença de uma diferença estatisticamente significativa positiva de alguns benefícios socioculturais do evento. No entanto, observou-se igualmente uma relação estatisticamente significativa entre o grau de interação e a percepção do impacto negativo económico do evento, como por exemplo “Aumento da sazonalidade do turismo” (**Tabela XVI.12 do apêndice XVI**).

No que se refere ao grau de contacto estabelecido entre os residentes e os visitantes na rua, quando estes últimos pedem informação aos primeiros, constatou-se a existência de associações estatisticamente significativas entre o grau de interação e a percepção de alguns benefícios socioculturais “Melhorias das infraestruturas locais”, “Melhora a imagem da comunidade para os visitantes”, “Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade” e “Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento” e económicos do evento “Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade” e “Aumento do volume de vendas no comércio” e ainda de diferenças significativas em alguns custos do evento, principalmente socioculturais (**Tabela XVI.12 do apêndice XVI**) como “Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis” e “Causa desconforto para moradores da cidade”.

Em termos de associação entre o grau de interação entre os residentes e os visitantes em estabelecimentos comerciais e a percepção dos impactos do evento constatou-se apenas a existência de diferenças estatisticamente significativas relativamente ao benefício sociocultural “Melhora a imagem da comunidade para os visitantes”, observando-se contudo,

também a existência de diferenças estatisticamente entre o grau de interação e a percepção do impacto sociocultural negativo “Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis” (**Tabela XVI.12 do apêndice XVI**).

No que concerne à ligação entre o grau de contacto entre os visitantes e os residentes nos eventos (religiosos, culturais e desportivos) e a percepção dos residentes dos impactos do evento, observou-se através do **Pearson Chi-Square Tests** a existência de diferenças estatisticamente significativas em alguns benefícios socioculturais (**Tabela XVI.12 do apêndice XVI**). Verifica-se ainda diferenças estatisticamente significativas em relação às percepções dos custos socioculturais “Aumento da criminalidade”, “Aumento do congestionamento e tráfego urbano”, “Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros” e “Causa desconforto para moradores da cidade” e nos custos económicos como por exemplo “Aumenta a sazonalidade do turismo” (**Tabela XVI.12 do apêndice XVI**).

Em suma os resultados obtidos com a aplicação do **Pearson Chi-Square Tests** permitiram **aceitar a Hipótese 3**, ao evidenciarem a existência de diferenças estatisticamente significativas entre o grau de interação dos residentes com os visitantes nos diferentes locais apresentados e as percepções positivas dos residentes dos impactos do evento. Estes resultados também se observaram em outros estudos, como por exemplo nos estudos realizados por Carneiro e Eusébio (2007); Andreck *et al.*, (2005) e Weaver e Lawton (2001);

Análise das diferenças estatisticamente significativas das percepções dos impactos do evento de acordo com as atitudes e comportamentos dos residentes

Presume-se que as percepções positivas acerca do evento/turismo estejam diretamente correlacionadas com as atitudes positivas dos residentes face ao desenvolvimento do evento/turismo (**Hipótese 6.1**), enquanto as percepções dos impactos negativos têm um efeito negativo nas atitudes dos residentes (**Hipótese 6.2**).

Os resultados obtidos com a aplicação do coeficiente de correlação¹¹ e apresentados na **Tabela XVI.11 do apêndice XVI** permitem observarem a existência de diferenças

¹¹ O coeficiente de correlação permite medir o grau de associações estatísticas significativas entre variáveis e retirar conclusões sobre a orientação tendencial da relação entre os fenómenos (causa-efeito), Marôco (2011).

estatisticamente significativas entre as percepções dos benefícios socioculturais e económicos e o facto dos benefícios do evento serem superiores aos custos.

No que respeita à relação entre as percepções dos impactos do evento e o facto de os residentes considerarem o Festival de Jazz importante para o desenvolvimento turístico do concelho, observou-se através dos coeficientes de correlação a existência também de uma associação estatisticamente significativa nos benefícios positivos socioculturais e económicos. No entanto, observou-se ainda uma relação estatisticamente significativa entre as percepções de alguns custos económicos e socioculturais do evento e o grau de importância do Festival para o desenvolvimento turístico do concelho como por exemplo “Aumento do nível de preços dos bens e serviços”, “Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros”, “Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis”, “Causa desconforto para moradores da cidade” e “Aumenta a sazonalidade do turismo” (**Tabela XVI.11 do apêndice XVI**).

Relativamente à ligação entre a percepção dos impactos do evento e a atitude de apoio dos residentes face ao desenvolvimento do evento a **Tabela XVI.11 do apêndice XVI** permite presenciar a existência de associações estatisticamente significativas entre as percepções dos residentes dos benefícios económicos e socioculturais, no entanto constatou-se também uma relação estatisticamente significativa em alguns custos sociais e económicos do evento.

Os resultados apresentados na **Tabela XVI.11 do apêndice XVI** permitem observar a existência de uma associação estatisticamente significativa positiva entre as percepções dos benefícios socioculturais e económicos do evento e a atitude de apoio dos residentes face ao desenvolvimento do turismo. No entanto apurou-se também a existência de uma associação significativa entre a percepção do impacto negativo social “Causa desconforto para moradores da cidade” e a atitude de apoio ao desenvolvimento do turismo.

No que respeita a relação entre as percepções dos impactos do evento e a atitude relacionada com a participação ativa dos residentes na divulgação do destino, observou-se, através do coeficiente de correlação, a existência também de uma associação significativa positiva entre as percepções dos benefícios socioculturais e económicos. Contudo observou-se igualmente a existência de uma associação significativa relativamente ao custo social “Aumento do congestionamento e tráfego urbano” (**Tabela XVI.11 do apêndice XVI**).

No que se refere à ligação entre as percepções dos impactos do evento e o ato de procurar informações sobre as decisões do poder público sobre a atividade turística e a conceção de eventos na cidade de Loulé, constatou-se também a existência de associações estatisticamente significativas entre as percepções positivas dos impactos socioculturais e económicos do evento e o ato de procurar informações sobre as decisões do poder público de Loulé. No entanto, notou-se ainda uma relação estatisticamente significativa entre a percepção do custo económico “Aumenta a sazonalidade do turismo” (**Tabela XVI.11 do apêndice XVI**).

Os resultados da análise entre as percepções dos impactos do evento e o ato de sugerir propostas para desenvolver a atividade turística, permitiram observar igualmente a existência de uma associação estatisticamente positiva em relação a alguns benefícios socioculturais e económicos. Contudo foi possível ainda verificar a existência de diferenças significativa entre as percepções do custo económico “Aumenta a sazonalidade do turismo” e o ato de sugerir propostas (**Tabela XVI.11 do apêndice XVI**).

No que se refere à relação entre as percepções dos impactos do evento e o nível dos residentes em participar na dinamização de projetos culturais, observou-se a existência de uma associação estatisticamente positiva apenas entre as percepções dos benefícios socioculturais do Festival e o nível de participação dos residentes em participar na dinamização de projetos culturais (**Tabela XVI.11 do apêndice XVI**).

Quanto à relação entre as percepções dos impactos e ato do residente participar ativamente no planeamento do turismo e de eventos, observa-se, através do coeficiente de correlação a existência de uma associação estatisticamente significativa em relação ao benefício sociocultural “Melhorias das infraestruturas locais” (**Tabela XVI.11 do apêndice XVI**).

Relativamente à ligação entre as percepções dos impactos do turismo e o facto de os residentes participarem na dinamização de projetos turísticos, observou-se a existência de uma associação estatisticamente positiva entre as percepções dos benefícios socioculturais e económicos do evento e a participação dos residentes na dinamização de projetos turísticos (**Tabela XVI.11 do apêndice XVI**).

No que concerne à relação entre as percepções dos impactos do evento e o nível de interesse dos residentes em participar na dinamização de projetos turísticos, observou-se similarmente a

existência de uma associação estatisticamente positiva entre as percepções dos benefícios socioculturais e económicos do evento e o nível do interesse dos residentes em participar na dinamização de projetos turísticos. Verificou-se ainda a evidência de diferenças estatisticamente significativas entre a percepção dos residentes do impacto negativo social “Causa desconforto para moradores da cidade” (**Tabela XVI.11 do apêndice XVI**).

Em suma os resultados obtidos com a aplicação do coeficiente de correlação permitiram aceitar as **Hipótese 6.1 e 6.2**, ao evidenciarem a existência de uma associação estatisticamente significativa positiva entre a percepção dos residentes dos impactos positivos do evento (culturais e económicos) e as atitudes de apoio dos residentes face ao desenvolvimento do evento/turismo. Verificando-se também que as percepções negativas dos impactos socioculturais e económicos do evento estavam inversamente relacionadas com as atitudes de apoio dos residentes face ao desenvolvimento do evento/turismo (ver **Tabela XVI.11 do apêndice XVI**). Estes resultados também se observaram em outros estudos, como por exemplo nos estudos realizados por Andereck et al., 2005 e Lindberg e Johnson, 1997.

7.5 - Análise dos fatores que influenciam as percepções dos comerciantes face ao Festival Internacional de Jazz de Loulé

Para esta análise verificou-se inicialmente a normalidade dos dados para os diferentes grupos em cada uma das questões por forma a verificar a possibilidade da utilização de testes paramétricos encontrando-se as tabelas no **apêndice XVII**.

Uma vez que se rejeita para todas as variáveis e em todos os itens a hipótese da normalidade, vamos proceder às comparações das variáveis através do teste de Mann-Whitney que é o teste alternativo ao teste-t para amostras independentes, caso existam apenas dois grupos, ou o teste de Kruskal Wallis alternativo à Anova, caso existam mais de dois grupos.

Conhecimento do evento

Prevê-se que quanto maior é o conhecimento que os comerciantes detêm da atividade do evento maior é a percepção dos seus impactos positivos. O facto de ter participado no evento leva a uma percepção mais positiva dos impactos do evento (**Hipótese 1**).

Os resultados apresentados na **Tabela XVIII.1** do **apêndice XVIII** possibilitam observar a existência de diferenças significativas para as variáveis “Maior número de jovens que segue a área da música” e “Mais eventos de música (jazz ou outro) ao longo do ano na cidade”, pois a significância é inferior a 0,05.

Perante estes resultados pode-se concluir que para as variáveis que apresentam diferenças estatisticamente significativas os comerciantes que já apoiaram o Festival de Jazz percebem mais impactos positivos socioculturais do que os comerciantes que ainda não patrocinaram o evento.

Estes resultados corroboram os resultados obtidos pelos autores Carneiro e Eusébio, 2007 e Andereck *et al.*, 2005, **logo aceita -se a Hipótese 1.**

Ligação à comunidade

O facto da duração de existência dos estabelecimentos comerciais no concelho poderá influenciar as percepções dos impactos do evento. O exame da literatura permitiu verificar que os comerciantes estabelecidos há mais tempo no concelho tende a perceber mais os custos que os benefícios, pressupondo-se assim que existem diferenças estatisticamente significativas nas percepções dos comerciantes (**Hipótese 2**).

Para analisar esta hipótese procedeu-se previamente à construção das classes 1 a 19, 20 a 38, 39 a 57, 58 a 76 e 77 a 95 com base na regra de Sturges (regra para determinar o número de classes ($K=1+3,3\log.n$) onde K é igual ao número de classes e n é o número de observações).

Com base nos valores da significância do teste de Hruskal-Wallis apenas se verificam diferenças significativas para o impacto “Melhoria e desenvolvimento das infraestruturas (acessos, saúde, saneamento básico, apoio social...) ” para o qual se verifica que os comerciantes estabelecidos no concelho de 1 a 19 anos manifestam uma maior sensibilidade a este impacto, positivo **logo aceita-se a Hipótese.2**. Assim os resultados apresentados na **Tabela XVIII.2** do **apêndice XVIII** comprovam os resultados obtidos por Andereck e Nyaupane (2010), Brunt e Courtney (1999), Haralambopoulos e Pizam (1996) e Weaver e Lawton (2001).

Características sociodemográficas

Pressupõe-se que existem diferenças estatisticamente significativas nas percepções dos comerciantes dos impactos do evento de acordo com as suas características sociodemográficas, designadamente quanto à sua idade e o seu género.

A idade do inquirido poderá influenciar a percepção face ao Festival, esperando-se que os comerciantes com mais idade percecionam mais os impactos negativos do evento (**Hipótese 5.1**). Para analisar esta hipótese procedeu-se precedentemente à criação dos grupos etários (18-24, 25-64, 65 ou mais anos) de acordo com INE. Os resultados obtidos (**Tabela XVIII.3 do apêndice XVIII**) mostram que existem diferenças estatisticamente significativas de acordo com a idade dos inquiridos designadamente para as variáveis “Especulação imobiliária”, “Aumento do nível de preços dos bens e serviços”, “O evento contribui para a coesão social”, “A realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribui para atrair visitantes” e “Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes) ”.

Em consequência dos resultados acima obtidos conclui-se que para as variáveis que apresentam diferenças estatisticamente significativas nos impactos negativos os comerciantes dos 65 ou mais anos são os que apresentam percepções menos favoráveis, logo **não se aceita a Hipótese 5.1**.

Em relação ao género dos comerciantes inquiridos, colocou-se a hipótese nesta dissertação que o sexo feminino é mais propenso para identificar os impactos negativos do evento do que os homens (**Hipótese 5.2**).

Com base nos valores da significância do teste de Mann-Whitney U verificam-se diferenças significativas para os impactos “Existe partilha da experiência de entretenimento durante o evento”, “Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes”, “Aumento da criminalidade”, “Causa desconforto para moradores da cidade”, “Descaraterização da identidade cultural da comunidade”, “Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes) ”, pois a significância é inferior a 0,05, para os quais se verifica que os homens dão uma maior importância aos impactos positivos, enquanto as mulheres são mais propícias a identificar os custos do evento, logo **aceita-se a Hipótese 5.2**. Assim os resultados

apresentados na **Tabela XVIII.4** do **apêndice XVIII** comprovam os resultados obtidos por Williams e Lawson (2001) e Andereck e Nyaupane (2010).

Grau de interação comerciantes-visitantes

Relativamente à análise das diferenças das percepções dos impactos do evento/turismo dos comerciantes de acordo com a interação com os visitantes prevê-se uma associação direta entre o grau de interação com o visitante e as percepções positivas face ao evento (**Hipótese 3**).

Os resultados apresentados na **Tabela XVIII.5** do **apêndice XVIII** permitem observar principalmente a existência de apenas de uma associação estatisticamente significativa positiva entre o grau de interação de fazer amigos com os turistas e a percepção de benefícios sociais “Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade” do evento.

No que se refere ao grau de contacto estabelecido entre os comerciantes e o sintoma à vontade quando sou abordado/a por um visitante e tenho que responder, mesmo que não seja na minha língua constatou-se, a existência de associações estatisticamente significativas entre o grau de interação e a percepção de alguns benefícios económicos “Promove empresas e negócios locais” e sociais “Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade” do evento. No entanto existem ainda diferenças significativas entre o grau de interação e alguns custos do evento, principalmente sociais como “Causa desconforto para moradores da cidade” **Tabela XVIII.5** do **apêndice XVIII**.

Em termos de associação entre o grau de interação entre os comerciantes e gosto de interagir com os turistas e a percepção dos impactos do evento constatou-se que não existem diferenças estatisticamente significativas relativamente aos benefícios e aos custos do Festival Internacional de Jazz de Loulé (**Tabela XVIII.5** do **apêndice XVIII**).

Em síntese os resultados obtidos permitiram aceitar a **Hipótese 3**, ao evidenciarem a existência de diferenças estatisticamente significativas entre o grau de interação dos residentes com os visitantes e as diferentes situações apresentadas e as percepções positivas dos comerciantes dos impactos do evento. Estes resultados também se observaram em outros estudos, como por exemplo nos estudos realizados por Carneiro e Eusébio (2007), Andereck *et al.* (2005) e Weaver e Lawton (2001);

Análise das diferenças estatisticamente significativas das percepções dos impactos do evento de acordo com as atitudes e comportamentos dos comerciantes

Relativamente à análise das diferenças das percepções dos impactos do evento/turismo de acordo e as atitudes e comportamentos dos comerciantes, nesta investigação prevê-se que as percepções positivas acerca do evento/turismo estejam diretamente correlacionadas com as atitudes positivas dos comerciantes face ao desenvolvimento do evento/turismo (**Hipótese 6.1**), enquanto as percepções dos impactos negativos têm um efeito negativo nas atitudes dos comerciantes (**Hipótese 6.2**).

Os resultados apresentados na **Tabela XVIII.5** do **apêndice XVIII** possibilitam observar a existência de diferenças estatisticamente significativas entre as percepções dos comerciantes dos benefícios socioculturais e o facto dos benefícios do evento serem superiores aos custos.

A **Tabela XVIII.5** do **apêndice XVIII** permite observar a existência de uma associação estatisticamente significativa positiva entre as percepções dos benefícios socioculturais e económicos do evento e a atitude de apoio dos comerciantes face ao desenvolvimento do turismo. No entanto apurou-se também que existem diferenças estatisticamente significativa entre a percepção do impacto negativo económico “ Especulação imobiliária” e ainda dos impactos negativos sociais e culturais.

Os resultados da análise entre as percepções dos impactos do evento e o ato de sugerir propostas para desenvolver a atividade turística e cultural na comunidade, permitiram observar igualmente a existência de associações estatisticamente positivas em relação a alguns benefícios sociais, culturais e económicos. Contudo também foi possível verificar a existência de diferenças significativas entre as percepções de custos económicos, sociais e culturais e o ato de sugerir propostas (**Tabela XVIII.5** do **apêndice XVIII**).

Quanto à relação entre as percepções dos impactos e o feito dos comerciantes participarem ativamente no planeamento do turismo, observa-se, através dos valores do coeficiente de correlação a existência apenas de diferenças estatisticamente significativas em relação a benefício culturais “Envolvimento da comunidade no evento” e “A realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribui para atrair visitantes” (**Tabela XVIII.5** do **apêndice XVIII**).

Relativamente à ligação entre as perceções dos impactos do evento e o facto de os comerciantes participarem na dinamização de projetos turísticos e culturais, observou-se também apenas a existência de uma associação estatisticamente positiva entre as perceções dos benefícios culturais “Envolvimento da comunidade no evento” do evento e a participação dos comerciantes na dinamização de projetos turísticos e culturais (**Tabela XVIII.5 do apêndice XVIII**).

Os resultados da análise das associações existentes entre as perceções dos impactos do evento e a vontade de receber mais visitantes demonstraram que existe associações estatisticamente significativas na perceção dos benefícios culturais e sociais do evento (**Tabela XVIII.5 do apêndice XVIII**).

No que se refere à ligação entre a perceção dos impactos do evento e a atitude de apoio dos comerciantes face ao desenvolvimento do evento e de outros eventos artísticos (teatro, música, dança e outros) a **Tabela XVIII.5 do apêndice XVIII** permite observar a existência de associações estatisticamente significativas dos benefícios económicos e sociais e culturais, no entanto apurou-se igualmente uma relação estatisticamente significativa em alguns custos sociais e económicos do evento.

Quanto à relação entre as perceções dos impactos do evento e o nível de participação na divulgação do Festival de Jazz de Loulé, observou-se a existência de uma associação estatisticamente positiva entre as perceções dos benefícios sociais “Ajuda a integrar as pessoas da comunidade” e culturais “ Maior número de jovens que segue a área da música”, no entanto observou-se também a existência de uma associação significativa relativamente ao custo social “Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade (ex. restaurantes, lojas e hotéis)” do Festival e o nível de participação dos comerciantes em participar na dinamização do Festival (**Tabela XVIII.5 do apêndice XVIII**).

No que concerne a relação entre as perceções dos impactos do evento e a atitude relacionada com a participação ativa dos comerciantes na divulgação do destino, observou-se, através do coeficiente de correlação, apenas a existência de uma associação estatisticamente significativa positiva entre as perceções dos benefícios sociais “Ajuda a integrar as pessoas da comunidade”. (**Tabela XVIII.5 do apêndice XVIII**).

Concluindo, os resultados obtidos com a aplicação do coeficiente de correlação permitiram aceitar as **Hipóteses 6.1 e 6.2**, ao evidenciarem a existência de uma associação estatisticamente significativa positiva entre a percepção dos comerciantes dos impactos positivos do evento (sociais, culturais e económicos) e as atitudes de apoio dos comerciantes face ao desenvolvimento do evento/turismo. Verificando-se também que as percepções negativas dos impactos sociais, culturais e económicos do evento estavam inversamente relacionadas com as atitudes de apoio dos comerciantes face ao desenvolvimento do evento/turismo (**Tabela XVIII.5 do apêndice XVIII**). Estes resultados também se observaram em outros estudos, como por exemplo nos estudos realizados por Lindberg e Johnson, 1997)

7.6 – Síntese conclusiva

Este capítulo teve como fim a apresentação dos resultados do estudo empírico e ainda validar o modelo de investigação da percepção dos impactos e das atitudes dos residentes e comerciantes em relação ao Festival Internacional de Jazz de Loulé que foi desenvolvido nesta investigação. O resultado final foi a constituição de 2 amostras (não probabilísticas) composta por 146 residentes e 30 comerciantes respetivamente, o que totaliza um total de 176 inquiridos válidos.

A aplicação dos inquéritos aos residentes da cidade de Loulé permitiu observar que, globalmente, os residentes consideram que o Festival de Jazz tem mais impactos positivos do que negativos, nomeadamente em termos socioculturais económicos, como por exemplo o impacto do evento no “Prestígio internacional da comunidade”, a “Melhoria da imagem da comunidade para os visitantes”, o “Aumento do volume de vendas no comércio e a “Promoção de empresas e negócios locais”. Relativamente aos impactos negativos, observa-se que os residentes não consideram os impactos negativos do evento relevantes, fazendo referência sobretudo ao impacto económico negativo, “Aumento da sazonalidade do turismo”.

Em termos de familiaridade dos residentes com o Festival revela-se uma fraca aderência da comunidade ao evento, no entanto consideram-no importante para o desenvolvimento turístico da cidade e que os benefícios do evento na atividade turística da cidade são superiores aos custos.

Com base nos resultados apresentados pela análise estatística bivariada conclui-se que os fatores que influenciam as perceções dos residentes relativamente aos impactos face ao evento são: o conhecimento do evento, o género, a idade e as habilitações literárias do inquirido, a situação perante o emprego e a interação com o visitante.

Quanto aos comerciantes concluiu-se que estes consideram que o Festival de Jazz tem mais impactos positivos do que negativos, especialmente em termos sociais, culturais e económicos. Quanto aos impactos negativos, os comerciantes apenas referem o impacto económico negativo, “Aumento da sazonalidade do turismo”.

No que diz respeito ao conhecimento do Festival constatou-se que a participação ou apoio dos comerciantes ao evento fez-se sentir principalmente no ano de 2010 e que se baseou essencialmente na ajuda na promoção do evento, o que se traduz numa reduzida participação. Contudo concordam com sua existência e consideram-no importante para o desenvolvimento turístico da cidade, embora o Festival não lhes tenha trazido aumento de clientes.

Os resultados dos testes da análise bivariada permitem concluir que os fatores que influenciam as perceções dos comerciantes relativamente aos impactos do evento são: o conhecimento do evento, a ligação com a comunidade, a idade, o género do inquirido e a interação com os visitantes.

Os resultados evidenciam ainda que apenas para as variáveis “Apoio fortemente o desenvolvimento deste evento”, “Apoio fortemente o desenvolvimento do turismo” e “Impactos económicos negativos” existem diferenças estatisticamente significativas entre as pontuações médias das tipologias (residentes e comerciantes), o que permitiu concluir que os residentes apoiam mais o desenvolvimento do evento e são mais sensíveis aos impactos económicos negativos que os comerciantes, no entanto os comerciantes manifestam atitudes e comportamentos mais favoráveis relativamente ao apoio ao desenvolvimento turístico.

Em termos globais, a perceção dos residentes, comerciantes e entrevistados face aos impactos do Festival de Jazz são maioritariamente positivos e este é considerado como uma mais-valia como um produto de Turismo Cultural integrado no conjunto da oferta turística do concelho e para o desenvolvimento e notoriedade de Loulé. No entanto, o Festival revela pouca atratividade para a população residente.

A análise aos dados recolhidos pela aplicação dos inquéritos aos residentes e comerciantes permitiram esclarecer as hipóteses formuladas no capítulo V, pelo menos, no contexto em que esta investigação se desenvolveu (**Tabela 7.1**).

7.1 – Síntese dos resultados das hipóteses

Hipóteses	Validação	Resultados obtidos
H1 - Os residentes e os comerciantes que possuem maior conhecimento do evento percebem mais impactos positivos.	Aceita-se para os residentes e comerciantes	Os residentes e comerciantes com maior conhecimento do evento percebem mais os impactos positivos.
H2 - Os residentes e os comerciantes que possuem mais tempo de residência/existência na cidade percebem mais impactos negativos do evento ao contrário dos residentes dos comerciantes com menor tempo de residência que percebem mais impactos positivos.	Não se aceita para os residentes mas aceita-se para os comerciantes	Para os residentes o tempo de residência no concelho não influencia a percepção dos impactos do evento. Nos comerciantes verificou-se que são os que possuem menos tempo de existência no concelho que percebem mais impactos positivos.
H3 - Os residentes e os comerciantes que têm maior contacto com o visitante percebem mais impactos positivos do que os restantes residentes.	Aceita-se para os residentes e comerciantes	Verificou-se que o contacto com os visitantes influencia a percepção positiva dos impactos dos residentes e comerciantes.
H4.1 - Os residentes empregados no setor turístico percebem mais os impactos positivos do evento do que os restantes residentes.	Aceita-se parcialmente	Em termos globais são os residentes com uma atividade remunerada e relacionada com o turismo que percebem mais os impactos positivos. No entanto também se verifica uma percepção positiva dos reformados.
H4.2 - Os residentes que têm familiares a trabalhar no setor turístico tem a tendência de perceberem mais impactos positivos do que os residentes que não têm familiares a trabalhar no setor.	Não se aceita	No conjunto dos impactos verificou que este fator apenas influenciou num impacto negativo e dizia respeito aos residentes que tinham respondido não.
H5.1 - Os residentes e os comerciantes mais idosos percebem mais os impactos negativos do evento.	Não se aceita para os residentes nem para os comerciantes	Nos residentes e comerciantes verifica-se que os mais idosos são os que percebem menos os impactos negativos do evento.
H5.2 - Os residentes e os comerciantes do sexo feminino tendem a perceber mais os impactos negativos do evento.	Não se aceita para os residentes mas aceita-se para os comerciantes	Na amostra dos residentes apurou-se que são os homens que percebem mais os impactos negativos. Nos comerciantes confirma-se que realmente as mulheres percebem mais os impactos negativos.
H5.3 - Os residentes com maiores habilitações literárias tendem a perceber mais os impactos positivos do evento.	Não se aceita	Concluiu-se que as habilitações literárias não condicionam a percepção dos impactos positivos. No entanto quanto aos negativos verificou-se que são os residentes sem escolaridade que mais percebem estes impactos.
H5.4 - Os residentes com maior poder aquisitivo percebem mais os impactos positivos do evento.	Não se aceita	As percepções dos impactos do Festival não dependem do rendimento dos residentes.
H6.1 - A percepção positiva dos impactos do turismo/evento está diretamente relacionada com a atitude de apoio face ao turismo/evento.	Aceita-se para os residentes e comerciantes	Aceitam-se para ambas as amostras porque verificou-se a existências das condições referidas na hipótese: percepção positiva dos impactos atitudes de apoio positiva.
H6.2 - A percepção negativa dos impactos do evento/turismo está inversamente relacionada com as atitudes de apoio ao evento e ao turismo.	Aceita-se para os residentes e comerciantes	Aceitam-se para ambas as amostras porque verificou-se a existência das condições referidas na hipótese: percepção negativa dos impactos atitudes de apoio negativa.

Fonte: Elaboração própria.

Respondendo à pergunta de partida expressa no capítulo V, subcapítulo 5.1 deste estudo, sim, é possível os impactos originados pelo Festival Internacional de Jazz de Loulé contribuir para o desenvolvimento da localidade, não isoladamente devido à sua dimensão, mas integrado na rede dos eventos realizados no concelho, contribuindo para a coesão da comunidade e com benefícios essencialmente sociais e culturais, porém não agrega valor significativo no contexto do desenvolvimento económico pois não provoca um fluxo de visitação. Entretanto, para que o evento consiga efetivamente cumprir o seu papel no desenvolvimento da atividade turística em Loulé, há a necessidade de se repensar a questão da sua promoção e divulgação, como também das relações entre os poderes públicos e a iniciativa privada, a fim de que o Festival possa inserir-se competitivamente no mercado turístico da região.

Após conhecer a realidade do Festival de Jazz de Loulé julgou-se pertinente apresentar uma síntese do seu cenário recorrendo à elaboração de uma matriz SWOT, identificando os seus principais pontos fortes e fracos, as oportunidades e ameaças.

Tabela 7.2 – Matriz SWOT do evento

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> • Localização geográfica • Desenvolvimento turístico • Clima • Recursos naturais e culturais • Sucesso do Festival • Conceito • Festival consolidado, com história e tradição • Utilização do voluntariado 	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca afluência de público residente • Ausência de definição do Festival como produto turístico • Falta de apoio e promoção por parte de organismos privados • Falta de coordenação com as atrações e serviços complementares no restante município e municípios vizinhos • Fraca estratégia promocional
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Aumento da procura na área do Turismo Cultural, de Eventos e Criativo • Foco de atração de visitantes com interesse em música e cultura • Oportunidade de criação de parcerias público-privadas • Captação de novos públicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Aparecimento de outros festivais de Jazz com o mesmo conceito na região • Concorrência com outros eventos • Crise económica/falta de investimento

Fonte: Elaboração própria

IV – Considerações finais e recomendações

Capítulo VIII – Considerações finais e recomendações

Ao longo desta dissertação foi desenvolvido um modelo de avaliação dos fatores que influenciam as atitudes e comportamentos dos residentes e dos comerciantes face ao Festival Internacional de Jazz de Loulé, tendo sido aplicado à cidade de Loulé.

Esta avaliação permitiu obter um conjunto de conclusões que se descrevem em torno das seguintes áreas temáticas:

- caracterização teórica para identificar e perceber os impactos económicos e socioculturais da existência de um evento;
- construção de um modelo de avaliação das perceções dos impactos do Festival de Jazz e das atitudes e comportamentos dos residentes e dos comerciantes face ao seu desenvolvimento;
- aplicação do modelo de avaliação das atitudes e comportamentos dos residentes e dos comerciantes da cidade de Loulé.

O trabalho de investigação “Avaliação do impacto de um projeto turístico- cultural: O Festival Internacional de Jazz de Loulé” a nível teórico é constituído por quatro capítulos e concluiu-se que existe uma proliferação de abordagens em torno do Turismo Cultural e da sua abrangência e de eventos e que existem diferentes orientações teóricas ao longo da história. Contudo são setores atualmente defendidos pela sua criatividade e pelo valor económico e de notoriedade que criam nas regiões, o que justifica o surgimento dentro desta área de novos projetos e estratégias de desenvolvimento e a necessidade dos territórios e organizações serem inovadores e competitivos.

Neste contexto os eventos são apontados como complemento ao desenho dos modelos do desenvolvimento turístico, particularmente no desenvolvimento do Turismo Cultural e as evidências teóricas e empíricas apresentadas neste estudo reforçam o que já tem sido publicado sobre a relevância de envolver os residentes e os restantes *stakeholders* nas estratégias de desenvolvimento turístico que são adotadas nos destinos, pois a competitividade e o sucesso destes destinos estão fortemente dependentes da atitude dos *Stakeholder*, principalmente dos residentes.

Apesar de já existir alguma literatura sobre a temática das percepções e atitudes dos residentes e dos comerciantes face ao desenvolvimento dos eventos, o seu estudo ainda é relativamente limitado. A maior parte dos estudos publicados são estudos sobre eventos de grande dimensão o que dificulta a generalização dos resultados para eventos de menor dimensão, principalmente no domínio dos festivais musicais como é o caso do Festival Internacional de Jazz de Loulé.

No entanto também foi possível concluir que existe um consenso nas várias obras sobre este assunto, de que o desenvolvimento turístico ou de eventos deve englobar todos os sujeitos de um destino turístico, de forma a garantir o sucesso e a sustentabilidade desse destino. A concretização deste objetivo passa por um planeamento estratégico que complete políticas socioculturais, económicas e ambientais que beneficiem todas as partes de uma comunidade. Neste sentido, os residentes locais devem assumir um papel preponderante nas políticas e nas estratégias de desenvolvimento turístico porque eles são os “agentes promotores” do desenvolvimento de políticas e de estratégias de desenvolvimento turístico sustentáveis que garantam a minimização dos impactos negativos e a maximização dos benefícios do turismo para as comunidades locais.

Fecha-se o quadro teórico com uma revisão bibliográfica sobre os fatores que influenciam as percepções dos residentes dos impactos dos eventos (económicos, sociais, culturais e ambientais) e consequentemente as suas atitudes e comportamentos. As temáticas trabalhadas evidenciaram a necessidade de se avaliar continuamente as percepções da comunidade local dos impactos dos eventos e do turismo pois, os resultados obtidos poderão auxiliar os responsáveis pela gestão dos destinos no desenvolvimento de estratégias que visem minimizar os impactos negativos do evento, bem como aumentar a tolerância da comunidade em relação ao mesmo.

Comprovou-se ainda a abrangência de alguns modelos utilizados para avaliar as percepções e atitudes dos residentes e dos comerciantes face aos eventos, sendo de referir a teoria da representação social, o modelo de irritação de Doxey, o modelo de Butler e a teoria da troca social. Estes modelos permitiram tirar algumas elações sobre a forma como as atitudes e comportamentos dos residentes e dos comerciantes se formam e construir alguns dos objetivos e hipóteses de investigação a verificar nesta investigação.

Assim, quanto às atitudes dos residentes e comerciantes face ao desenvolvimento do turismo de eventos, provou-se que, a maioria das investigações evidencia que os residentes e comerciantes possuem mais atitudes positivas do que atitudes negativas face ao evento ou ao turismo. As atitudes tal como as perceções podem ser influenciadas por fatores intrínsecos e extrínsecos. A perceção de impactos positivos incentiva atitudes de apoio ao turismo e a perceção de impactos negativos promove atitudes contra o desenvolvimento do turismo.

Na parte empírica do estudo apresenta-se o modelo proposto para avaliar as perceções, atitudes e comportamentos dos residentes e comerciantes face ao Festival Internacional de Jazz de Loulé e os procedimentos metodológicos utilizados na sua aplicação. Após o que se efetua uma breve caracterização geográfica, demográfica, e turística do concelho de Loulé, verificando-se tratar de um concelho com um grande potencial em termos turísticos, dispondo já de alguns recursos turísticos importantes que atrai muitos visitantes a esta região.

Os resultados dos inquéritos realizados aos residentes e comerciantes do concelho de Loulé demonstraram que a nível das perceções dos impactos do evento, que são o tema central desta dissertação, os residentes e comerciantes da cidade de Loulé e ainda os entrevistados percecionam mais impactos económicos positivos do que negativos. Em relação aos impactos sociais e culturais estes apontaram igualmente mais efeitos positivos. Em termos de custos sociais, culturais e económicos, estes são pouco reconhecidos. No entanto os residentes apoiam mais o desenvolvimento do evento e são mais sensíveis aos impactos económicos negativos que os comerciantes, enquanto os comerciantes manifestam atitudes e comportamentos mais favoráveis quanto ao desenvolvimento turístico.

Os resultados empíricos e todo o enquadramento teórico que esteve subjacente à construção do modelo de avaliação das atitudes e comportamentos dos residentes e dos comerciantes face ao Festival Internacional de Jazz de Loulé produziram contribuições para o desenvolvimento do conhecimento nos domínios das perceções dos impactos do evento e das atitudes dos residentes e comerciantes face ao desenvolvimento do mesmo, pois crê-se que este é o primeiro estudo de investigação sobre o Festival de Jazz de Loulé. Por conseguinte, estes resultados representam ainda um contributo relevante para a definição de estratégias de desenvolvimento para o concelho de Loulé.

A justificação da importância do trabalho desenvolvido nesta dissertação materializa-se através dos seguintes contributos:

- Compreender as implicações económicas e socioculturais, positivas e negativas, que o evento proporciona na comunidade;
- Compreender as características e relevância de estudar as perceções e as atitudes dos residentes e dos comerciantes na definição de estratégias de desenvolvimento dos eventos;
- Sistematizar os principais modelos de avaliação das perceções e atitudes dos residentes e dos comerciantes face ao evento;
- Identificar os fatores que influenciam as perceções dos impactos do evento e as atitudes e comportamentos dos residentes e dos comerciantes face ao evento;
- Fornecer contributos para melhorar as reações dos residentes e dos comerciantes face ao desenvolvimento do Festival de Jazz, uma vez que os gestores responsáveis poderão trabalhar para maximizar os impactos positivos e minimizar os impactos negativos percebidos pela população.

Apesar de, ao longo desta dissertação, terem sido realizados procedimentos para minorar as dificuldades encontradas, nem sempre se obteve o sucesso pretendido, daí que o presente trabalho incorpora algumas limitações que estão relacionadas com:

- o tempo para a realização do mesmo, que impossibilitou uma análise mais pormenorizada da literatura sobre o tema;
- o facto dos estudos analisados no âmbito das perceções dos impactos serem, na maioria, relativos a eventos de grande dimensão (ex: os Jogos Olímpicos), considerou-se que existe uma lacuna considerável no que respeita a eventos de menor dimensão, especificamente, no domínio dos festivais musicais.
- a falta de informação estatística e de estudos oficiais sobre o evento em estudo, o que impossibilitou uma recolha de dados mais particularizada e abrangente, obrigando-nos a centrar a investigação na obtenção de dados primários recorrendo a questionários e a entrevistas.
- e o impedimento de aplicação dos questionários pela altura da realização do respetivo Festival.

A investigação é um processo de contínua aprendizagem e conhecimento. O aparecimento dos eventos e as suas implicações no setor do turismo mostra a necessidade de futuras

investigações podendo complementar a análise desta dissertação e que poderiam incidir em perspetivas como: Qual a relação entre os eventos e a segmentação de mercado? Poderá um evento agitar a forma como percebemos um destino?

No que diz respeito ao Festival de Jazz de Loulé seria interessante saber: a inclusão de mais *workshops* e outras atividades criativas poderá descaracterizar a oferta principal do Festival? A motivação principal dos participantes do Festival é o cartaz musical ou continua a ser em primeiro lugar o Sol e Praia? Qual o perfil do participante do Festival de Jazz de Loulé? O que motiva as pessoas a trabalhar voluntariamente no Festival? E ainda avaliar a perceção dos residentes de Loulé dos impactos do evento e as suas atitudes em relação ao desenvolvimento do evento de acordo com a nacionalidade dos residentes, uma vez que existe um número considerável de pessoas oriundas de outros países a residir neste concelho.

Como sugestão adicional para futuras pesquisas, sugere-se a aplicação deste tipo de avaliação dos impactos a outro tipo de eventos que são realizados no concelho de Loulé, possibilitando, deste modo, a sua comparação com os resultados obtidos aqui nesta dissertação. O concelho de Loulé é um cenário rico para tais estudos, dada a grande diversidade existentes entre os eventos realizados, que vão desde comemorações religiosas até diferentes tipos de eventos esportivos e culturais.

Referências Bibliográficas

Allen, L.R., Long, P.T., Perdue, R.R e Kieselbach, S., 1988, *The impact of tourism Development on Residents perceptions of community life*, in *Journal of Travel Research* 27 (1), pp. 16-21.

Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I. e Harris, R., 2002, *Festival and special event management*, John Wiley & Sons Australia, Lda., Sydney (Primeira publicação em 1999).

Allen, Johnny; O'Toole, William; McDonnell, Ian e Harris, Robert, 2003, *Organização e Gestão de Eventos*, Tradução de Marise Philbois Toledo, 7ª reimpressão, Editora Campus, Elsevier, Rio de Janeiro.

Andereck, K.L.; Nyaupane, G. P. , 2010, *Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residentes*, in *Journal of Travel Research*, 50, pp. 248 – 260.

Andereck, Kathleen.L. et. al., 2005, *Residents perceptions of community tourism impacts*, in *Annals of Tourism Research*, 32, pp. 1056-1076.

Andereck, K.; Vogt, C, 2000, *The Relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism Development options*, in *Journal of Travel Research* ,39, pp. 27–36.

Andriotis, K. e Vaughan, R. D., 2003, *Urban residents attitudes toward tourism development: the case of Crete*, in *Journal of Travel Research*, 42, pp. 172-185.

Anuário Estatístico da Região Algarve 2011, Edição 2012, Instituto Nacional de Estatística, I.P., Lisboa.

Ap, J., 1992, *Residents Perceptions of Tourism Impacts*, in *Annals of Tourism Research*, 19 (4), pp. 665–690.

Archer, B.; Cooper, C., 2002, *Os impactos Negativos e positivos do turismo*, Theobald, W. Ed. Turismo Global, Senac, São Paulo.

Augusto Mateus & Associados, 2010, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, apresentação pública do Estudo para o Ministério da Cultura/GPEARI.

Auld, T. e McArthur, S., 2003, *Does events-driven tourism provide economic benefits? A case study from Manawatu region of New Zealand*, in *Tourism Economics*, 9 (2), pp. 191-201.

Baptista, Mário, 1990, *O turismo na economia: uma abordagem técnica, económica social e cultural*, Instituto nacional de formação turística, Lisboa.

Batista, Alexandra Vieira, 2008, *Turismo de Eventos: Desafios prementes da cidade de João Pessoa.*, Universidade de Aveiro: Departamento de Economia Gestão e Engenharia Industrial.

Barañano, A., 2004, *Métodos e Técnicas de Investigação em Gestão: Manual de apoio à realização de trabalhos de investigação*, Edições Sílabo, 1ª edição, Lisboa.

Bell, J., 1993, *Como realizar um projecto de investigação*, Editora Gradiva, 5ª edição, Lisboa.

Bell, J., 2004, *Como realizar um projecto de investigação*, Editora Gradiva, 3ª Edição, Lisboa.

Bodo, C., 1995, *Nuevas Políticas para un turismo cultural sostenible*, em Actas das Jornadas Europeias da Cultura, Lazer e Turismo, Guadalupe, Cáceres.

Bowdin, Glenn; Ncdonnell, Ian; Allen, Johnny e O'Toole, William, 2002, *Events management*, Butterworth Heimemann, Oxford.

Brown, K. e Geddes, R., 2007, *Resorts, culture and music: the Cape Breton tourism cluster*, in *Tourism economics*, 13 (1), pp. 129-141.

Brunt, P., e Courtney, P., 1999, *Host perceptions of sociocultural impact*, in *Annals of Tourism Research*, 26 (3), pp. 493-515.

Butler, R.W., 1980, *The concept of a tourist area life cycle of evolution implications for management of resources*, in *Canadian Geografer*, vol. (24) (1), pp. 5-12.

Buhalis, D., 2000, *Marketing the competitive destination of the future*, in *Tourism Management*, Vol. 21 (1), pp. 97-116.

Byrd, E., Bosley, H. E., e Dronberger, M. G., 2009, *Comparisons of Stakeholder Perceptions of Tourism Impacts in Rural Eastern North Carolina*, in *Tourism Management*, 30, pp. 693 – 703.

Carneiro, M.J.C e Eusébio, C., 2007, *Host perceptions of tourism impacts: analysis na urban destination of Portugal*.

Clark M.; Michael Riley; Ella Wilkie; Roy C. Wood, 1998, *Research and Writing Dissertations*, in *Hospitality and Tourism*, International Thomson Business press, London.

Cohen, E., 1972, *Toward a Sociology of International Tourism*, in *Social Research*, 39 (1), pp. 164-82.

Coon, Dennis, 2006, *Introdução à psicologia: uma jornada*, Tradução de Eliane Kanner, Helena Bononi, Suely Sono, Pioneira Thomson Learning, São Paulo.

Cooper, C., Scott, N. e Kester, J., 2005, *New and emerging markets*, in C. Costa e D. Buhalis (Eds), *Tourism Business Frontiers*. Amesterdão: Elsevier, pp. 19-29.

Cortada, Damián Moragues, 2006, *El diálogo turismo y cultura* in *Revista Pensar Iberoamerica*, nº 8.

Costa, C., 2005, *Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000)*, in *Análise Social*, Vol. XI (175), pp. 279-295.

Cunha, L., 1997, *Economia e Política do Turismo*, McGraw-Hill, Alfragide.

Cunha, L., 2001, *Introdução ao Turismo*, Editora Verbo, Lisboa- São Paulo.

Cunha, L., 2006, *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: Editorial Verbo.

Derret, R., 2000, *Can Festivals brand community Cultural development and cultural tourism simultaneously?*, in *Events Beyond 2000*, pp 120-129 in Allen et al, (2000) Proceedings of Conference on event evaluation, research and education, Sydney, Julho de 2000.

Dias, José, 2010, *Playing Outside: Jazz e Sociedade em Portugal na Perspectiva de Duas Escolas*, Dissertação de Mestrado em Etnomusicologia, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.

Doxey, G. V., 1975, *The causation theory of visitor-resident irritants, methodology, and research inferences*, in Annual conference of the travel research association, San Diego, pp. 195-198.

Doxey, G.V.,1976, *When enough 's enough: the natives are restless in Old Niagara*,in *Heritage Canada*, vol. 2 (2), pp. 26-27.

ECTARC, 1989, *Contribution of the drafting of a chapter of cultural tourism*. Llangollen, Wales: European Centre for Traditional and Regional Cultures.

Eusébio, M. Celeste de A., 2006, *Avaliação do impacto económico do turismo a nível regional: o caso da região central de Portugal*, Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro.

Eusébio, C.; Carneiro, M. J., 2010, *The Relevance of the hosts' perception of tourism impacts on the development of tourism destinations*, Proceedings of International Meeting on Regional Science: The Future of The Cohesion Policy, novembro 2010, Badajoz, Spain.

Ferreira, A. M., 2003, *O turismo como propiciador da regeneração urbana dos centros históricos. O caso de Faro*. Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para a obtenção do grau de Doutora no ramo de Turismo.

Ferreira, A. et al., 2007, *O Evento FCNC 2005 e o Turismo*, Universidade do Algarve, Escola Superior de Gestão e Hotelaria e Turismo, Centro de Estudos da ESGHT, Faro.

Ferreira, L., 2009, *Os impactos do turismo nos destinos turísticos*, in *Percursos & Ideias Revista Científica do IS CET - Nº 1 - 2ª Serie*, pp. 105-116.

Ferreira, C., 2002, *Intermediação Cultural e Grandes Eventos. Notas Para um Programa de Investigação Sobre a Difusão das Culturas Urbanas*, in *Oficina do Centro de Estudos Sociais*, n. 167, Lisboa: CES.

Filipe, Carla Sofia Magalhães, 2009, *Andanças do turismo criativo*, Dissertação apresentada na Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial.

Florida, R., 2002, *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Basic Books, New York.

Fortin, Marie – Fabienne, 2003, *O processo de investigação da concepção à realização*, tradução de Nidia Salgueiro, Lusociência, Loures.

- Foster, D., 1992, *Viagens e turismo, manual de gestão*, in Coleção Hotelaria e Turismo, Edições Cetop, Portugal.
- Fredline, E. e Faulkner, B., 2000, *Host community reactions: a cluster analysis*, in *Annals of Tourism Research*. 27 (3), pp. 763-784.
- Getz, D., 1991, *Festivals, special events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York.
- Getz, Donald, 1997, *Event Management & Event Tourism*, Cognizant Communication Corporation, New York.
- Getz, D., 2001, *O evento Turístico e o dilema da autenticidade*, in Theobald, William (org). Turismo Global. São paulo: Editora SENAC. São Paulo, pp. 423-440.
- Getz, D., 2008, *Event tourism: Definition, evolution and research*, in *Tourism Management*, 29 (2008), pp. 403-428.
- Gil, António Carlos, 1999, *Métodos e Técnicas de pesquisa social*. 5ª Edição. Editora Atlas S.A. São Paulo.
- Goeldner, C., 2009, *Tourism Principles, Practices, Philosophies*, Editora Wiley, John Wiley & Sons, inc, pp. 512-513.
- Goulart, M.; Santos, R. I. C. dos, 1998, *Uma abordagem histórico-cultural do turismo*, in *Revista Turismo – Visão e Ação*, Vol. 1 (1), pp. 19-28.
- Guerra, Ricardo Jorge Da Costa, 2009, *Posicionamento: percepções sobre Viseu e outros destinos da região*, Dissertação de mestrado apresentada à Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial.
- Gunn, C., 1994, *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*, Taylor and Francis, Washington, 3 edição (edição revista) Londres.
- Gursoy, D., Jurowski, C. e Uysal, M., 2002, *Resident Attitudes: A Structural Modeling Approach*, in *Annals of Tourism Research*, 29, pp. 79–105.
- Gursoy, D.; Rutherford, D.G., 2004, *Host attitudes toward tourism: an improved structural model*, in *Annals of tourism Research*, 31(3), pp. 495-516.
- Hall, C., 1992, *Hallmark Tourist Events*, London: Belhaven Press.
- Haley, A.J., Snaith, T., Miller, G, 2005, *The social impacts of tourism: a case study of Bath, UK*, in *Annals of Tourism Research*, 32(3), pp. 647-668.
- Haralambopoulos, N.; Pizam, A., 1996, *Perceived impacts of tourism: the Case of Samos*, in *Annals of Tourism Research*, 23, pp. 503-526.
- Hofstede, G., 1991, *Cultura e Organizações: compreender a nossa programação mental*, Edições Silabo, Lisboa.

ICOMOS, 1999, *Carta Internacional do Turismo Cultural*, Centro de documentação da UNESCO- ICOMOS, 12.^a Assembleia Geral no México, Outubro de 1999.

Ignarra, L. R., 2001, *Fundamentos do Turismo*, Pioneira, S. Paulo.

Inskip, Edward, 1991, *Tourism planning an integrated and sustainable development approach*, Van Nostrand, New York.

Jago, L; R. Shaw, 1998, *Special events: a conceptual and differential framework*, in Festival Management & Event Tourism, 5 (1/2), pp. 21-32.

Jamieson, W., 2000, *The Challenges of Sustainable Community Cultural Heritage Tourism*, Apresentação num Workshop da UNESCO - Culture, Heritage Management and Tourism, Nepal: Asian Institute of Technology.

Ko, Dang W. e Stewart, W., 2002, *A structural equation model of residents attitudes for tourism development*, in Tourism Management 23, pp. 521-530.

Kotler, Philip, 1993, *Administração de marketing: análise, planeamento, implementação e controle*, Tradução de Ailton Bomfim Brandão,; revisão técnica José Antonio Gullo, 3 edição, Atlas, São Paulo.

Kohler, A. F.; Durand, J. C. G., 2007, *Turismo cultural: conceituação, fontes de crescimento e tendências*, in: Revista Turismo – Visão e Ação (Itajaí), Vol. 9, pp. 185-198.

Kuper, A., 2001, *Cultura. La visión de los antropólogos*, Paidós, Barcelona.

Lankford, S.V. e D.R. Howard, 1994, *Developing a tourism impact attitude scale*, in Annals of Tourism Research 21 (1), pp. 121-139.

Lindon, Denis; Lendrevie, Jacques; Rodrigues, Joaquim; Lévi, Julien e Dionísio, Pedro, 2004, *Mercator XXI - teoria e prática do marketing*, 10^a edição, Publicações Dom Quixote, Lisboa.

Lindberg, K.; Johnson, R. L., 1997, *The economic values of tourism's social impacts* , in Annals of Tourism Research, Longmans, London, 24, pp. 90–116.

Madrigal, R., 1993, *A tale of tourism in two cities*, in Annals of Tourism Research, 22, pp. 336-353.

Malhotra, Naresk K., 2001, *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*, Bookman, Porto Alegre.

Marôco, João, 2011, *Análise estatística com o SPSS Statistics*, 5^a edição, Repornumber, Pero Pinheiro.

Matias, M., 2004, *Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas*, Manole, São Paulo

Mathieson, A. e Wall, G., 1990, *Tourism: economic, Physical and social impacts*, Logman Scientific & Technical.

Mathieson, A e Wall, G., 1996, *Turismo. Repercusiones económicas, físicas y sociales*, Trillas, México

Mathieson, A., e Wall, G., (2006), *Tourism: change, impacts and opportunities*, Harlow: Pearson Education

Mcdougall, Gordon H.G. e Munro, H., 1994, *Scaling and attitude measurement in tourism and travel research*. Richie in J.R.B. e Goeldner, C.R.(Eds.), *Travel, tourism, and hospitality research : a handbook for managers and researchers*. 2nd ed. New York : John Wiley, pp. 115-129.

McIntosh, Robert W.; Goeldner, Charles R., Ritchie J.R. Brent., 1995, *Tourism: principles, practices, philosophies*, 7ª edição, Wiley, New York

Mckercher, B. e Du Cros, H., 2002, *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Edição de Haworth Press.

Morgan, N. e Pritchard, A., 1999, *Le gestión de la imagen de los destinos turísticos: la promesa que plantea la técnica de promoción basada en la creación de una imagen de marca particularizada*, in *Papers de turisme*, Agència Valenciana del Turisme, pp. 34-57.

Mossberg, L., 2000, *Evaluation of Events: Scandinavian Experiences*, Cognizant Communication Corporation, New York.

Munsters, W.,1994, *Cultuuroerisme*, Garant, Apeldoorn.

Munsters, W., 2004, *Culture x Tourism: merely a marriage of convenience?* W.J. Munsters, Maastricht, The Netherlands,

Oliveira, E. S., 2006, *Percepção dos autóctones em relação à economia, meio ambiente e ao turismo em Ilhéus*, in IV SEMINTUR – Seminário em Turismo do Mercosul, Universidade Caixas do Sul, Caxias do Sul, RS. Brasil

OMT, 1980, *Tendências de evolução aos níveis mundial, europeu e nacional*, Associação Empresarial de Portugal, Porto.

OMT, 2003, *Turismo Internacional: uma Perspectiva global*, 2. Edição, Bookman. Porto Alegre

OMT, 2005, *City Tourism & Culture - The European Experience*. Madrid: OMT.

Pearce, D., 1989, *Tourist Development*, 2.ª edição, Longman, Harlow.

Pearce, Philip L. e Moscardo, G., 2002, *Análise do turismo comunitário: fazendo as perguntas certas* in Pearce, Douglas G. e Butler, R.W. (Eds.). *Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos*, Contexto, São Paulo.

Pedro, Filipe; Caetano, Joaquim, Christiani Klaus; Rasquilha, Luis, 2005, *Gestão de Eventos*, 1ª edição, Quimera, Lisboa.

- Pelicano, M., 2009, *Festivais de Música – perfil do consumidor e determinantes dos padrões de consumo*, Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro.
- Perdue, R., P. Long, and L. Allen., 1990, *Resident Support for Tourism Development*, in *Annals of Tourism Research* 17, pp. 586–599.
- Pereira, Sónia Pais, 2005, *O papel da atracção turística cultural no desenvolvimento económico regional*, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Pestana, M. e Gageiro, J., 2008, *Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS*, Edições Sílabo, Lisboa.
- Pimentel, E. et al, 2006, *Imagem de Marca de um destino turístico*, in *Turismo – Visão e Acção*, Vol.8 (2), pp. 283-298.
- Prayaga, P., Rolfe, J. e Sinden, J., 2006, *A travel cost analysis of the value of special events: Gemfest in Central Queensland*, in *Tourism Economics*, 12(3), pp. 403-420.
- Prentice, R., 1993, *Tourism and Heritage Attractions*, Routledge, London.
- Poit, Davi Rodrigues, 2006, *Organização de Eventos Esportivos*, 4ª Edição, Editora Phorte, São Paulo.
- Quivy, Raymond; Luc Van Campenhoudt, 1992, *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, 1ª Edição, Gradiva, Lisboa.
- Quivy, R. e Campenhoudt, L., 2008, *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, 5ª edição, Gradiva, Lisboa.
- Reis, Felipa Lopes dos, 2010, *Como Elaborar uma Dissertação de Mestrado Segundo Bolonha*, Practor – Edições de Ciências Sociais e Políticas Contemporâneas, Lisboa.
- Reis, Elizabeth; Melo, Paulo; Andrade, Rosa e Calapez, Teresa, 1996, *Estatística aplicada*, Edições Sílabo, Lisboa.
- Reisinger, Y. e Turner, L., 2004, *Research on Cross-Cultural Behaviour*, in *Tourism*, Nankai University Press, China.
- Reisinger, Y.; Turner, L.W., 2003, *Cross-cultural Behaviour in Tourism*, Elsevier Butterworth Heinemann, Oxford.
- Ribeiro, S. e Ferreira, L., 2009, *As festas populares urbanas: eventos turísticos especiais*, in *Revista Científica Percursos & Ideias*, ISCET, nº 1 – 2ª serie.
- Ribeiro, Manuel Alector dos Santos, 2009, *Atitudes dos residentes face ao desenvolvimento do turismo em Cabo Verde*, Dissertação para obtenção de mestre em Gestão e Desenvolvimento em Turismo, faculdade de Economia, Universidade do Algarve, Faro.
- Richards, G., 1996, *Cultural Tourism in Europe*, ATLAS, CAB International, Wallingford, UK.

- Richards, G., 2009, *Creative Tourism and Local Development*, In Wurzburguer, in R. et al, (editores) in *Creative Tourism A Global Conversation, How to Provide Unique creative experiences for Travelers Worldwide*, Sunstone Press, Santa Fe, New Mexico, pp. 78-90.
- Richards, G. e Wilson, J., 2006, *Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?*, in *Tourism Management*, 27(2006), pp. 1209-1233.
- Richards, G. e Wilson, J., 2007, *Tourism development trajectories: from culture to creativity?*, in Richards, G e Wilson, J. (editores). *Tourism, creativity e development*; Routledge, pp. 1-33.
- Richard Prentice, 2001, *Experiential Cultural Tourism: Museums & the Marketing of the New Romanticism of Evoked Authenticity*, in *Museum Management and Curatorship*, vol.19 (1), pp. 5-26.
- Ritchie, J. e M. Zins, 1978, *Culture as Determinant of the Attractiveness of a Tourism Region*, in *Annals of Tourism Research*, 5 (2), pp. 252-267.
- Ritchie, B.W., & Inkari, Mikko, 2006, *Host Community Attitudes toward Tourism and Cultural Tourism Development: the Case of the Lewes District, Southern England*, in *International Journal of Tourism Research*, 8 (1), pp. 27- 44.
- Ritchie, J.B.R., 1984, *Assessing the impacts of Hallmark events: conceptual and research issues*, in *Journal of Travel Research*, 23, (1), pp. 2-11.
- Robinson, M. e Picard, D., 2006, *Cultural Resources Mobilised in Tourism*, Estudo desenvolvido no âmbito do programa “Culture, tourism and development”: UNESCO
- Roche, M., 2003, *Mega-events, time and modernity: on time structures in global society*, in *Time & Society*, 12, pp. 99-126.
- Ruschmam D., 1997, *Turismo e Planejamento Sustentável- a Protecção do Meio Ambiente*, 5ª Edição, Papirus Editora.
- Ryan, C., e Montegonery, D., 1994, *The attitudes of Bakewell residents to tourism and issues in community responsive tourism*, in *Tourism Management*, 15, (5), pp. 358-369.
- Santana, A., 1997, *Antropologia y turismo*. Ariel, Barcelona.
- Santana, A., 2003, *Mirando culturas: la antropología del turismo*, In Rubio Gil, A. (coord.): *Sociología del turismo*. Ariel, Barcelona, pp. 103-125.
- Sancho, Amparo et al., 2001, *Introdução ao turismo: organização mundial do turismo*, Roca, São Paulo.
- Silberberg, T., 1995, *Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites*, in *Tourism Management*, Vol.16 (5), pp. 361-365.

- Silva, Carla M. Alves, 2011, *A imagem dos destinos turísticos de montanha: olhares dos residentes e dos turistas*, Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro – Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial.
- Small, Katie Elizabeth, 2007, *Understanding The Social Impacts Of Festivals On Communities*. Tese de Doutoramento em Filosofia, University Of Western Sydney,
- Smith, M. e Forest, K., 2009, *Enhancing Vitality or Compromising Integrity? Festivals, Tourism and the Complexities of performing culture*, in *Festivals, Tourism and Social Change - Remaking Worlds*, Editors Picard e Robinson, Channel View publications, pp. 133-151.
- Souza, C. A. M., 2009, *Turismo e desenvolvimento: Percepções e atitudes dos residentes da Serra da Estrela*, Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro – Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial.
- Teye, V., Sonmez, S.F., Sirakaya, E., 2002, *Residents attitudes toward tourism development*, in *Annals of Tourism Research*, 29, pp.668-688.
- Tighe, A., (1986), *The arts/tourism partnership*, in *Journal of Travel Research*, 24, pp. 2-5.
- Tosun, C., 2002, *Host perceptions of impacts: a comparative tourism study*, in *Annals of Tourism Research*, 29 (1), pp. 231-253.
- Tovar, C.; Lockwood M., 2008, *Social impacts of tourism: an Australian regional case study*, in *International Journal of Tourism Research*, 10, pp. 365 – 378.
- Turismo de Portugal, IP, 2011, *O Turismo em 2011*, Direção de Planeamento Estratégico/Departamento de Estudos e Planeamento Edição: Dezembro de 2012.
- Vala, Jorge e Monteiro, Maria Benedicta, 1997, *Psicologia Social*, 3ª Edição, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.
- Veal, A.J., 1992, *Reserch Methods for Leisure and Tourism: a practical guide*, Editora Longman, University of Tchnology, Sdney.
- Vilar, Emílio Rui, 2007, *Sobre a Economia da Cultura*, in *Comunicação & Cultura*, 3, pp. 131-144.
- Walker, M., 2010, *Cities as Creative Spaces for cultural tourism: A plea for the consideration of history*, in *Pasos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 8 Special Issue, pp. 17-26.
- Weaver, D. B.; Lawton, L.L., 2001, *Resident perceptions in the urban-rural Fringe*, in *Annals of Tourism Research*, 28, pp. 439-458.
- Williams, J.; Lawson, R., 2001, *Community issues and resident opinions of tourism*, in *Annals of Tourism Research*, 28, pp. 269–290.

Yin, Robert K., 2005, *Estudo de Caso Planejamento e Métodos*, 3ª Edição, Bookman, Porto Alegre.

Documentos eletrônicos

Areosa, João, 2007, *Atitudes e Comportamentos perante o Risco*, disponível em: http://cis.engenheiros.pt/2007/comunicacoes/Joao_Areosa.pdf. Acedido: 25 de julho de 2013.

Casa da Cultura de Loulé. Disponível em <http://www.ccloule.com>. Acedido agosto de 2103.

Comissão Europeia, (2006, *The Economy of Culture in Europe*, Disponível em http://ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/studies/economy_en.html. Acedido em Agosto de 2013

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S., 2007, *Turismo: princípios e práticas*, 3ª.edição, Bookman, Porto Alegre. Disponível em <http://www.diariodaleitura.com.br/materias/download-do-livro-turismo-principios-e-praticas-pdf-online/>. Acedido em junho de 2013.

ICOMOS (1976), *Carta do Turismo Cultural*. Disponível em http://www.icomos.org/tourism/tourism_charter.html. Acedido em julho de 2013.

IGESPAR, IP, 2011). Disponível em <http://www.igespar.pt/pt/patrimonio/pesquisa/geral/patrimonioimovel/results/?name=&situaton=&catprot=&invtema=&type=&concelho=2856&records=10>. Acedido em agosto de 2013.

Richards, G. (2005). *Cultural Tourism in Europe*. Eletronic format by the Association for Tourism and Leisure Education: www.atlas-euro.org. Acedido em junho de 2013.

UNESCO, *Understanding Creative Industries: cultural statistics for public-policy making*, Unesco. 2006. Disponível em: <<http://www.unesco.org.br>>. Acedido em junho 2013.

APÊNDICES

APÊNDICE I - Comparação entre as diversas classificações de componentes da oferta cultural

Componentes da Oferta cultural	Ritchie e Zins (1978)	Ectarc (1989)	Dgt (1991)	Munsters (1994)	Ignarra, 2001	Ferreira (2003)	Atlas (2004)	Unesco (2006)	Cunha (2006)
Monumentos e Arquitectura	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Museus		X		X	X	X	X	X	
Estações Arqueológicas		X		X	X		X		
Parques e jardins					X				X
Rotas temáticas		X		X					X
Parques temáticos				X	X				
Artesanato	X	X			X		X	X	
Eventos culturais (ex: festivais, feiras)		X	X	X	X	X	X	X	X
Eventos religiosos	X	X	X	X	X		X	X	X
Galerias de arte	X	X	X	X		X	X		X
Tradições Populares e História local	X	X	X	X			X	X	X
Costumes e modos De vida		X	X		X			X	X
Ciência			X		X				
Gastronomia	X				X	X		X	
Trajes tradicionais	X								
Música e dança	X	X	X	X	X	X	X		X
Teatro e cinema		X	X			X	X		X
Língua e estudos	X	X						X	

Fonte: Elaborado pela própria com base das abordagens dos autores referidos no respetivo quadro.

APÊNDICE II - Tipo de informação a recolher através do questionário aos residentes e comerciantes

Tipo de informação	Informação detalhada
Conhecimento da atividade do evento	Residentes - Participação no evento e o número de vezes; Comerciantes - Tipo de apoio e o número de vezes;
Características sociodemográficas	Residentes - Local de residência; naturalidade, duração de residência no concelho, sexo; idade; estado civil; habilitações literárias; rendimento; situação perante o emprego; profissão; Comerciantes – Tipo de estabelecimento, género e idade do inquirido;
Interação do residente e do comerciante - visitante	Nível de contacto
Dependência económica face ao Festival de Jazz e ao sector do turismo	Residentes - Atividade profissional relacionada com o evento ou com o turismo; familiares ou amigos empregues no setor do turismo. Comerciantes – Nível de fluxo de clientes;
Perceção dos residentes e dos comerciantes dos impactos do Festival de Jazz	Perceção sobre os impactos socioculturais e económicos (positivos e negativos) do Festival.
Ligação com a comunidade	Residentes - Naturalidade, tempo de residência no concelho Loulé. Comerciantes – tempo de existência do estabelecimento na cidade.
Atitudes e comportamentos dos residentes e comerciantes face ao evento	Comportamento de apoio do residente e do comerciante face ao desenvolvimento do evento/turismo e da cidade; orgulho e satisfação do residente e do comerciante pela existência do evento no concelho; envolvimento do residente e do comerciante nas questões do concelho.

Fonte: Elaboração própria.

APÊNDICE III - Objetivos de investigação e o tipo de questões incluídas nos questionários

Informação a obter	Tipo de questão	Objetivos	Questão
Questões sobre o conhecimento do evento			
Conhecimento do evento	Residentes	Fechada	Verificar se o fator conhecimento do evento influencia na perceção dos residentes face aos impactos do evento
	Comerciantes	Mista	Verificar se o fator conhecimento do evento influencia na perceção dos comerciantes face aos impactos do evento
Questões sobre a interação residente visitante			
Nível de contacto e satisfação dos residentes na receção do visitante (para residentes e comerciantes)	Fechada (Escala de Likert)	Permite identificar o nível de contacto Permite identificar se existem diferenças na perceção dos residentes conforme o nível de contacto com os visitantes Permite identificar a facilidade com que os residentes recebem mais visitantes	Existência de contacto Locais de contacto Intensidade de contacto Interesse em receber mais visitantes
Questões sobre as perceções dos residentes face ao desenvolvimento do evento			
Perceções sobre os custos e os benefícios socioculturais, e económicos do evento (para residentes e comerciantes)	Fechada (Escala de Likert)	Identificar a perceção do inquirido sobre os efeitos socioculturais e económicos do evento	Na sua opinião, considera que o Festival de Jazz de Loulé contribui para o aparecimento dos seguintes efeitos.
Nível de concordância sobre os benefícios pessoais do evento (para residentes e comerciantes)	Fechada (Escala de Likert)	Verificar se os benefícios pessoais obtidos do evento são superiores aos custos	Em geral, os benefícios que o evento na atividade turística da cidade de Loulé proporciona são superiores aos custos?

Nível de concordância sobre a importância do Festival no desenvolvimento turístico da cidade de Loulé percebidos pelos residentes locais	Residentes	Fechada (Escala de Likert)	Avaliação da perceção da importância do Festival no desenvolvimento turístico da cidade	Em que medida considera o Festival de Jazz importante para o desenvolvimento turístico da Cidade de Loulé.
	Comerciantes	Fechada (Escala de Likert e aberta)	Avaliação da perceção da importância do Festival no desenvolvimento turístico da cidade	Em que medida considera o Festival de Jazz importante para o desenvolvimento da Cidade de Loulé; Indique 2 razões; O Festival trouxe mais clientes; Como verificou esse facto.
Questão sobre a atitude e o comportamento dos residentes face ao desenvolvimento do Festival de Jazz				
Atitudes e comportamentos perante o desenvolvimento do Festival (para residentes e comerciantes)		Fechada (Escala de Likert)	Avaliar a atitude e o comportamento dos residentes perante o desenvolvimento do evento/turismo em termos de apoio e participação.	Atitude e comportamento do residente face ao desenvolvimento do Festival.
Questões sobre as características sociodemográficas dos residentes				
Distância entre o local de residência e as áreas turísticas		Aberta	Compreender se os residentes das áreas de maior densidade turística percebem mais impactos positivos do que os que residem mais distantes	Local de Residência
Naturalidade		Fechada	Compreender se os residentes das áreas de maior densidade turística percebem mais impactos positivos do que os que residem mais distantes	Nasceu no concelho
Duração de residência		Fechada	Identificar a duração de residência	Tempo de residência
Sexo		Fechada	Analisar se existem diferenças nas perceções dos residentes de acordo com o género	Sexo dos inquiridos
Idade		Aberta	Analisar se existem diferenças nas perceções dos residentes de acordo com a idade.	Idade do inquirido
Estado civil		Fechada	Avaliar o efeito do estado civil nas perceções dos indivíduos	Estado civil do inquirido

Habilitações Literárias	Fechada	Analisar se existem diferenças nas percepções dos residentes de acordo com o nível de habilitação literária	Habilitações literárias do inquirido
Situação perante o emprego	Mista	Avaliar o efeito da determinante emprego na percepção dos inquiridos	Situação do inquirido perante o trabalho
Profissão	Aberta	Avaliar as diferenças existentes em termos de percepção dos impactos do turismo de acordo com o tipo de profissão exercida pelo residente	Avaliar as diferenças existentes em termos de percepção dos impactos do turismo de acordo com o tipo de profissão exercida pelo residente
Profissão do membro da família	Mista	Avaliar as diferenças existentes em termos de percepção dos impactos do turismo caso existam familiares dos residentes a exercer uma atividade profissional relacionada com o turismo	Identificar a existência de membros da família a trabalhar no setor turístico
Rendimento	Fechada	Analisar se existem diferenças nas percepções dos residentes de acordo com o seu rendimento	Rendimento líquido médio mensal
Questões sobre o tipo de estabelecimento e as características dos inquiridos			
Tipo de serviço	Fechada	Identificar o tipo de serviço que representa na cidade	Que serviço representa
Duração de existência	Aberta	Identificar a duração de existência na cidade	Tempo de existência
Sexo do inquirido	Fechada	Analisar se existem diferenças nas percepções dos comerciantes de acordo com o género	Sexo dos inquiridos
Idade do inquirido	Aberta	Analisar se existem diferenças nas percepções dos residentes de acordo com a idade.	Idade do inquirido

Fonte: Elaboração própria.

APÊNDICE IV – Grelha incluída nos questionários para avaliar as perceções dos residentes e prestadores de serviços (comerciantes) dos impactos do Festival Internacional de Jazz de Loulé

Perceção dos efeitos do Festival Internacional de Jazz de Loulé
Efeitos económicos Positivos
<ul style="list-style-type: none"> - Origina oportunidades de emprego - Aumento do rendimento dos residentes - Aumento do volume de vendas do comércio - Promove empresas e negócios locais - Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas
Efeitos económicos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> - Aumento do nível de preço dos bens e serviços - Aumento da sazonalidade do turismo
Efeitos socioculturais Positivos
<ul style="list-style-type: none"> - Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade - Melhoria da imagem do concelho e da comunidade para os visitantes - Promove o sentimento de pertença e orgulho na comunidade - Ajuda a integrar as pessoas da comunidade - Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança, festivais, galerias de arte e museus... - Envolvimento da comunidade no evento - Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento - Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes - Prestígio internacional -- Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local - Consciencialização e educação da comunidade - Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento - Melhorias das infraestruturas locais
Efeitos Socioculturais Negativos
<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da criminalidade - Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros - Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis - Causa desconforto para os moradores da cidade - Aumento e congestionamento do tráfego rodoviário e urbano

Fonte: Elaboração própria.

APÊNDICE V – Questionário aos residentes da cidade de Loulé



Questionário aos residentes

Este questionário realiza-se no âmbito de um projeto de investigação do Mestrado em Turismo e Culturas Urbanas, da ESGHT da Universidade do Algarve, que tem como objetivo avaliar os impactos do evento turístico Festival de Jazz de Loulé.

Os resultados obtidos poderão auxiliar entidades públicas e privadas com influência e responsabilidade sobre esta comunidade nas decisões de gestão e desenvolvimento turístico, de forma a minimizar os prejuízos e maximizar os benefícios do desenvolvimento desta atividade, os eventos.

Todas as respostas são confidenciais e destinam-se unicamente à realização desta investigação. A sua colaboração é de extrema importância, pelo que desde já agradeço a sua colaboração.

Muito Obrigada!

Data ___/___/___

Nº de Questionário_____

Conhecimento do Evento

(Assinale com um X a opção que mais se adequa à sua situação ou opinião)

1 - Já alguma vez assistiu ao “Festival de Jazz” Sim[] Não[]

2- Se nunca participou, passe para a pergunta 3.

Se já participou, desde a primeira edição, **entre 1995 e 2012** em que anos participou no “Festival de Jazz”?

1995 [] 1996 [] 1997 [] 1998 [] 1999 [] 2000 [] 2001 [] 2002 [] 2003 [] 2004 []
2005 [] 2006 [] 2007 [] 2008 [] 2009 [] 2010 [] 2011 [] 2012 []

Fatores que contribuem para a interação residente – visitante

3 – Nas seguintes situações com que frequência contata com os visitantes da cidade de Loulé?

(Em cada linha assinale com um X a opção que melhor corresponde à sua opinião)

1 – Muito raramente; 2 – Raramente; 3 – Por vezes; 4 – Frequentemente; 5 – Muito frequentemente

	1	2	3	4	5
No local de trabalho					
Nos espaços públicos (Jardins, praças e outros)					
Estabelecimentos de restauração e bebidas					
Na rua, quando o visitante lhe pede informação					
Estabelecimentos comerciais					
Eventos religiosos					
Eventos culturais					
Eventos desportivos					
Outras. Quais?					

Avaliação da perceção dos residentes face ao Festival de Jazz de Loulé e aos seus impactos

4 - Na sua opinião, considera que o evento “Festival de Jazz de Loulé” contribui para os seguintes aspetos?

(Em cada linha assinale com um X a opção que melhor corresponde à sua opinião)

1 – Discordo completamente; 2 – Discordo; 3 – Não concordo nem discordo; 4 – Concordo; 5 – Concordo completamente

	1	2	3	4	5
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade					
Origina oportunidades de emprego					
Aumento da criminalidade					
Aumento do nível de preços dos bens e serviços					
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local					
Aumento do congestionamento e tráfego urbano					
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento					
Melhorias das infraestruturas locais					
Aumento do volume de vendas no comércio					
Promove empresas e negócios locais					
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas					
Consciencialização e educação da comunidade					
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes					
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade					
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade					
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros					
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis					
Causa desconforto para moradores da cidade					
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança, festivais, galerias de arte e museus ...)					

Envolvimento da comunidade no evento					
	1	2	3	4	5
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento					
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes					
Prestígio internacional					
Aumenta a sazonalidade do turismo					

5 – Em geral, os benefícios que o Festival de Jazz na atividade turística da cidade de Loulé proporciona para os residentes, são superiores aos custos?

(Assinale com o X a opção que mais se aproxima da sua opinião)

Discordo completamente [] Discordo [] Nem concordo nem discordo [] Concordo []

Concordo completamente []

6 - Em que medida considera o “Festival de Jazz” é importante para o desenvolvimento turístico da Cidade de Loulé?

(Assinale com o X a opção que mais se aproxima da sua opinião)

Nada importante [] Pouco importante [] Nem pouco nem muito importante [] Importante []

Muito Importante []

Atitude e comportamento face à realização do Festival de Jazz de Loulé

7 – Atualmente de que forma reage ao desenvolvimento do Festival de jazz?

(Em cada linha assinale com um X a opção que melhor corresponde à sua opinião)

1 – Discordo completamente; 2 – Discordo; 3 – Não concordo nem discordo; 4 – Concordo; 5 – Concordo completamente

	1	2	3	4	5
Apoio fortemente o desenvolvimento deste evento					
Apoio fortemente o desenvolvimento do turismo					
Participo ativamente na divulgação do destino					
Procuo informar-me sobre as decisões do poder público sobre a atividade turística e a conceção de eventos na cidade					
Sugiro novas propostas para melhor desenvolver a atividade turística					
Participo na dinamização de projetos culturais					
Participo ativamente no planeamento do turismo e de eventos					
Participo na dinamização de projetos turísticos					
Tenho interesse em participar na dinamização de projetos turísticos					

Caracterização sociodemográfica do inquirido

8 – Local de Residência _____

9 – Nasceu neste concelho? Sim [] Não []

10 – Há quanto tempo vive neste concelho?

Menos de 1 ano [] De 1 a 5 anos [] Mais de 5 anos []

11 – Sexo: M [] F []

12- – Idade: _____

13 – Estado civil: Solteiro [] Casado/União de facto [] Viúvo [] Divorciado/Separado []

14 - Habilitações Literárias:

Sem escolaridade [] Ensino básico – 1º ciclo [] Ensino Básico – 2º ciclo [] Ensino

Secundário [] Licenciatura [] Pós-graduação [] Mestrado [] Doutoramento []

15 – Situação Perante o trabalho

Estudante [] Empregado(a) por conta de outrem [] Empregado(a) por conta de própria []

Desempregado(a) [] Reformado(a) []

15.1 – Se assinalou a resposta empregado, indique por favor:

A sua profissão _____

Em que tipo de organização trabalha (Ex: Hotel, banco, estabelecimento comercial de venda de artes tradicionais, restaurante, outro): _____

15.2 – Existe algum membro da sua família empregada no sector turístico ou no cultural? (ex.: Hotel, Restaurantes, transporte de passageiros, Agência de viagem, centro culturais e de recreio)

Sim [] Não [] (se respondeu não passe à pergunta 16)

15.2.1- Se sim, qual profissão _____

16 – Qual o valor médio do rendimento líquido mensal do agregado familiar?

0-500 [] 500-1000 [] 1000-2000 [] 2000-4000 [] 4000-6000 [] 6000-8000 []

8000-10000 [] + 10000 []

APÊNDICE VI – Questionário aos comerciantes da cidade de Loulé**Questionário aplicado aos prestadores de serviços da comunidade (comerciantes, alojamento, restaurantes, bares, lojas, etc.) sobre os impactos do Festival de Jazz de Loulé.**

Em Turismo, os impactos são o resultado de interação entre turistas e comunidades recetoras e consistem no conjunto de mudanças na prossecução de eventos provocados pelo desenvolvimento turístico das localidades.

O turismo é uma atividade que envolve pessoas e destinos originando como consequência do seu desenvolvimento efeitos benéficos e nocivos. A perceção desses impactos é de difícil mensuração uma vez que o turismo interage com diversos setores da atividade económica e produz transformações nos aspetos físicos e sociais.

Perante isto, acreditamos que se torna necessário ordenar o conhecimento dos impactos efetivamente criados na cidade de Loulé percebidos pelas pessoas envolvidas com a atividade turística, nomeadamente com o evento “Festival de Jazz” em virtude destes se apresentarem como alicerce para a elaboração desta dissertação.

Este questionário realiza-se no âmbito de um projeto de investigação do Mestrado em Turismo e Culturas Urbanas, da ESGHT da Universidade do Algarve, que tem como objetivo avaliar os impactos do evento turístico “Festival de Jazz de Loulé”.

Os resultados obtidos poderão auxiliar entidades públicas e privadas com influência e responsabilidade sobre esta comunidade nas decisões de gestão e desenvolvimento turístico, e de alguma forma contribuir, para o desenvolvimento sustentável do turismo e do sector dos eventos na cidade de Loulé.

A sua colaboração é indispensável, pois sem ela este estudo seria impossível e garantimos-lhe desde já a confidencialidade de todas as respostas, pelo que desde já agradeço a sua colaboração.

Data ___/___/___

Nº de Questionário_____

1 – Que serviço representa:

Alojamento [] Restaurante [] Bar [] Pastelaria [] Loja de artesanato [] Outra (escrever qual) [] _____

2 – Há quanto tempo existe a empresa _____**3 – Idade do inquirido _____**

4 - Género do inquirido _____

Conhecimento do Evento

5 - Já alguma vez patrocinou ou apoiou o “Festival de Jazz”? Sim[] Não[]

6 - Se nunca o fez, por favor passe para a pergunta 7.

Se sim, desde a primeira edição, entre **1995 e 2012** em que anos o fez?

1995 [] 1996 [] 1997 [] 1998 [] 1999 [] 2000 [] 2001 [] 2002 [] 2003 []

2004 [] 2005 [] 2006 [] 2007 [] 2008 [] 2009 [] 2010 [] 2011 [] 2012 []

6.1 – De que forma apoiou o festival?

7 – O Festival de Jazz trouxe mais clientes? Sim[] Não[]

7.1 – Como verificou esse facto?

8 - Em que medida considera o “Festival de Jazz” importante para o desenvolvimento da Cidade de Loulé? (Assinale com o X a opção que mais se aproxima da sua opinião)

Nada importante [] Pouco importante [] Nem pouco nem muito importante [] Importante []

Muito Importante []

Porquê? (indique 2 razões)

Avaliação da perceção dos comerciantes face ao desenvolvimento do evento e aos seus impactos

9 – Na sua opinião, considera que o evento “Festival de Jazz de Loulé” contribui para os seguintes aspetos? (Assinale com um X a opção que melhor corresponde à sua opinião)

1 – Discordo completamente; 2 – Discordo; 3 – Não concordo nem discordo; 4 – Concordo; 5 – Concordo completamente

Relativamente aos **impactos económicos positivos** do “ Festival de Jazz de Loulé”

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Criação de emprego					
	1	2	3	4	5
Aumento do volume de vendas no comércio					
Incentiva o desenvolvimento de novos investimentos e de empresas					
Aumento da coleta de impostos					
Promove empresas e negócios locais					
A exposição da cidade, devido ao evento, aos media contribui para a sua promoção					

Relativamente aos **impactos económicos negativos** do “ Festival de Jazz de Loulé”

	1	2	3	4	5
Especulação imobiliária					
Aumento do nível de preços dos bens e serviços					
Aumento da sazonalidade turística					
Dependência excessiva do evento					

Relativamente aos **impactos sociais positivos** do “ Festival de Jazz de Loulé”

	1	2	3	4	5
O evento contribui para a coesão social					
Melhoria e desenvolvimento das infraestruturas (acessos, saúde, saneamento básico, apoio social...)					
Aumento do nível de formação de mão-de-obra e incremento da qualidade dos serviços					
Melhora a qualidade de vida					
Consciencialização e educação da comunidade					
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes					
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade					
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade					
Existe partilha da experiência de entretenimento durante o evento					
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes					

Relativamente aos **impactos sociais negativos** do “ Festival de Jazz de Loulé”

	1	2	3	4	5
Aumento da criminalidade					
Aumento do congestionamento e tráfego urbano					
Coloca pressão sobre os serviços públicos (ex. segurança, transportes e outros)					
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade (ex. restaurantes, lojas e hotéis)					
Causa desconforto para moradores da cidade					

Relativamente aos **impactos culturais positivos** do “ Festival de Jazz de Loulé”

	1	2	3	4	5
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento					
Valorização e preservação da herança histórica, social e cultural					
Incremento do interesse pela cultura (ex. teatro, festivais, museus)					
Envolvimento da comunidade no evento					
A realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribui para atrair visitantes					
Criação de grupos de jazz na cidade					
Maior número de jovens que segue a área da música					
Mais eventos de música (jazz ou outro) ao longo do ano na cidade					
Provoca uma maior criatividade nas bandas locais					

Relativamente aos **impactos culturais negativos** do “ Festival de Jazz de Loulé”

	1	2	3	4	5
Descaraterização da identidade cultural da comunidade					
Destruição do património histórico e cultural					
Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes)					
Desmotivação dos grupos de jazz locais por não participarem no Festival					
Menor apoio para os agrupamentos musicais locais por parte da autarquia					

10 - Estou satisfeito por haver o evento no meu Concelho. Sim [] Não []

11 - Sou a favor do aumento de eventos no meu Concelho. Sim [] Não []

12 - Em geral, os benefícios que o Festival de Jazz, na atividade turística da cidade de Loulé, proporciona para os residentes e comerciantes são superiores aos custos?

(Assinale com o X a opção que mais se aproxima da sua opinião)

Discordo completamente [] Discordo [] Nem concordo nem discordo [] Concordo []

Concordo completamente []

Atitude e comportamento face à realização do Festival de Jazz de Loulé

13 – Atitudes e comportamentos face ao desenvolvimento do Festival de Jazz e ao turismo. (Assinale com um X a opção que melhor corresponde à sua opinião)

1 – Discordo completamente; 2 – Discordo; 3 – Não concordo nem discordo; 4 – Concordo; 5 – Concordo completamente

	1	2	3	4	5
Apoio fortemente o desenvolvimento do turismo					
Sugiro novas propostas para melhor desenvolver a atividade turística e cultural na comunidade					
Participo ativamente no planeamento do turismo					
Participo na dinamização de projetos turísticos e culturais					
Faço amizades com os turistas					
Sinto-me à vontade quando sou abordado/a por um visitante e tenho que responder, mesmo que não seja na minha língua					
Gosto de interagir com os turistas					
Gostaria de ver mais turistas na cidade					
Apoio fortemente o desenvolvimento do deste evento e de outros eventos artísticos (teatro, música, dança e outros)					
Participo ativamente na divulgação do Festival de Jazz de Loulé					
Participo ativamente na divulgação do destino					

14 - Se quiser fazer algum comentário ao “Festival de Jazz de Loulé”, deixe aqui a sua opinião:

APÊNDICE VII - Questões comuns colocadas nas entrevistas presenciais e por e-mail

Questão	Autor	Justificação
Quais os pontos fortes e fracos da cidade de Loulé para a realização do Festival de Jazz?	(Getz, 1997); (Ribeiro, S. e Ferreira, L., 2009)	Os eventos são vistos como uma forma de desenvolvimento turístico das regiões onde são realizados.
Na sua opinião o Festival influencia a imagem que a comunidade local e os turistas têm da cidade? De que forma?	(Getz, 1997); (Richards e Wilson, 2006); (Ferreira 2003); (McKercher e Hilary, 2002); (Smith e Forest, 2009)	Os eventos podem concorrer para a revitalização de áreas degradadas das cidades, evidenciados zonas que podem ser favorecidas pelo turismo.
O que faz do Festival de jazz um Festival único e especial?	(Getz, 1997); (Richards e Wilson, 2006),	A questão baseia-se na forma como o evento pode criar experiências únicas e inesquecíveis.
Que fatores contribuem para o sucesso do Festival Jazz. Há algo que o diferencie dos outros que existem no nosso país?	(Getz, 1997); Allen (2002)	Está subentendida as características e os objetivos do evento, contribuindo para impactos positivos como a projeção da imagem, notoriedade e atrativos da região ou destino entre outros.
Percebe se o evento tem impacto no fluxo turístico? Como tem constatado esse facto?	(Getz, 1997);	Estão implícitos os impactos que os eventos poderão ter para a região ou cidade onde são criados.
Que impactos (socioculturais e económicos) têm, na sua opinião a realização do Festival na cidade de Loulé?	(Getz, 1997); (Florida, 2002)	Estão subentendidos os impactos que os eventos poderão ter para a região ou cidade onde são organizados.
Considera que o Festival Jazz contribui como fator diferenciador para a promoção da região e para a qualificação e afirmação da marca Algarve?	(Pimentel <i>et al</i> , 2006); (Getz, 1997)	O processo de formação da imagem de um destino turístico deve permitir constituir uma imagem diferenciadora, como argumentam os autores.
Quanto à comunidade local, como vê a sua participação no evento?	(Getz, 1997); (Walker, 2010); (Richards, 2009); (Ferreira, 2003) e (Allen et al. (2002)	Estão implícitos os impactos que a comunidade percebe face aos eventos e a sua aceitação.
Após estes anos de existência qual o seu sentimento? Como avalia o nível do Festival de Jazz, no contexto nacional e internacional? E como o caracteriza?	(Getz, 1997); (Florida, 2002) Allen et al. (2002)	Estão implícitos os impactos que os eventos poderão ter para a região ou país onde são organizados e a imagem é um deles.
Como vê o trabalho realizado pela Casa da Cultura na área da cultura/eventos	(Getz, 1997); Allen et al. (2002)	Os autores atribuem parte do sucesso dos eventos aos stakeholders e a equipa de trabalho é um deles.
Qual a sua opinião sobre o turismo de eventos?	(Getz, 1997); Allen et al. (2002)	Avaliar a importância do turismo de eventos para os destinos ou regiões.
Considera o Turismo Cultural e os eventos uma atividade benéfica ao desenvolvimento local – Loulé?	Walker, 2010), (Getz, 1997); (Butler, 1980) Allen et al. (2002)	Novamente a referência aos múltiplos impactos dos festivais em especial para a comunidade local e imagem do destino
Apoia ou patrocina o Festival de Jazz? Se sim em que consiste esse de apoio?	(Getz, 1997); Allen et al. (2002)	Os autores fazem referência à importância que os patrocínios têm para um evento e de acordo com o tipo de apoio que lhe é dado o

		valor que este tem para a comunidade e respetivos patrocinadores.
Na sua opinião o Festival Jazz constitui um complemento ao Produto Sol e Praia do Algarve?	(Pimentel <i>et al</i> , 2006); (Richards e Wilson, 2006); (Richards, 1996)	Os autores defendem que os eventos são um complemento aos mercados tradicionais, aqui evidenciado como sol e praia.
Tem alguma indicação se o Festival ao longo destes anos de existência tem contribuído para a criação de grupos de jazz ou na região e para o aumento do número de jovens que seguem a área da música?	(Getz, 1997); Allen et al. (2002)	Novamente a referência aos múltiplos impactos dos festivais em especial para a comunidade local.

Fonte: Elaboração própria.

APÊNDICE VIII - Entrevistas

Entrevista à Câmara Municipal de Loulé na pessoa do Joaquim Guerreiro, Vereador da Cultura da Câmara Municipal de Loulé.

- 1 – O que faz do Festival de Jazz de Loulé um festival único, especial?
- 2 - Na sua opinião que fatores que contribuem para o sucesso do Festival de Jazz. Há algo que o diferencie dos outros que existem no nosso país?
- 3 – Quais os principais pontos fortes e fracos da cidade de Loulé para a realização do evento?
- 4 – A Casa da Cultura ao criar o festival de Jazz colocou-o mais próximo do grande público e possibilitou, ao longo dos anos, o contacto das comunidades (residentes e visitante) com esta forma artística. O que mudou nos públicos e na cidade ao longo destas edições?
- 5 - O festival conseguiu ao longo dos 18 anos fidelizar um público?
- 6 - Percebe se o evento tem impacto no fluxo turístico? Como tem constatado esse fato?
- 7 – Que impacto (sócio-culturais e económicos) tem na sua opinião a realização do Festival de Jazz gera na cidade de Loulé? (Positivos e negativos)
- 8 - Considera que o Festival de Jazz contribui como factor diferenciador para a promoção da região e para a qualificação e afirmação da marca Algarve?
- 9 - Na sua opinião o Festival influencia a imagem que a comunidade local e os turistas têm da cidade? De que forma?
- 10 - Quanto à comunidade local, como vê a sua participação no evento?

11 – Tem alguma indicação se o Festival ao longo destes anos de existência tem contribuído para a criação de grupos de jazz na cidade ou na região e para o aumento do número de jovens que seguem a área da música?

12 - Após estes anos de existência do festival qual o seu sentimento? Como avalia o nível do evento no contexto nacional e internacional? E como o caracteriza?

13 - Apoiar ou patrocina o festival? Se sim, em que consiste esse apoio?

14 – Como vê o trabalho realizado pela CCL na área da cultura/eventos?

15 – De uma forma geral, considera o turismo cultural e os eventos uma atividade benéfica ao desenvolvimento local?

16 – Como caracteriza a cultura da cidade de Loulé?

17 – Na sua opinião a realização do Festival de Jazz constitui um complemento ao Produto Sol e praia do Algarve?

ENTREVISTA À CASA DA CULTURA DE LOULÉ, PROMOTORA E ORGANIZADORA DO “FESTIVAL DE JAZZ DE LOULÉ”.

1 - Na sua opinião como vê o trabalho realizado pela CCL na área da cultura/eventos e a sua importância para a cidade de Loulé?

2 - Quais os eventos mais significativos que a CCL organizou e porquê?

3 - Qual é o que se manifesta com maior sucesso?

4 - Porque surgiu o interesse da CCL em sediar um evento como o Festival de Jazz?

5 – Em sua opinião quais as características que torna o Festival de Jazz de Loulé um festival único e especial?

6 - Na sua opinião que fatores contribuem para o sucesso do Festival de Jazz. Há algo que o diferencie dos outros que existem no nosso país?

7 – Quais os principais pontos fortes e fracos da cidade de Loulé para a realização do evento?

8 - Quais as principais dificuldades que encontraram na operacionalidade do festival?

9 - O objetivo inicial do festival foi pensado para o turista/residente? Percebe se o evento tem impacto no fluxo turístico? Como tem constatado esse fato?

10 - O festival conseguiu ao longo dos 18 anos fidelizar um público?

11 – Que impactos (sócio culturais e económicos) têm na sua opinião a realização do Festival de Jazz na cidade de Loulé? (Positivos e negativos)

12 - Considera que o Festival de Jazz contribui como factor diferenciador para a promoção da região e para a qualificação e afirmação da marca Algarve?

13 - Na sua opinião o Festival influencia a imagem que a comunidade local e os turistas têm da cidade? De que forma?

14 - Quanto à comunidade local, como vê a sua participação no evento?

15 – Tem alguma indicação se o Festival ao longo destes anos de existência tem contribuído para a criação de grupos de jazz na cidade ou na região e para o aumento do número de jovens que seguem a área da música?

16 - Financeiramente, como sobrevive o Festival de Jazz?

17 - Que tipo de apoios e patrocínios o festival tem usufruído?

18 - E relativamente ao Festival de Jazz que tipo de apoios ou que papel desempenham esses órgãos públicos (Câmara Municipal, Direção Regional da Cultura do Algarve e Turismo do Algarve)?

19 - Ao longo dos 18 anos de existência do Festival as receitas têm superado os custos necessários para a conceção do evento? Qual foi a sua evolução ao longo deste período de tempo (aproximadamente)?

20 - Após estes anos de existência do festival qual o seu sentimento? Como avalia o nível do evento no contexto nacional e internacional? E como o caracteriza?

Entrevista à Direção Regional de Cultura do Algarve sobre o Festival Internacional de Jazz de Loulé.

1 – Considera o, Festival de Jazz de Loulé um festival único e especial?

2 - Na sua opinião que fatores contribuem para o sucesso do Festival de Jazz. Há algo que o diferencie dos outros que existem no nosso país?

3 – Quais os principais pontos fortes e fracos da cidade de Loulé para a realização do evento?

4 - Percebe se o evento tem impacto no fluxo turístico? Como tem constatado esse fato?

5 – Que impactos (sócio culturais e económicos) têm, na sua opinião, a realização do Festival de Jazz na cidade de Loulé? (Positivos e negativos).

6 - Considera que o Festival de Jazz contribui como factor diferenciador para a promoção da região e para a qualificação e afirmação da marca Algarve?

7- Na sua opinião o Festival influencia a imagem que a comunidade local e os turistas têm da cidade? De que forma?

8 - Quanto à comunidade local, como vê a sua participação no evento?

9 – Tem alguma indicação se o Festival ao longo destes anos de existência tem contribuído para a criação de grupos de jazz na cidade ou na região e para o aumento do número de jovens que seguem a área da música?

10 - Após estes anos de existência do festival qual o seu sentimento? Como avalia o nível do evento no contexto nacional e internacional? E como o caracteriza?

11 - Como vê o trabalho realizado pela Casa da Cultura de Loulé na área da cultura/eventos?

12 - Qual a sua opinião sobre o turismo de eventos?

13 - De uma forma geral, considera o turismo cultural e os eventos uma atividade benéfica ao desenvolvimento local – Loulé?

14 - Houve por parte da Direção Regional da Cultura do Algarve, algum tipo de planeamento turístico (eventos) para Loulé?

15 - E relativamente ao Festival de Jazz que tipo de apoios ou que papel desempenha a Direção Regional da Cultura do Algarve?

16 - Houve outros projetos relacionados com o turismo em geral e com manifestações culturais em particular?

17 - Na sua opinião a realização do Festival de Jazz constitui um complemento ao produto Sol e Praia do Algarve?

Entrevista a entidades que mantêm uma relação direta com o Festival Internacional de Jazz de Loulé, ao Turismo do Algarve.

1 – Considera o, Festival de Jazz de Loulé um festival único e especial?

2 - Na sua opinião que fatores contribuem para o sucesso do Festival de Jazz. Há algo que o diferencie dos outros que existem no nosso país?

3 – Quais os principais pontos fortes e fracos da cidade de Loulé para a realização do evento?

5 - Percebe se o evento tem impacto no fluxo turístico? Como tem constatado esse fato?

6 – Que impacto (sócio culturais e económicos) tem, na sua opinião, a realização do Festival de Jazz na cidade de Loulé? (Positivos e negativos)

7 - Considera que o Festival de Jazz contribui como fator diferenciador para a promoção da região e para a qualificação e afirmação da marca Algarve?

8- Na sua opinião o Festival influencia a imagem que a comunidade local e os turistas têm da cidade? De que forma?

9 - Quanto à comunidade local, como vê a sua participação no evento?

10 – Tem alguma indicação se o Festival ao longo destes anos de existência tem contribuído para a criação de grupos de jazz na cidade ou na região e para o aumento do número de jovens que seguem a área da música?

11 - Após estes anos de existência do festival qual o seu sentimento? Como avalia o nível do evento no contexto nacional e internacional? E como o caracteriza?

12 - Como vê o trabalho realizado pela Casa da Cultura de Loulé na área da cultura/eventos?

13 - Qual a sua opinião sobre o turismo de eventos?

14 - De uma forma geral, considera o turismo cultural e os eventos uma atividade benéfica ao desenvolvimento local – Loulé?

15 - Houve por parte do Turismo do Algarve, algum tipo de planeamento turístico (eventos) para Loulé?

16 - E relativamente ao Festival de Jazz que tipo de apoios ou que papel desempenha o Turismo do Algarve?

17 - Houve outros projetos relacionados com o turismo em geral e com manifestações culturais em particular?

18 - Na sua opinião a realização do Festival de Jazz constitui uma alternativa/ complemento ao produto Sol e Praia do Algarve?

Entrevista ao primeiro diretor artístico do Festival Internacional de Jazz de Loulé, o músico e compositor Zé Eduardo.

1 – Considera o Festival de Jazz de Loulé um festival único e especial?

2 - Na sua opinião que fatores contribuem para o sucesso do Festival de Jazz. Há algum fator diferenciador dos outros que existem no nosso país?

3 - A Casa da Cultura ao criar o Festival de Jazz colocou-o mais próximo do grande público e possibilitou, ao longo dos anos, o contacto das comunidades (residente e visitante) com esta forma artística. O que mudou nos públicos ao longo destas edições?

4 - O festival conseguiu ao longo dos 18 anos fidelizar um público?

5 - Na sua opinião quais os principais pontos fortes e fracos da cidade de Loulé para a realização do evento?

6 – Que impacto (sócio culturais e económicos) na sua opinião a realização do Festival de Jazz gera na cidade de Loulé? (Positivos e negativos)

7 – Como caracterizaria a programação ao longo dos 18 anos e quais têm sido os motivos diferenciadores e de atracção ao longo das edições?

8 - Considera que o Festival de Jazz contribui como factor diferenciador para a promoção da região e para a qualificação e afirmação da marca Algarve?

9- Na sua opinião o Festival influencia a imagem que a comunidade local e os turistas têm da cidade? De que forma?

10 – Quanto à comunidade local, como via ou vê a sua participação no evento?

11 – Quais os critérios que presidiram à sua programação do Festival de Jazz de Loulé? Nas suas escolhas houve um olhar para bandas residentes no Algarve? Tentou potenciar o encontro entre bandas de “fora” e bandas de “dentro”?

12 - Como diretor artístico do Festival de Jazz de Loulé, quais foram os seus maiores desafios e dificuldades que foi encontrando?

13 – Tem alguma indicação se o Festival ao longo destes anos de existência tem contribuído para a criação de grupos de jazz na cidade ou na região e para o aumento do número de jovens que seguem a área da música?

14 - Como diretor artístico do festival qual o seu sentimento pelo Festival? Como avalia o nível do evento no contexto nacional e internacional? E como o caracteriza?

15 - O José Eduardo tem uma extensa carreira como músico e compositor. Nessa qualidade o que nos pode falar a respeito do Festival de Jazz de Loulé?

Entrevista a Mário Laginha (Diretor artístico do Festival de Jazz de Loulé)

1 – Considera o Festival de Jazz de Loulé um festival único e especial?

2 - Na sua opinião que fatores que contribuem para o sucesso do Festival de Jazz. Há algum fator diferenciador dos outros que existem no nosso país?

3 - A Casa da Cultura ao criar o Festival de Jazz colocou-o mais próximo do grande público e possibilitou, ao longo dos anos, o contacto das comunidades (residente e visitante) com esta forma artística. O que mudou nos públicos ao longo destas edições?

4 - O festival conseguiu ao longo dos 18 anos fidelizar um público?

5 - Na sua opinião quais os principais pontos fortes e fracos da cidade de Loulé para a realização do evento?

6 – Que impacto (sócio culturais e económicos) na sua opinião a realização do Festival de Jazz gera na cidade de Loulé? (Positivos e negativos)

7 – Como caracterizaria a programação ao longo dos 18 anos e quais têm sido os motivos diferenciadores e de atracção ao longo das edições?

8 - Considera que o Festival de Jazz contribui como factor diferenciador para a promoção da região e para a qualificação e afirmação da marca Algarve?

9- Na sua opinião o Festival influencia a imagem que a comunidade local e os turistas têm da cidade? De que forma?

10 – Quanto à comunidade local, como vê a sua participação no evento?

11 – Quais os critérios que presidem à sua programação do Festival de Jazz de Loulé? Nas suas escolhas há um olhar para bandas residentes no Algarve? Ou tenta potenciar o encontro entre bandas de “fora” e bandas de “dentro”?

12 - Como diretor artístico do Festival de Jazz de Loulé, quais foram os seus maiores desafios e dificuldades que foi encontrando?

13 – Tem alguma indicação se o Festival ao longo destes anos de existência tem contribuído para a criação de grupos de jazz na cidade ou na região e para o aumento do número de jovens que seguem a área da música?

14 - Após estes anos como diretor artistico do festival qual o seu sentimento pelo Festival? Como avalia o nível do evento no contexto nacional e internacional? E como o caracteriza?

15 - O Mário Laginha tem uma extensa carreira como músico e compositor. Nessa qualidade o que nos pode falar a respeito do Festival de Jazz de Loulé?

APÊNDICE IX - Termos eleitos para análise de conteúdo

Palavras-chave	Casa da Cultura	Câmara Municipal de Loulé	Direção Regional da cultura do Algarve	Turismo do Algarve	Dir. Artístico José Eduardo	Dir. Artístico Mário Laginha	Total
Evento único, especial e importante	1	6	3	1	1	1	13
Evento cultural	1	1	2	2	0	0	6
Evento com notoriedade	1	6	0	0	0	0	7
Evento com qualidade	1	1	3	0	0	3	8
Longevidade	1	3	3	1	0	1	9
Programação rica	2	1	2	0	1	3	9
Criação de grupos de jazz e jovens músicos	1	1	0	1	2	1	6
Fator diferenciador	1	1	1	1	0	1	5
Festival de referência a nível nacional e internacional	2	2	2	2	0	3	11
Fidelização de públicos	1	1	2	1	1	1	7
Impactos positivos	2	1	1	0	1	1	6
Dinamização da economia	1	2	1	0	1	1	6
Complemento ao Sol e Praia	1	1	1	1	0	0	4
Promoção do destino/Região	1	1	2	0	0	0	4
Trabalho relevante, meritório e importante	2	1	2	1	0	1	7

Fonte: Elaboração própria

APÊNDICE X - Evolução do festival desde a sua criação até à edição de 2012

Ano Edição	Data	Localização	Bandas (nº e nomes)	Afluência (aprox.)
1995-1ª Edição	14, 21 e 28 de Julho	Alcaldaria do Castelo de Loulé	3 - Quarteto Jimmy Currie; J.C. Micelli; Zé Eduardo	150
1996-2ª Edição	19, 26 de Julho e 2 e 9 de Agosto	Cerca do Convento Espirito santo	7 - Banda Camaleão; Ficções; Trio Ricardo Paulino com convidado Jimmy Currie; Trio de Ana Paula Oliveira; Quarteto Jade; Quinteto Pedro Guedes / Joe Chamber Bigband Estaleiro da Musica com Direcção de Zé Eduardo c/ convidado António Mesa; Trio Azimuth com Norma Winstone	500
1997-3ª Edição	18 e 25 de Julho 1 e 8 de Agosto	Cerca do Convento Espirito Santo	7 - Matt Lesters Latin Jazz Quartet; Os Rapazes do Jazz; Quarteto Marcos; Quarteto de Peter King; Quarteto de Savio Araujo; Quinteto de Carlos Barreto; Quarteto de Dewey Redman.	600
1998-4ª Edição	24, 31 de julho e 5, 7, 14 de Agosto	Cerca do Convento Espirito Santo	9 - Portu Jazz; Morreiras Quinteto; Duo Angola-Brasil; Nuno Ferreira Quinteto e Tim Tim por Tim Tum "Diálogos de baterias"; John Nugent Quartet; Trio Telmo palma "marroquino"; The herbie Nichols Project; A Fusão Brasileira: Quinteto de Tuniko Goulart e Trio Sclavis/Romano Taxis.	900
1999-5ª Edição	10, 17, 24, 31 de Julho	Cerca do Convento Espirito Santo	7 - Quinteto Manuela Lopes; Trio Bernardo Sasseti; Dave Weckl Band; New Orleans Jazz Orchestra; Quinteto de Fátima Serro; Big Band (Jazz na Filarmónica); Orquestra de Jazz – Matosinhos.	950
2000-6ª Edição	8, 15, 22, 29 de Julho	Cerca do Convento de Espirito santo	4 - Sexteto Jazz David Sanchez; Ray Brown Trio; Trio de João Paulo Silva; Orquestra Nacional de Jazz de França.	1000
2001-7ª Edição	7, 13, 14, 20, 21, 27, 28	Cerca do Convento Espirito Santo Alcaldaria do Castelo	7 - Ahmad Jamal; Quinteto de Nelson Cascais; Patrícia Colaço; Johnny Griffin Quartet; Ana Alves; Gabriele Van Der Linden Trio; Quinteto de Bernardo Moreira (Homenagem a Carlos paredes)	1000
2002-8ª Edição	13, 19, 20, 26, 27 de Julho e 2 e 3 de Agosto	Cerca do Convento Espirito Santo e Alcaldaria do Castelo	8 - Biréli Lagrène; Gipsy projet; Trio Angola-Brasil; Mário Delgado Projeto Filacteria; The Good Time Jazz Band; The Dave Douglas New Quintet; Quarteto Miguel Martins Portu Jazz; The Monty Alexander Trio.	1100
2003-9ª Edição	5, 11, 12, 18, 19, 25, 26 de Julho	Convento do Espírito Santo	7 - Quinteto Franco Ambrosetti; Quinteto Sávio Araújo; Djangophonie: Florin Niculescu, Latcho Drom e Quatuor Alma; Jazz Off; Quinteto Mário Barreiros; Quarteto Iam Carfrae; Quinteto Benny Golson.	1100

2004-10 ^a Edição	10, 16, 17, 23, 24, 30, 31 de Julho	Cerca do Convento do Espírito Santo Alcaidaria do Castelo	7 - Trio de Joel Trolongue; Gilad Atzmon The orient House Ensemble; Trape Zape Trio; Quinteto de Kenny Barron com Stefon Harris; Quinteto de Jazz do Sul; Quarteto Ibéria; Quinteto de Anne Ducros	1000
2005-11 ^a Edição	9, 15, 16, 22, 23, 29, 30 Julho	Convento do Espírito Santo	7 - Sirkis, Venier e Goloubev Trio; Aníbal Martínez Project; Carlos Bica – Azul; Manuel Beza - Jazz Terceto; Quarteto de Philip Catherine; Tribology: Quinteto de Rodrigo Gonçalves; Quarteto de Chico Freeman.	1000
2006-12 ^a Edição	Julho (8, 15, 22, 29	Cerca do Convento Espírito Santo	7 - Big Band Synthesis; Fátima Serro; Sexteto de Tuniko Goulart; Trupe Vocal; Quinteto de Mário Santos “Bloco de Notas”; TGB; E.S.T. Esbjörn Svensson Trio.	1000
2007-13 ^a Edição	7, 14, 21, 28 e 30 de Julho	Cerca do Convento Espírito Santo e Monumento Duarte Pacheco	5 - Kirk Lightsey Trio; Zé Eduardo Unit; Stacey Kent Quintet; Robert Jan Vermeulen Quartet; Pat Metheny & Brad Mehldau.	1250
2008-14 ^a Edição	5, 25, 26, 27 de Julho	Monumento Duarte Pacheco e Cerca do Convento do Espírito Santo	4 - Pianista Herbie Hancock e o seu quinteto (concerto Allgarve); Quarteto do pianista Júlio Resende; Cymin Samawatie e o seu projecto Cyminology; SF Jazz Collective.	1250
2009-15 ^a Edição	Dias 18, 25 e 26 de Julho e 1 de Agosto	Cerca do Convento Espírito Santo e Monumento Duarte Pacheco	4 - Francesco Cafiso e o Quarteto Italiano; Al di Meola World Sinfonia; Chick Corea & Gary Burton; Trio de Mário Laginha.	1500
2010-16 ^a Edição	17, 23, 30, 31 de Julho	Cerca do Convento do Espírito Santo e Praça Duarte Pacheco	4 - Talking Cows; Bojan Z Tetraband; Géraldine Laurent: Time Out Trio; Concerto Allgarve (McCoy Tyner Trio com convidado especial Joe Lovano).	900
2011-17 ^a Edição	28, 29 e 30 de Julho	Cerca do Convento Espírito Santo	3 - Maria João e Orquestra Jazz de Matosinhos; Richard Galliano Group; Orquestra de Jazz do Algarve - Aaron Parks Trio	600
2012-18 ^a Edição	26, 27 e 28 de julo.	Cine – Teatro Louletano	3 - Quarteto Wakamono; The Mingus Project; Motor: André Fernandes.	245

Fonte: Elaboração própria a partir dos cartazes e do site do evento

APÊNDICE XI - Conjunto de atrações e atividades que o evento foi oferecendo ao longo das edições

Edições do Festival Internacional de Jazz	Atividades/Atrações
Festival de Jazz 1995	Não houve
Festival de Jazz 1996	Não houve
Festival de Jazz 1997	Não houve
Festival de Jazz 1998	<p>Café Concerto em clubes de jazz no Bar bafo de Baco. No fim dos concertos Jam-Session no Bar bafo de Baco com os artistas: Tinici Goulart Trio, Quarteto Miguel Martins, Marenostrum, Quinteto de Patricia Colaço e Quarteto Manuel Soares. Exposição “Jazzimagem”, Fotografia e BD na Casa da Cultura de Loulé. Feira do disco Jazz na casa da cultura de Loulé. Workshops “jazz e improvisação” e “master classe de saxofone” na C.C.L. com John Nugent, Daw Thomson e Doug Weiss.</p>
Festival de Jazz 1999	<p>No fim dos concertos Jam-Session no Bar bafo de Baco com os artistas. Café Concerto em clubes de jazz no Bar bafo de Baco) com os grupos: Paulinho Lemos, Quinteto de Matt Lester e Quarteto manuek Soares /Hugo Alves. Exposição “Jazzimagem”, Fotografia Jazz e Banda Desenhada na Casa da Cultura de Loulé. Feira do disco Jazz na casa da cultura de Loulé.</p>
Festival de Jazz 2000	<p>Espetáculos em Clubes de Jazz Bar Bafo de Baco, Associação Cultural de Boliqueime, Vilamoura Jazz Club. Jam-Session no Bar Bafo de Baco (depois dos concertos). Workshops, cinema no cineteatro, exposições, feira do disco jazz e conferências.</p>
Festival de Jazz 2001	<p>Jam-Session no Bar Quinta das Tílias (depois dos concertos). Exposições e feira do disco jazz</p>
Festival de Jazz 2002	<p>Jam-Session no Bar Bafo de Baco (depois dos concertos) Feira do disco jazz na C.C.L. Exposição de José Carlos Fernandes “ A Pior Banda do Mundo”. Lançamento do livro “O Quiosque da Utopia” na galeria de Arte do Convento Espirito Santo em Loulé</p>
Festival de Jazz 2003	Jam-Session (depois dos concertos).
Festival de Jazz 2004	Jam-Session no interior dos claustros do Convento Espirito Santo (depois dos concertos de sábado).
Festival de Jazz 2005	Exposição no Convento de Stº António
Festival de Jazz 2006	Não houve
Festival de Jazz 2007	Jam-Session no Bar Bafo de Baco (depois dos concertos).
Festival de Jazz 2008	Não houve
Festival de Jazz 2009	Não houve
Festival de Jazz 2010	Não houve
Festival de Jazz 2011	Não houve
Festival de Jazz 2012	Não houve

Fonte: Elaboração própria a partir dos cartazes e do site do evento

APÊNDICE XII - Caracterização da amostra dos residentes

Tabela XII.1 - Género

Género		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	73	50,0	50,0	50,0
	Feminino	73	50,0	50,0	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Tabela XII.2 - Estado civil

Estado civil		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Solteiro	42	28,8	28,8	28,8
	Casado/União de facto	84	57,5	57,5	86,3
	Viúvo	8	5,5	5,5	91,8
	Divorciado/Separado	12	8,2	8,2	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Tabela XII.3 - Habilitações Literárias

Habilitações Literárias		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sem escolaridade	1	,7	,7	,7
	Ensino básico - 1º ciclo	25	17,1	17,1	17,8
	Ensino básico - 2º ciclo	21	14,4	14,4	32,2
	Ensino secundário	60	41,1	41,1	73,3
	Licenciatura	26	17,8	17,8	91,1
	Pós-graduação	4	2,7	2,7	93,8
	Mestrado	8	5,5	5,5	99,3
	Doutoramento	1	,7	,7	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Tabela XII.4 - Situação perante o emprego

Situação perante o emprego	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Estudante	7	4,8	4,8	4,8
Empregado por conta de outrem	73	50,0	50,0	54,8
Valid Empregado por conta própria	31	21,2	21,2	76,0
Desempregado	14	9,6	9,6	85,6
Reformado	21	14,4	14,4	100,0
Total	146	100,0	100,0	

Tabela XII.5 - A sua profissão

A sua profissão	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Fiscal	2	1,4	2,0	2,0
Técnico de contas	3	2,1	3,0	5,0
Técnico de Turismo	3	2,1	3,0	7,9
Motorista	6	4,1	5,9	13,9
Arquiteto	1	,7	1,0	14,9
Técnico de farmácia	1	,7	1,0	15,8
Psicóloga	2	1,4	2,0	17,8
Médico	1	,7	1,0	18,8
Segurança	1	,7	1,0	19,8
Valid Empregada de comércio	17	11,6	16,8	36,6
Comerciante	13	8,9	12,9	49,5
Técnico do Ambiente	1	,7	1,0	50,5
Técnico de telecomunicação	1	,7	1,0	51,5
Professora	4	2,7	4,0	55,4
Administrativa	11	7,5	10,9	66,3
Electricista	2	1,4	2,0	68,3
Fiel de Armazém	1	,7	1,0	69,3
Técnico de manutenção	2	1,4	2,0	71,3
Cozinheiro	1	,7	1,0	72,3
Empregado de mesa	5	3,4	5,0	77,2

Vendedor	1	,7	1,0	78,2
Cabeleireira	2	1,4	2,0	80,2
Engenheira Alimentar	1	,7	1,0	81,2
Pasteleiro	2	1,4	2,0	83,2
Ajudante de cozinha	1	,7	1,0	84,2
Assistente social	1	,7	1,0	85,1
Técnico de eletrónica	1	,7	1,0	86,1
Bancário	1	,7	1,0	87,1
Advogado	3	2,1	3,0	90,1
Engenheiro Topografo	1	,7	1,0	91,1
Artesã	1	,7	1,0	92,1
Artista Plástico	1	,7	1,0	93,1
Distribuidor de gás	1	,7	1,0	94,1
Administrador de rede de dados	1	,7	1,0	95,0
Escriturária	1	,7	1,0	96,0
Assistente legal	1	,7	1,0	97,0
Arqueóloga	1	,7	1,0	98,0
Jardineiro	1	,7	1,0	99,0
Bagageiro	1	,7	1,0	100,0
Total	101	69,2	100,0	
Missing System	45	30,8		
Total	146	100,0		

Tabela XII.6 - Tipo de organização

Tipo de organização		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
	C.M.Loulé	13	8,9	14,9	14,9	
	Escritório de contabilidade	3	2,1	3,4	18,4	
	Posto de Turismo	1	,7	1,1	19,5	
	Farmácia	1	,7	1,1	20,7	
	IPSS	2	1,4	2,3	23,0	
	Hospital	1	,7	1,1	24,1	
	Empresa de segurança	1	,7	1,1	25,3	
	Loja	28	19,2	32,2	57,5	
	Turismo do Algarve	1	,7	1,1	58,6	
	Telecomunicações	1	,7	1,1	59,8	
	Escola	1	,7	1,1	60,9	
	Taxi	3	2,1	3,4	64,4	
	Centro de saúde	1	,7	1,1	65,5	
Valid	Electricidade	1	,7	1,1	66,7	
	Distribuição	1	,7	1,1	67,8	
	Hotel	5	3,4	5,7	73,6	
	Restaurante	8	5,5	9,2	82,8	
	Cabeleireiro	2	1,4	2,3	85,1	
	Industria de pastelaria	3	2,1	3,4	88,5	
	Infantário	1	,7	1,1	89,7	
	EDP	1	,7	1,1	90,8	
	Banco	1	,7	1,1	92,0	
	Escritório de advogados	2	1,4	2,3	94,3	
	Universidade	2	1,4	2,3	96,6	
	Ana Aeroportos	1	,7	1,1	97,7	
	Stand de Automóveis	1	,7	1,1	98,9	
	Instituto de Beleza	1	,7	1,1	100,0	
	Total	87	59,6	100,0		
	Missing	System	59	40,4		
	Total		146	100,0		

Tabela XII.7 - Empregado no setor turístico ou cultural

Empregado no setor turístico ou cultural	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sim	31	21,2	21,2	21,2
Não	115	78,8	78,8	100,0
Total	146	100,0	100,0	

Tabela XII.8 - Profissão

Profissão	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Diretor de Hotel	1	,7	3,2	3,2
Rececionista	6	4,1	19,4	22,6
Barmen -Hotel	3	2,1	9,7	32,3
Empregado de mesa	8	5,5	25,8	58,1
Chefe de lavanderia - Hotel	1	,7	3,2	61,3
Empregada de limpeza - Aeroporto	2	1,4	6,5	67,7
Empregada de quartos - Hotel	3	2,1	9,7	77,4
Cozinheira - Restaurante	2	1,4	6,5	83,9
Técnico de manutenção	1	,7	3,2	87,1
Guia Interprete	1	,7	3,2	90,3
Bagageiro - Hotel	1	,7	3,2	93,5
Comerciante	1	,7	3,2	96,8
Técnico de Turismo	1	,7	3,2	100,0
Total	31	21,2	100,0	
Missing System	115	78,8		
Total	146	100,0		

Tabela XII.9 - Rendimento médio mensal

Rendimento	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0-500	24	16,4	17,1	17,1
500-1000	61	41,8	43,6	60,7
1000-2000	45	30,8	32,1	92,9
Valid 2000-4000	6	4,1	4,3	97,1
6000-8000	2	1,4	1,4	98,6
8000-10000	2	1,4	1,4	100,0
Total	140	95,9	100,0	
Missing System	6	4,1		
Total	146	100,0		

Tabela XII.10 - Idade

N	Valid	146
	Missing	0
Mean		43,79
Median		41,50
Mode		33
Std. Deviation		15,440
	25	31,00
Percentiles	50	41,50
	75	55,25

Tabela XII.11 - Local de residência

Local de residência	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Palmeiral - Loulé	1	,7	,7	,7
Loulé	124	84,9	84,9	85,6
Vilamoura	2	1,4	1,4	87,0
Alfarrobeira - Loulé	1	,7	,7	87,7
Almancil - Loulé	1	,7	,7	88,4
Boliqueime - Loulé	1	,7	,7	89,0
Betunes - Loulé	1	,7	,7	89,7
Valid S. Sebastião - Loulé	1	,7	,7	90,4
Crença - Loulé	2	1,4	1,4	91,8
Quarteira - Loulé	4	2,7	2,7	94,5
Vale de Telheiro - Loulé	1	,7	,7	95,2
S. Clemente - Loulé	2	1,4	1,4	96,6
Salir - Loulé	4	2,7	2,7	99,3
Vale do Lobo - Loulé	1	,7	,7	100,0
Total	146	100,0	100,0	

Tabela XII.12 - Nasceu neste concelho

Nasceu neste concelho	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sim	72	49,3	49,3	49,3
Não	74	50,7	50,7	100,0
Total	146	100,0	100,0	

Tabela XII.13 - Há quanto tempo vive neste concelho

Há quanto tempo vive no concelho	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Menos de 1 ano	3	2,1	2,1	2,1
De 1 a 5 anos	10	6,8	6,8	8,9
Mais de 5 anos	133	91,1	91,1	100,0
Total	146	100,0	100,0	

Tabela XII.14 - Já alguma vez assistiu ao Festival de Jazz

Já alguma vez assistiu ao Festival de Jazz	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sim	43	29,5	29,5	29,5
Não	103	70,5	70,5	100,0
Total	146	100,0	100,0	

Tabela XII.15 - Em que ano participou no Festival

Em que ano participou no Festival	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Em que anos participou no “ 2012	19	10,3%	44,2%
Festival de ^a 2010	17	9,2%	39,5%
2011	14	7,6%	32,6%
1996	11	5,9%	25,6%
2009	11	5,9%	25,6%
1998	10	5,4%	23,3%
1999	10	5,4%	23,3%
2006	10	5,4%	23,3%
2008	10	5,4%	23,3%
1995	9	4,9%	20,9%
1997	9	4,9%	20,9%
2000	8	4,3%	18,6%
2001	8	4,3%	18,6%
2002	8	4,3%	18,6%
2003	8	4,3%	18,6%
2004	8	4,3%	18,6%
2005	8	4,3%	18,6%
2007	7	3,8%	16,3%
Total	185	100,0%	430,2%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Tabela XII.16 - Interação residente-visitante

Locais de interação	Frequência relativa					Estatísticas descritivas	
	Muito raramente	Raramente	Por vezes	Frequentemente	Muito frequentemente	Média	Desvio padrão
No local de trabalho	25,9%	16,8%	14,7%	16,8%	25,9%	3,00	1,56
Nos espaços públicos	18,5%	11,0%	31,5%	25,3%	13,7%	3,05	1,29
Estabelecimentos de restauração e bebidas	15,2%	15,9%	26,9%	30,3%	11,7%	3,08	1,24
Na rua, quando o visitante lhe pede informação	10,3%	13,7%	34,9%	31,5%	9,6%	3,16	1,11
Estabelecimentos comerciais	17,2%	20,7%	37,9%	15,9%	8,3%	2,77	1,16
Eventos religiosos	52,4%	18,2%	18,2%	8,4%	2,8%	1,91	1,14
Eventos culturais	20,5%	21,2%	32,2%	20,5%	5,5%	2,69	1,17
Eventos desportivos	32,6%	21,5%	22,2%	16,0%	7,6%	2,44	1,30

Tabela XII.17 - Avaliação da perceção dos residentes face ao Festival de Jazz de Loulé e aos seus impactos

Perceção dos impactos económicos e socioculturais do evento	Discordo completamente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo completamente	Estatísticas descritivas	
	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Média	Desvio padrão
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	6,8%	13,0%	28,8%	38,4%	13,0%	3,38	1,08
Origina oportunidades de emprego	9,6%	25,3%	38,4%	25,3%	1,4%	2,84	,96
Aumento da criminalidade	45,9%	29,5%	13,0%	11,0%	0,7%	1,91	1,04
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	26,7%	33,6%	19,2%	17,1%	3,4%	2,37	1,15
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	4,1%	11,6%	13,0%	39,0%	32,2%	3,84	1,13
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	12,3%	24,7%	24,0%	30,8%	8,2%	2,98	1,18

Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	1,4%	8,2%	15,8%	39,7%	34,9%	3,99	,98
Melhorias das infraestruturas locais	8,9%	29,5%	32,9%	25,3%	3,4%	2,85	1,01
Aumento do volume de vendas no comércio	6,8%	21,9%	29,5%	39,0%	2,7%	3,09	1,00
Promove empresas e negócios locais	6,8%	21,2%	37,7%	31,5%	2,7%	3,02	,96
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	11,0%	23,3%	45,2%	19,9%	0,7%	2,76	,92
Consciencialização e educação da comunidade	4,1%	12,3%	26,7%	48,6%	8,2%	3,45	,95
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	2,1%	3,4%	15,1%	48,6%	30,8%	4,03	,89
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	0,7%	9,6%	23,3%	42,5%	24,0%	3,79	,94
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	3,4%	13,7%	28,8%	45,9%	8,2%	3,42	,95
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	17,8%	29,5%	19,2%	29,5%	4,1%	2,73	1,18
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	28,8%	32,2%	18,5%	19,2%	1,4%	2,32	1,13
Causa desconforto para moradores da cidade	43,2%	26,7%	19,9%	8,9%	1,4%	1,99	1,06
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	2,1%	4,1%	17,8%	45,2%	30,8%	3,99	,92
Envolvimento da comunidade no evento	2,7%	8,9%	28,8%	43,8%	15,8%	3,61	,95

Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	2,1%	8,2%	28,1%	52,1%	9,6%	3,59	,85
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	2,7%	6,8%	21,2%	54,1%	15,1%	3,72	,90
Prestígio internacional	1,4%	4,1%	21,2%	35,6%	37,7%	4,04	,94
Aumenta a sazonalidade do turismo	8,2%	19,2%	23,3%	36,3%	13,0%	3,27	1,16

Tabela XII.18 - Atitudes dos residentes face ao evento/turismo

Atitudes dos residentes face ao evento	Discordo completamente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo completamente	Estatísticas descritivas	
	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Média	Desvio padrão
Apoio fortemente o desenvolvimento deste evento	2,7%	6,8%	20,5%	32,2%	37,7%	3,95	1,05
Apoio fortemente o desenvolvimento do turismo	0,7%	6,2%	17,1%	35,6%	40,4%	4,09	0,94
Participo ativamente na divulgação do destino	11,6%	19,2%	22,6%	37,7%	8,9%	3,13	1,18
Procuro informar-me sobre as decisões do poder público sobre a atividade turística e a conceção de eventos na cidade	8,9%	17,8%	28,1%	37,7%	7,5%	3,17	1,09
Sugiro novas propostas para melhor desenvolver a atividade turística	12,3%	28,8%	26,7%	25,3%	6,8%	2,86	1,14

Participo na dinamização de projetos culturais	17,8%	31,5%	20,5%	24,7%	5,5%	2,68	1,18
Participo ativamente no planeamento do turismo e de eventos	21,9%	28,8%	21,9%	24,0%	3,4%	2,58	1,17
Participo na dinamização de projetos turísticos	21,2%	31,5%	17,1%	25,3%	4,8%	2,61	1,21
Tenho interesse em participar na dinamização de projetos turísticos	14,4%	13,7%	19,9%	39,0%	13,0%	3,23	1,26

Tabela XII.19 - Em que medida considera o Festival de Jazz é importante para o desenvolvimento turístico da Cidade de Loulé?

	Nada importante	Pouco importante	Nem pouco nem muito importante	Importante	Muito importante	Estatísticas descritivas	
	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Média	Desvio padrão
O Festival de Jazz é importante para o desenvolvimento turístico	0,0%	7,5%	13,7%	46,6%	32,2%	4,03	,87

Tabela XII.20 - Em geral, os benefícios que o Festival de Jazz na atividade turística da cidade de Loulé proporciona aos residentes, são superiores aos custos

	Discordo completamente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo completamente	Estatísticas descritivas	
	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Média	Desvio padrão
Benefícios superiores aos custos	4,8%	11,6%	46,6%	27,4%	9,6%	3,25	0,95

APÊNDICE XIII - Caracterização da amostra dos comerciantes

Tabela XIII.1 - Que serviço representa

Que serviço representa		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Alojamento	2	6,7	6,7	6,7
	Restaurante	4	13,3	13,3	20,0
	Bar	1	3,3	3,3	23,3
	Pastelaria	8	26,7	26,7	50,0
	Loja	15	50,0	50,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabela XIII.2 - Género do inquirido

Género		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	12	40,0	40,0	40,0
	Feminino	18	60,0	60,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabela XIII.3 - Há quanto tempo existe a empresa na comunidade, idade do inquirido

		Há quantos existe a empresa	Idade do inquirido
N	Valid	30	30
	Missing	0	0
Mean		19,50	47,67
Median		12,00	44,50
Mode		8	36 ^a
Std. Deviation		19,335	15,191
Minimum		1	22
Maximum		90	85
Percentiles	25	6,00	36,75
	50	12,00	44,50
	75	27,75	56,50

Tabela XIII.4 - Patrocinou ou apoiou o Festival de Jazz

Apoiou o Festival de Jazz		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	3	10,0	10,0	10,0
	Não	27	90,0	90,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabela XIII.5 - Em que anos fizeram

Em que anos fizeram		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Em que anos o fez ^a	2010	3	17,6%	100,0%
	2003	2	11,8%	66,7%
	2005	2	11,8%	66,7%
	2008	2	11,8%	66,7%
	2009	2	11,8%	66,7%
	2011	2	11,8%	66,7%
	2004	1	5,9%	33,3%
	2006	1	5,9%	33,3%
	2007	1	5,9%	33,3%
	2012	1	5,9%	33,3%
	Total		17	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Tabela XIII.6 - O Festival trouxe mais clientes

O Festival trouxe mais clientes		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	8	26,7	26,7	26,7
	Não	22	73,3	73,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabela XIII.7 - A importância do festival Internacional de Jazz de Loulé para o desenvolvimento da cidade

	Nada importante	Pouco importante	Nem pouco nem muito importante	Importante	Muito importante	Estatística descritiva	
	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Média	Desvio padrão
O Festival é importante para o desenvolvimento da cidade	0,0%	10,0%	13,3%	63,3%	13,3%	3,80	,81

Tabela XIII.8 - Os impactos económicos positivos

Os impactos económicos positivos	Discordo completamente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo completamente	Estatística descritiva	
	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Média	Desvio padrão
Criação de emprego	6,7%	43,3%	30,0%	20,0%	0,0%	2,63	0,89
Aumento do volume de vendas no comércio	23,3%	33,3%	20,0%	23,3%	0,0%	2,43	1,10
Incentiva o desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	13,3%	43,3%	23,3%	20,0%	0,0%	2,50	,97
Aumento da coleta de impostos	6,7%	26,7%	40,0%	20,0%	6,7%	2,93	1,01
Promove empresas e negócios locais	3,3%	26,7%	20,0%	46,7%	3,3%	3,20	1,00
A exposição da cidade, devido ao evento, aos media contribui para a sua promoção	6,7%	10,0%	10,0%	40,0%	33,3%	3,83	1,21

Tabela XIII.9 - Os impactos económicos negativos

Os impactos económicos negativos	Discordo completamente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo completamente	Estatística descritiva	
	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Média	Desvio padrão
Especulação imobiliária	53,3%	33,3%	13,3%	0,0%	0,0%	1,60	,72
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	36,7%	46,7%	6,7%	10,0%	0,0%	1,90	,92
Aumento da sazonalidade turística	26,7%	20,0%	26,7%	20,0%	6,7%	2,60	1,28
Dependência excessiva do evento	36,7%	43,3%	13,3%	3,3%	3,3%	1,93	,98

Tabela XIII.10 - Os impactos sociais positivos

Os impactos sociais positivos	Discordo completamente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo completamente	Estatística descritiva	
	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Média	Desvio padrão
O evento contribui para a coesão social	0,0%	3,3%	36,7%	53,3%	6,7%	3,63	,67
Melhoria e desenvolvimento das infraestruturas (acessos, saúde, saneamento básico, apoio social...)	13,3%	33,3%	43,3%	10,0%	0,0%	2,50	,86
Aumento do nível de formação de mão-de-obra e incremento da qualidade dos serviços	13,3%	33,3%	36,7%	16,7%	0,0%	2,57	,94
Melhora a qualidade de vida	6,7%	23,3%	40,0%	26,7%	3,3%	2,97	,96
Consciencialização e educação da comunidade	3,3%	13,3%	10,0%	63,3%	10,0%	3,63	,96

Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	3,3%	3,3%	10,0%	50,0%	33,3%	4,07	,94
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	0,0%	0,0%	23,3%	63,3%	13,3%	3,90	,61
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	0,0%	0,0%	53,3%	40,0%	6,7%	3,53	,63
Existe partilha da experiência de entretenimento durante o evento	0,0%	0,0%	23,3%	70,0%	6,7%	3,83	,53
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	0,0%	3,3%	13,3%	66,7%	16,7%	3,97	,67

Tabela XIII.11 - Os impactos sociais negativos

Os impactos sociais negativos	Discordo completamente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo completamente	Estatística descritiva	
	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Média	Desvio Padrão
Aumento da criminalidade	43,3%	36,7%	20,0%	0,0%	0,0%	1,77	,77
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	26,7%	33,3%	16,7%	13,3%	10,0%	2,47	1,31
Coloca pressão sobre os serviços públicos (ex. segurança, transportes e outros)	33,3%	33,3%	20,0%	13,3%	0,0%	2,13	1,04
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade (ex. restaurantes, lojas e hotéis)	33,3%	26,7%	23,3%	13,3%	3,3%	2,27	1,17
Causa desconforto para moradores da cidade	50,0%	23,3%	16,7%	6,7%	3,3%	1,90	1,12

Tabela XIII.12 - Impactos culturais positivos

Impactos culturais positivos	Discordo completamente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo completamente	Estatística descritiva	
	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Média	Desvio Padrão
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	0,0%	3,3%	16,7%	56,7%	23,3%	4,00	,74
Valorização e preservação da herança histórica, social e cultural	3,3%	0,0%	13,3%	66,7%	16,7%	3,93	,78
Incremento do interesse pela cultura (ex. teatro, festivais, museus)	0,0%	3,3%	13,3%	53,3%	30,0%	4,10	,76
Envolvimento da comunidade no evento	0,0%	3,3%	43,3%	46,7%	6,7%	3,57	,68
A realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribui para atrair visitantes	0,0%	0,0%	6,7%	50,0%	43,3%	4,37	,61
Criação de grupos de jazz na cidade	0,0%	6,7%	46,7%	40,0%	6,7%	3,47	,73
Maior número de jovens que segue a área da música	0,0%	0,0%	56,7%	33,3%	10,0%	3,53	,68
Mais eventos de música (jazz ou outro) ao longo do ano na cidade	3,3%	3,3%	26,7%	33,3%	33,3%	3,90	1,03
Provoca uma maior criatividade nas bandas locais	0,0%	3,3%	40,0%	43,3%	13,3%	3,67	,76

Tabela XIII.13 - Impactos culturais negativos

Impactos culturais negativos	Discordo completamente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo completamente	Estatística descritiva	
	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Média	Desvio padrão
Descaraterização da identidade cultural da comunidade	50,0%	36,7%	13,3%	0,0%	0,0%	1,63	,72
Destruição do património histórico e cultural	56,7%	30,0%	6,7%	6,7%	0,0%	1,63	,89
Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes)	26,7%	53,3%	16,7%	3,3%	0,0%	1,97	,76
Desmotivação dos grupos de jazz locais por não participarem no Festival	23,3%	46,7%	26,7%	3,3%	0,0%	2,10	,80
Menor apoio para os agrupamentos musicais locais por parte da autarquia	13,3%	23,3%	53,3%	6,7%	3,3%	2,63	,93

Tabela XIII.14 - Estou satisfeito por haver o evento no meu Concelho

Estou satisfeito por haver o evento no meu Concelho		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	30	100,0	100,0	100,0

Tabela XIII.15 - Sou a favor do aumento de eventos no meu Concelho

Sou a favor do aumento de eventos no meu concelho		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	30	100,0	100,0	100,0

Tabela XIII.16 - Em geral, os benefícios que o Festival de Jazz na atividade turística da cidade de Loulé proporciona à comunidade, são superiores aos custos

	Discordo completamente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo completamente	Estatística descritiva	
	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Média	Desvio Padrão
Benefícios superiores aos custos	3,3%	6,7%	36,7%	50,0%	3,3%	3,43	,82

Tabela XIII.17 - Atitudes e comportamentos face ao evento/turismo

Atitudes e comportamentos face ao evento/turismo	Discordo completamente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo completamente	Estatística descritiva	
	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Row N %	Média	Desvio Padrão
Apoio fortemente o desenvolvimento do turismo	0,0%	0,0%	10,0%	23,3%	66,7%	4,57	,68
Sugiro novas propostas para melhor desenvolver a atividade turística e cultural na comunidade	16,7%	30,0%	16,7%	20,0%	16,7%	2,90	1,37

Participo ativamente no planeamento do turismo	16,7%	46,7%	16,7%	10,0%	10,0%	2,50	1,20
Participo na dinamização de projetos turísticos e culturais	13,3%	43,3%	20,0%	16,7%	6,7%	2,60	1,13
Faço amizades com os turistas	0,0%	10,0%	10,0%	53,3%	26,7%	3,97	,89
Sinto-me à vontade quando sou abordado/a por um visitante e tenho que responder, mesmo que não seja na minha língua	0,0%	3,3%	16,7%	53,3%	26,7%	4,03	,76
Gosto de interagir com os turistas	0,0%	0,0%	3,3%	70,0%	26,7%	4,23	,50
Gostaria de ver mais turistas na cidade	0,0%	0,0%	3,3%	33,3%	63,3%	4,60	,56
Apoio fortemente o desenvolvimento do deste evento e de outros eventos artísticos (teatro, música, dança e outros)	0,0%	0,0%	6,7%	23,3%	70,0%	4,63	,61
Participo ativamente na divulgação do Festival de Jazz de Loulé	10,0%	43,3%	13,3%	20,0%	13,3%	2,83	1,26
Participo ativamente na divulgação do destino	13,3%	20,0%	23,3%	23,3%	20,0%	3,17	1,34

APÊNDICE XIV - Análise das questões comuns a residentes e comerciantes

Tabela XIV.1 - Tests of Normality

Impactos do evento	Tipologia	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Benefícios superiores aos custos	Residente	,235	146	,000	,889	146	,000
	Comerciante	,289	30	,000	,818	30	,000
O "Festival de Jazz" é importante para o desenvolvimento turístico	Residente	,272	146	,000	,823	146	,000
	Comerciante	,365	30	,000	,781	30	,000
Apoio fortemente o desenvolvimento deste evento	Residente	,217	146	,000	,840	146	,000
	Comerciante	,279	30	,000	,867	30	,001
Apoio fortemente o desenvolvimento do turismo	Residente	,238	146	,000	,824	146	,000
	Comerciante	,405	30	,000	,656	30	,000
Participo ativamente na divulgação do destino	Residente	,236	146	,000	,891	146	,000
	Comerciante	,166	30	,034	,905	30	,011
Sugiro novas propostas para melhor desenvolver a atividade turística	Residente	,185	146	,000	,911	146	,000
	Comerciante	,211	30	,002	,893	30	,006
Participo na dinamização de projetos culturais	Residente	,212	146	,000	,898	146	,000
	Comerciante	,269	30	,000	,885	30	,004
Participo ativamente no planeamento do turismo e de eventos	Residente	,197	146	,000	,891	146	,000
	Comerciante	,295	30	,000	,851	30	,001
Participo na dinamização de projetos turísticos	Residente	,220	146	,000	,886	146	,000
	Comerciante	,269	30	,000	,885	30	,004
Impactos Culturais Positivos	Residente	,138	146	,000	,958	146	,000
	Comerciante	,196	30	,005	,918	30	,024
Impactos Economicos Negativos	Residente	,153	146	,000	,959	146	,000
	Comerciante	,124	30	,200*	,918	30	,024
Impactos Economicos Positivos	Residente	,121	146	,000	,967	146	,001
	Comerciante	,148	30	,091	,950	30	,172
Impactos Sociais Negativos	Residente	,088	146	,008	,969	146	,002
	Comerciante	,108	30	,200*	,939	30	,085
Impactos Sociais Positivos	Residente	,081	146	,021	,973	146	,006
	Comerciante	,198	30	,004	,937	30	,074

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Tabela XIV.2 - Valores da significância do teste de Mann-Whitney U

	Sig.
Benefícios superiores aos custos	0,205
O "Festival de Jazz" é importante para o desenvolvimento turístico	0,120
Apoio fortemente o desenvolvimento deste evento	0,000
Apoio fortemente o desenvolvimento do turismo	0,007
Participo ativamente na divulgação do destino	0,884
Sugiro novas propostas para melhor desenvolver a atividade turística	0,956
Participo na dinamização de projetos culturais	0,699
Participo ativamente no planeamento do turismo e de eventos	0,635
Participo na dinamização de projetos turísticos	0,995
Impactos Culturais Positivos	0,940
Impactos Económicos Negativos	0,002
Impactos Económicos Positivos	0,474
Impactos Sociais Negativos	0,076
Impactos Sociais Positivos	0,912

Tabela XIV.3 – Apoio ao desenvolvimento do evento/turismo

	Tipologia	Mean	Mode	Median	Standard Deviation
Apoio fortemente o desenvolvimento deste evento	Residente	3,95	5,00	4,00	1,05
	Comerciante	2,83	2,00	2,00	1,26
Apoio fortemente o desenvolvimento do turismo	Residente	4,09	5,00	4,00	0,94
	Comerciante	4,57	5,00	5,00	0,68
Impactos Económicos Negativos	Residente	2,82	3,00	3,00	,90
	Comerciante	2,25	2,00	2,25	,90

**APÊNDICE XV – Testes de normalidade dos dados e para os diferentes grupos
(amostra dos residentes)**

Teste de normalidade para impactos em função do conhecimento do evento

Tests of Normality

Impactos do evento	Já alguma vez assistiu ao Festival de Jazz	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	Sim	,263	43	,000	,832	43	,000
	Não	,226	103	,000	,896	103	,000
Origina oportunidades de emprego	Sim	,281	43	,000	,877	43	,000
	Não	,192	103	,000	,883	103	,000
Aumento da criminalidade	Sim	,286	43	,000	,743	43	,000
	Não	,259	103	,000	,804	103	,000
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	Sim	,253	43	,000	,829	43	,000
	Não	,219	103	,000	,889	103	,000
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	Sim	,299	43	,000	,773	43	,000
	Não	,300	103	,000	,840	103	,000
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	Sim	,214	43	,000	,891	43	,001
	Não	,205	103	,000	,907	103	,000
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	Sim	,298	43	,000	,717	43	,000
	Não	,256	103	,000	,863	103	,000
Melhorias das infraestruturas locais	Sim	,194	43	,000	,912	43	,003
	Não	,184	103	,000	,891	103	,000
Aumento do volume de vendas no comércio	Sim	,215	43	,000	,905	43	,002
	Não	,269	103	,000	,846	103	,000
Promove empresas e negócios locais	Sim	,291	43	,000	,862	43	,000
	Não	,214	103	,000	,886	103	,000
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	Sim	,246	43	,000	,898	43	,001
	Não	,266	103	,000	,863	103	,000
Consciencialização e educação da comunidade	Sim	,286	43	,000	,867	43	,000
	Não	,288	103	,000	,845	103	,000
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	Sim	,278	43	,000	,731	43	,000
	Não	,301	103	,000	,829	103	,000
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Sim	,283	43	,000	,798	43	,000
	Não	,233	103	,000	,887	103	,000
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	Sim	,330	43	,000	,807	43	,000
	Não	,247	103	,000	,888	103	,000
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	Sim	,227	43	,000	,890	43	,001
	Não	,215	103	,000	,885	103	,000
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	Sim	,228	43	,000	,826	43	,000
	Não	,222	103	,000	,877	103	,000
Causa desconforto para moradores da cidade	Sim	,298	43	,000	,716	43	,000
	Não	,238	103	,000	,843	103	,000
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	Sim	,291	43	,000	,758	43	,000
	Não	,259	103	,000	,853	103	,000
Envolvimento da comunidade no evento	Sim	,235	43	,000	,894	43	,001
	Não	,264	103	,000	,872	103	,000
Existe uma partilha da	Sim	,296	43	,000	,830	43	,000

experiência de entretenimento durante o evento	Não	,297	103	,000	,840	103	,000
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	Sim	,296	43	,000	,791	43	,000
	Não	,310	103	,000	,842	103	,000
Prestígio internacional	Sim	,348	43	,000	,717	43	,000
	Não	,251	103	,000	,852	103	,000
Aumenta a sazonalidade do turismo	Sim	,170	43	,003	,917	43	,004
	Não	,254	103	,000	,888	103	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Teste de normalidade para impactos em função de se nasceu no concelho e o tempo de residência

Tests of Normality

Impactos do evento	Nasceu neste concelho	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	Sim	,254	69	,000	,876	69	,000
	Não	,218	71	,000	,902	71	,000
Origina oportunidades de emprego	Sim	,235	69	,000	,870	69	,000
	Não	,192	71	,000	,898	71	,000
Aumento da criminalidade	Sim	,288	69	,000	,791	69	,000
	Não	,263	71	,000	,783	71	,000
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	Sim	,217	69	,000	,882	69	,000
	Não	,237	71	,000	,870	71	,000
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	Sim	,235	69	,000	,843	69	,000
	Não	,308	71	,000	,823	71	,000
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	Sim	,197	69	,000	,908	69	,000
	Não	,213	71	,000	,894	71	,000
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	Sim	,246	69	,000	,818	69	,000
	Não	,268	71	,000	,850	71	,000
Melhorias das infraestruturas locais	Sim	,202	69	,000	,899	69	,000
	Não	,201	71	,000	,897	71	,000
Aumento do volume de vendas no comércio	Sim	,208	69	,000	,886	69	,000
	Não	,280	71	,000	,846	71	,000
Promove empresas e negócios locais	Sim	,225	69	,000	,880	69	,000
	Não	,202	71	,000	,888	71	,000
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	Sim	,259	69	,000	,869	69	,000
	Não	,257	71	,000	,886	71	,000
Consciencialização e educação da comunidade	Sim	,301	69	,000	,851	69	,000
	Não	,263	71	,000	,866	71	,000
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	Sim	,286	69	,000	,770	69	,000
	Não	,274	71	,000	,839	71	,000
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Sim	,254	69	,000	,862	69	,000
	Não	,248	71	,000	,861	71	,000
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	Sim	,277	69	,000	,867	69	,000
	Não	,266	71	,000	,876	71	,000
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	Sim	,218	69	,000	,880	69	,000
	Não	,215	71	,000	,888	71	,000
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	Sim	,194	69	,000	,869	69	,000
	Não	,246	71	,000	,854	71	,000
Causa desconforto para	Sim	,296	69	,000	,784	69	,000

moradores da cidade	Não	,227	71	,000	,838	71	,000
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	Sim	,240	69	,000	,801	69	,000
	Não	,280	71	,000	,835	71	,000
Envolvimento da comunidade no evento	Sim	,248	69	,000	,886	69	,000
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	Não	,275	71	,000	,869	71	,000
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	Sim	,307	69	,000	,819	69	,000
	Não	,298	71	,000	,844	71	,000
Prestígio internacional	Sim	,339	69	,000	,801	69	,000
Aumenta a sazonalidade do turismo	Não	,291	71	,000	,856	71	,000
	Sim	,225	69	,000	,825	69	,000
	Não	,238	71	,000	,828	71	,000
	Sim	,231	69	,000	,900	69	,000
	Não	,228	71	,000	,899	71	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Teste de normalidade para impactos em função do tempo de residência

Tests of Normality

Impactos do evento	Há quanto tempo vive neste concelho	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	Menos de 1 ano	,175	3	.	1,000	3	1,000
	De 1 a 5 anos	,224	10	,168	,838	10	,042
	Mais de 5 anos	,246	127	,000	,885	127	,000
Origina oportunidades de emprego	Menos de 1 ano	,175	3	.	1,000	3	1,000
	De 1 a 5 anos	,240	10	,107	,886	10	,152
	Mais de 5 anos	,219	127	,000	,886	127	,000
Aumento da criminalidade	Menos de 1 ano	,385	3	.	,750	3	,000
	De 1 a 5 anos	,240	10	,107	,886	10	,152
	Mais de 5 anos	,276	127	,000	,789	127	,000
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	Menos de 1 ano	,175	3	.	1,000	3	1,000
	De 1 a 5 anos	,174	10	,200*	,952	10	,691
	Mais de 5 anos	,232	127	,000	,869	127	,000
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	Menos de 1 ano	,385	3	.	,750	3	,000
	De 1 a 5 anos	,241	10	,103	,855	10	,067
	Mais de 5 anos	,279	127	,000	,831	127	,000
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	Menos de 1 ano	,385	3	.	,750	3	,000
	De 1 a 5 anos	,200	10	,200*	,953	10	,703
	Mais de 5 anos	,208	127	,000	,902	127	,000
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	Menos de 1 ano	,175	3	.	1,000	3	1,000
	De 1 a 5 anos	,295	10	,014	,796	10	,013
	Mais de 5 anos	,254	127	,000	,831	127	,000
Melhorias das infraestruturas locais	Menos de 1 ano	,385	3	.	,750	3	,000
	De 1 a 5 anos	,216	10	,200*	,907	10	,263
	Mais de 5 anos	,187	127	,000	,905	127	,000
Aumento do volume de vendas no comércio	Menos de 1 ano	,385	3	.	,750	3	,000
	De 1 a 5 anos	,264	10	,046	,850	10	,058
	Mais de 5 anos	,248	127	,000	,868	127	,000
Promove empresas e negócios locais	Menos de 1 ano	,385	3	.	,750	3	,000
	De 1 a 5 anos	,181	10	,200*	,895	10	,191
	Mais de 5 anos	,216	127	,000	,884	127	,000
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	Menos de 1 ano	,385	3	.	,750	3	,000
	De 1 a 5 anos	,174	10	,200*	,952	10	,691
	Mais de 5 anos	,273	127	,000	,861	127	,000
Consciencialização e	Menos de 1 ano	,175	3	.	1,000	3	1,000

educação da comunidade	De 1 a 5 anos	,200	10	,200*	,918	10	,344
	Mais de 5 anos	,299	127	,000	,841	127	,000
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	Menos de 1 ano	,253	3	.	,964	3	,637
	De 1 a 5 anos	,202	10	,200*	,878	10	,124
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Mais de 5 anos	,279	127	,000	,793	127	,000
	Menos de 1 ano	,253	3	.	,964	3	,637
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	De 1 a 5 anos	,195	10	,200*	,878	10	,124
	Mais de 5 anos	,259	127	,000	,860	127	,000
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	Menos de 1 ano	,175	3	.	1,000	3	1,000
	De 1 a 5 anos	,160	10	,200*	,942	10	,575
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	Mais de 5 anos	,285	127	,000	,862	127	,000
	Menos de 1 ano	,385	3	.	,750	3	,000
Causa desconforto para moradores da cidade	De 1 a 5 anos	,233	10	,133	,904	10	,245
	Mais de 5 anos	,208	127	,000	,879	127	,000
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança e museus ...)	Menos de 1 ano	,385	3	.	,750	3	,000
	De 1 a 5 anos	,246	10	,089	,874	10	,111
Envolvimento da comunidade no evento	Mais de 5 anos	,217	127	,000	,857	127	,000
	Menos de 1 ano	,175	3	.	1,000	3	1,000
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	De 1 a 5 anos	,245	10	,090	,892	10	,177
	Mais de 5 anos	,272	127	,000	,802	127	,000
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	Menos de 1 ano	,253	3	.	,964	3	,637
	De 1 a 5 anos	,202	10	,200*	,878	10	,124
Prestígio internacional	Mais de 5 anos	,266	127	,000	,812	127	,000
	Menos de 1 ano	,385	3	.	,750	3	,000
Aumenta a sazonalidade do turismo	De 1 a 5 anos	,181	10	,200*	,895	10	,191
	Mais de 5 anos	,262	127	,000	,871	127	,000
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	Menos de 1 ano	,385	3	.	,750	3	,000
	De 1 a 5 anos	,240	10	,107	,886	10	,152
Aumenta a sazonalidade do turismo	Mais de 5 anos	,311	127	,000	,826	127	,000
	Menos de 1 ano	,253	3	.	,964	3	,637
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	De 1 a 5 anos	,224	10	,168	,911	10	,287
	Mais de 5 anos	,326	127	,000	,811	127	,000
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	Menos de 1 ano	,175	3	.	1,000	3	1,000
	De 1 a 5 anos	,181	10	,200*	,852	10	,061
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	Mais de 5 anos	,240	127	,000	,820	127	,000
	Menos de 1 ano	,175	3	.	1,000	3	1,000
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	De 1 a 5 anos	,236	10	,123	,841	10	,046
	Mais de 5 anos	,237	127	,000	,895	127	,000

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Teste de normalidade para impactos em função do sexo

Tests of Normality

Impactos do evento	Sexo	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	Masculino	,229	68	,000	,900	68	,000
	Feminino	,237	72	,000	,890	72	,000
Origina oportunidades de emprego	Masculino	,221	68	,000	,875	68	,000
	Feminino	,209	72	,000	,899	72	,000
Aumento da criminalidade	Masculino	,248	68	,000	,818	68	,000
	Feminino	,284	72	,000	,771	72	,000
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	Masculino	,237	68	,000	,889	68	,000
	Feminino	,220	72	,000	,860	72	,000
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	Masculino	,262	68	,000	,852	68	,000
	Feminino	,280	72	,000	,822	72	,000

Aumento do congestionamento e tráfego urbano	Masculino	,245	68	,000	,891	68	,000
	Feminino	,202	72	,000	,905	72	,000
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	Masculino	,270	68	,000	,841	68	,000
	Feminino	,247	72	,000	,820	72	,000
Melhorias das infraestruturas locais	Masculino	,179	68	,000	,911	68	,000
	Feminino	,189	72	,000	,904	72	,000
Aumento do volume de vendas no comércio	Masculino	,255	68	,000	,878	68	,000
	Feminino	,234	72	,000	,832	72	,000
Promove empresas e negócios locais	Masculino	,219	68	,000	,886	68	,000
	Feminino	,265	72	,000	,832	72	,000
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	Masculino	,254	68	,000	,871	68	,000
	Feminino	,266	72	,000	,880	72	,000
Conscientização e educação da comunidade	Masculino	,265	68	,000	,880	68	,000
	Feminino	,297	72	,000	,835	72	,000
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	Masculino	,255	68	,000	,813	68	,000
	Feminino	,305	72	,000	,818	72	,000
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Masculino	,251	68	,000	,860	68	,000
	Feminino	,251	72	,000	,862	72	,000
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	Masculino	,270	68	,000	,877	68	,000
	Feminino	,272	72	,000	,859	72	,000
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	Masculino	,208	68	,000	,891	68	,000
	Feminino	,203	72	,000	,878	72	,000
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	Masculino	,210	68	,000	,852	68	,000
	Feminino	,225	72	,000	,860	72	,000
Causa desconforto para moradores da cidade	Masculino	,249	68	,000	,823	68	,000
	Feminino	,272	72	,000	,812	72	,000
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivos, galerias de arte e museus ...)	Masculino	,286	68	,000	,834	68	,000
	Feminino	,240	72	,000	,818	72	,000
Envolvimento da comunidade no evento	Masculino	,306	68	,000	,836	68	,000
	Feminino	,222	72	,000	,891	72	,000
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	Masculino	,325	68	,000	,808	68	,000
	Feminino	,279	72	,000	,866	72	,000
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	Masculino	,313	68	,000	,827	68	,000
	Feminino	,318	72	,000	,836	72	,000
Prestígio internacional	Masculino	,258	68	,000	,815	68	,000
	Feminino	,218	72	,000	,806	72	,000
Aumenta a sazonalidade do turismo	Masculino	,208	68	,000	,907	68	,000
	Feminino	,249	72	,000	,893	72	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Teste de normalidade para impactos em função do estado civil

Tests of Normality

Impactos do evento	Estado civil	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	Solteiro	,213	38	,000	,906	38	,004
	Casado/União de facto	,235	82	,000	,894	82	,000
	Viúvo	,210	8	,200*	,843	8	,082

	Divorciado/Separado	,304	12	,003	,777	12	,005
	Solteiro	,228	38	,000	,881	38	,001
Origina oportunidades de emprego	Casado/União de facto	,220	82	,000	,890	82	,000
	Viúvo	,216	8	,200*	,882	8	,197
	Divorciado/Separado	,307	12	,003	,764	12	,004
	Solteiro	,318	38	,000	,737	38	,000
Aumento da criminalidade	Casado/União de facto	,264	82	,000	,789	82	,000
	Viúvo	,210	8	,200*	,843	8	,082
	Divorciado/Separado	,260	12	,024	,872	12	,069
	Solteiro	,228	38	,000	,872	38	,000
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	Casado/União de facto	,242	82	,000	,876	82	,000
	Viúvo	,317	8	,018	,779	8	,017
	Divorciado/Separado	,265	12	,020	,816	12	,014
	Solteiro	,240	38	,000	,853	38	,000
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	Casado/União de facto	,274	82	,000	,833	82	,000
	Viúvo	,263	8	,109	,897	8	,273
	Divorciado/Separado	,333	12	,001	,808	12	,011
	Solteiro	,166	38	,009	,913	38	,006
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	Casado/União de facto	,219	82	,000	,897	82	,000
	Viúvo	,223	8	,200*	,871	8	,156
	Divorciado/Separado	,247	12	,041	,846	12	,033
	Solteiro	,280	38	,000	,784	38	,000
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	Casado/União de facto	,233	82	,000	,843	82	,000
	Viúvo	,355	8	,004	,818	8	,045
	Divorciado/Separado	,260	12	,024	,872	12	,069
	Solteiro	,191	38	,001	,908	38	,004
Melhorias das infraestruturas locais	Casado/União de facto	,195	82	,000	,908	82	,000
	Viúvo	,250	8	,150	,849	8	,093
	Divorciado/Separado	,270	12	,016	,746	12	,002
	Solteiro	,252	38	,000	,872	38	,000
Aumento do volume de vendas no comércio	Casado/União de facto	,235	82	,000	,870	82	,000
	Viúvo	,325	8	,013	,774	8	,015
	Divorciado/Separado	,307	12	,003	,764	12	,004
	Solteiro	,214	38	,000	,897	38	,002
Promove empresas e negócios locais	Casado/União de facto	,230	82	,000	,863	82	,000
	Viúvo	,305	8	,027	,860	8	,120
	Divorciado/Separado	,250	12	,037	,862	12	,051
	Solteiro	,263	38	,000	,858	38	,000
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	Casado/União de facto	,267	82	,000	,879	82	,000
	Viúvo	,250	8	,150	,849	8	,093
	Divorciado/Separado	,237	12	,061	,891	12	,123
	Solteiro	,304	38	,000	,856	38	,000
Consciencialização e educação da comunidade	Casado/União de facto	,292	82	,000	,846	82	,000
	Viúvo	,220	8	,200*	,917	8	,408
	Divorciado/Separado	,235	12	,067	,886	12	,106
	Solteiro	,253	38	,000	,780	38	,000
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	Casado/União de facto	,293	82	,000	,812	82	,000
	Viúvo	,300	8	,033	,798	8	,027
	Divorciado/Separado	,287	12	,007	,865	12	,056
	Solteiro	,249	38	,000	,856	38	,000
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Casado/União de facto	,276	82	,000	,851	82	,000
	Viúvo	,220	8	,200*	,917	8	,408
	Divorciado/Separado	,304	12	,003	,840	12	,028
Ajuda a integrar as	Solteiro	,221	38	,000	,900	38	,003

pessoas da comunidade	Casado/União de facto	,335	82	,000	,806	82	,000
	Viúvo	,361	8	,003	,826	8	,054
	Divorciado/Separado	,205	12	,174	,891	12	,123
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	Solteiro	,185	38	,002	,908	38	,004
	Casado/União de facto	,218	82	,000	,873	82	,000
	Viúvo	,162	8	,200*	,897	8	,274
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	Divorciado/Separado	,207	12	,163	,870	12	,066
	Solteiro	,254	38	,000	,834	38	,000
	Casado/União de facto	,246	82	,000	,863	82	,000
Causa desconforto para moradores da cidade	Viúvo	,162	8	,200*	,897	8	,274
	Divorciado/Separado	,260	12	,024	,872	12	,069
	Solteiro	,261	38	,000	,795	38	,000
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	Casado/União de facto	,278	82	,000	,799	82	,000
	Viúvo	,211	8	,200*	,863	8	,127
	Divorciado/Separado	,184	12	,200*	,886	12	,105
Envolvimento da comunidade no evento	Solteiro	,257	38	,000	,802	38	,000
	Casado/União de facto	,295	82	,000	,822	82	,000
	Viúvo	,228	8	,200*	,835	8	,067
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	Divorciado/Separado	,296	12	,005	,818	12	,015
	Solteiro	,234	38	,000	,885	38	,001
	Casado/União de facto	,305	82	,000	,852	82	,000
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	Viúvo	,305	8	,027	,860	8	,120
	Divorciado/Separado	,241	12	,052	,894	12	,133
	Solteiro	,331	38	,000	,822	38	,000
Prestígio internacional	Casado/União de facto	,311	82	,000	,827	82	,000
	Viúvo	,327	8	,012	,810	8	,037
	Divorciado/Separado	,230	12	,080	,900	12	,160
Aumenta a sazonalidade do turismo	Solteiro	,346	38	,000	,798	38	,000
	Casado/União de facto	,303	82	,000	,841	82	,000
	Viúvo	,281	8	,062	,809	8	,036
	Divorciado/Separado	,280	12	,010	,884	12	,099
	Solteiro	,226	38	,000	,837	38	,000
	Casado/União de facto	,232	82	,000	,823	82	,000
	Viúvo	,377	8	,001	,693	8	,002
	Divorciado/Separado	,209	12	,153	,824	12	,018
	Solteiro	,212	38	,000	,885	38	,001
	Casado/União de facto	,254	82	,000	,890	82	,000
	Viúvo	,311	8	,022	,736	8	,006
	Divorciado/Separado	,313	12	,002	,737	12	,002

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Teste de normalidade para impactos em função das habilitações literárias

Tests of Normality

Impactos do evento	Habilitações Literárias	Kolmogorov-Smirnov ^b			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	Ensino básico - 1º ciclo	,397	24	,000	,728	24	,000
	Ensino básico - 2º ciclo	,225	20	,009	,887	20	,023
	Ensino secundário	,181	57	,000	,908	57	,000
	Licenciatura	,198	25	,012	,894	25	,014
	Pós-graduação	,441	4	.	,630	4	,001
	Mestrado	,300	8	,033	,798	8	,027
Origina oportunidades de emprego	Ensino básico - 1º ciclo	,241	24	,001	,882	24	,009
	Ensino básico - 2º ciclo	,220	20	,012	,852	20	,006
	Ensino secundário	,195	57	,000	,874	57	,000
	Licenciatura	,188	25	,023	,916	25	,042
	Pós-graduação	,441	4	.	,630	4	,001
	Mestrado	,375	8	,001	,732	8	,005
Aumento da criminalidade	Ensino básico - 1º ciclo	,283	24	,000	,797	24	,000
	Ensino básico - 2º ciclo	,223	20	,010	,836	20	,003
	Ensino secundário	,260	57	,000	,801	57	,000
	Licenciatura	,380	25	,000	,684	25	,000
	Pós-graduação	,307	4	.	,729	4	,024
	Mestrado	,300	8	,033	,798	8	,027
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	Ensino básico - 1º ciclo	,223	24	,003	,867	24	,005
	Ensino básico - 2º ciclo	,195	20	,045	,914	20	,075
	Ensino secundário	,252	57	,000	,870	57	,000
	Licenciatura	,267	25	,000	,819	25	,000
	Pós-graduação	,329	4	.	,895	4	,406
	Mestrado	,171	8	,200*	,934	8	,557
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	Ensino básico - 1º ciclo	,342	24	,000	,780	24	,000
	Ensino básico - 2º ciclo	,341	20	,000	,785	20	,001
	Ensino secundário	,238	57	,000	,832	57	,000
	Licenciatura	,309	25	,000	,775	25	,000
	Pós-graduação	,283	4	.	,863	4	,272
	Mestrado	,210	8	,200*	,958	8	,792
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	Ensino básico - 1º ciclo	,278	24	,000	,823	24	,001
	Ensino básico - 2º ciclo	,300	20	,000	,867	20	,010
	Ensino secundário	,183	57	,000	,886	57	,000
	Licenciatura	,178	25	,041	,903	25	,021
	Pós-graduação	,260	4	.	,827	4	,161
	Mestrado	,210	8	,200*	,958	8	,792
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	Ensino básico - 1º ciclo	,272	24	,000	,873	24	,006
	Ensino básico - 2º ciclo	,270	20	,000	,867	20	,010
	Ensino secundário	,244	57	,000	,815	57	,000
	Licenciatura	,253	25	,000	,781	25	,000
	Pós-graduação	,441	4	.	,630	4	,001
	Mestrado	,250	8	,150	,860	8	,120
Melhorias das infraestruturas locais	Ensino básico - 1º ciclo	,259	24	,000	,870	24	,005
	Ensino básico - 2º ciclo	,220	20	,012	,899	20	,040
	Ensino secundário	,204	57	,000	,900	57	,000
	Licenciatura	,260	25	,000	,842	25	,001
	Pós-graduação	,283	4	.	,863	4	,272
	Mestrado	,388	8	,001	,761	8	,011
Aumento do volume de vendas no comércio	Ensino básico - 1º ciclo	,404	24	,000	,724	24	,000
	Ensino básico - 2º ciclo	,239	20	,004	,891	20	,029
	Ensino secundário	,199	57	,000	,893	57	,000
	Licenciatura	,293	25	,000	,797	25	,000
	Pós-graduação	,250	4	.	,945	4	,683
	Mestrado	,388	8	,001	,761	8	,011
Promove empresas e negócios locais	Ensino básico - 1º ciclo	,226	24	,003	,889	24	,013
	Ensino básico - 2º ciclo	,274	20	,000	,816	20	,002
	Ensino secundário	,238	57	,000	,878	57	,000
	Licenciatura	,265	25	,000	,817	25	,000
	Pós-graduação	,307	4	.	,729	4	,024
	Mestrado	,388	8	,001	,761	8	,011

Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	Ensino básico - 1º ciclo	,249	24	,000	,877	24	,007
	Ensino básico - 2º ciclo	,302	20	,000	,844	20	,004
	Ensino secundário	,282	57	,000	,839	57	,000
	Licenciatura	,192	25	,019	,898	25	,016
	Pós-graduação	,283	4	.	,863	4	,272
Conscientização e educação da comunidade	Mestrado	,388	8	,001	,761	8	,011
	Ensino básico - 1º ciclo	,326	24	,000	,800	24	,000
	Ensino básico - 2º ciclo	,352	20	,000	,717	20	,000
	Ensino secundário	,226	57	,000	,897	57	,000
	Licenciatura	,326	25	,000	,831	25	,001
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	Pós-graduação	,250	4	.	,945	4	,683
	Mestrado	,325	8	,013	,774	8	,015
	Ensino básico - 1º ciclo	,317	24	,000	,831	24	,001
	Ensino básico - 2º ciclo	,279	20	,000	,815	20	,001
	Ensino secundário	,303	57	,000	,782	57	,000
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Licenciatura	,295	25	,000	,766	25	,000
	Pós-graduação	,283	4	.	,863	4	,272
	Mestrado	,263	8	,109	,827	8	,056
	Ensino básico - 1º ciclo	,208	24	,008	,853	24	,003
	Ensino básico - 2º ciclo	,270	20	,000	,867	20	,010
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	Ensino secundário	,231	57	,000	,864	57	,000
	Licenciatura	,324	25	,000	,806	25	,000
	Pós-graduação	,307	4	.	,729	4	,024
	Mestrado	,222	8	,200*	,912	8	,366
	Ensino básico - 1º ciclo	,292	24	,000	,845	24	,002
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	Ensino básico - 2º ciclo	,317	20	,000	,843	20	,004
	Ensino secundário	,272	57	,000	,875	57	,000
	Licenciatura	,255	25	,000	,885	25	,009
	Pós-graduação	,250	4	.	,945	4	,683
	Mestrado	,152	8	,200*	,965	8	,857
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	Ensino básico - 1º ciclo	,266	24	,000	,857	24	,003
	Ensino básico - 2º ciclo	,292	20	,000	,858	20	,007
	Ensino secundário	,255	57	,000	,877	57	,000
	Licenciatura	,261	25	,000	,845	25	,001
	Pós-graduação	,441	4	.	,630	4	,001
Causa desconforto para moradores da cidade	Mestrado	,263	8	,109	,897	8	,273
	Ensino básico - 1º ciclo	,271	24	,000	,844	24	,002
	Ensino básico - 2º ciclo	,223	20	,010	,903	20	,046
	Ensino secundário	,213	57	,000	,846	57	,000
	Licenciatura	,243	25	,001	,819	25	,000
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	Pós-graduação	,260	4	.	,827	4	,161
	Mestrado	,281	8	,062	,809	8	,036
	Ensino básico - 1º ciclo	,236	24	,001	,824	24	,001
	Ensino básico - 2º ciclo	,243	20	,003	,838	20	,003
	Ensino secundário	,261	57	,000	,816	57	,000
Envolvimento da comunidade no evento	Licenciatura	,296	25	,000	,728	25	,000
	Pós-graduação	,283	4	.	,863	4	,272
	Mestrado	,316	8	,018	,772	8	,014
	Ensino básico - 1º ciclo	,328	24	,000	,805	24	,000
	Ensino básico - 2º ciclo	,277	20	,000	,809	20	,001
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	Ensino secundário	,238	57	,000	,830	57	,000
	Licenciatura	,269	25	,000	,796	25	,000
	Pós-graduação	,283	4	.	,863	4	,272
	Mestrado	,228	8	,200*	,835	8	,067
	Ensino básico - 1º ciclo	,353	24	,000	,798	24	,000
Estimula o	Ensino básico - 2º ciclo	,301	20	,000	,844	20	,004
	Ensino secundário	,221	57	,000	,885	57	,000
	Licenciatura	,273	25	,000	,859	25	,003
	Pós-graduação	,250	4	.	,945	4	,683
	Mestrado	,162	8	,200*	,897	8	,274
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	Ensino básico - 1º ciclo	,270	24	,000	,806	24	,000
	Ensino básico - 2º ciclo	,357	20	,000	,784	20	,001
	Ensino secundário	,302	57	,000	,846	57	,000
	Licenciatura	,390	25	,000	,701	25	,000
	Pós-graduação	,283	4	.	,863	4	,272
Estimula o	Mestrado	,377	8	,001	,693	8	,002
	Ensino básico - 1º ciclo	,370	24	,000	,779	24	,000

relacionamento entre residentes e visitantes	Ensino básico - 2º ciclo	,279	20	,000	,850	20	,005
	Ensino secundário	,348	57	,000	,797	57	,000
	Licenciatura	,292	25	,000	,796	25	,000
	Pós-graduação	,283	4	.	,863	4	,272
	Mestrado	,226	8	,200*	,899	8	,283
Prestígio internacional	Ensino básico - 1º ciclo	,333	24	,000	,741	24	,000
	Ensino básico - 2º ciclo	,279	20	,000	,815	20	,001
	Ensino secundário	,234	57	,000	,832	57	,000
	Licenciatura	,276	25	,000	,785	25	,000
	Pós-graduação	,307	4	.	,729	4	,024
Aumenta a sazonalidade do turismo	Mestrado	,290	8	,046	,892	8	,246
	Ensino básico - 1º ciclo	,175	24	,054	,921	24	,062
	Ensino básico - 2º ciclo	,357	20	,000	,806	20	,001
	Ensino secundário	,253	57	,000	,891	57	,000
	Licenciatura	,249	25	,000	,862	25	,003
Aumenta a sazonalidade do turismo	Pós-graduação	,441	4	.	,630	4	,001
	Mestrado	,435	8	,000	,676	8	,001

*. This is a lower bound of the true significance.

Teste de normalidade para impactos em função da situação face ao emprego

Tests of Normality^c

Impactos do evento	Situação perante o emprego	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	Estudante	,441	4	.	,630	4	,001
	Empregado por conta de outrem	,221	73	,000	,896	73	,000
	Empregado por conta própria	,177	30	,018	,909	30	,014
	Desempregado	,260	12	,024	,872	12	,069
	Reformado	,380	21	,000	,610	21	,000
Origina oportunidades de emprego	Estudante	,441	4	.	,630	4	,001
	Empregado por conta de outrem	,208	73	,000	,899	73	,000
	Empregado por conta própria	,195	30	,005	,873	30	,002
	Desempregado	,198	12	,200*	,894	12	,134
	Reformado	,233	21	,004	,878	21	,013
Aumento da criminalidade	Estudante	,307	4	.	,729	4	,024
	Empregado por conta de outrem	,291	73	,000	,786	73	,000
	Empregado por conta própria	,245	30	,000	,802	30	,000
	Desempregado	,251	12	,035	,776	12	,005
	Reformado	,279	21	,000	,780	21	,000
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	Estudante	,307	4	.	,729	4	,024
	Empregado por conta de outrem	,231	73	,000	,874	73	,000
	Empregado por conta própria	,252	30	,000	,873	30	,002
	Desempregado	,237	12	,061	,892	12	,126
	Reformado	,211	21	,016	,873	21	,011
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	Estudante	,283	4	.	,863	4	,272
	Empregado por conta de outrem	,273	73	,000	,834	73	,000
	Empregado por conta própria	,247	30	,000	,842	30	,000
	Desempregado	,333	12	,001	,754	12	,003
	Reformado	,277	21	,000	,839	21	,003
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	Estudante	,283	4	.	,863	4	,272
	Empregado por conta de outrem	,188	73	,000	,890	73	,000

	Empregado por conta própria	,218	30	,001	,888	30	,004
	Desempregado	,316	12	,002	,827	12	,019
	Reformado	,242	21	,002	,833	21	,002
	Estudante	,329	4	.	,895	4	,406
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	Empregado por conta de outrem	,258	73	,000	,811	73	,000
	Empregado por conta própria	,233	30	,000	,849	30	,001
	Desempregado	,200	12	,200*	,877	12	,080
	Reformado	,246	21	,002	,869	21	,009
	Estudante	,329	4	.	,895	4	,406
	Empregado por conta de outrem	,208	73	,000	,903	73	,000
Melhorias das infraestruturas locais	Empregado por conta própria	,203	30	,003	,911	30	,015
	Desempregado	,207	12	,167	,846	12	,033
	Reformado	,234	21	,004	,907	21	,048
	Empregado por conta de outrem	,218	73	,000	,880	73	,000
Aumento do volume de vendas no comércio	Empregado por conta própria	,261	30	,000	,807	30	,000
	Desempregado	,353	12	,000	,732	12	,002
	Reformado	,315	21	,000	,838	21	,003
	Estudante	,441	4	.	,630	4	,001
	Empregado por conta de outrem	,231	73	,000	,880	73	,000
Promove empresas e negócios locais	Empregado por conta própria	,189	30	,008	,865	30	,001
	Desempregado	,247	12	,041	,846	12	,033
	Reformado	,203	21	,024	,909	21	,053
	Estudante	,307	4	.	,729	4	,024
	Empregado por conta de outrem	,279	73	,000	,870	73	,000
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	Empregado por conta própria	,260	30	,000	,870	30	,002
	Desempregado	,277	12	,012	,782	12	,006
	Reformado	,288	21	,000	,855	21	,005
	Estudante	,307	4	.	,729	4	,024
	Empregado por conta de outrem	,295	73	,000	,846	73	,000
Conscientização e educação da comunidade	Empregado por conta própria	,258	30	,000	,882	30	,003
	Desempregado	,334	12	,001	,731	12	,002
	Reformado	,255	21	,001	,864	21	,008
	Estudante	,151	4	.	,993	4	,972
	Empregado por conta de outrem	,286	73	,000	,808	73	,000
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	Empregado por conta própria	,346	30	,000	,748	30	,000
	Desempregado	,209	12	,153	,824	12	,018
	Reformado	,215	21	,012	,808	21	,001
	Estudante	,329	4	.	,895	4	,406
	Empregado por conta de outrem	,289	73	,000	,849	73	,000
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Empregado por conta própria	,312	30	,000	,825	30	,000
	Desempregado	,380	12	,000	,781	12	,006
	Reformado	,285	21	,000	,803	21	,001
	Estudante	,441	4	.	,630	4	,001
	Empregado por conta de outrem	,302	73	,000	,844	73	,000
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	Empregado por conta própria	,270	30	,000	,858	30	,001
	Desempregado	,200	12	,200*	,877	12	,080
	Reformado	,244	21	,002	,889	21	,021
Coloca pressão sobre os	Estudante	,283	4	.	,863	4	,272

serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	Empregado por conta de outrem	,210	73	,000	,888	73	,000
	Empregado por conta própria	,197	30	,004	,877	30	,002
	Desempregado	,164	12	,200*	,925	12	,333
	Reformado	,276	21	,000	,848	21	,004
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	Estudante	,151	4	.	,993	4	,972
	Empregado por conta de outrem	,213	73	,000	,876	73	,000
	Empregado por conta própria	,215	30	,001	,838	30	,000
	Desempregado	,248	12	,040	,825	12	,018
Causa desconforto para moradores da cidade	Reformado	,234	21	,004	,840	21	,003
	Estudante	,441	4	.	,630	4	,001
	Empregado por conta de outrem	,257	73	,000	,818	73	,000
	Empregado por conta própria	,336	30	,000	,740	30	,000
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	Desempregado	,207	12	,167	,846	12	,033
	Reformado	,245	21	,002	,830	21	,002
	Estudante	,298	4	.	,849	4	,224
	Empregado por conta de outrem	,254	73	,000	,840	73	,000
Envolvimento da comunidade no evento	Empregado por conta própria	,346	30	,000	,748	30	,000
	Desempregado	,257	12	,028	,807	12	,011
	Reformado	,233	21	,004	,829	21	,002
	Estudante	,250	4	.	,945	4	,683
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	Empregado por conta de outrem	,259	73	,000	,880	73	,000
	Empregado por conta própria	,296	30	,000	,851	30	,001
	Desempregado	,257	12	,028	,807	12	,011
	Reformado	,268	21	,000	,853	21	,005
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	Estudante	,151	4	.	,993	4	,972
	Empregado por conta de outrem	,320	73	,000	,828	73	,000
	Empregado por conta própria	,342	30	,000	,779	30	,000
	Desempregado	,230	12	,080	,900	12	,160
Prestígio internacional	Reformado	,242	21	,002	,828	21	,002
	Estudante	,283	4	.	,863	4	,272
	Empregado por conta de outrem	,315	73	,000	,833	73	,000
	Empregado por conta própria	,348	30	,000	,771	30	,000
Aumenta a sazonalidade do turismo	Desempregado	,323	12	,001	,780	12	,006
	Reformado	,258	21	,001	,887	21	,020
	Estudante	,260	4	.	,827	4	,161
	Empregado por conta de outrem	,228	73	,000	,831	73	,000
	Empregado por conta própria	,281	30	,000	,818	30	,000
	Desempregado	,258	12	,026	,818	12	,015
	Reformado	,407	21	,000	,646	21	,000
	Estudante	,441	4	.	,630	4	,001
	Empregado por conta de outrem	,234	73	,000	,897	73	,000
	Empregado por conta própria	,261	30	,000	,883	30	,003
	Desempregado	,247	12	,041	,846	12	,033
	Reformado	,211	21	,016	,918	21	,078

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Teste de normalidade para impactos em função do emprego no setor turístico

Tests of Normality

Impactos do evento	Empregado no setor turístico ou cultural	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	Sim	,236	31	,000	,891	31	,004
	Não	,234	109	,000	,891	109	,000
Origina oportunidades de emprego	Sim	,182	31	,010	,907	31	,011
	Não	,224	109	,000	,888	109	,000
Aumento da criminalidade	Sim	,313	31	,000	,776	31	,000
	Não	,254	109	,000	,798	109	,000
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	Sim	,272	31	,000	,878	31	,002
	Não	,214	109	,000	,873	109	,000
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	Sim	,254	31	,000	,826	31	,000
	Não	,277	109	,000	,842	109	,000
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	Sim	,175	31	,017	,912	31	,014
	Não	,215	109	,000	,896	109	,000
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	Sim	,251	31	,000	,796	31	,000
	Não	,266	109	,000	,843	109	,000
Melhorias das infraestruturas locais	Sim	,241	31	,000	,858	31	,001
	Não	,190	109	,000	,909	109	,000
Aumento do volume de vendas no comércio	Sim	,230	31	,000	,799	31	,000
	Não	,252	109	,000	,868	109	,000
Promove empresas e negócios locais	Sim	,231	31	,000	,792	31	,000
	Não	,225	109	,000	,889	109	,000
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	Sim	,264	31	,000	,871	31	,002
	Não	,257	109	,000	,883	109	,000
Consciençialização e educação da comunidade	Sim	,282	31	,000	,871	31	,002
	Não	,281	109	,000	,857	109	,000
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	Sim	,334	31	,000	,747	31	,000
	Não	,274	109	,000	,835	109	,000
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Sim	,323	31	,000	,809	31	,000
	Não	,229	109	,000	,869	109	,000
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	Sim	,321	31	,000	,825	31	,000
	Não	,258	109	,000	,883	109	,000
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	Sim	,215	31	,001	,866	31	,001
	Não	,196	109	,000	,892	109	,000
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	Sim	,266	31	,000	,804	31	,000
	Não	,221	109	,000	,873	109	,000
Causa desconforto para moradores da cidade	Sim	,291	31	,000	,791	31	,000
	Não	,255	109	,000	,824	109	,000
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	Sim	,270	31	,000	,797	31	,000
	Não	,276	109	,000	,830	109	,000
Envolvimento da comunidade no evento	Sim	,246	31	,000	,798	31	,000
	Não	,272	109	,000	,877	109	,000
Existe uma partilha da	Sim	,334	31	,000	,813	31	,000

experiência de entretenimento durante o evento	Não	,292	109	,000	,851	109	,000
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	Sim	,330	31	,000	,836	31	,000
	Não	,309	109	,000	,829	109	,000
Prestígio internacional	Sim	,243	31	,000	,829	31	,000
	Não	,238	109	,000	,831	109	,000
Aumenta a sazonalidade do turismo	Sim	,263	31	,000	,883	31	,003
	Não	,220	109	,000	,904	109	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Teste de normalidade para impactos em função do rendimento mensal

Tests of Normality

Impactos do evento	Rendimento médio mensal	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	0-500	,259	24	,000	,872	24	,006
	500-1000	,223	61	,000	,900	61	,000
	1000-2000	,208	45	,000	,889	45	,000
	2000-4000	,407	6	,002	,640	6	,001
	6000-8000	,260	2	.			
	8000-10000	,260	2	.			
Origina oportunidades de emprego	0-500	,235	24	,001	,879	24	,008
	500-1000	,184	61	,000	,896	61	,000
	1000-2000	,272	45	,000	,881	45	,000
	2000-4000	,392	6	,004	,701	6	,006
Aumento da criminalidade	8000-10000	,260	2	.			
	0-500	,223	24	,003	,836	24	,001
	500-1000	,293	61	,000	,777	61	,000
	1000-2000	,259	45	,000	,798	45	,000
	2000-4000	,293	6	,117	,822	6	,091
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	6000-8000	,260	2	.			
	0-500	,229	24	,002	,906	24	,029
	500-1000	,221	61	,000	,854	61	,000
	1000-2000	,220	45	,000	,857	45	,000
	2000-4000	,254	6	,200*	,866	6	,212
	6000-8000	,260	2	.			
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	8000-10000	,260	2	.			
	0-500	,302	24	,000	,845	24	,002
	500-1000	,284	61	,000	,828	61	,000
	1000-2000	,268	45	,000	,795	45	,000
	2000-4000	,293	6	,117	,822	6	,091
	6000-8000	,260	2	.			
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	8000-10000	,260	2	.			
	0-500	,270	24	,000	,862	24	,004
	500-1000	,204	61	,000	,898	61	,000
	1000-2000	,193	45	,000	,908	45	,002
	2000-4000	,254	6	,200*	,866	6	,212
	6000-8000	,260	2	.			
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	8000-10000	,260	2	.			
	0-500	,327	24	,000	,838	24	,001
	500-1000	,247	61	,000	,810	61	,000
	1000-2000	,239	45	,000	,818	45	,000
	2000-4000	,254	6	,200*	,866	6	,212
	6000-8000	,260	2	.			
Melhorias das infraestruturas locais	8000-10000	,260	2	.			
	0-500	,181	24	,040	,913	24	,041
	500-1000	,197	61	,000	,901	61	,000
	1000-2000	,208	45	,000	,900	45	,001

	2000-4000	,209	6	,200*	,907	6	,415
	6000-8000	,260	2	.			
	8000-10000	,260	2	.			
	0-500	,333	24	,000	,812	24	,000
	500-1000	,248	61	,000	,878	61	,000
Aumento do volume de vendas no comércio	1000-2000	,221	45	,000	,852	45	,000
	2000-4000	,325	6	,047	,827	6	,101
	6000-8000	,260	2	.			
	8000-10000	,260	2	.			
	0-500	,223	24	,003	,896	24	,018
	500-1000	,212	61	,000	,878	61	,000
Promove empresas e negócios locais	1000-2000	,268	45	,000	,874	45	,000
	2000-4000	,293	6	,117	,915	6	,473
	8000-10000	,260	2	.			
	0-500	,279	24	,000	,857	24	,003
	500-1000	,243	61	,000	,868	61	,000
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	1000-2000	,271	45	,000	,881	45	,000
	2000-4000	,302	6	,094	,775	6	,035
	6000-8000	,260	2	.			
	8000-10000	,260	2	.			
	0-500	,245	24	,001	,862	24	,004
	500-1000	,309	61	,000	,828	61	,000
Consciencialização e educação da comunidade	1000-2000	,287	45	,000	,857	45	,000
	2000-4000	,214	6	,200*	,958	6	,804
	6000-8000	,260	2	.			
	8000-10000	,260	2	.			
	0-500	,260	24	,000	,872	24	,006
	500-1000	,273	61	,000	,797	61	,000
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	1000-2000	,267	45	,000	,819	45	,000
	2000-4000	,308	6	,077	,857	6	,178
	6000-8000	,260	2	.			
	0-500	,276	24	,000	,846	24	,002
	500-1000	,226	61	,000	,867	61	,000
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	1000-2000	,310	45	,000	,810	45	,000
	2000-4000	,209	6	,200*	,907	6	,415
	6000-8000	,260	2	.			
	0-500	,219	24	,004	,893	24	,015
	500-1000	,264	61	,000	,883	61	,000
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	1000-2000	,314	45	,000	,799	45	,000
	2000-4000	,223	6	,200*	,908	6	,421
	6000-8000	,260	2	.			
	0-500	,190	24	,026	,866	24	,004
	500-1000	,225	61	,000	,886	61	,000
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	1000-2000	,210	45	,000	,849	45	,000
	2000-4000	,407	6	,002	,640	6	,001
	6000-8000	,260	2	.			
	8000-10000	,260	2	.			
	0-500	,226	24	,003	,892	24	,014
	500-1000	,232	61	,000	,858	61	,000
	1000-2000	,192	45	,000	,844	45	,000
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	2000-4000	,325	6	,047	,827	6	,101
	6000-8000	,260	2	.			
	8000-10000	,260	2	.			
	0-500	,228	24	,002	,856	24	,003
	500-1000	,296	61	,000	,777	61	,000
Causa desconforto para moradores da cidade	1000-2000	,238	45	,000	,825	45	,000
	2000-4000	,263	6	,200*	,823	6	,093
	6000-8000	,260	2	.			
	8000-10000	,260	2	.			
	0-500	,328	24	,000	,821	24	,001
	500-1000	,231	61	,000	,829	61	,000
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	1000-2000	,243	45	,000	,829	45	,000
	2000-4000	,407	6	,002	,640	6	,001
	6000-8000	,260	2	.			
	8000-10000	,260	2	.			
Envolvimento da comunidade no evento	0-500	,314	24	,000	,752	24	,000
	500-1000	,273	61	,000	,866	61	,000

	1000-2000	,247	45	,000	,890	45	,000
	2000-4000	,214	6	,200*	,958	6	,804
	6000-8000	,260	2
	8000-10000	,260	2
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	0-500	,261	24	,000	,789	24	,000
	500-1000	,326	61	,000	,826	61	,000
	1000-2000	,310	45	,000	,818	45	,000
	2000-4000	,254	6	,200*	,866	6	,212
	8000-10000	,260	2
	0-500	,371	24	,000	,763	24	,000
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	500-1000	,357	61	,000	,784	61	,000
	1000-2000	,234	45	,000	,854	45	,000
	2000-4000	,286	6	,136	,863	6	,201
	6000-8000	,260	2
	8000-10000	,260	2
	0-500	,225	24	,003	,876	24	,007
	500-1000	,284	61	,000	,796	61	,000
Prestígio internacional	1000-2000	,224	45	,000	,817	45	,000
	2000-4000	,401	6	,003	,770	6	,031
	6000-8000	,260	2
	8000-10000	,260	2
	0-500	,220	24	,004	,898	24	,020
	500-1000	,239	61	,000	,878	61	,000
Aumenta a sazonalidade do turismo	1000-2000	,224	45	,000	,899	45	,001
	2000-4000	,302	6	,094	,775	6	,035
	6000-8000	,260	2

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Teste de normalidade para impactos em função da idade

Tests of Normality

Impactos do evento	Grupos Etários	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	18 a 24 anos	,357	7	,007	,787	7	,030
	25 a 64 anos	,226	118	,000	,901	118	,000
	65 ou mais anos	,338	15	,000	,667	15	,000
Origina oportunidades de emprego	18 a 24 anos	,435	7	,000	,600	7	,000
	25 a 64 anos	,205	118	,000	,894	118	,000
	65 ou mais anos	,173	15	,200*	,876	15	,042
Aumento da criminalidade	18 a 24 anos	,214	7	,200*	,858	7	,144
	25 a 64 anos	,274	118	,000	,785	118	,000
	65 ou mais anos	,267	15	,005	,800	15	,004
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	18 a 24 anos	,332	7	,019	,869	7	,183
	25 a 64 anos	,245	118	,000	,872	118	,000
	65 ou mais anos	,229	15	,034	,857	15	,022
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	18 a 24 anos	,338	7	,015	,769	7	,020
	25 a 64 anos	,271	118	,000	,834	118	,000
	65 ou mais anos	,274	15	,003	,815	15	,006
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	18 a 24 anos	,296	7	,063	,840	7	,099
	25 a 64 anos	,210	118	,000	,899	118	,000
	65 ou mais anos	,222	15	,044	,869	15	,033
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	18 a 24 anos	,435	7	,000	,600	7	,000
	25 a 64 anos	,245	118	,000	,832	118	,000
	65 ou mais anos	,249	15	,013	,862	15	,026
Melhorias das infraestruturas locais	18 a 24 anos	,173	7	,200*	,922	7	,482
	25 a 64 anos	,188	118	,000	,904	118	,000
	65 ou mais anos	,314	15	,000	,842	15	,014
Aumento do volume de vendas no comércio	18 a 24 anos	,258	7	,174	,818	7	,062
	25 a 64 anos	,249	118	,000	,864	118	,000

	65 ou mais anos	,228	15	,035	,904	15	,110
Promove empresas e negócios locais	18 a 24 anos	,296	7	,063	,840	7	,099
	25 a 64 anos	,205	118	,000	,879	118	,000
	65 ou mais anos	,233	15	,027	,917	15	,171
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	18 a 24 anos	,296	7	,063	,840	7	,099
	25 a 64 anos	,248	118	,000	,885	118	,000
	65 ou mais anos	,320	15	,000	,828	15	,009
Consciencialização e educação da comunidade	18 a 24 anos	,258	7	,174	,818	7	,062
	25 a 64 anos	,292	118	,000	,857	118	,000
	65 ou mais anos	,236	15	,024	,840	15	,013
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	18 a 24 anos	,338	7	,015	,769	7	,020
	25 a 64 anos	,287	118	,000	,797	118	,000
	65 ou mais anos	,212	15	,068	,817	15	,006
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	18 a 24 anos	,256	7	,182	,833	7	,086
	25 a 64 anos	,264	118	,000	,858	118	,000
	65 ou mais anos	,241	15	,019	,845	15	,015
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	18 a 24 anos	,256	7	,182	,833	7	,086
	25 a 64 anos	,282	118	,000	,869	118	,000
	65 ou mais anos	,259	15	,008	,842	15	,014
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	18 a 24 anos	,241	7	,200*	,937	7	,609
	25 a 64 anos	,203	118	,000	,884	118	,000
	65 ou mais anos	,227	15	,036	,842	15	,014
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	18 a 24 anos	,256	7	,182	,833	7	,086
	25 a 64 anos	,223	118	,000	,855	118	,000
	65 ou mais anos	,253	15	,011	,867	15	,030
Causa desconforto para moradores da cidade	18 a 24 anos	,214	7	,200*	,858	7	,144
	25 a 64 anos	,281	118	,000	,798	118	,000
	65 ou mais anos	,218	15	,052	,845	15	,015
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	18 a 24 anos	,241	7	,200*	,937	7	,609
	25 a 64 anos	,273	118	,000	,818	118	,000
	65 ou mais anos	,220	15	,048	,826	15	,008
Envolvimento da comunidade no evento	18 a 24 anos	,258	7	,174	,818	7	,062
	25 a 64 anos	,276	118	,000	,868	118	,000
	65 ou mais anos	,278	15	,003	,861	15	,025
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	18 a 24 anos	,421	7	,000	,646	7	,001
	25 a 64 anos	,312	118	,000	,841	118	,000
	65 ou mais anos	,328	15	,000	,803	15	,004
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	18 a 24 anos	,421	7	,000	,646	7	,001
	25 a 64 anos	,311	118	,000	,829	118	,000
	65 ou mais anos	,271	15	,004	,881	15	,048
Prestígio internacional	18 a 24 anos	,214	7	,200*	,858	7	,144
	25 a 64 anos	,228	118	,000	,830	118	,000
	65 ou mais anos	,445	15	,000	,581	15	,000
Aumenta a sazonalidade do turismo	18 a 24 anos	,173	7	,200*	,922	7	,482
	25 a 64 anos	,249	118	,000	,892	118	,000
	65 ou mais anos	,278	15	,003	,883	15	,053

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

APÊNDICE XVI - Análise dos fatores que influenciam as percepções dos residentes face ao Festival Internacional de Jazz de Loulé

Tabela XVI.1 - Análise das diferenças estatisticamente significativas de acordo com o conhecimento do evento

Valores da significância do teste de Mann-Whitney U

	Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	,015
Origina oportunidades de emprego	,782
Aumento da criminalidade	,255
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	,040
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	,045
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	,050
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	,004
Melhorias das infraestruturas locais	,335
Aumento do volume de vendas no comércio	,279
Promove empresas e negócios locais	,781
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	,991
Conscencialização e educação da comunidade	,060
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	,003
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	,005
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	,670
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	,117
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	,184
Causa desconforto para moradores da cidade	,074
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	,108
Envolvimento da comunidade no evento	,980
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	,005
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	,008
Prestígio internacional	,017
Aumenta a sazonalidade do turismo	,689

Percepções dos impactos do evento		Já alguma vez assistiu ao "Festival de Jazz"			
		Mean	Mode	Median	Standard Deviation
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	Sim	3,65	4,00	4,00	1,23
	Não	3,26	4,00	3,00	1,00
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	Sim	2,09	1,00	2,00	1,15
	Não	2,49	2,00	2,00	1,14
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	Sim	4,05	5,00	5,00	1,19
	Não	3,75	4,00	4,00	1,09
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades	Sim	4,28	5,00	5,00	1,01

recreativas e de entretenimento	Não	3,86	4,00	4,00	,95
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	Sim	4,33	5,00	4,00	,84
	Não	3,90	4,00	4,00	,88
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Sim	4,12	4,00	4,00	,85
	Não	3,66	4,00	4,00	,95
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	Sim	3,91	4,00	4,00	,72
	Não	3,46	4,00	4,00	,87
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	Sim	4,05	4,00	4,00	,65
	Não	3,58	4,00	4,00	,96
Prestígio internacional	Sim	4,33	5,00	5,00	,84
	Não	3,92	4,00	4,00	,96

Tabela XVI.2 - Análise das diferenças estatisticamente significativas de acordo com o facto se nasceu no concelho

Valores da significância do teste de Mann-Whitney U

	Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	,132
Origina oportunidades de emprego	,375
Aumento da criminalidade	,611
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	,814
Ajudar a valorizar e a preservar a cultura local	,522
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	,713
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	,120
Melhorias das infraestruturas locais	,207
Aumento do volume de vendas no comércio	,563
Promove empresas e negócios locais	,784
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	,275
Consciencialização e educação da comunidade	,380
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	,195
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	,817
Ajudar a integrar as pessoas da comunidade	,982
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	,143
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	,885
Causa desconforto para moradores da cidade	,202
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança, festivais, galerias de arte e museus ...)	,117
Envolvimento da comunidade no evento	,803
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	,433
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	,874
Prestígio internacional	,797
Aumenta a sazonalidade do turismo	,901

Tabela XVI.3 - Análise das diferenças estatisticamente significativas de acordo com o tempo de residência

Valores da significância do teste de Kruskal Wallis

	Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	,760
Origina oportunidades de emprego	,779
Aumento da criminalidade	,704
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	,172
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	,652
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	,850
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	,167
Melhorias das infraestruturas locais	,678
Aumento do volume de vendas no comércio	,157
Promove empresas e negócios locais	,265
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	,576
Conscientização e educação da comunidade	,219
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	,059
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	,837
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	,553
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	,181
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	,477
Causa desconforto para moradores da cidade	,142
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	,669
Envolvimento da comunidade no evento	,314
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	,129
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	,216
Prestígio internacional	,317
Aumenta a sazonalidade do turismo	,834
Benefícios superiores aos custos	,435

Tabela XVI.4 - Análise das diferenças estatisticamente significativas de acordo com o género

Valores da significância do teste de Mann-Whitney U

	Asymp. Sig. (2-tailed)
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	,798
Origina oportunidades de emprego	,184
Aumento da criminalidade	,275
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	,353
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	,276
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	,037
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	,397
Melhorias das infraestruturas locais	,775

Aumento do volume de vendas no comércio	,274
Promove empresas e negócios locais	,078
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	,460
Conscientização e educação da comunidade	,479
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	,272
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	,793
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	,470
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	,202
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	,269
Causa desconforto para moradores da cidade	,784
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	,141
Envolvimento da comunidade no evento	,496
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	,647
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	,828
Prestígio internacional	,786
Aumenta a sazonalidade do turismo	,253

Perceções dos impactos do evento		Sexo			
		Mean	Mode	Median	Standard Deviation
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	Masculino	3,18	4,00	3,00	1,15
	Feminino	2,78	2,00	3,00	1,18

Tabela XVI.5 - Análise das diferenças estatisticamente significativas de acordo com o estado civil

Valores da significância do teste de Kruskal Wallis

	Asymp. Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	,496
Origina oportunidades de emprego	,108
Aumento da criminalidade	,268
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	,615
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	,902
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	,451
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	,531
Melhorias das infraestruturas locais	,081
Aumento do volume de vendas no comércio	,951
Promove empresas e negócios locais	,566
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	,104
Conscientização e educação da comunidade	,196
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	,102
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	,760
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	,119

Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	,636
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	,912
Causa desconforto para moradores da cidade	,498
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	,705
Envolvimento da comunidade no evento	,930
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	,180
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	,416
Prestígio internacional	,471
Aumenta a sazonalidade do turismo	,044
Benefícios superiores aos custos	,590

Perceções dos impactos do evento	Estado civil				
	Mean	Mode	Median	Standard Deviation	
Aumenta a sazonalidade do turismo	Solteiro	3,33	4,00	4,00	1,32
	Casado/União de facto	3,36	4,00	4,00	1,07
	Viúvo	2,13	3,00	2,50	,99
	Divorciado/Separado	3,17	4,00	3,50	,94

Tabela XVI.6 - Análise das diferenças estatisticamente significativas de acordo com as habilitações literárias

Valores da significância do teste de Kruskal Wallis

	Asymp. Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	,653
Origina oportunidades de emprego	,367
Aumento da criminalidade	,127
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	,247
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	,478
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	,487
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	,096
Melhorias das infraestruturas locais	,833
Aumento do volume de vendas no comércio	,180
Promove empresas e negócios locais	,586
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	,619
Consciencialização e educação da comunidade	,610
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	,154
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	,224
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	,590
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	,046
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	,092
Causa desconforto para moradores da cidade	,941

Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	,617
Envolvimento da comunidade no evento	,628
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	,101
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	,951
Prestígio internacional	,066
Aumenta a sazonalidade do turismo	,787
Benefícios superiores aos custos	,225

Perceções dos impactos do evento		Habilitações Literárias			
		Mean	Mode	Median	Standard Deviation
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	Sem escolaridade	4,00	4,00	4,00	.
	Ensino básico - 1º ciclo	2,88	4,00	3,00	1,24
	Ensino básico - 2º ciclo	3,10	4,00	4,00	1,30
	Ensino secundário	2,35	2,00	2,00	1,04
	Licenciatura	3,12	4,00	3,50	1,18
	Pós-graduação	3,25	3,00	3,00	,50
	Mestrado	2,50	2,00	2,00	1,41
	Doutoramento	2,00	2,00	2,00	.

Tabela XVI.7 - Análise das diferenças estatisticamente significativas de acordo com o rendimento mensal

Valores da significância do teste de Kruskal Wallis

	Asymp. Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	,544
Origina oportunidades de emprego	,281
Aumento da criminalidade	,101
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	,504
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	,659
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	,760
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	,082
Melhorias das infraestruturas locais	,633
Aumento do volume de vendas no comércio	,541
Promove empresas e negócios locais	,527
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	,154
Consciencialização e educação da comunidade	,262
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	,403
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	,334
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	,259
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	,858

Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	,771
Causa desconforto para moradores da cidade	,632
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	,234
Envolvimento da comunidade no evento	,504
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	,087
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	,219
Prestígio internacional	,344
Aumenta a sazonalidade do turismo	,738
Benefícios superiores aos custos	,304

Tabela XVI.8 - Análise das diferenças estatisticamente significativas de acordo com os escalões etários

Valores da significância do teste de Kruskal Wallis

	Asymp. Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	,583
Origina oportunidades de emprego	,046
Aumento da criminalidade	,650
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	,412
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	,487
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	,598
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	,478
Melhorias das infraestruturas locais	,120
Aumento do volume de vendas no comércio	,717
Promove empresas e negócios locais	,736
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	,271
Consciencialização e educação da comunidade	,031
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	,121
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	,214
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	,105
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	,423
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	,009
Causa desconforto para moradores da cidade	,002
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	,136
Envolvimento da comunidade no evento	,843
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	,012
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	,125
Prestígio internacional	,000
Aumenta a sazonalidade do turismo	,321
Benefícios superiores aos custos	,981

Perceções dos impactos do evento		Grupos Etários			
		Mean	Mode	Median	Standard Deviation
Origina oportunidades de emprego	18 a 24 anos	3,40	3,00	3,00	,52
	25 a 64 anos	2,84	3,00	3,00	,95
	65 ou mais anos	2,40	1,00	2,00	1,12
Consciencialização e educação da comunidade	18 a 24 anos	3,20	4,00	3,50	,92
	25 a 64 anos	3,55	4,00	4,00	,90
	65 ou mais anos	2,80	3,00	3,00	1,15
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	18 a 24 anos	3,30	3,00	3,00	,67
	25 a 64 anos	2,21	2,00	2,00	1,09
	65 ou mais anos	2,53	2,00	2,00	1,36
Causa desconforto para moradores da cidade	18 a 24 anos	3,10	3,00	3,00	,74
	25 a 64 anos	1,88	1,00	2,00	1,00
	65 ou mais anos	2,13	1,00	2,00	1,25
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	18 a 24 anos	3,70	4,00	4,00	,82
	25 a 64 anos	3,66	4,00	4,00	,81
	65 ou mais anos	2,93	3,00	3,00	,96
Prestígio internacional	18 a 24 anos	2,90	3,00	3,00	,74
	25 a 64 anos	4,07	4,00	4,00	,90
	65 ou mais anos	4,53	5,00	5,00	,83

Tabela XVI.9 - Análise das diferenças estatisticamente significativas de acordo com a situação perante o emprego

Valores da significância do teste de Kruskal Wallis

	Asymp. Sig.
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	,086
Origina oportunidades de emprego	,522
Aumento da criminalidade	,695
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	,688
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	,604
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	,059
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	,603
Melhorias das infraestruturas locais	,859
Aumento do volume de vendas no comércio	,145
Promove empresas e negócios locais	,530
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	,724
Consciencialização e educação da comunidade	,039
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	,895
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	,047
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	,187
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	,730
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	,589

Causa desconforto para moradores da cidade	,123
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	,730
Envolvimento da comunidade no evento	,852
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	,077
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	,367
Prestígio internacional	,006
Aumenta a sazonalidade do turismo	,396
Benefícios superiores aos custos	,519

Perceções dos impactos do evento		Situação perante o emprego			
		Mean	Mode	Median	Standard Deviation
Consciencialização e educação da comunidade	Estudante	2,86	2,00	3,00	,90
	Empregado por conta de outrem	3,70	4,00	4,00	,78
	Empregado por conta própria	3,23	4,00	3,00	1,06
	Desempregado	3,43	4,00	4,00	,94
	Reformado	3,10	4,00	3,00	1,18
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Estudante	3,43	3,00	3,00	1,13
	Empregado por conta de outrem	3,79	4,00	4,00	,90
	Empregado por conta própria	3,81	4,00	4,00	1,01
	Desempregado	3,36	3,00	3,00	,74
	Reformado	4,19	5,00	4,00	,93
Prestígio internacional	Estudante	2,86	2,00	3,00	1,07
	Empregado por conta de outrem	4,07	5,00	4,00	,92
	Empregado por conta própria	4,00	4,00	4,00	,93
	Desempregado	3,93	4,00	4,00	,73
	Reformado	4,48	5,00	5,00	,81

Tabela XVI.10 - Análise das diferenças estatisticamente significativas de acordo com a existência de familiar em emprego ligado ao turismo

Valores da significância do teste de Mann-Whitney U

	Asymp. Sig. (2-tailed)
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	,344
Origina oportunidades de emprego	,679

Aumento da criminalidade	,398
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	,555
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	,423
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	,476
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	,303
Melhorias das infraestruturas locais	,875
Aumento do volume de vendas no comércio	,680
Promove empresas e negócios locais	,944
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	,438
Consciencialização e educação da comunidade	,380
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	,105
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	,265
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	,346
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	,676
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	,018
Causa desconforto para moradores da cidade	,214
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	,054
Envolvimento da comunidade no evento	,353
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	,551
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	,595
Prestígio internacional	,711
Aumenta a sazonalidade do turismo	,693

Perceções dos impactos do evento	Empregado no setor turístico ou cultural				
	Mean	Mode	Median	Standard Deviation	
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	Sim	1,90	1,00	2,00	1,01
	Não	2,43	2,00	2,00	1,13

Tabela XVI.11 - Análise das diferenças estatisticamente significativas das perceções dos impactos do evento de acordo com as atitudes e comportamentos dos residentes

Coefficientes de correlação

Perceções dos impactos do evento		Atitudes de apoio										
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	Coefficiente	,181*	,413**	,296**	,280**	,226**	,165*	,076	,068	,017	,073	,214**
	Sig.	,029	,000	,000	,001	,006	,047	,359	,413	,838	,384	,009
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Origina oportunidades de	Coefficiente	,032	,090	,049	,131	,363**	,309**	,305**	,234**	,257**	,280**	,265**

emprego	Sig.	,698	,282	,559	,114	,000	,000	,000	,004	,002	,001	,001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Aumento da criminalidade	Coefficiente	-,136	-,067	-,161	-,061	-,022	,041	,026	-,046	,011	,070	-,091
	Sig.	,102	,419	,052	,468	,790	,627	,753	,585	,895	,405	,275
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	Coefficiente	-,057	-,191*	-,166*	-,066	,015	,041	,022	,060	,148	,159	-,021
	Sig.	,497	,021	,045	,430	,855	,620	,791	,468	,075	,055	,799
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	Coefficiente	,171*	,406**	,356**	,388**	,096	,091	,008	,089	,148	,169**	,267**
	Sig.	,039	,000	,000	,000	,250	,277	,924	,283	,075	,042	,001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	Coefficiente	,104	,043	-,074	,092	,171*	,106	-,006	,020	-,069	-,036	-,042
	Sig.	,209	,610	,374	,267	,039	,201	,946	,809	,406	,669	,617
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	Coefficiente	,139	,518**	,451**	,426**	,196*	,144	-,036	,111	,105	,098	,214**
	Sig.	,094	,000	,000	,000	,018	,084	,664	,182	,208	,238	,010
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Melhorias das infraestruturas locais	Coefficiente	,081	,192*	,146	,185*	,232**	,302**	,254**	,292**	,306**	,311**	,377**
	Sig.	,331	,020	,079	,026	,005	,000	,002	,000	,000	,000	,000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Aumento do volume de vendas no comércio	Coefficiente	,121	,125	,067	,135	,147	,233**	,156	,083	,125	,120	,140
	Sig.	,145	,133	,418	,104	,076	,005	,060	,317	,132	,149	,092
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Promove empresas e negócios locais	Coefficiente	,117	,173*	-,026	,087	,124	,129	,183*	,104	,057	,134	,193*
	Sig.	,161	,037	,752	,294	,137	,121	,027	,210	,494	,106	,020
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	Coefficiente	,047	,162	,055	,150	,189*	,190*	,195*	,132	,160	,180*	,232**
	Sig.	,572	,051	,510	,071	,022	,022	,018	,111	,053	,030	,005
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Consciencialização e educação da comunidade	Coefficiente	,212*	,304**	,357**	,290**	,337**	,212*	,116	,157	,111	,138	,322**
	Sig.	,010	,000	,000	,000	,000	,010	,165	,059	,182	,096	,000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	Coefficiente	,076	,548**	,493**	,559**	,280**	,227**	,009	,104	,048	,034	,270**
	Sig.	,362	,000	,000	,000	,001	,006	,912	,211	,562	,687	,001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Coefficiente	,185*	,492**	,393**	,365**	,182*	,206*	,090	,091	,068	,095	,271**
	Sig.	,025	,000	,000	,000	,028	,012	,280	,276	,417	,252	,001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146

Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	Coeficiente	,059	,294**	,231**	,189*	,223**	,234**	,237**	,051	,084	,145	,247**
	Sig.	,482	,000	,005	,022	,007	,004	,004	,544	,311	,081	,003
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	Coeficiente	-,067	-,176*	-,193*	-,097	,028	,083	,143	,133	,125	,083	-,053
	Sig.	,422	,033	,020	,243	,737	,321	,086	,110	,132	,321	,522
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	Coeficiente	-,039	-,203*	-,264**	-,107	,018	,045	,019	,015	,063	,082	,009
	Sig.	,640	,014	,001	,198	,828	,586	,818	,860	,451	,325	,918
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Causa desconforto para moradores da cidade	Coeficiente	-,159	-,346**	-,348**	-,309**	-,114	-,047	-,001	,016	,136	,066	-,189*
	Sig.	,055	,000	,000	,000	,169	,570	,989	,849	,101	,430	,022
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	Coeficiente	,264**	,464**	,398**	,388**	,159	,053	-,071	,069	,048	,006	,133
	Sig.	,001	,000	,000	,000	,055	,527	,396	,409	,563	,946	,108
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Envolvimento da comunidade no evento	Coeficiente	,232**	,433**	,426**	,375**	,240**	,127	,018	,108	,156	,130	,210*
	Sig.	,005	,000	,000	,000	,003	,127	,829	,193	,061	,118	,011
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	Coeficiente	,187*	,359**	,522**	,518**	,359**	,134	,065	,184*	,151	,198*	,353**
	Sig.	,024	,000	,000	,000	,000	,108	,439	,026	,068	,017	,000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	Coeficiente	,291**	,426**	,473**	,440**	,304**	,191*	,115	,067	,015	,075	,268**
	Sig.	,000	,000	,000	,000	,000	,021	,168	,422	,853	,366	,001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Prestígio internacional	Coeficiente	,233**	,514**	,479**	,466**	,158	,170*	-,027	-,054	-,016	-,007	,147
	Sig.	,005	,000	,000	,000	,056	,040	,744	,515	,852	,934	,077
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Aumenta a sazonalidade do turismo	Coeficiente	,097	,194*	,014	,061	,111	,225**	,237**	,133	,107	,159	,155
	Sig.	,244	,019	,865	,462	,180	,006	,004	,111	,197	,055	,062
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Legenda: **A** – Benefícios superiores aos custos; **B** - O "Festival de Jazz" é importante para o desenvolvimento turístico; **C** - Apoio fortemente o desenvolvimento deste evento; **D** - Apoio fortemente o desenvolvimento do turismo; **E** - Participo activamente na divulgação do destino; **F** – Procuo me informar sobre as decisões do poder público sobre a atividade turística e a conceção de eventos na cidade; **G** – Sugiro novas propostas para

melhor desenvolver a actividade turística; **H** – Participo na dinamização de projectos culturais; **I** – Participo ativamente no planeamento do turismo e de eventos; **J** - Participo na dinamização de projectos turísticos; **L** – Tenho interesse em participar na dinamização de projectos turísticos.

Tabela XVI.12 - Análise das diferenças das percepções dos residentes dos impactos do evento de acordo com a interação dos residentes

		Pearson Chi-Square Tests							
Percepções dos impactos do evento		No local de trabalho	Nos espaços públicos	Estabelecimentos de restauração e bebidas	Na rua, quando o visitante lhe pede informação	Estabelecimentos comerciais	Eventos religiosos	Eventos culturais	Eventos desportivos
Aumento do nível de qualidade de vida da comunidade	Chi-square	30,904	20,770	14,972	28,864	9,039	19,763	13,956	17,904
	df	16	16	16	16	16	16	16	16
	Sig.	,014 ^{*.b}	,188 ^b	,527 ^b	,025 ^{*.b,c}	,912 ^{b,c}	,231 ^{b,c}	,602 ^{b,c}	,330 ^{b,c}
Origina oportunidades de emprego	Chi-square	21,827	31,782	18,080	25,827	18,640	9,290	16,378	17,550
	df	16	16	16	16	16	16	16	16
	Sig.	,149 ^{b,c}	,011 ^{*.b,c}	,319 ^{b,c}	,057 ^{b,c}	,288 ^{b,c}	,901 ^{b,c}	,427 ^{b,c}	,351 ^{b,c}
Aumento da criminalidade	Chi-square	31,603	18,483	15,295	16,896	14,072	16,425	9,066	28,715
	df	16	16	16	16	16	16	16	16
	Sig.	,011 ^{*.b,c}	,296 ^{b,c}	,503 ^{b,c}	,392 ^{b,c}	,593 ^{b,c}	,424 ^{b,c}	,911 ^{b,c}	,026 ^{*.b,c}
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	Chi-square	32,273	14,240	16,695	14,560	22,464	18,492	14,910	17,392
	df	16	16	16	16	16	16	16	16
	Sig.	,009 ^{*.b,c}	,581 ^{b,c}	,406 ^{b,c}	,557 ^{b,c}	,129 ^{b,c}	,296 ^{b,c}	,531 ^{b,c}	,361 ^{b,c}
Ajuda a valorizar e a preservar a cultura local	Chi-square	13,549	27,134	22,187	13,579	15,131	10,672	14,965	12,027
	df	16	16	16	16	16	16	16	16
	Sig.	,632 ^{b,c}	,040 ^{*.b,c}	,137 ^{b,c}	,630 ^{b,c}	,515 ^{b,c}	,829 ^{b,c}	,527 ^{b,c}	,742 ^{b,c}
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	Chi-square	25,151	24,423	12,030	23,236	18,143	33,721	24,217	24,726
	df	16	16	16	16	16	16	16	16
	Sig.	,067 ^b	,081 ^b	,742 ^b	,108 ^b	,316 ^{b,c}	,006 ^{*.b,c}	,085 ^{b,c}	,075 ^{b,c}
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	Chi-square	14,209	23,418	29,414	34,119	13,965	13,815	22,184	20,669
	df	16	16	16	16	16	16	16	16
	Sig.	,583 ^{b,c}	,103 ^{b,c}	,021 ^{*.b,c}	,005 ^{*.b,c}	,601 ^{b,c}	,612 ^{b,c}	,137 ^{b,c}	,192 ^{b,c}

Melhorias das infraestruturas locais	Chi-squa re df 16 Sig.	21,774 ,151 ^{b,c}	17,576 ,349 ^{b,c}	16,400 ,425 ^{b,c}	29,431 ,021 ^{*,b,c}	12,588 ,703 ^{b,c}	15,252 ,506 ^{b,c}	17,126 ,377 ^{b,c}	21,055 ,176 ^{b,c}
Aumento do volume de vendas no comércio	Chi-squa re df 16 Sig.	13,180 ,660 ^{b,c}	12,172 ,732 ^{b,c}	12,489 ,710 ^{b,c}	32,114 ,010 ^{*,b,c}	24,244 ,084 ^{b,c}	19,282 ,254 ^{b,c}	14,563 ,557 ^{b,c}	22,000 ,143 ^{b,c}
Promove empresas e negócios locais	Chi-squa re df 16 Sig.	18,936 ,272 ^{b,c}	15,329 ,501 ^{b,c}	18,570 ,292 ^{b,c}	21,605 ,156 ^{b,c}	22,548 ,126 ^{b,c}	21,134 ,173 ^{b,c}	17,395 ,361 ^{b,c}	18,629 ,288 ^{b,c}
Incentiva os moradores ao desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	Chi-squa re df 16 Sig.	18,695 ,285 ^{b,c}	21,711 ,153 ^{b,c}	15,309 ,502 ^{b,c}	24,592 ,077 ^{b,c}	16,362 ,428 ^{b,c}	14,263 ,579 ^{b,c}	15,374 ,497 ^{b,c}	19,318 ,252 ^{b,c}
Consciencialização e educação da comunidade	Chi-squa re df 16 Sig.	18,565 ,292 ^{b,c}	23,721 ,096 ^{b,c}	26,314 ,050 ^{*,b,c}	25,074 ,069 ^{b,c}	20,608 ,194 ^{b,c}	12,532 ,707 ^{b,c}	18,883 ,275 ^{b,c}	24,115 ,087 ^{b,c}
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	Chi-squa re df 16 Sig.	14,877 ,534 ^{b,c}	21,681 ,154 ^{b,c}	25,254 ,065 ^{b,c}	29,072 ,023 ^{*,b,c}	26,511 ,047 ^{*,b,c}	25,952 ,055 ^{b,c}	20,721 ,189 ^{b,c}	31,159 ,013 ^{*,b,c}
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Chi-squa re df 16 Sig.	15,836 ,464 ^{b,c}	25,645 ,059 ^{b,c}	10,838 ,819 ^{b,c}	27,535 ,036 ^{*,b,c}	16,235 ,437 ^{b,c}	16,128 ,444 ^{b,c}	23,672 ,097 ^{b,c}	19,926 ,224 ^{b,c}
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	Chi-squa re df 16 Sig.	13,485 ,637 ^{b,c}	15,072 ,519 ^{b,c}	17,979 ,325 ^{b,c}	14,224 ,582 ^{b,c}	9,585 ,887 ^{b,c}	10,210 ,855 ^{b,c}	17,135 ,377 ^{b,c}	16,762 ,401 ^{b,c}
Coloca pressão sobre os serviços públicos, tais como segurança, transportes e outros	Chi-squa re df 16 Sig.	12,607 ,701 ^{b,c}	17,362 ,363 ^{b,c}	20,882 ,183 ^{b,c}	23,706 ,096 ^{b,c}	8,563 ,930 ^{b,c}	33,277 ,007 ^{*,b,c}	16,789 ,399 ^{b,c}	23,780 ,094 ^{b,c}
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade, tais como restaurantes, lojas e hotéis	Chi-squa re df 16 Sig.	19,408 ,248 ^{b,c}	21,232 ,170 ^{b,c}	16,661 ,408 ^{b,c}	27,500 ,036 ^{*,b,c}	29,116 ,023 ^{*,b,c}	17,942 ,327 ^{b,c}	24,720 ,075 ^{b,c}	16,263 ,435 ^{b,c}
Causa desconforto para moradores	Chi-squa re	14,425	28,593	12,198	33,938	21,241	27,197	31,569	25,199

da cidade	df	16	16	16	16	16	16	16	16
	Sig.	,567 ^{b,c}	,027 ^{*,b,c}	,730 ^{b,c}	,006 ^{*,b,c}	,169 ^{b,c}	,039 ^{*,b,c}	,011 ^{*,b,c}	,066 ^{b,c}
Incremento do interesse pela cultura (história, música, teatro, dança festivais, galerias de arte e museus ...)	Chi-square	18,419	28,550	17,769	19,759	16,939	19,536	25,497	22,457
	df	16	16	16	16	16	16	16	16
	Sig.	,300 ^{b,c}	,027 ^{*,b,c}	,338 ^{b,c}	,231 ^{b,c}	,390 ^{b,c}	,242 ^{b,c}	,062 ^{b,c}	,129 ^{b,c}
Envolvimento da comunidade no evento	Chi-square	22,948	14,612	15,519	15,008	11,502	16,055	18,883	19,403
	df	16	16	16	16	16	16	16	16
	Sig.	,115 ^{b,c}	,553 ^{b,c}	,487 ^{b,c}	,524 ^{b,c}	,777 ^{b,c}	,449 ^{b,c}	,275 ^{b,c}	,248 ^{b,c}
Existe uma partilha da experiência de entretenimento durante o evento	Chi-square	11,607	34,527	19,431	18,470	17,675	15,020	22,273	29,591
	df	16	16	16	16	16	16	16	16
	Sig.	,771 ^{b,c}	,005 ^{*,b,c}	,247 ^{b,c}	,297 ^{b,c}	,343 ^{b,c}	,523 ^{b,c}	,135 ^{b,c}	,020 ^{*,b,c}
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	Chi-square	14,575	32,606	13,465	18,857	16,189	17,171	14,993	26,784
	df	16	16	16	16	16	16	16	16
	Sig.	,556 ^{b,c}	,008 ^{*,b,c}	,639 ^{b,c}	,276 ^{b,c}	,440 ^{b,c}	,375 ^{b,c}	,525 ^{b,c}	,044 ^{*,b,c}
Prestígio internacional	Chi-square	10,529	30,809	14,906	16,964	10,798	12,089	12,640	22,155
	df	16	16	16	16	16	16	16	16
	Sig.	,838 ^{b,c}	,014 ^{*,b,c}	,532 ^{b,c}	,388 ^{b,c}	,822 ^{b,c}	,738 ^{b,c}	,699 ^{b,c}	,138 ^{b,c}
Aumenta a sazonalidade do turismo	Chi-square	32,787	24,918	34,544	21,022	18,045	12,423	17,694	27,651
	df	16	16	16	16	16	16	16	16
	Sig.	,008 ^{*,b}	,071 ^b	,005 ^{*,b}	,178 ^b	,321 ^{b,c}	,714 ^{b,c}	,342 ^{b,c}	,035 ^{*,b,c}

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

APÊNDICE XVII - Testes de normalidade para todos os grupos dos comerciantes

Teste de normalidade para o tempo de existência

Tests of Normality

Impactos do evento	Há quantos existe a empresa	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Criação de emprego	1 a 19 anos	,276	18	,001	,788	18	,001
	20 a 38 anos	,206	9	,200*	,884	9	,172
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Aumento do volume de vendas no comércio	1 a 19 anos	,250	18	,004	,860	18	,012
	20 a 38 anos	,229	9	,191	,854	9	,082
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Incentiva o desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	1 a 19 anos	,269	18	,001	,855	18	,010
	20 a 38 anos	,358	9	,001	,785	9	,014
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Aumento da coleta de impostos	1 a 19 anos	,211	18	,034	,914	18	,099
	20 a 38 anos	,325	9	,007	,846	9	,068
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Promove empresas e negócios locais	1 a 19 anos	,240	18	,007	,859	18	,012
	20 a 38 anos	,402	9	,000	,658	9	,000
	39 a 57 anos	,260	2	.			
A exposição da cidade, devido ao evento, aos media contribui para a sua promoção	1 a 19 anos	,258	18	,003	,829	18	,004
	20 a 38 anos	,377	9	,001	,791	9	,016
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Especulação imobiliária	1 a 19 anos	,245	18	,006	,802	18	,002
	20 a 38 anos	,396	9	,000	,684	9	,001
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	1 a 19 anos	,359	18	,000	,769	18	,001
	20 a 38 anos	,317	9	,009	,767	9	,009
Aumento da sazonalidade turística	1 a 19 anos	,174	18	,153	,924	18	,153
	20 a 38 anos	,200	9	,200*	,897	9	,232
Dependência excessiva do evento	1 a 19 anos	,225	18	,017	,814	18	,002
	20 a 38 anos	,341	9	,003	,799	9	,020
O evento contribui para a coesão social	1 a 19 anos	,353	18	,000	,798	18	,001
	20 a 38 anos	,272	9	,054	,805	9	,024
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Melhoria e desenvolvimento das infraestruturas (acessos, saúde, saneamento básico, apoio social...)	1 a 19 anos	,306	18	,000	,850	18	,008
	20 a 38 anos	,297	9	,021	,813	9	,028
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Aumento do nível de formação de mão-de-obra e incremento da qualidade dos serviços	1 a 19 anos	,244	18	,006	,877	18	,023
	20 a 38 anos	,317	9	,010	,873	9	,132
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Melhora a qualidade de vida	1 a 19 anos	,254	18	,003	,906	18	,072
	20 a 38 anos	,206	9	,200*	,884	9	,172
	39 a 57 anos	,260	2	.			

Conscientização e educação da comunidade	1 a 19 anos	,355	18	,000	,796	18	,001
	20 a 38 anos	,391	9	,000	,683	9	,001
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	1 a 19 anos	,278	18	,001	,805	18	,002
	20 a 38 anos	,351	9	,002	,781	9	,012
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	1 a 19 anos	,301	18	,000	,786	18	,001
	20 a 38 anos	,389	9	,000	,693	9	,001
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	1 a 19 anos	,317	18	,000	,743	18	,000
	20 a 38 anos	,459	9	,000	,564	9	,000
Existe partilha da experiência de entretenimento durante o evento	1 a 19 anos	,405	18	,000	,688	18	,000
	20 a 38 anos	,297	9	,021	,813	9	,028
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	1 a 19 anos	,364	18	,000	,771	18	,001
	20 a 38 anos	,389	9	,000	,693	9	,001
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Aumento da criminalidade	1 a 19 anos	,222	18	,019	,818	18	,003
	20 a 38 anos	,333	9	,005	,763	9	,008
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	1 a 19 anos	,232	18	,011	,893	18	,043
	20 a 38 anos	,313	9	,011	,795	9	,018
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Coloca pressão sobre os serviços públicos (ex. segurança, transportes e outros)	1 a 19 anos	,176	18	,144	,875	18	,021
	20 a 38 anos	,272	9	,054	,805	9	,024
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade (ex. restaurantes, lojas e hotéis)	1 a 19 anos	,176	18	,144	,875	18	,021
	20 a 38 anos	,234	9	,166	,853	9	,080
Causa desconforto para moradores da cidade	1 a 19 anos	,324	18	,000	,743	18	,000
	20 a 38 anos	,237	9	,156	,820	9	,035
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	1 a 19 anos	,253	18	,003	,816	18	,003
	20 a 38 anos	,351	9	,002	,781	9	,012
Valorização e preservação da herança histórica, social e cultural	1 a 19 anos	,353	18	,000	,753	18	,000
	20 a 38 anos	,320	9	,009	,810	9	,026
Incremento do interesse pela cultura (ex. teatro, festivais, museus)	1 a 19 anos	,245	18	,006	,802	18	,002
	20 a 38 anos	,325	9	,007	,846	9	,068
Envolvimento da comunidade no evento	1 a 19 anos	,324	18	,000	,751	18	,000
	20 a 38 anos	,396	9	,000	,684	9	,001
A realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribui para atrair visitantes	1 a 19 anos	,272	18	,001	,788	18	,001
	20 a 38 anos	,414	9	,000	,617	9	,000
Criação de grupos de	1 a 19 anos	,291	18	,000	,838	18	,006

jazz na cidade	20 a 38 anos	,317	9	,010	,873	9	,132
	1 a 19 anos	,346	18	,000	,726	18	,000
Maior número de jovens que segue a área da música	20 a 38 anos	,396	9	,000	,684	9	,001
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Mais eventos de música (jazz ou outro) ao longo do ano na cidade	1 a 19 anos	,202	18	,051	,840	18	,006
	20 a 38 anos	,351	9	,002	,781	9	,012
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Provoca uma maior criatividade nas bandas locais	1 a 19 anos	,261	18	,002	,863	18	,014
	20 a 38 anos	,297	9	,021	,813	9	,028
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Descaraterização da identidade cultural da comunidade	1 a 19 anos	,308	18	,000	,767	18	,001
	20 a 38 anos	,333	9	,005	,763	9	,008
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Destruição do património histórico e cultural	1 a 19 anos	,340	18	,000	,739	18	,000
	20 a 38 anos	,375	9	,001	,637	9	,000
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes)	1 a 19 anos	,312	18	,000	,789	18	,001
	20 a 38 anos	,356	9	,002	,655	9	,000
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Desmotivação dos grupos de jazz locais por não participarem no Festival	1 a 19 anos	,253	18	,003	,816	18	,003
	20 a 38 anos	,223	9	,200*	,838	9	,055
	39 a 57 anos	,260	2	.			
Menor apoio para os agrupamentos musicais locais por parte da autarquia	1 a 19 anos	,403	18	,000	,662	18	,000
	20 a 38 anos	,272	9	,054	,883	9	,170
	39 a 57 anos	,260	2	.			

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sempre que uma categoria assume valores constantes ela é omitida da análise é o que acontece com a categoria 77 a 95 anos para todas as variáveis e para a categoria 39 a 57 anos para algumas das variáveis.

Teste de normalidade para o grupo etário

Tests of Normality

Impactos do evento	Grupo etário	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Criação de emprego	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,285	23	,000	,857	23	,004
	65 ou mais anos	,231	5	,200*	,881	5	,314
Aumento do volume de vendas no comércio	25 a 64 anos	,222	23	,005	,870	23	,006
	65 ou mais anos	,231	5	,200*	,881	5	,314
Incentiva o desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,258	23	,000	,874	23	,008
	65 ou mais anos	,237	5	,200*	,961	5	,814
Aumento da coleta de impostos	25 a 64 anos	,244	23	,001	,893	23	,018
	65 ou mais anos	,231	5	,200*	,881	5	,314

Promove empresas e negócios locais	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,271	23	,000	,811	23	,001
	65 ou mais anos	,473	5	,001	,552	5	,000
A exposição da cidade, devido ao evento, aos media contribui para a sua promoção	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,270	23	,000	,855	23	,003
	65 ou mais anos	,348	5	,047	,779	5	,054
Especulação imobiliária	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,298	23	,000	,770	23	,000
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,326	23	,000	,796	23	,000
Aumento da sazonalidade turística	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,193	23	,027	,875	23	,008
	65 ou mais anos	,367	5	,026	,684	5	,006
Dependência excessiva do evento	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,290	23	,000	,776	23	,000
	65 ou mais anos	,330	5	,079	,735	5	,021
O evento contribui para a coesão social	25 a 64 anos	,309	23	,000	,733	23	,000
	65 ou mais anos	,367	5	,026	,684	5	,006
Melhoria e desenvolvimento das infraestruturas (acessos, saúde, saneamento básico, apoio social...)	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,271	23	,000	,870	23	,007
	65 ou mais anos	,231	5	,200*	,881	5	,314
Aumento do nível de formação de mão-de-obra e incremento da qualidade dos serviços	25 a 64 anos	,236	23	,002	,875	23	,008
	65 ou mais anos	,241	5	,200*	,821	5	,119
Melhora a qualidade de vida	25 a 64 anos	,193	23	,027	,859	23	,004
	65 ou mais anos	,273	5	,200*	,852	5	,201
Consciencialização e educação da comunidade	25 a 64 anos	,368	23	,000	,775	23	,000
	65 ou mais anos	,330	5	,079	,735	5	,021
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	25 a 64 anos	,300	23	,000	,813	23	,001
	65 ou mais anos	,367	5	,026	,684	5	,006
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,341	23	,000	,761	23	,000
	65 ou mais anos	,300	5	,161	,883	5	,325
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,355	23	,000	,711	23	,000
	65 ou mais anos	,231	5	,200*	,881	5	,314
Existe partilha da experiência de entretenimento durante o evento	25 a 64 anos	,381	23	,000	,710	23	,000
	65 ou mais anos	,473	5	,001	,552	5	,000
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	25 a 64 anos	,330	23	,000	,816	23	,001
	65 ou mais anos	,473	5	,001	,552	5	,000
Aumento da criminalidade	25 a 64 anos	,274	23	,000	,783	23	,000
	65 ou mais anos	,349	5	,046	,771	5	,046
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,246	23	,001	,878	23	,009
	65 ou mais anos	,229	5	,200*	,867	5	,254
Coloca pressão sobre os serviços públicos (ex. segurança, transportes e outros	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,239	23	,001	,844	23	,002
	65 ou mais anos	,221	5	,200*	,902	5	,421

Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade (ex. restaurantes, lojas e hotéis)	18 a 24 anos	,260	2				
	25 a 64 anos	,211	23	,009	,854	23	,003
	65 ou mais anos	,229	5	,200*	,867	5	,254
Causa desconforto para moradores da cidade	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,270	23	,000	,794	23	,000
	65 ou mais anos	,473	5	,001	,552	5	,000
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	25 a 64 anos	,283	23	,000	,852	23	,003
	65 ou mais anos	,367	5	,026	,684	5	,006
Valorização e preservação da herança histórica, social e cultural	25 a 64 anos	,365	23	,000	,732	23	,000
	65 ou mais anos	,367	5	,026	,684	5	,006
Incremento do interesse pela cultura (ex. teatro, festivais, museus)	25 a 64 anos	,283	23	,000	,842	23	,002
	65 ou mais anos	,367	5	,026	,684	5	,006
Envolvimento da comunidade no evento	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,332	23	,000	,725	23	,000
	65 ou mais anos	,241	5	,200*	,821	5	,119
A realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribui para atrair visitantes	25 a 64 anos	,315	23	,000	,768	23	,000
Criação de grupos de jazz na cidade	25 a 64 anos	,301	23	,000	,760	23	,000
	65 ou mais anos	,241	5	,200*	,821	5	,119
Maior número de jovens que segue a área da música	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,378	23	,000	,691	23	,000
	65 ou mais anos	,241	5	,200*	,821	5	,119
Mais eventos de música (jazz ou outro) ao longo do ano na cidade	25 a 64 anos	,239	23	,001	,820	23	,001
	65 ou mais anos	,221	5	,200*	,902	5	,421
Provoca uma maior criatividade nas bandas locais	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,260	23	,000	,845	23	,002
	65 ou mais anos	,231	5	,200*	,881	5	,314
Descaraterização da identidade cultural da comunidade	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,322	23	,000	,753	23	,000
	65 ou mais anos	,367	5	,026	,684	5	,006
Destruição do património histórico e cultural	25 a 64 anos	,328	23	,000	,728	23	,000
	65 ou mais anos	,473	5	,001	,552	5	,000
Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes)	18 a 24 anos	,260	2	.			
	25 a 64 anos	,330	23	,000	,816	23	,001
	65 ou mais anos	,473	5	,001	,552	5	,000
Desmotivação dos grupos de jazz locais por não participarem no Festival	25 a 64 anos	,308	23	,000	,840	23	,002
	65 ou mais anos	,349	5	,046	,771	5	,046
Menor apoio para os agrupamentos musicais locais por parte da autarquia	25 a 64 anos	,300	23	,000	,850	23	,003
	65 ou mais anos	,231	5	,200*	,881	5	,314

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Teste de normalidade para o gênero

Tests of Normality

Impactos do evento	Gênero do inquirido	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Criação de emprego	Masculino	,365	12	,000	,680	12	,001
	Feminino	,254	18	,003	,882	18	,028
Aumento do volume de vendas no comércio	Masculino	,280	12	,010	,884	12	,099
	Feminino	,210	18	,035	,828	18	,004
Incentiva o desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	Masculino	,230	12	,080	,900	12	,160
	Feminino	,313	18	,000	,828	18	,004
Aumento da coleta de impostos	Masculino	,206	12	,170	,931	12	,386
	Feminino	,279	18	,001	,863	18	,013
Promove empresas e negócios locais	Masculino	,450	12	,000	,575	12	,000
	Feminino	,203	18	,047	,914	18	,101
A exposição da cidade, devido ao evento, aos media contribui para a sua promoção	Masculino	,285	12	,008	,823	12	,017
	Feminino	,278	18	,001	,790	18	,001
Especulação imobiliária	Masculino	,446	12	,000	,592	12	,000
	Feminino	,245	18	,006	,802	18	,002
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	Masculino	,325	12	,001	,679	12	,001
	Feminino	,327	18	,000	,818	18	,003
Aumento da sazonalidade turística	Masculino	,304	12	,003	,788	12	,007
	Feminino	,195	18	,069	,927	18	,170
Dependência excessiva do evento	Masculino	,317	12	,002	,686	12	,001
	Feminino	,278	18	,001	,808	18	,002
O evento contribui para a coesão social	Masculino	,364	12	,000	,753	12	,003
	Feminino	,260	18	,002	,843	18	,007
Melhoria e desenvolvimento das infraestruturas (acessos, saúde, saneamento básico, apoio social...)	Masculino	,245	12	,044	,895	12	,137
	Feminino	,261	18	,002	,863	18	,014
Aumento do nível de formação de mão-de-obra e incremento da qualidade dos serviços	Masculino	,245	12	,044	,895	12	,137
	Feminino	,227	18	,015	,889	18	,037
Melhora a qualidade de vida	Masculino	,263	12	,022	,807	12	,011
	Feminino	,211	18	,034	,914	18	,099
Conscientização e educação da comunidade	Masculino	,420	12	,000	,713	12	,001
	Feminino	,365	18	,000	,776	18	,001
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	Masculino	,357	12	,000	,662	12	,000
	Feminino	,278	18	,001	,848	18	,008
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Masculino	,398	12	,000	,699	12	,001
	Feminino	,301	18	,000	,786	18	,001
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	Masculino	,309	12	,002	,768	12	,004
	Feminino	,346	18	,000	,726	18	,000
Existe partilha da	Masculino	,398	12	,000	,699	12	,001

experiência de entretenimento durante o evento	Feminino	,421	18	,000	,601	18	,000
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	Masculino	,417	12	,000	,608	12	,000
	Feminino	,383	18	,000	,761	18	,000
Aumento da criminalidade	Masculino	,417	12	,000	,608	12	,000
	Feminino	,214	18	,029	,812	18	,002
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	Masculino	,244	12	,048	,865	12	,057
	Feminino	,232	18	,011	,893	18	,043
Coloca pressão sobre os serviços públicos (ex. segurança, transportes e outros)	Masculino	,274	12	,013	,729	12	,002
	Feminino	,198	18	,059	,888	18	,036
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade (ex. restaurantes, lojas e hotéis)	Masculino	,271	12	,015	,775	12	,005
	Feminino	,203	18	,048	,885	18	,032
Causa desconforto para moradores da cidade	Masculino	,490	12	,000	,479	12	,000
	Feminino	,234	18	,010	,873	18	,020
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	Masculino	,375	12	,000	,770	12	,004
	Feminino	,253	18	,003	,816	18	,003
Valorização e preservação da herança histórica, social e cultural	Masculino	,450	12	,000	,583	12	,000
	Feminino	,312	18	,000	,789	18	,001
Incremento do interesse pela cultura (ex. teatro, festivais, museus)	Masculino	,323	12	,001	,780	12	,006
	Feminino	,278	18	,001	,848	18	,008
Envolvimento da comunidade no evento	Masculino	,235	12	,067	,886	12	,106
	Feminino	,294	18	,000	,752	18	,000
A realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribui para atrair visitantes	Masculino	,374	12	,000	,640	12	,000
	Feminino	,301	18	,000	,786	18	,001
Criação de grupos de jazz na cidade	Masculino	,279	12	,011	,784	12	,006
	Feminino	,279	18	,001	,863	18	,013
Maior número de jovens que segue a área da música	Masculino	,354	12	,000	,732	12	,002
	Feminino	,340	18	,000	,739	18	,000
Mais eventos de música (jazz ou outro) ao longo do ano na cidade	Masculino	,184	12	,200*	,886	12	,105
	Feminino	,214	18	,029	,812	18	,002
Provoca uma maior criatividade nas bandas locais	Masculino	,257	12	,028	,807	12	,011
	Feminino	,247	18	,005	,868	18	,016
Descaraterização da	Masculino	,460	12	,000	,552	12	,000

identidade cultural da comunidade	Feminino	,225	18	,017	,814	18	,002
Destruição do património histórico e cultural	Masculino	,428	12	,000	,547	12	,000
	Feminino	,257	18	,003	,801	18	,002
Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes)	Masculino	,334	12	,001	,731	12	,002
	Feminino	,405	18	,000	,688	18	,000
Desmotivação dos grupos de jazz local por não participarem no Festival	Masculino	,263	12	,022	,807	12	,011
	Feminino	,272	18	,001	,788	18	,001
Menor apoio para os agrupamentos musicais locais por parte da autarquia	Masculino	,232	12	,075	,870	12	,066
	Feminino	,352	18	,000	,741	18	,000

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Teste de normalidade para o apoio ao evento

Tests of Normality

Impactos do evento	Patrocionou ou apoiou o Festival de Jazz	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Criação de emprego	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,295	27	,000	,823	27	,000
Aumento do volume de vendas no comércio	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,239	27	,000	,858	27	,002
Incentiva o desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	Sim	,253	3	.	,964	3	,637
	Não	,266	27	,000	,867	27	,003
Aumento da coleta de impostos	Sim	,175	3	.	1,000	3	1,000
	Não	,219	27	,002	,911	27	,024
Promove empresas e negócios locais	Sim	,253	3	.	,964	3	,637
	Não	,298	27	,000	,813	27	,000
A exposição da cidade, devido ao evento, aos media contribui para a sua promoção	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,303	27	,000	,818	27	,000
Especulação imobiliária	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,321	27	,000	,753	27	,000
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,284	27	,000	,793	27	,000
Aumento da sazonalidade turística	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,183	27	,021	,894	27	,010
Dependência excessiva do evento	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,278	27	,000	,819	27	,000
O evento contribui para a coesão social	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,297	27	,000	,827	27	,000

Melhoria e desenvolvimento das infraestruturas (acessos, saúde, saneamento básico, apoio social...)	Sim	,253	3	.	,964	3	,637
	Não	,259	27	,000	,864	27	,002
Aumento do nível de formação de mão-de-obra e incremento da qualidade dos serviços	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,233	27	,001	,878	27	,004
Melhora a qualidade de vida	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,212	27	,003	,914	27	,029
Conscientização e educação da comunidade	Não	,360	27	,000	,803	27	,000
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,315	27	,000	,793	27	,000
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Sim	,175	3	.	1,000	3	1,000
	Não	,354	27	,000	,746	27	,000
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	Não	,366	27	,000	,708	27	,000
Existe partilha da experiência de entretenimento durante o evento	Não	,371	27	,000	,728	27	,000
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	Sim	,175	3	.	1,000	3	1,000
	Não	,375	27	,000	,738	27	,000
Aumento da criminalidade	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,257	27	,000	,794	27	,000
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,230	27	,001	,887	27	,007
Coloca pressão sobre os serviços públicos (ex. segurança, transportes e outros)	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,213	27	,003	,863	27	,002
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade (ex. restaurantes, lojas e hotéis)	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,204	27	,005	,885	27	,006
Causa desconforto para moradores da cidade	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,303	27	,000	,782	27	,000
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,297	27	,000	,835	27	,001
Valorização e preservação da herança histórica, social e cultural	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,370	27	,000	,719	27	,000
Incremento do	Sim	,385	3	.	,750	3	,000

interesse pela cultura (ex. teatro, festivais, museus)	Não	,277	27	,000	,828	27	,000
Envolvimento da comunidade no evento	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,268	27	,000	,830	27	,000
A realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribui para atrair visitantes	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,297	27	,000	,761	27	,000
Criação de grupos de jazz na cidade	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,279	27	,000	,850	27	,001
Maior número de jovens que segue a área da música	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,386	27	,000	,685	27	,000
Mais eventos de música (jazz ou outro) ao longo do ano na cidade	Não	,216	27	,002	,872	27	,003
Provoca uma maior criatividade nas bandas locais	Sim	,175	3	.	1,000	3	1,000
	Não	,247	27	,000	,846	27	,001
Descaraterização da identidade cultural da comunidade	Não	,279	27	,000	,781	27	,000
Destruição do património histórico e cultural	Não	,298	27	,000	,747	27	,000
Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes)	Sim	,175	3	.	1,000	3	1,000
	Não	,295	27	,000	,824	27	,000
Desmotivação dos grupos de jazz locais por não participarem no Festival	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,239	27	,000	,863	27	,002
Menor apoio para os agrupamentos musicais locais por parte da autarquia	Sim	,385	3	.	,750	3	,000
	Não	,276	27	,000	,853	27	,001

a. Lilliefors Significance Correction

APÊNDICE XVIII - Análise dos fatores que influenciam as percepções dos comerciantes face ao Festival Internacional de Jazz de Loulé.

Tabela XVIII.1 - Análise das diferenças estatisticamente significativas de acordo com o conhecimento do evento

	Asymp. Sig. (2-tailed)
Criação de emprego	,713
Aumento do volume de vendas no comércio	,197
Incentiva o desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	,688
Aumento da coleta de impostos	,111
Promove empresas e negócios locais	,195
A exposição da cidade, devido ao evento, aos media contribui para a sua promoção	,535
Especulação imobiliária	,539
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	,793
Aumento da sazonalidade turística	,177
Dependência excessiva do evento	,221
O evento contribui para a coesão social	,908
Melhoria e desenvolvimento das infraestruturas (acessos, saúde, saneamento básico, apoio social...)	,658
Aumento do nível de formação de mão-de-obra e incremento da qualidade dos serviços	,384
Melhora a qualidade de vida	,146
Consciencialização e educação da comunidade	,547
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	,186
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	,808
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	,101
Existe partilha da experiência de entretenimento durante o evento	,518
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	,967
Aumento da criminalidade	,315
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	,087
Coloca pressão sobre os serviços públicos (ex. segurança, transportes e outros)	,149
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade (ex. restaurantes, lojas e hotéis)	,333
Causa desconforto para moradores da cidade	,970
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	,418
Valorização e preservação da herança histórica, social e cultural	,301
Incremento do interesse pela cultura (ex. teatro, festivais, museus)	,620
Envolvimento da comunidade no evento	,731
A realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribui para atrair visitantes	,372
Criação de grupos de jazz na cidade	,545
Maior número de jovens que segue a área da música	,031
Mais eventos de música (jazz ou outro) ao longo do ano na cidade	,030
Provoca uma maior criatividade nas bandas locais	,477
Descaraterização da identidade cultural da comunidade	,087
Destruição do património histórico e cultural	,130
Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes)	,909
Desmotivação dos grupos de jazz locais por não participarem no Festival	,316
Menor apoio para os agrupamentos musicais locais por parte da autarquia	,112

Perceções dos impactos do evento		Patrocionou ou apoiou o Festival de Jazz			
		Mean	Mode	Median	Standard Deviation
Maior número de jovens que segue a área da música	Sim	4,33	4,00	4,00	,58
	Não	3,44	3,00	3,00	,64
Mais eventos de música (jazz ou outro) ao longo do ano na cidade	Sim	5,00	5,00	5,00	,00
	Não	3,78	4,00	4,00	1,01

Tabela XVIII.2 - Análise das diferenças das perceções dos comerciantes dos impactos do evento de acordo com a ligação à comunidade

	Asymp. Sig.
Criação de emprego	,252
Aumento do volume de vendas no comércio	,860
Incentiva o desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	,501
Aumento da coleta de impostos	,583
Promove empresas e negócios locais	,477
A exposição da cidade, devido ao evento, aos media contribui para a sua promoção	,598
Especulação imobiliária	,248
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	,232
Aumento da sazonalidade turística	,305
Dependência excessiva do evento	,397
O evento contribui para a coesão social	,707
Melhoria e desenvolvimento das infraestruturas (acessos, saúde, saneamento básico, apoio social...)	,028
Aumento do nível de formação de mão-de-obra e incremento da qualidade dos serviços	,164
Melhora a qualidade de vida	,501
Consciencialização e educação da comunidade	,241
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	,896
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	,400
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	,273
Existe partilha da experiência de entretenimento durante o evento	,915
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	,238
Aumento da criminalidade	,131
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	,706
Coloca pressão sobre os serviços públicos (ex. segurança, transportes e outros)	,508
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade (ex. restaurantes, lojas e hotéis)	,175
Causa desconforto para moradores da cidade	,599
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	,312
Valorização e preservação da herança histórica, social e cultural	,555
Incremento do interesse pela cultura (ex. teatro, festivais, museus)	,798
Envolvimento da comunidade no evento	,139
A realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribui para atrair visitantes	,271
Criação de grupos de jazz na cidade	,435
Maior número de jovens que segue a área da música	,220

Mais eventos de música (jazz ou outro) ao longo do ano na cidade	,585
Provoca uma maior criatividade nas bandas locais	,275
Descaracterização da identidade cultural da comunidade	,889
Destruição do património histórico e cultural	,326
Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes)	,092
Desmotivação dos grupos de jazz locais por não participarem no Festival	,229
Menor apoio para os agrupamentos musicais locais por parte da autarquia	,438

Perceções dos impactos do evento		Mean	Mode	Median	Standard Deviation
Melhoria e desenvolvimento das infraestruturas (acessos, saúde, saneamento básico, apoio social...)	1 a 19 anos	2,83	3,00	3,00	,79
	20 a 38 anos	2,22	2,00	2,00	,67
	Há quantos existe a empresa	1,50	1,00	1,50	,71
	39 a 57 anos
	58 a 76 anos
	77 a 95 anos	1,00	1,00	1,00	.

Tabela XVIII.3 - Análise das diferenças estatisticamente significativas de acordo com os escalões etários

	Asymp. Sig.
Criação de emprego	,279
Aumento do volume de vendas no comércio	,072
Incentiva o desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	,791
Aumento da coleta de impostos	,136
Promove empresas e negócios locais	,287
A exposição da cidade, devido ao evento, aos media contribui para a sua promoção	,693
Especulação imobiliária	,031
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	,008
Aumento da sazonalidade turística	,533
Dependência excessiva do evento	,403
O evento contribui para a coesão social	,013
Melhoria e desenvolvimento das infraestruturas (acessos, saúde, saneamento básico, apoio social...)	,150
Aumento do nível de formação de mão-de-obra e incremento da qualidade dos serviços	,333
Melhora a qualidade de vida	,570
Consciencialização e educação da comunidade	,567
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	,303
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	,600

Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	,676
Existe partilha da experiência de entretenimento durante o evento	,193
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	,703
Aumento da criminalidade	,094
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	,127
Coloca pressão sobre os serviços públicos (ex. segurança, transportes e outros)	,182
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade (ex. restaurantes, lojas e hotéis)	,832
Causa desconforto para moradores da cidade	,190
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	,409
Valorização e preservação da herança histórica, social e cultural	,245
Incremento do interesse pela cultura (ex. teatro, festivais, museus)	,236
Envolvimento da comunidade no evento	,505
A realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribui para atrair visitantes	,023
Criação de grupos de jazz na cidade	,243
Maior número de jovens que segue a área da música	,408
Mais eventos de música (jazz ou outro) ao longo do ano na cidade	,275
Provoca uma maior criatividade nas bandas locais	,264
Descaraterização da identidade cultural da comunidade	,209
Destruição do património histórico e cultural	,266
Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes)	,022
Desmotivação dos grupos de jazz locais por não participarem no Festival	,085
Menor apoio para os agrupamentos musicais locais por parte da autarquia	,761

Perceções dos impactos do evento		Grupo etário			
		Mean	Mode	Median	Standard Deviation
Especulação imobiliária	18 a 24 anos	2,50	2,00	2,50	,71
	25 a 64 anos	1,65	1,00	2,00	,71
	65 ou mais anos	1,00	1,00	1,00	,00
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	18 a 24 anos	3,00	2,00	3,00	1,41
	25 a 64 anos	2,00	2,00	2,00	,85
	65 ou mais anos	1,00	1,00	1,00	,00
O evento contribui para a coesão social	18 a 24 anos	4,00	4,00	4,00	,00
	25 a 64 anos	3,43	3,00	3,00	,59
	65 ou mais anos	4,40	4,00	4,00	,55
A realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribui para atrair visitantes	18 a 24 anos	4,00	4,00	4,00	,00
	25 a 64 anos	4,26	4,00	4,00	,62
	65 ou mais anos	5,00	5,00	5,00	,00
Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes)	18 a 24 anos	2,50	2,00	2,50	,71
	25 a 64 anos	2,09	2,00	2,00	,73
	65 ou mais anos	1,20	1,00	1,00	,45

Tabela XVIII.4 - Análise das diferenças estatisticamente significativas de acordo com o género

	Asymp. Sig. (2- tailed)
Criação de emprego	,753
Aumento do volume de vendas no comércio	,525
Incentiva o desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	,359
Aumento da coleta de impostos	,083
Promove empresas e negócios locais	,070
A exposição da cidade, devido ao evento, aos media contribui para a sua promoção	,372
Especulação imobiliária	,074
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	,060
Aumento da sazonalidade turística	,317
Dependência excessiva do evento	,159
O evento contribui para a coesão social	,177
Melhoria e desenvolvimento das infraestruturas (acessos, saúde, saneamento básico, apoio social...)	,635
Aumento do nível de formação de mão-de-obra e incremento da qualidade dos serviços	,876
Melhora a qualidade de vida	,238
Consciencialização e educação da comunidade	,314
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	,343
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	,166
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	,738
Existe partilha da experiência de entretenimento durante o evento	,040
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	,011
Aumento da criminalidade	,014
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	,444
Coloca pressão sobre os serviços públicos (ex. segurança, transportes e outros)	,133
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade (ex. restaurantes, lojas e hotéis)	,188
Causa desconforto para moradores da cidade	,020
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	,741
Valorização e preservação da herança histórica, social e cultural	,595
Incremento do interesse pela cultura (ex. teatro, festivais, museus)	,454
Envolvimento da comunidade no evento	,708
A realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribui para atrair visitantes	,128
Criação de grupos de jazz na cidade	,228
Maior número de jovens que segue a área da música	,848
Mais eventos de música (jazz ou outro) ao longo do ano na cidade	,505
Provoca uma maior criatividade nas bandas locais	,697
Descaraterização da identidade cultural da comunidade	,017
Destruição do património histórico e cultural	,134
Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes)	,025
Desmotivação dos grupos de jazz locais por não participarem no Festival	,084
Menor apoio para os agrupamentos musicais locais por parte da autarquia	,578

Perceções dos impactos do evento		Género do inquirido			
		Mean	Mode	Median	Standard Deviation
Existe partilha da experiência de entretenimento durante o evento	Masculino	4,08	4,00	4,00	,51
	Feminino	3,67	4,00	4,00	,49
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	Masculino	4,33	4,00	4,00	,49
	Feminino	3,72	4,00	4,00	,67
Aumento da criminalidade	Masculino	1,33	1,00	1,00	,49
	Feminino	2,06	2,00	2,00	,80
Causa desconforto para moradores da cidade	Masculino	1,50	1,00	1,00	1,24
	Feminino	2,17	2,00	2,00	,99
Descaraterização da identidade cultural da comunidade	Masculino	1,25	1,00	1,00	,45
	Feminino	1,89	2,00	2,00	,76
Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes)	Masculino	1,67	1,00	1,00	,98
	Feminino	2,17	2,00	2,00	,51

Tabela XVIII.5 - Análise das diferenças estatisticamente significativas das perceções dos impactos do evento de acordo com as atitudes e comportamentos dos comerciantes

Impactos do evento		Atitudes e comportamentos											
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M
Criação de emprego	Correlation Coefficient	-,131	-,072	,084	,315	,246	-,142	-,238	-,192	-,091	-,028	,126	-,134
	Sig. (2-tailed)	,490	,706	,658	,090	,190	,453	,205	,308	,631	,884	,509	,479
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Aumento do volume de vendas no comércio	Correlation Coefficient	,002	-,472*	,224	,115	,028	-,002	-,088	-,069	-,075	-,151	-,049	,133
	Sig. (2-tailed)	,993	,008	,234	,547	,883	,991	,643	,716	,695	,425	,799	,485
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Incentiva o desenvolvimento de novos investimentos e de empresas	Correlation Coefficient	-,030	-,300	-,311	-,190	-,125	-,144	-,126	-,108	,076	,100	,037	,102
	Sig. (2-tailed)	,873	,107	,095	,315	,510	,447	,508	,570	,689	,600	,848	,591
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Aumento da coleta de impostos	Correlação Coeficiente	,284	-,099	-,134	-,225	-,166	-,229	-,215	-,167	,021	,133	-,017	-,151
	Sig. (2-tailed)	,128	,601	,481	,231	,381	,223	,254	,377	,912	,483	,927	,426
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Promove empresas e negócios locais	Correlação Coeficiente	,089	,076	-,239	-,098	-,041	,007	,379*	,236	,346	,473*	-,294	-,052
	Sig. (2-tailed)	,640	,689	,204	,606	,828	,972	,039	,210	,061	,008	,115	,786
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A exposição da cidade, devido ao evento, aos media contribui para a sua promoção	Correlação Coeficiente	-,081	,201	-,340	-,203	-,251	,031	,250	,161	,333	,324	-,354	-,264
	Sig. (2-tailed)	,672	,288	,066	,283	,180	,870	,182	,394	,072	,081	,055	,158
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Especulação imobiliária	Correlação Coeficiente	,103	-,516*	-,055	,208	,235	-,030	-,162	-,124	-,340	-,363*	,116	,184
	Sig. (2-tailed)	,590	,004	,774	,270	,212	,874	,391	,513	,066	,049	,542	,330
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Aumento do nível de preços dos bens e serviços	Correlação Coeficiente	,048	-,320	-,119	-,095	-,042	-,298	-,224	-,301	-,218	-,194	-,046	,009
	Sig. (2-tailed)	,801	,085	,532	,617	,827	,110	,235	,106	,248	,304	,811	,961
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Aumento da sazonalidade turística	Correlação Coeficiente	-,118	-,020	,465*	,289	,207	-,058	-,079	-,019	-,048	-,151	,137	,026
	Sig. (2-tailed)	,536	,915	,010	,122	,273	,762	,680	,921	,800	,426	,470	,892
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Dependência excessiva do evento	Correlação Coeficiente	,153	-,279	,399*	,335	,239	-,044	-,187	-,072	-,232	-,194	,177	,039
	Sig. (2-tailed)	,420	,136	,029	,071	,204	,818	,322	,704	,218	,303	,348	,837
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
O evento contribui para a coesão social	Correlação Coeficiente	,070	-,041	,059	,102	,144	-,112	,067	,135	,019	,047	,095	,075
	Sig. (2-tailed)	,714	,830	,756	,591	,449	,554	,724	,477	,920	,804	,618	,695
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Melhoria e desenvolvimento das infraestruturas (acessos, saúde, saneamento básico, apoio social...)	Correlação			-									
	Coefficiente	,152	,038	,515*	,001	,120	-,289	-,048	-,273	-,266	,030	-,078	-,044
	Sig. (2-tailed)	,423	,843	,004	,996	,528	,122	,802	,145	,155	,874	,682	,819
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Aumento do nível de formação de mão-de-obra e incremento da qualidade dos serviços	Correlação			-									
	Coefficiente	,224	-,172	,369*	-,080	,002	-,312	,059	-,131	-,054	,159	-,017	,039
	Sig. (2-tailed)	,234	,365	,045	,676	,992	,093	,755	,492	,777	,402	,929	,837
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Melhora a qualidade de vida	Correlação			-									
	Coefficiente	-,050	-,056	,457*	-,128	-,058	,007	,164	-,030	-,205	,013	-,012	-,035
	Sig. (2-tailed)	,792	,769	,011	,501	,760	,973	,386	,876	,276	,947	,952	,855
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Conscientização e educação da comunidade	Correlação			-									
	Coefficiente	-,126	,026	,418*	-,143	-,033	-,211	,223	-,047	,011	,185	-,208	-,149
	Sig. (2-tailed)	,509	,892	,022	,450	,861	,262	,237	,804	,954	,327	,270	,432
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Melhora a imagem da comunidade para os visitantes	Correlação			-									
	Coefficiente	-,153	,509*	-,058	,015	,015	,122	,254	,262	,413*	,402*	-,006	-,050
	Sig. (2-tailed)	,418	,004	,761	,935	,937	,522	,176	,162	,023	,028	,975	,794
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Provoca o sentimento de pertença e orgulho na comunidade	Correlação			-									
	Coefficiente	-,175	,137	,011	,071	,082	,421*	,407*	,167	,138	,194	,187	,187
	Sig. (2-tailed)	,354	,471	,954	,711	,668	,020	,026	,377	,469	,304	,323	,323
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Ajuda a integrar as pessoas da comunidade	Correlação			-									
	Coefficiente	-,112	-,057	,389*	,203	,165	,243	,128	,240	,023	,039	,580*	,570**
	Sig. (2-tailed)	,555	,764	,034	,281	,385	,195	,501	,202	,904	,836	,001	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Existe partilha da experiência de entretenimento durante o evento	Correlação			-									
	Coefficiente	-,215	,347	,143	,094	,115	,108	,296	,264	,447*	,530*	,132	,148
	Sig. (2-tailed)												
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	Sig. (2-tailed)	,254	,060	,451	,621	,544	,569	,112	,159	,013	,003	,488	,436
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Estimula o relacionamento entre residentes e visitantes	Correlação												
	Coefficiente	,140	,285	-,119	-,151	-,047	-,065	-,109	-,023	,033	,295	,200	,149
	Sig. (2-tailed)	,460	,127	,530	,425	,803	,732	,566	,903	,864	,114	,289	,433
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Aumento da criminalidade	Correlação												
	Coefficiente	-,041	-,430*	,196	,345	,300	-,290	-,326	-,105	-,268	-,411*	,093	,073
	Sig. (2-tailed)	,829	,018	,299	,061	,107	,121	,078	,580	,151	,024	,627	,700
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Aumento do congestionamento e tráfego urbano	Correlação												
	Coefficiente	,081	-,394*	,287	,004	-,074	-,164	-,289	-,131	-,218	-,265	,049	,027
	Sig. (2-tailed)	,672	,031	,124	,984	,697	,386	,121	,491	,247	,157	,797	,886
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Coloca pressão sobre os serviços públicos (ex. segurança, transportes e outros)	Correlação												
	Coefficiente	-,010	-,528*	,299	,079	,011	-,145	-,184	-,060	-,184	-,350	,081	,204
	Sig. (2-tailed)	,958	,003	,109	,679	,953	,444	,330	,754	,330	,058	,672	,279
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Provoca tumulto em estabelecimentos da cidade (ex. restaurantes, lojas e hotéis)	Correlação												
	Coefficiente	-,124	-,125	,445*	,234	,160	-,072	-,239	-,096	-,075	-,223	,386*	,255
	Sig. (2-tailed)	,515	,509	,014	,212	,399	,705	,204	,615	,693	,237	,035	,174
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Causa desconforto para moradores da cidade	Correlação												
	Coefficiente	,036	-,295	,400*	,161	,041	-,137	-,409*	-,215	-,303	-,319	,266	-,013
	Sig. (2-tailed)	,850	,113	,028	,394	,830	,471	,025	,253	,104	,086	,155	,946
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Aumento da oferta de eventos culturais e de oportunidades recreativas e de entretenimento	Correlação												
	Coefficiente	,149	-,499*	-,203	-,138	-,158	,039	,317	,268	,358	,380*	-,357	-,304
	Sig. (2-tailed)	,431	,005	,281	,466	,406	,838	,088	,152	,052	,038	,053	,103
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Valorização e preservação da herança histórica, social e cultural	Correlação													
	Coefficiente	-,011	,285	,038	,072	,104	,154	,078	,214	,395*	,178	,135	,105	
	Sig. (2-tailed)	,952	,127	,842	,706	,586	,415	,683	,257	,031	,345	,478	,581	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Incremento do interesse pela cultura (ex. teatro, festivais, museus)	Correlação													
	Coefficiente	0,000	,259	-,154	-,060	-,117	,248	,107	,184	,373*	,177	-,025	-,009	
	Sig. (2-tailed)	1,000	,166	,418	,753	,538	,186	,572	,331	,043	,348	,898	,961	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Envolvimento da comunidade no evento	Correlação													
	Coefficiente	-,139	-,021	,355	,403*	,376*	,108	,221	,189	,151	-,027	,221	,151	
	Sig. (2-tailed)	,463	,911	,054	,027	,040	,569	,241	,317	,425	,886	,240	,427	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
A realização de festivais de jazz, blues e de eventos em outras áreas artísticas na cidade contribui para atrair visitantes	Correlação													
	Coefficiente	-,012	,477*	-,208	-,368*	-,316	,186	,179	,255	,518*	,438*	-,145	-,049	
	Sig. (2-tailed)	,952	,008	,271	,045	,089	,326	,343	,174	,003	,016	,445	,797	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Criação de grupos de jazz na cidade	Correlação													
	Coefficiente	-,376*	-,063	,323	,182	,246	,015	-,173	,067	,027	-,045	,325	,324	
	Sig. (2-tailed)	,041	,741	,081	,337	,189	,936	,361	,726	,885	,813	,080	,081	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Maior número de jovens que segue a área da música	Correlação													
	Coefficiente	-,402*	-,154	,401*	,271	,287	,057	,064	,305	,056	-,019	,410*	,324	
	Sig. (2-tailed)	,028	,418	,028	,147	,124	,766	,737	,101	,769	,921	,024	,080	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Mais eventos de música (jazz ou outro) ao longo do ano na cidade	Correlação													
	Coefficiente	-,188	,442*	,037	-,057	-,179	,144	-,021	,130	,200	,207	,072	-,021	
	Sig. (2-tailed)	,321	,014	,845	,766	,345	,447	,913	,494	,289	,273	,704	,911	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Provoca uma maior criatividade nas bandas locais	Correlação													
	Coefficiente	-,201	,044	,385*	,232	,303	,051	,202	,298	,220	,072	,012	,047	
	Sig. (2-tailed)	,286	,816	,036	,217	,104	,790	,284	,110	,243	,704	,949	,804	

N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Descaraterização da identidade cultural da comunidade	Correlação	,091	,421*	,372*	,017	-,102	-,151	-,203	-,208	-,021	-,269	,014	-,044
	Coefficiente	,632	,021	,043	,927	,593	,426	,281	,271	,914	,151	,942	,817
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Destruição do património histórico e cultural	Correlação	,093	-,331	,272	-,103	-,198	-,002	-,098	-,151	,081	-,043	,034	,066
	Coefficiente	,625	,074	,146	,587	,294	,993	,605	,427	,669	,821	,858	,731
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Segregação cultural (não há contacto entre visitantes e residentes)	Correlação	-,281	-,293	,289	,187	,121	-,115	-,306	-,140	-,193	-,278	,197	,128
	Coefficiente	,133	,116	,121	,321	,525	,545	,100	,462	,308	,137	,296	,500
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Desmotivação dos grupos de jazz locais por não participarem no Festival	Correlação	-,102	-,358	,164	,181	,097	,102	-,244	-,031	-,220	-,262	,220	,278
	Coefficiente	,591	,052	,386	,338	,610	,591	,194	,870	,242	,162	,243	,136
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Menor apoio para os agrupamentos musicais locais por parte da autarquia	Correlação	-,028	,190	,168	,176	,108	,067	-,142	,075	-,046	,012	,334	,127
	Coefficiente	,884	,314	,375	,353	,570	,724	,454	,694	,808	,949	,071	,504
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Legenda: **A** – Benefícios superiores aos custos; **B** - Apoio fortemente o desenvolvimento do turismo; **C** - Sugiro novas propostas para melhor desenvolver a atividade turística e cultural na comunidade; **D** - Participo ativamente no planeamento do turismo; **E** – Participo na dinamização de projetos turísticos e culturais; **F** - Faço amizades com os turistas; **G** - Sinto-me à vontade quando sou abordado/a por um visitante e tenho que responder, mesmo que não seja na minha língua; **H** - Gosto de interagir com os turistas; **I** - Gostaria de ver mais turistas na cidade; **J** - Apoio fortemente o desenvolvimento do deste evento e de outros eventos artísticos (teatro, música, dança e outros); **L** - Participo ativamente na divulgação do Festival de Jazz de Loulé; **M** - Participo activamente na divulgação do destino.

ANEXOS

ANEXO I – Cartazes publicitários do Festival Internacional de Jazz de Loulé de 1995 a 2012

1995

LOULÉ

JAZZ

NO CASTELO

Sextas Feiras
22.00 hs

Casa da Cultura de Loulé
Câmara Municipal de Loulé

apoio:

S.E.C.

IPJ Instituto Português da Juventude

patrocínio:

14/7
QUARTETO DE
Jimmy Currie

21/7
QUARTETO DE
J.C. Micelli

28/7
TRIO DE
Zé Eduardo

4/8
TRIO DE
Matt Lester

SUPERFM
ROCK & POP
99.1 ALGARVE 96.2 LISBOA

CERVEZA
Cruzcampo

1996

JAZZ NO CASTELO 96

festival internacional de jazz de loulé

Cerca do Convento Espírito Santo

19 JULHO
Brasil/Portugal
noite da fusão
Banda Camaleão
Ficções

26 JULHO
Trio
Ricardo Paulino
c/ convidado
Jimmy Currie
Trio
de Ana Paula Oliveira



2 AGOSTO
Quarteto
Jade
Quinteto
Pedro Guedes / Joe Chamber

9 AGOSTO
Bigband
Estaleiro da Música
d direcção de Zé Eduardo
c/ convidado
António Mesa (sax tenor)
Trio Azimuth
Norma Winstone

Organização
Casa da Cultura de Loulé



Alto Patrocínio Câmara Municipal de Loulé Patrocínio Especial Delegação Regional do Algarve do Ministério da Cultur

Patrocínios

Governo Civil de Faro Região de Turismo do Algarve

INATEL Junta de Freguesia de S. Sebastião Loulé Jardim Hotel Lagar da Mesquita Campus Bar








1997

CERCA DO CONVENTO ESPÍRITO SANTO

LOULÉ

FESTIVAL INTERNACIONAL

DE JAZZ 97



18 JULHO

MATT LESTER'S LATIN JAZZ QUARTET
 Matt Lester: *Saxofone*
 Diego Ebeler: *Piano*
 Adriano Santos: *Baixo*
 Leo Tamichi: *Bateria*

25 JULHO

QUARTETO MARCOS
 Marcos Badalo: *Guitarra*
 José Baptista: *Guitarra*
 Mário Alexandre: *Baixo*
 Manuel Soares: *Bateria*

1 AGOSTO

QUINTETO DE CARLOS BARRETO
 Carlos Barreto: *Contrabaixo*
 Perico Sambat: *Saxofones e flauta*
 Bob Sams: *Saxofone*
 Albert Boyer: *Piano*
 Philippe Soirat: *Bateria*

8 AGOSTO

CARLOS BICA "AZUL"
 Carlos Bica: *Contrabaixo*
 Frank Mobus: *Guitarra Electrica*
 Jim Black: *Bateria*

QUARTETO DE DEWEY REDMAN
 Dewey Redman: *Saxofone tenor*
 Cameron Brown: *Contrabaixo*
 Charles Eubanks: *Piano*
 Matt Wilson: *Bateria*



ORGANIZAÇÃO
CASA DA CULTURA DE LOULÉ

ALTO PATROCÍNIO
CÂMARA MUNICIPAL DE LOULÉ

PATROCÍNIO
MINISTÉRIO DA CULTURA

GOVERNO CIVIL - INATEL - JUNTA DE FREGUESIA DE S. CLEMENTE - JUNTA DE FREGUESIA DE S. SEBASTIÃO - LAGAR DA MESQUITA - OLÉ PIZZA - CAIXA GERAL DE DEPOSITOS - HOTEL QUINTA DO L...

MUNDIAL CONFIANÇA

RDP antena 1

PC&F

1998

JAZZ 98

IV FESTIVAL INTERNACIONAL DE JAZZ DE LOULÉ

DIA 24 JULHO
22horas
PORTU JAZZ
e **MOREIRAS QUINTETO**
na Cerca do Convento Espírito Santo

...depois do concerto
TUNIKO GOULART TRIO
no Bar Bafó de Baco

DIA 31 JULHO
22horas
DUO ANGOLA-BRASIL
e **NUNO FERREIRA QUINTETO**
na Cerca do Convento Espírito Santo

...depois do concerto
QUARTETO MIGUEL MARTINS
no Bar Bafó de Baco

DIA 5 AGOSTO
22horas
TIM TIM POR TIM TUM
"DIALOGOS DE BATERIAS"
e **JOHN NUGENT QUARTET**
na Cerca do Convento Espírito Santo

...depois do concerto
MARENGOSTRUM
no Bar Bafó de Baco

DIA 7 AGOSTO
22horas
TRIO TELMO PALMA
"MARROQUINO"
e **THE HERBIE NICHOLS PROJECT**
na Cerca do Convento Espírito Santo

...depois do concerto
QUINTETO DE PATRICIA COLAÇO
no Bar Bafó de Baco

DIA 12 AGOSTO
23.30horas
GRASSOUPERS QUINTETO
no Bar Bafó de Baco

DIA 14 AGOSTO
22horas
A FUSÃO BRASILEIRA:
QUINTETO DE TUNIKO GOULART
e **TRIO SCLAVIS-ROMANO/TEX**
na Cerca do Convento Espírito Santo

...depois do concerto
QUARTETO MANUEL SOARES
no Bar Bafó de Baco

DIA 24 JULHO A 14 AGOSTO
EXPOSIÇÃO
"jazzimagem"
Fotografia e BD
na Casa da Cultura de Loulé

DIA 4 AGOSTO
WORKSHOP
"jazz e improvisação"
na Casa da Cultura de Loulé
das 17h30 às 19h
com John Nugent,
Dawn Thomson e Doug Weiss
(aberto a todos os interessados)

DIA 6 AGOSTO
WORKSHOP
"master classe de saxofone"
na Casa da Cultura de Loulé
com John Nugent
(admissão após audição)

INSCRIÇÕES
Tel. 415860
ccl@ccl.pt
www.ccl.pt



Fotografia Filomena Mendes

ORGANIZAÇÃO:



CASA DA CULTURA DE LOULÉ

PATROCÍNIOS:



CÂMARA MUNICIPAL DE LOULÉ

APÓSPONS:





APÓSPONS:





APÓSPONS:




APÓSPONS:




APÓSPONS: JUNTA DE FREGUESIA DE S. CLEMENTE; JUNTA DE FREGUESIA DE S. SEBASTIÃO; CÂMARA MUNICIPAL DE ALBUFEIRA; CÂMARA MUNICIPAL DE FARO; CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA; SERVIÇO ACARTE DA FUNDAÇÃO CALOUSTE GULBENKIAN; ECOVIDRO; INSTITUTO FRANCO PORTUGUÊS; BLOCO D - DESIGN/COMUNICAÇÃO; RESIDENCIAL D. PAVO; ARTEWEB; DISCOTECA STAI

1999

LOULÉ, julho 99

JAZZ

organização

V FESTIVAL INTERNACIONAL DE JAZZ DE LOULÉ

na Cerca do Convento Espírito Santo - 22h00

dia 10 Quinteto Manuela Lopes
 voz: Manuela Lopes piano: James Mellar guitarra/vibrafone: Heike Brockman contrabaixo: David Gauden bateria: Luís Monteiro

Trio Bernardo Sasseti
 piano: Bernardo Sasseti bateria: Alexandre Frazão contrabaixo: Carlos Barreto

Jazzimagem no Bar Bafo de Bata no fim dos concertos

dia 17 Dave Weckl Band
 bateria: Dave Weckl baixo eléctrico: Tom Kennedy guitarra: Buzz Feiten teclas: Jay Oliver

Jazzimagem no Bar Bafo de Bata no fim dos concertos

dia 24 New Orleans Jazz Orchestra
 direcção: Doug Boyter

Quinteto de Fátima Serro
 voz: Fátima Serro trompete/felocorne: Eduardo Santos piano: Paula Gomes contrabaixo: José Lima bateria: Nuno Pedroso

Jazzimagem no Bar Bafo de Bata no fim dos concertos

dia 31 Big Band Battle - desfilage das duas Big Bands em palco
Big Band (Jazz na Filarmónica)
 direcção: Zé Eduardo

Orquestra de Jazz - Matosinhos
 direcção: Pedro Guedes e Carlos Azevedo

Jazzimagem no Bar Bafo de Bata no fim dos concertos

na Casa da Cultura de Loulé

de 10 a 31 Feira do Disco Jazz Jazzimagem Jazz e Banda Desenhada
 exposição de fotografia 11 desenhadores portugueses criam a Casa para a sua disco favorita

Café-Concerto no Bar Bafo de Bata - 22h30

dia 14 Paulinho Lemos dia 21 Quinteto de Matt Lester dia 28 Quarteto Manuel Soares/Hugo Alve


patrocínios

2001

7.º FESTIVAL JAZZ LOULÉ

CONCERTOS * EXPOSIÇÃO * FEIRA DO DISCO **Julho 2001**

Informações: tel. e fax 289 415840 • telm. 96 6035946 • cdj@cdj.pt • www.cdj.pt

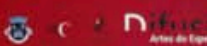


Palco Principal - 22h
na Cerra do Convento Espírito Santo

Sábado 7
AHMAD JAMAL

Sábado 14
QUINTETO DE NELSON CASCAIS

Sábado 21
JOHNNY GRIFFIN QUARTET

Sábado 28 
QUINTETO DE BERNARDO MOREIRA
"Homenagem a Carlos Paredes"

Jam Sessions depois dos concertos no bar Quinta das Tílias

Palco do Castelo - 22h
na Alcaidaria do Castelo


"As Mulheres no Jazz"

Sexta 13
PATRÍCIA COLAÇO


Sexta 20
ANA ALVES

Sexta 27
GABRIELE VAN DER LINDEN TRIO


Organização



Alto Patrocínio



Patrocinios



Câmaras Municipais de: Alcaideira, Faro, Portimão e Vila Real de Santo António

2002

**8º FESTIVAL
INTERNACIONAL
DE JAZZ DE LOULÉ**

6ª FEIRA | 12 JULHO | 21H30
Inauguração da exposição de
José Carlos Fernandes
"A Pior Banda do Mundo"
e lançamento do livro "O Quisquer da Utopia"
na Galeria de Arte do Convento
Espírito Santo - Loulé

12 DE JULHO A 3 DE AGOSTO
Feira do Disco Jazz
na Casa da Cultura de Loulé

CONCERTOS

aos **SÁBADOS**
na Cerce do Convento Espírito Santo

as **6ª FEIRAS**
na Alcaidaria do Castelo

SÁBADO | 13 JULHO | 22H00
BIRÉLI LAGRÈNE
Gipsy Projet

6ª FEIRA | 19 JULHO | 22H00
Trio Angola-Brasil

SÁBADO | 20 JULHO | 22H00
MÁRIO DELGADO
Projecto Filacteria

6ª FEIRA | 26 JULHO | 22H00
The Good Time Jazz Band

SÁBADO | 27 JULHO | 22H00
The DAVE DOUGLAS
New Quintet

6ª FEIRA | 2 AGOSTO | 22H00
Quarteto MIGUEL MARTINS
Portujazz

SÁBADO | 3 AGOSTO | 22H00
The MONTY
ALEXANDER Trio

A seguir aos concertos:
Jam Sessions no Bar Bafo de Baço - Loulé
Organização Artista Rolar Roly Jazz Band

LOULÉ

JAZZ

DE 12 DE JULHO A 3 DE AGOSTO DE 2002

ORGANIZAÇÃO
Casa da Cultura Loulé

PATROCÍNIOS
Câmara Municipal de Loulé

APOIOS
Fundação Oriente, Algarve, BAFO 2174X, Monchique, an era

2005

ORGANIZAÇÃO



ALTO PATROCÍNIO



PATROCÍNIOS






FUNDAÇÃO ORIENTE

APOIOS



11^o
FESTIVAL INTERNACIONAL DE JAZZ DE LOULÉ
JULHO 2005

SÁB 9
SIRKIS, VENIER, GOLOUBEV trio

SEX 15
ANIBAL MARTÍNEZ project

SÁB 16
CARLOS BICA trio

SEX 22
trio de **MANUEL BELEZA**

SÁB 23
PHILIP CATHERINE quartet

SEX 29
tribology quinteto de **RODRIGO GONÇALVES**

SÁB 30
CHICO FREEMAN quartet

às 22 horas CERCA DO CONVENTO ESPÍRITO SANTO

EXPO Convento de St^o. António www.ccloule.com/jazz2005

2006

ORGANIZAÇÃO



ALTO PATROCÍNIO



APOIOS



12^o
FESTIVAL
INTERNACIONAL
DE

JAZZ
DE LOULÉ

DIA 08 SYNTHESIS Big Band - Provo - Utah

DIA 15 TUNIKO GOULART Sexteto
TRUPE VOCAL

DIA 22 BLOCO DE NOTAS Quinteto de Mário Santos
TGB Carolino, Delgado e Frazão

DIA 29 e.s.t. Esbjörn Svensson Trio

infos: 289 415 860 * 939 488 167
www.ccloule.com

sábados às 22 horas na cerca do Convento Espírito Santo

Câmara Municipal de Guadiana

2007

ORGANIZAÇÃO



ALTO PATROCÍNIO



loulé
concelho

ALLGARVE
Município de Faro

APOIOS



Município de Loulé



Câmara Municipal de Faro



CITROËN



Câmara Municipal de Lagos



Câmara Municipal de Sagres



Câmara Municipal de Vila Real de Santo António



Câmara Municipal de Faro



Câmara Municipal de Faro



Câmara Municipal de Faro



Câmara Municipal de Faro



Câmara Municipal de Faro



Câmara Municipal de Faro



Câmara Municipal de Faro

13^o
FESTIVAL INTERNACIONAL DE JAZZ DE LOULÉ
JULHO 2007

JAZZ DE LOULÉ
www.ccloule.com

sábados às 22 horas na cerca do Convento Espírito Santo * info: 289 415 860 * 939 488 167

DIA 7 KIRK LIGHTSEY Trio

DIA 14 ZÉ EDUARDO UNIT

DIA 21 STACEY KENT Quintet

DIA 28 UGLY BEAUTY - THE MUSIC OF THELONIOUS MONK
ROBERT JAN VERMEULEN Quartet

DIA 30 PAT METHENY & BRAD MEHLDAU
w/ LARRY GRENADIER & JEFF BALLARD

SEGUNDA-FEIRA no monumento Duarte Pacheco

Jazz Sessions depois dos concertos no bar BARFO DE BARCO

2008

ORGANIZAÇÃO



ALTO PATROCÍNIO



APOIOS









14^o FESTIVAL INTERNACIONAL DE JAZZ DE LOULÉ

JULHO 2008

SÁBADO 5 **Quinteto de Herbie Hancock**

CONCERTO ALLGARVE
no Monumento Duarte Pacheco:

na Cerca do Convento Espírito Santo:

SEXTA 25 **Quarteto de Júlio Resende com Perico Sambeat**

SÁBADO 26 **Cyminology**

DOMINGO 27 **SFJAZZ Collective**

CONCERTOS ÀS 22H00

Informações:
289 415 860 * 939 488 167
www.ccloule.com

2009

ORGANIZAÇÃO



PATROCINADORES





APOIOS









15^o
FESTIVAL
INTERNACIONAL
DE

JUL/AGO 2009

JAZZ
DE LOULÉ
www.ccloule.com
ALLGARVE'09

JULHO DIA 18 QUARTETO DE FRANCESCO CAFISO IT

JULHO DIA 25 AL DI MEOLA WORLD SINFONIA EUA

JULHO DIA 26 CHICK COREA & GARY BURTON EUA
CONCERTO ALLGARVE

AGOSTO DIA 01 MÁRIO LAGINHA TRIO PT

Dias 18 Jul. e 1 Ago., na Cerca do Convento Espírito Santo | Dias 25 e 26 Jul., no Monumento Duarte Pacheco
Concertos às 22h00 * Informações: 289 415 860 * 939 488 167 * ccloule@ccloule.com
www.ccloule.com

2010

ORGANIZAÇÃO



PATROCINADORES



APOIOS



16^o
FESTIVAL
INTERNACIONAL DE
JULHO 2010

JAZZ
DE LOULÉ

www.ccloule.com

ALLGARVE'10

DIA 17 TALKING COWS NL

DIA 23 BOJAN Z TETRABAND SB

DIA 30 GÉRALDINE LAURENT & TIME OUT FR

DIA 31 McCOY TYNER TRIO com JOE LOVANO EUA

CONCERTO ALLGARVE

Dia 17 na Cerca do Convento * Dias 23, 30 e 31 no Monumento Duarte Pacheco * 22h00

Infos: 289 475 860 * 939 488 167 * ccloule@ccloule.com * www.ccloule.com

2011

Julho 2011
17.º Festival Internacional de Jazz de Loulé

Loulé JAZZ

direcção artística
Mário Laginha

dia 28 Maria João & Orquestra Jazz de Matosinhos
dia 29 Richard Galliano Group
dia 30 Orquestra de Jazz do Algarve
e Aaron Parks Quartet

Cineteatro Louletano | 22h00
Infos: Casa da Cultura de Loulé | 289 415 860 | 939 488 167 | www.ccloule.com



patrocinador



agências



2012

Julho 2012
18.º Festival Internacional de Jazz de Loulé

LOULÉ JAZZ

direcção artística
Mário Laginha

dia 26 Wakamono
dia 27 The Mingus Project
dia 28 Motor - André Fernandes

Cine-teatro Louletano | 22h00
Rua da Casa da Cultura de Loulé | 819-453-000 | 919-340-102 | www.louléjazz.com

organização



patrocínios



apoios

