



Vol 13, Nº 28, (junio/junho 2020)

## O FESTIVAL SAMBA RECIFE COMO ATRATIVO TURÍSTICO DA CIDADE DO RECIFE, PERNAMBUCO, BRASIL<sup>1</sup>

Geicy Suelen Pereira do Nascimento<sup>2</sup>  
Maria Helena Cavalcanti da S. Belchior<sup>3</sup>

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Geicy Suelen Pereira do Nascimento y Maria Helena Cavalcanti da S. Belchior (2020): "O festival Samba Recife como atrativo turístico da cidade do Recife, Pernambuco, Brasil", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 28 (junio/junho 2020). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/turydes/28/festival-samba-recife.html>  
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes28festival-samba-recife>

### RESUMO

Os festivais musicais colaboram cada vez mais com a atividade turística, agregando valor à mesma. Quando são plausíveis e socialmente reconhecidos, trazem benefícios às regiões onde se realizam, tanto economicamente, como é comumente explorado, através da geração de emprego e renda, quanto nas questões socioculturais e na demanda de turistas para o destino. Diversas localidades tornam-se conhecidas por conta dos festivais que realizam. Pretende-se com esta pesquisa, analisar de que forma o Festival Samba Recife contribui para a atividade turística na cidade do Recife, Pernambuco, Brasil. Neste sentido, buscou-se ao longo do trabalho explicar a contribuição dos eventos e dos festivais, particularmente, para o desenvolvimento do setor turístico. Foi possível perceber, através de questionários aplicados junto ao público-alvo desta pesquisa, que o Festival Samba Recife colabora no atrairmento de turistas para o Recife, com os setores envolvidos no turismo, e na geração de empregos diretos e indiretos sendo capaz também de entender a opinião dos participantes e organizadores do evento em relação à cidade.

**Palavras-chave:** Festivais musicais, Turismo em Recife, Festival Samba Recife.

### ABSTRACT

Music festivals collaborate with tourist activity more and more, adding value to it. When they are plausible and socially recognized, they bring benefits to the regions where they are carried out, not only economically, as they are commonly explored, through job and income generation, but also sociocultural issues and tourist demand for the destination. Several localities become known on account of the festivals they perform. The aim of this research is to analyze how the Samba Recife Festival contributes to the tourist activity in the city of Recife, Pernambuco, Brazil. In this sense, it was fetched throughout the work to explain the contribution of events and festivals, particularly, for the development of the tourism sector. It was possible to realize, through questionnaires applied to the audience of this research, that the Samba Recife Festival collaborates with the attraction of

<sup>1</sup> Artigo resultante de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Turismo, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil (2019).

<sup>2</sup> Turismóloga, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil, geicynascimento05@gmail.com

<sup>3</sup> Bacharel em Turismo. Professora do Departamento de Hotelaria e Turismo, Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: mariahcsilva2@ufpe.br

tourists to Recife, with the sectors involved with tourism, and with the generation of direct and indirect jobs. Being able to understand the opinion of the participants and organizers of the event in relation to the city.

**Keywords:** Music festivals, Tourism in Recife, Samba Recife Festival.

## **EL FESTIVAL SAMBA RECIFE COMO ATRACCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE RECIFE, PERNAMBUCO, BRASIL**

### **RESUMEN**

Los festivales de música colaboran cada vez más con la actividad turística, añadiéndole valor. Cuando son plausibles y socialmente reconocidos, traen beneficios a las regiones donde tienen lugar, tanto económicamente, como se explota comúnmente, a través de la generación de empleos e ingresos, así como en cuestiones socioculturales y en la demanda de turistas al destino. Varios lugares se conocen debido a los festivales que celebran. El objetivo de esta investigación es analizar cómo el Festival Samba Recife contribuye al turismo en la ciudad de Recife, Pernambuco, Brasil. En este sentido, se buscó a lo largo del trabajo explicar la contribución de los eventos y festivales, en particular, al desarrollo del sector turístico. Fue posible percibir, a través de cuestionarios aplicados al público objetivo de esta investigación, que el Festival Samba Recife colabora para atraer turistas a Recife, con los sectores involucrados en el turismo y en la generación de empleos directos e indirectos. También poder comprender la opinión de los participantes y organizadores del evento en relación con la ciudad.

**Palabras-clave:** Festivales de música, Turismo en Recife, Festival Samba Recife.

### **1 INTRODUÇÃO**

Desde o início da civilização, e da evolução humana, o homem se desloca. O ato de viajar por alguma motivação, sempre foi comum. Porém, a atividade turística teve seu desenvolvimento a partir das peregrinações religiosas, das Cruzadas, do Renascimento, da expansão comercial europeia, na disseminação do uso da bússola e do Grand Tour (COLANTUONO, 2015). A autora ainda acrescenta a Revolução Industrial e as contribuições de Thomas Cook como fatores importantes para a intensificação deste setor.

Para Azevedo *et al.* (2013), os deslocamentos com fins de lazer e o entretenimento associado a viagem, faz com que um fluxo contínuo de pessoas se movimente pelo mundo. Entretanto essas motivações, colaboram com o desenvolvimento do setor turístico pois, as pessoas passaram a viajar ainda mais e buscar em outros locais, diferente do seu habitual, viver novas experiências. Os eventos atendem diretamente às exigências desse mercado de lazer e entretenimento e “Pela sua evidência e expressão, passaram a fazer parte significativa na composição do produto turístico” (CANTON, 2009, p.198).

Segundo Canton (2009), o setor de eventos, está cada vez mais impulsionando a economia de um local pelo fato de trazer visibilidade para a região em que será sede, tornando-se um meio de promover os destinos. Em 2018, este segmento teve um crescimento significativo; os últimos dados apurados, sob a chancela da Revista Eventos, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa (SEBRAE), World Top Trainers Certification (WTTTC) e o Ministério do Turismo dão conta de que o setor movimentou R\$ 854 bilhões de reais, ou 13% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional (REVISTA EXAME, 2018). É notório que a realização dos eventos é de suma importância para a

atividade turística, visto que, é um setor que agrada variados públicos, sendo assim, muitas localidades utilizam-se dos eventos para fomentar e divulgar seus atrativos.

Um dos segmentos de evento que atualmente está sendo muito citado por autores, jornais, revistas e portais eletrônicos, pelo fato de poder revelar um destino, ou atrair mais pessoas para tal, são os festivais, mais especificamente os musicais. “Em qualquer lugar do mundo festival é uma ótima maneira de entrar em contato com a cultura de um país, se conectar com a natureza única de cada destino, além de interagir com a população local” (DIÁRIO DO NORDESTE, 2018).

As regiões brasileiras possuem características singulares e através dos eventos realizados, muitas cidades são visitadas por conta do interesse dos participantes em conhecer mais sobre essa localidade, como por exemplo os que atraem público nacional e internacional como o “*Rock in Rio*”, na cidade do Rio de Janeiro, o “*Lollapalooza*” em São Paulo, “*Villamix*” em Goiânia e o “Festival de Verão de Salvador”, na Bahia.

Na cidade do Recife, estado de Pernambuco, um festival que vem há 16 edições atraindo visitantes para o município, é o Samba Recife, realizado na área externa do Centro de Convenções de Pernambuco. A festa que conta com muito samba e pagode, acontece anualmente no último fim de semana do mês de setembro e é considerada uma das mais conceituadas do país, com 12 horas de shows.

O Samba Recife, conta com milhares de pessoas que costumam frequentar mais de uma edição do evento, esgotando os seus lotes de ingressos nos meses antecedentes aos shows. Além dos residentes de Recife, o festival atrai também um público de outras cidades de Pernambuco, e de outros estados do país. Esse fato faz com que muitos cheguem ao município antes do evento, ou permaneça dias após a realização do mesmo, sendo assim, eles aproveitam para conhecer o que a localidade oferta a partir dos seus atrativos.

Portanto, esse estudo visa identificar o Festival Samba Recife como um elemento capaz de atrair visitantes para realizar a atividade turística na cidade do Recife. Contudo, primeiramente será necessário examinar se este evento tem potencial para tal condição. Sendo assim este estudo pretende responder a seguinte pergunta: “*Como o Festival Samba Recife contribui para atividade turística na cidade do Recife?*” Desta forma, será realizada uma abordagem metodológica mista, onde serão utilizados os estudos quantitativo e qualitativo, para que através da coleta de dados, possa ser compreendida a importância desse evento musical para o destino Recife.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 EVENTOS, CONCEITOS E FINALIDADES**

O evento é algo único, ocorre sempre em um determinado espaço e tempo, aproxima pessoas, produtos e serviços, promovendo a interação entre suas partes; essa atividade é uma soma de estímulos e ações planejadas, com a finalidade de alcançar resultados estabelecidos juntamente ao público no qual está sendo destinado (BRITTO & FONTES, 2002). Os eventos deixaram de ser vistos apenas como uma atividade de entretenimento, com normas e padrões, que visam reunir pessoas com os mesmos objetivos associado a conceitos estratégicos; eles vêm sendo um auxílio

para os problemas econômicos de determinados locais (NUNES & PLATT, 2012).

No que se refere aos eventos, os autores citados deixam evidente que esse segmento se tornou muito mais que um acontecimento que foge à rotina, ou só um meio de entretenimento onde as pessoas buscam o lazer, conhecer novas culturas, emoções, comemorações e encontros profissionais; essa atividade passou a ser desenvolvida com o objetivo de alcançar e/ou recuperar seu público alvo, estabelecendo a imagem de organizações, entidades, locais, lançando produtos, serviços, ideias e apresentando pessoas. Hoje em dia, muito mais que antes, o enfoque econômico é destacado.

Com base nas informações do II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil, pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEEO) juntamente com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) Nacional, no ano de 2013 foi observado que esse segmento movimentou R\$ 209,2 bilhões de reais para o país, arrecadando R\$ 48,6 bilhões de impostos, representando 4,32% do PIB brasileiro além de ter gerado 7,5 milhões de empregos, diretos e terceirizados, com a realização total de 590 mil eventos neste ano (EMBRATUR, 2015). Sendo assim, pode-se definir o evento como um fenômeno socioeconômico, por ser capaz de alterar determinada dinâmica na economia, trazendo benefícios para os empreendedores, para a cidade que o sediará, para o comércio local, estabelecimentos relacionados à cadeia produtiva do turismo e para a comunidade.

Isso se dá pelo fato de que a realização de um evento ocasiona a chegada de visitantes e turistas de diversos locais do país e do mundo que necessitarão de transporte, recepção, hospedagem, alimentação, diversão, entre outros serviços. Esse fato pode ser bem explicado por Albuquerque (2004, p. 25-27), quando delinea que eventos:

geram muitas divisas para a localidade, uma vez que quando o turista vem participar de um evento, ele se hospeda, faz suas refeições, faz compras, geralmente vem acompanhado e acaba deixando um bom capital para a cidade receptora, criando uma rotatividade na economia local (...) a criação de um evento implica, principalmente, no aproveitamento das características originais da localidade com predisposição de sediá-lo, pois o objetivo maior não é apenas agradar ao público-alvo, mas também trazer divisas para a localidade receptora, divulgar os atrativos turísticos locais e gerar uma cadeia produtiva ao seu redor.

Mas, para que esses propósitos possam ser alcançados, é preciso ter pessoas e/ou empresas promotoras de eventos, que façam acontecer. Segundo Britto e Fontes (2002) são necessários que os organizadores estejam bastante envolvidos na criação dos eventos, desde seu planejamento até a implantação do projeto, visando atingir o seu público-alvo, utilizando métodos claros e resultados bem elaborados. Esses profissionais devem preocupar-se em atingir resultados qualificados e quantificados, para que seja suprida a entrega do produto e serviço ao seu público de interesse.

Nunes & Platt (2012) conceituam que, os produtores devem ter acesso a uma infraestrutura versátil e se torna indispensável que o destino tenha capacidade para suprir as necessidades que o evento precisa. É fundamental que eles possuam uma inteligência mercadológica para descobrir eventos concorrentes, táticas de mensuração e materiais para indicar o impacto desses eventos e

garantir que eles estão de acordo com as necessidades. E por fim, utilizar meios sustentáveis que certifiquem que essa atividade seja economicamente, ambientalmente e socialmente justa.

Fazer com que esses serviços funcionem de forma sistemática, é o maior desafio desse segmento, visto que é impreterível a perfeita integração de todos os envolvidos no processo de gestão, para que o evento seja bem-sucedido. Nota-se que os eventos são únicos, cada edição traz uma nova experiência para seu público. Em razão disso, os produtores não devem poupar esforços para que tudo ocorra perfeitamente, visto que, é necessário o evento apresentar novidades, em especial àqueles no qual ocorrem a cada ano.

Conforme Bahl (2005), o setor de eventos é um dos mais desenvolvidos para movimentar a economia de um local e seus desdobramentos se apresentam através de benefícios econômicos de diversas categorias e nas prestações de serviços no setor turístico. Como evidência disso, aponta-se um estudo de Demanda Internacional, feita pelo Ministério do Turismo brasileiro, relatando que 20,2% de turistas que vieram ao país em 2015 tiveram enquanto motivação os negócios, eventos e convenções, resultando em um gasto médio per capita de US\$ 82,48. Em um levantamento feito pela Associação Internacional de Congressos e Eventos (ICCA), indicou-se que o País em 2016 continuou sendo o que mais sedia eventos na América do Sul; no total foram 244 eventos, tornando-se o 15º país entre as nações que mais sediaram eventos internacionais (BRASIL, 2017).

De acordo com um estudo realizado pelo Eventbrite, em 2018, com mais de 4.000 criadores de eventos do mundo todo, é esperado que o tamanho global do mercado de venda de ingressos para eventos cresça e chegue a U\$ 67.99 bilhões até 2025. Por conta desse crescimento, 74% dos organizadores de eventos no Brasil alegaram que planejavam promover um número maior de eventos em 2018 do que realizado no ano anterior. Ainda segundo esse estudo, as três principais razões para um evento ser realizado no Brasil são: 49% para educação ou treinamento, 39% para atrair novos clientes/parceiros e 39% também para gerar receita. Além do mais, a Eventbrite, referiu-se sobre a questão de o mercado ser competitivo, dessa forma, é interessante que os eventos acompanhem a evolução e as novidades das indústrias, para que estejam atualizados as tendências, e por consequência, atraiam mais públicos.

Essas informações só reforçam a ideia de que os eventos estão cada vez mais inseridos na esfera econômica favorecendo aos atores envolvidos nesse segmento. Analisado o setor de eventos, será abordado a relação que se estabelece entre este e o turismo, visto que os dois segmentos podem servir enquanto indutores ao desenvolvimento econômico de uma região. Sendo assim, será discorrido a contribuição dos eventos ao turismo podendo esta ocorrer de diversas formas sendo uma delas a partir da interrelação entre as estratégias e a culturas local.

## **2.2 OS EVENTOS COMO CONTRIBUINTE PARA O SETOR TURÍSTICO**

O setor de eventos cria oportunidades para que as pessoas possam se deslocar ampliando desta maneira o consumo dos bens e serviços relacionados à atividade turística; a sua realização equilibra o mercado turístico, principalmente quando acontece em períodos ociosos, pois, os participantes na maioria das vezes acabam sendo motivados a visitar a cidade que está sediando o evento, podendo aproveitar melhor seus atrativos e serviços (BRITTO & FONTES, 2002).

Para a cidade sede os eventos são ferramentas poderosas. Albuquerque (2004) exemplifica esta questão ao dizer que os eventos trazem divisas ao local pelo fato dos participantes precisarem se hospedar, realizar suas refeições em restaurantes, fazer compras, utilizar os transportes, e por muitas vezes, por virem acompanhados, deixam um bom capital no destino alavancando assim a economia local e a promoção dos atrativos turísticos locais. Além dessas importâncias, os eventos também podem aproveitar a mão-de-obra local e gerar novos empregos, ao propiciar a elaboração de atividades complementares ao evento como: transportes internos, serviços de instalação e montagens, áreas de alimentação com comidas locais, produção de artigos e brindes promocionais, incremento do comércio informal, além de melhorar os serviços de infraestrutura da localidade o que repercute no benefício aos moradores locais (ALBUQUERQUE, 2004). De forma resumida Canton (2009) apresenta que a relação eventos e turismo mobiliza os agentes econômicos das localidades e os diversos prestadores de serviços.

A ABEOC (2014) afirma que por ser um setor demandante de extensa mão de obra, o segmento de eventos contribui bastante na geração de ocupações no Brasil. Em 2013 foram totalizados 7,5 milhões de empregos diretos, terceirizados e indiretos; as empresas organizadoras geraram 1.371.955 empregos diretos e terceirizados, enquanto os espaços para eventos somaram 521.463 empregos. O multiplicador de emprego da indústria turística brasileira, estabelece três empregos indiretos para cada direto ou terceirizado, utilizando-o chegou-se ao total de 7.573.676 de empregos ofertados. Outra questão importante trazida por Barbosa (2015) é a de que o setor de eventos, através do Turismo de Eventos, pode minimizar os efeitos da sazonalidade nos destinos turísticos. Segundo Britto & Fontes (2002, p.80), “no turismo a sazonalidade é a concentração das atividades turísticas em determinado espaço e tempo e a falta delas em outros períodos.

Para Santana, Alves & Maracajá (2013) uma das alternativas para suprir a sazonalidade é a realização do turismo de evento. O turismo de eventos também pode ser conhecido como turismo de baixa estação, pelo fato de conseguir manter as atividades turísticas durante esse período em que outro tipo de turismo é menos realizado visto que os turistas de eventos geralmente dispõem de mais recursos financeiros nas viagens. Esse setor combate a sazonalidade tanto pela ocasião, quanto pela garantia de um maior número de pessoas no núcleo receptor, pois prolonga sua permanência no local para programações extras (ALBUQUERQUE, 2004; CANTON 2009).

De acordo com dados de uma pesquisa desenvolvida pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) para o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), os turistas estrangeiros que visitam o Brasil a negócios, ou para participar de eventos gastam em média US\$ 329,39 por dia, representando quatro vezes mais o valor dos que visitam o país à lazer, que gastam US\$ 73,77. A maioria dos entrevistados para essa pesquisa informou que pretendia retornar ao país para conhecê-lo melhor em no máximo dois anos (EMBRATUR, 2014). O turismo de eventos é uma das maiores revelações da indústria nacional de viagens na última década. O aumento do fluxo de empresários e trabalhadores tem gerado renda aos destinos, especialmente nos períodos de baixa temporada (BRASIL, 2015).

Face ao apresentado, ratifica-se a importância da integração entre os segmentos de eventos e turismo e como ambos podem beneficiar-se; os eventos poderão consolidar ainda mais uma localidade, e os destinos turísticos irão servir de sede para que sejam realizados esses eventos.

Analisado esses dois segmentos, o próximo tópico tratará dos festivais musicais, uma das tipologias do evento, sendo esta uma das características do objeto de estudo alvo deste trabalho.

### **2.3 CONCEITOS DE FESTIVAL: UMA BREVE HISTÓRIA DOS FESTIVAIS MÚSICAIS.**

Pelo fato da temática central deste estudo ser um festival musical, este tópico tem como foco retratar esse tipo de evento e a importância deste enquanto um atrativo para um destino turístico. Entretanto, primeiramente é oportuno pontuar o que vem a ser um festival, e em seguida, descrever a história dos festivais musicais.

O festival é um tipo de evento cultural por possuir uma relação com a arte, seja ela música, cinema, escultura, entre outros (Duarte, 2009) existindo assim várias tipologias desse evento como: os festivais de cinema, festivais de dança, festivais gastronômicos, festivais de filmes, etc. Para Mello (2013, p. 13), o festival é um tipo de evento que possui dois conceitos distintos, o primeiro, “festival como forma de reunir exposições artísticas durante certo período”, e o segundo tendo como atrativo um gênero musical. O autor traz como exemplo o samba, ou algo relativo à arte, como o teatro. Afirma ainda que não existe a competitividade e se tem como objetivo oferecer acesso a novas tendências. Existem também os festivais com a finalidade de proporcionar o alcance a novas manifestações, porém, a competitividade é existente. Como exemplos são citados o Festival de Cinema de Cannes e Veneza, onde os concorrentes às premiações buscam sair vitoriosos.

Ruas (2013) contextualiza os festivais como eventos grandiosos e que tem por objetivo proporcionar experiências diferentes das cotidianas, é preciso que eles ofereçam entretenimento ao seu público e geralmente dura mais de um dia. Complementa ainda ao dizer que o festival musical, para se diferenciar dos demais, tem a música como elemento tendo papel essencial no processo desse tipo de festival, pois, pode causar nas pessoas um sentimento, uma relação e uma necessidade, visto que, a interação dos artistas com o público ajuda a tornar essa experiência única e individual.

Ainda de acordo com Ruas (2013), festivais musicais além de oferecer ao público música de qualidade e infraestrutura impecáveis também buscam dar um lugar que os participantes se reconheçam neles, que proporcione experiências em todos os sentidos. Durante o evento tentam trazer o máximo de conforto e elementos inovadores, como por exemplo: as praças de alimentação, os espaços para descanso e interação com marcas patrocinadoras, entre outros, fazendo com que os participantes construam uma relação afetiva com o local.

Baseado em Brito (2015) foi na Grécia Antiga que os festivais musicais tiveram seu início. Segundo a publicação, seis séculos antes de Cristo, os gregos realizavam a cada quatro anos, os jogos helênicos, sendo eles, Píticos, Olímpicos, Nemeus e Ístmicos em honra aos deuses. Nessa festividade ocorriam apresentações esportivas, teatrais e musicais (cítara e flauta) e se existia o caráter competitivo. Há registros também de apresentações musicais no Egito Antigo através das pinturas em tumbas e papiros. Nota-se que em todas as celebrações e festas havia danças e músicas (CONSTRUINDO HISTÓRIA HOJE, 2013), porém a música não era o centro das atividades desses festivais pelo fato de que a finalidade era a celebração às divindades.

Segundo Frey (1994 apud Petitinga, 2008, p.42), os festivais de música com finalidade de

entretenimento tiveram sua origem no século XI, época em que os franceses passaram a apreciar a música e participar de festas. Frey cita como mais antigos festivais de música da contemporaneidade, o *Three Choirs Festival*, que acontece em três cidades do Reino Unido desde o ano de 1724, e o *Handel Festival*, também no Reino Unido, que teve sua primeira edição em 1784. Porém, os festivais de música mais consagrados na Europa são, o *Festival Richard Wagner* de Bayreuth, na Alemanha, que acontece desde 1876, e o Festival de Ópera de *Glyndebourne* (desde 1934) na Inglaterra.

Brito (2015) apontou que, no século XX a música popular começou a se tornar um fenômeno de massa por conta do desenvolvimento tecnológico. A tecnologia de gravar e reproduzir áudio, o crescimento da indústria da música e dos meios de comunicação de massa, primeiramente o rádio, fizeram com que os festivais fossem ganhando aos poucos a forma dos festivais atuais, onde a partir de uma programação vários artistas apresentavam suas músicas para um grande público.

Nos anos 60, o *Jazz* se intitulou como o ritmo musical pioneiro nos festivais da era da música popular e da indústria fonográfica, em meados de 1967 foi a vez do Rock reinar nos festivais. No ano de 1990 a 2000, os festivais foram se desenvolvendo ainda mais e se adaptando a modernidade; em 1991 foi criado o *Lollapalooza*, nos Estados Unidos, e em 1999 o *Coachella*, dois grandiosos festivais internacionais. “O século XXI é a era do apogeu dos festivais de música, eventos capazes de promover experiências culturais e viagens de descobertas condizentes com a cultura do mundo globalizado” (Hobsbawm, 2013, p. 54 apud Brito, 2015). Em 1960, no Brasil, houve um incremento no desenvolvimento econômico e a partir disso o país passou por muitas modernidades. Nas artes, a televisão surgiu no meio dessa renovação; esse novo veículo de comunicação foi capaz de mudar o comportamento e a relação do público com a cultura da época. Um exemplo dessa relação foram as realizações dos festivais, que tinham como características a competição e o fato de ser televisionado. No início da década de 60, a TV Tupi de São Paulo produziu um programa chamado Hora da Bossa, um programa cheio de novidades musicais que era transmitido em uma época onde shows eram realizados em universidades, bares e rádios. Isso acabou inspirando o produtor de TV, Solano Ribeiro, a realizar o I Festival da Música Popular Brasileira, pela TV Excelsior, um torneio disputado em 1965, que foi vencido por Elis Regina. Logo após vieram outros festivais realizados pela TV Record, que lançou vários artistas como Caetano Veloso, Chico Buarque, Maria Bethânia, entre outros (SOUZA, 2019).

Outro evento importante foi o Festival Internacional da Canção (FIC), promovido pela TV Rio, e suas demais edições, pela TV Globo. O cantor Milton Nascimento, foi lançado na música através desse festival que era realizado em grandes locais como o Teatro Record (antigo Teatro Paramount), e no Maracanãzinho. Esses festivais de música, que aconteceram entre 1965 e 1972, acabaram desempenhando um papel importante na história política e cultural do Brasil, pois, os artistas através das suas músicas encontraram um meio de manifestar a consciência política e estudantil e também, foram ideais para lançar cantores e suas músicas (PETITINGA, 2008).

Foi nos anos 90 e 2000, que os festivais de música começaram realmente a ter forças. Em 1999 surge o *Coachella*, evento que veio para inaugurar a era dos megaeventos; nos dias atuais reúne mais de 100 mil pessoas, sendo preciso ser realizado em dois fins de semana dada o tamanho do seu público. O século XXI chega como ápice dos festivais de música e eventos que promovam

viagens e experiências culturais (BRITO, 2015). Atualmente esse tipo de evento apresenta outras características além de entretenimento e diversão “já que além de fomentar o mercado musical, impulsionam a economia e o turismo locais” (PETITINGA, 2008, p. 45). Dependendo de sua dimensão e tamanho da sua projeção, os festivais têm capacidade de atrair turistas para o local em que está inserido. Sendo assim, acaba auxiliando quanto ao desenvolvimento da localidade sede (Maciel, 2011 apud Lourido, 2017) sendo o festival *Rock in Rio* (Rio de Janeiro- Brasil) um exemplo de modelo atual dos festivais no Brasil. Além de trazer um novo conceito para os festivais, o *Rock in Rio* é uma amostra de como esse tipo de evento pode colaborar com o local que o sedia; além de atrair visitantes, o mesmo contribuiu nas questões econômicas, sociais e ambientais locais. Neste contexto, a próxima seção tratará da importância dos festivais para uma destinação.

### **2.3.1 FESTIVAIS MUSICAIS COMO FOMENTADORES DE DESTINOS TURÍSTICOS**

Ao longo do tempo o número de pessoas que viajam para participar de eventos aumenta. Assim, esse setor passa a ser visto como um elemento a mais para desenvolver economicamente e socialmente uma localidade. Os festivais são ótimos colaboradores para um destino turístico pois, preservam os costumes e tradições de uma localidade contribuindo positivamente para a imagem e economia local; estes são capazes também de prolongar o tempo de estada do participante. Muitas vezes os festivais são o próprio motivo de alguém visitar um lugar. Desta maneira, aumenta a permanência do visitante no destino e em consequência disso, o lucro que ele gera aumenta também (Maciel, 2001; Santos; Zucco; Kraus, 2015).

Tratando-se de um tipo de evento, os festivais elevam os níveis de emprego (Martin, 2008), pelo fato de normalmente oferecerem vagas em trabalhos temporários durante todas as suas fases, desde sua montagem até o dia de realização. O aumento da criação de festivais e das edições já existentes acaba proporcionando também, oportunidades para serem realizados pacotes turísticos temáticos e *tours*. Os megaeventos vêm contribuindo bastante para gerar um conjunto de pacotes e outras promoções que estimulem a permanência dos visitantes no local que está sediando o evento, fazendo com que eles possam conhecer melhor o destino, e assim deixem sua contribuição econômica e sociocultural na destinação. “A cada grande evento, brasileiros e estrangeiros se deslocam pelo país e movimentam hotéis e pousadas, bares e restaurantes, além do serviço de transporte das cidades que os recebem” (MTUR, 2014).

Segundo Neves de Jesus (2015), os eventos como um todo, influenciam os lugares e suas culturas, principalmente quando se trata de um megaevento, e quando ocorre em um local que nunca teve tanto desenvolvimento e visibilidade nas mídias. Um outro benefício de um festival para determinado destino, é a minimização da sazonalidade, uma vez que, quando realizado em um período do ano em que a demanda de turistas é baixa, colabora a equilibrar a economia local. Portanto, fica clara a relevância dos festivais para os destinos, sendo eles uma forte ferramenta estratégica para apoiar o turismo.

### 3 O FESTIVAL SAMBA RECIFE

O Samba Recife surgiu no ano de 2003 a partir da idealização de um grupo de amigos, que queriam trazer, em um único local, artistas consagrados do samba e pagode, para fazer shows em Recife, Pernambuco, Brasil. Os primeiros eventos foram realizados em casas de show que comportavam até no máximo cinco mil pessoas (SANTOS, 2018).

Ao perceberem que o interesse das pessoas pelos shows estava cada vez maior, a organização sentiu a necessidade de planejar um evento melhor, com mais artistas e em um espaço com capacidade superior aos anteriores. A partir dessa necessidade, ficou decidido criar um festival anual que reunisse várias vertentes do ritmo samba, em diversos shows realizados no mesmo dia e local, surgindo assim há 16 anos, o Festival Samba Recife. De acordo com o produtor e idealizador do evento, Augusto Acioli, a ideia de tornar o que era um pequeno show, em um grande festival, não foi só por causa da demanda de público, foi também para “fazer no Recife um grande festival de samba, que até então nunca havia ocorrido”.

A primeira edição do festival contou com quatro atrações nacionais que faziam sucesso na época em que foi realizado, sendo eles: Exaltasamba, Jorge Aragão, Revelação e o cantor Belo. Segundo Acioli (2019), por ser o maior espaço de eventos disponível na região metropolitana do Recife, o Centro de Convenções de Pernambuco foi o local escolhido para receber o evento permanecendo até os dias atuais.

Com o passar dos anos, o Festival Samba Recife, foi atraindo milhares de pessoas; a cada edição o número de público e de atrações aumentava sendo a edição de 10 anos, a que teve o maior recorde até então, contando com a presença de 80.000 pessoas. Por conta da quantidade de artistas, foi preciso dividir a grade de shows em dois dias, sábado e domingo, o que tornou o evento ainda mais atrativo. Atualmente, por preferência dos pagantes, voltou a ser realizado apenas no sábado.

O título de “maior festival de samba do Brasil”, encontrado em matérias de jornais, e notícias em portais eletrônicos, foi dado pelo público e pelos cantores que participam do evento pelo fato de, no Brasil não se ter um festival com esse gênero musical, que reúna tantos grupos e cantores, e tenha tantos anos de realização, como o de Recife.

Segundo Acioli (2019), o planejamento enquanto “pré-evento”, se inicia um ano antes da sua realização; quando um festival é finalizado, já está se intencionando os preparativos para o próximo.

Por ser um evento já consolidado no segmento musical, e pelo fato de buscar se adaptar às mudanças e gostos do seu público, o Festival Samba Recife a cada ano apresenta algo inédito onde a produção busca dar sempre conforto e uma experiência memorável aos pagantes. O palco principal que era apenas um com o passar dos anos transformou-se em dois “ Recife e Olinda” fazendo com que não ocorram atrasos na troca de shows, cumprindo assim o horário da grade de apresentações. Na edição de 2016, palcos com vista 360° e telões simultâneos possibilitaram a aproximação do público com os artistas. Em algumas edições foi necessário distribuir até mesmo, cinco palcos pelo evento para atender à grande demanda de público participante. Em 2019 o evento contou com quatro palcos, os dois principais, localizados na área externa do Centro de Convenções, o “Palco Pernambuco”, que ficou perto de uma das entradas de acesso ao evento, com grupos de

samba e pagode pernambucanos e o “Palco Samba de Raiz” situado dentro da Casa de Eventos Classic Hall.

Em 2019, na sua 16ª edição, contou com a Central do Samba, uma área dentro do complexo de shows, onde as pessoas tiveram acesso às informações do evento, puderam dar sugestões, tiveram apoio jurídico, médico e policial, acesso à internet e telefone para emergências. Tudo isso foi pensado no bem-estar do público, onde qualquer problema poderia ser resolvido dentro do evento contanto, inclusive, com o apoio da Secretaria de Defesa Social (SDS) do estado de Pernambuco *in loco*.

Para que esse evento possa ocorrer, são contratados diretamente cerca de 2.000 profissionais, sem contar com os que trabalham de forma indireta que, segundo Acioli (2019), totalizam bem mais ( não foi especificado este quantitativo). Isso inclui a mão-de-obra local, o *trade* turístico, seguranças, garçons, médicos, bombeiros, entre outros. De acordo com o entrevistado, o festival acaba gerando benefícios para a cidade do Recife, pelo fato da cadeia turística ser movimentada, desde os hotéis, companhias aéreas, transportes, restaurantes, além de todas as taxas e impostos que são gerados às instâncias governamentais públicas. Isto se dá pelo fato de o festival ter o nome da cidade, e também pela quantidade de turistas de outras regiões que vem participar.

#### **4 METODOLOGIA DA PESQUISA**

Para poder alcançar os objetivos propostos nesta pesquisa foi adotado o método de pesquisa mista pois, foi preciso utilizar as abordagens quantitativa e qualitativa. Segundo Yin (2016) “A pesquisa qualitativa procura coletar, integrar e apresentar dados de diversas fontes de evidência como parte de qualquer estudo”, nesse tipo é preciso observar e analisar a natureza do objeto de estudo. Já a quantitativa, aponta numericamente a frequência e a intensidade dos comportamentos dos indivíduos de um determinado grupo, ou população.

Concernente ao embasamento teórico primeiramente foram feitas pesquisas bibliográficas, através de diversos livros, artigos e páginas de web sites nas plataformas digitais, recolhendo assim, informações e definições prévias para serem usadas. E também a pesquisa documental, por meio de revistas e jornais online, e do audiovisual, onde se puderam obter mais esclarecimentos de algumas informações.

O trabalho possui natureza descritiva e explicativa, sendo que a primeira é utilizada pelo fato de coletar informações de questionários e entrevistas que além de medir um tema, irá descrevê-lo, usando impressões, opiniões e pontos de vista. A segunda pesquisa visa identificar os fatores que contribuem para a ocorrência dos fatos, o porquê que duas variáveis se relacionam, neste caso, a relação do Festival Samba Recife (evento) com a atividade turística.

A coleta de dados foi realizada com membros da produtora do Evento e com participantes (público) do Samba Recife. Para obter esses dados, primeiramente foi feita uma entrevista estruturada com o produtor e idealizador do festival. Esta entrevista, realizada em 2019 e antecedente à realização do evento, possuiu um roteiro estratégico com perguntas previamente estabelecidas obtendo assim, o máximo de informações com o mínimo de perguntas possíveis. Esta técnica de

coleta de dados serviu para conhecer a história do Samba Recife, pois, não é possível encontrar o seu histórico em portais eletrônicos ou matérias de revistas e jornais.

Durante o processo de coleta de dados, foram surgindo algumas dúvidas, que puderam ser esclarecidas via meios digitais como o *whatsapp* e *direct* do *Instagram*, através do produtor e idealizador do festival bem como através da gerente de marketing da empresa.

Logo após a realização da 16ª edição do festival, do dia 01 de outubro a 14 de novembro de 2019, foi aplicado um questionário on-line, criado na plataforma *Google Forms*, para o público participante. Este instrumento de coleta foi escolhido principalmente por facilitar o acesso e a colaboração de indivíduos que foram ao evento e que se enquadram enquanto turistas. Para sua divulgação foi postado o *link* do formulário nas redes sociais da pesquisadora, e nas específicas ao evento, sendo elas, *facebook*, *instagram* e *whatsapp*. O questionário conteve perguntas mistas, ou seja, questões abertas que “são aquelas que permitem liberdade ilimitada de respostas ao informante e trazem a vantagem de não haver influência das respostas pré-estabelecidas pelo pesquisador” e as fechadas que “trarão alternativas específicas para que o informante escolha uma delas” (CHAER, G; DINIZ, R; RIBEIRO, E, 2011, p.62). Em sua totalidade houve 21 perguntas, com 93 respondentes. Como o intuito da pesquisa é obter opiniões e informações dos turistas, foram selecionadas 55 das respostas, as demais, por não se enquadrarem nos propósitos da pesquisa, não vieram a ser utilizados.

No dia 29 de outubro de 2019, foi aplicado outro questionário com oito perguntas que foi especificamente direcionado para os organizadores do Samba Recife, onde 4 funcionários responderam. Deste modo, houve uma colaboração quanto à obtenção de dados mais técnicos em relação ao festival com o turismo.

Os grupos utilizados para estudo foi formado pelo público frequentador do Festival Samba Recife (turistas), e pelos funcionários da produtora do Evento, sendo eles a gerente de marketing, a produtora executiva, o mercadólogo e o design produtor.

Foram elaborados dois questionários distintos, para atender a estes dois grupos: ambos estruturados, com questões abertas e fechadas. Para o público participante, foram elaboradas 21 perguntas, divididas em três seções, sendo que a primeira buscou identificar dados pessoais dos participantes investigados (cidade e estado que reside, gênero, estado civil, faixa etária, motivo da viagem, como organizou a sua viagem, qual meio de transporte utilizou, onde ficou hospedado e seu tempo de estadia em Recife). A segunda seção teve como interesse descobrir quais os pontos turísticos foram visitados, os gastos feitos na cidade, e a opinião deles em relação ao Recife. Já a terceira avaliou a opinião dos mesmos sobre o festival e sua importância para o turismo no município.

Com os organizadores, foram feitas oito perguntas, onde na primeira seção pretendeu-se também levantar seu perfil (gênero, estado civil, cargo na produtora, e quantidade de edições do festival que se fez presente), e na segunda verificar o ponto de vista destes em relação ao Samba Recife e sua relação com a cidade do Recife-PE.

#### 4.1 PERFIL DOS PARTICIPANTES

Em relação ao local de residência, pode-se analisar a quantidade de participantes por estados brasileiros. Agrupando-os por regiões, obtém-se o seguinte resultado: Região Nordeste: Sergipe 10 pessoas, Bahia 9, Ceará 4, Paraíba 6, Alagoas 3, Rio Grande do Norte 5; Região Sudeste: 2 pessoas de São Paulo e 8 do Rio de Janeiro; Região Centro-Oeste: Brasília 6 pessoas e 2 do Mato Grosso do Sul. Nota-se que, a maioria do público participante é do Nordeste, não havendo respondentes de apenas dois estados dessa região, Maranhão e Piauí. É nítido que Sergipe teve a maior quantidade de participantes, um percentual de 18,2%, logo após o estado da Bahia que totalizou uma pessoa a menos. A vinda desse público a cidade do Recife, deixa claro que o festival tem o poder de mobilizar e atrair indivíduos de várias localidades, motivando o fluxo desses deslocamentos.

De acordo com o gênero o feminino respondeu por um total de 69,1%, e 29,1% masculino. Houve também uma porcentagem de 1,8 % que preferiu não declarar. Uma possibilidade para esse resultado pode ser o fato de fãs clubes terem em sua maioria componentes mulheres que viajam para acompanhar os shows de seus ídolos.

Quanto ao estado civil dos participantes, das cinco opções questionadas, apenas duas foram marcadas, onde 72,7% dos respondentes são solteiros e os outros 27,3% casados. A faixa etária do público participante está assim distribuído: entre 15 e 20 anos (1,8%); entre 21 e 30 anos (49,1%); entre 31 e 45 anos (49,1%). Ao traçar um comparativo com a faixa de idade do público que respondeu o questionário, observa-se uma situação de igualdade na porcentagem entre 21 a 45 anos. Não havendo respondentes com a idade de 45 anos acima. Conclui-se assim, que o festival atrai mais o público jovem.

Quando perguntados sobre o motivo que os levou a viajar para a cidade do Recife, 23,6% dos participantes responderam que vieram apenas para comparecer ao festival, já os 76,4% dos respondentes informaram que além de participar do evento, vieram também para conhecer o município. Diante a quantidade de pessoas que permaneceram no Recife para conhecê-lo, constatou-se que o Samba Recife concebe a oportunidade para as pessoas viajarem mais, motivando-as permanecer por, mas tempo na cidade.

Ao serem questionados sobre como organizaram suas viagens, 47,3% dos participantes responderam que montaram seus próprios pacotes; 25,5% vieram por meio de excursão; 20% constatou que precisaram dos serviços das agências de viagens; 3,6% utilizou a internet, por meio de sites específicos que organizam viagens, e esta mesma porcentagem de 3,6%, recorreu a outros meios de serviços. Atualmente com tantos meios de tecnologia como sites e aplicativos, fica mais fácil para o próprio turista organizar sua viagem.

Quando perguntados sobre o meio de transporte utilizado para se deslocarem, 67,3% dos participantes afirmaram que utilizaram avião; 9,1% viajaram de van; 5,5 % de carro e 18,2% utilizaram outros meios, a maioria utilizou o transporte aéreo, e poucos utilizaram automóvel. Desta forma, notou-se que o festival incentiva também o uso dos meios de transportes, e assim gera renda tanto para as empresas deste setor, quanto para pessoas que trabalham com isto apenas nessas ocasiões,

como é o caso dos motoristas das vans que são utilizadas nas excursões.

Em relação aos meios de hospedagens utilizados pelo público participante durante sua estadia no Recife, as respostas foram: 36,4 % estavam hospedados em pousadas; 34,5% preferiram os hotéis; 20% se instalaram em casas de amigos ou parentes; 1,8% escolheram hostel; e 7,3% marcaram a opção “outros”. Assim como os transportes, o Festival Samba Recife, também colabora com as hospedagens, visto que, quando um visitante permanece em uma localidade mais de um dia, ele precisa se acomodar, assim usufruem dos serviços ofertados pelos meios de hospedagens, e através disto, aumentam mais a sua renda.

Na última pergunta desta seção, buscou-se saber qual o tempo de estadia desses participantes. As respostas dadas foram: 14,5% passariam apenas 1 dia no Recife; 43,6% de 2 a 3 dias; 40% de 4 a 5 dias; de 6 a 7 dias não houve respondentes e 1,8 % permaneceu na cidade por mais de 7 dias. Como foi visto na bibliografia, percebe-se que este meio de entretenimento é capaz de prolongar a estadia do participante no local, e como consequência disso, aumenta o lucro gerado.

#### **4.2 A CIDADE DO RECIFE**

Através das pesquisas feitas, foi visto que o evento é uma ferramenta considerável para os locais que os sediam pois trazem divisas. Desta maneira, notou-se a importância de saber quais os atrativos turísticos da cidade do Recife foram visitados pelos participantes do Samba Recife, a renda deixada na cidade, se pretendem voltar ao destino, se o indicaria para outras pessoas e a impressão deles sobre o Recife enquanto local de lazer e turismo.

Recife é uma cidade rica em atrativos, tanto naturais, quanto culturais. Ao serem perguntados se visitaram algum atrativo turístico da cidade e quais foram obtiveram as seguintes respostas: praia de Boa Viagem; praia do Pina; Shopping Recife; Shopping Rio Mar; Pracinha de Boa Viagem; Marco Zero do Recife; Espaço Cultural Paço do Frevo, Museu Cais do Sertão, Casa da Cultura, Shopping Paço Alfândega; Parque das Esculturas do Recife; Forte das 5 Pontas; Instituto Ricardo Brennand e a Lagoa do Araçá. Houve também visitas a atrativos que não pertencem ao Recife, porém são de outras cidades do estado de Pernambuco a exemplo de Olinda e Ipojuca. Apenas cinco respondentes afirmaram que não visitaram nenhum ponto turístico, onde uma delas afirmou que: “não visitei, mas gostaria”. Essas informações só reforçam que, os participantes, na maioria das vezes, acabam sendo motivados a conhecer melhor a cidade, podendo aproveitar seus atrativos e serviços, ajudando assim a promovê-los.

Em seguida buscou-se saber quanto gastaram no período de sua estadia incluindo hospedagem, alimentação, passeios, transportes, entre outros. As respostas obtidas pelos participantes foram: 70,9% gastaram de R\$300 a R\$600 reais; 18,2% gastaram entre R\$ 100 e R\$ 300 reais; e 10,9% gastaram mais de R\$ 600,00. Mais uma vez, verifica-se a importância de um evento como o Festival Samba Recife, em relação a trazer divisas aos destinos promotores beneficiando assim diversos atores que se relacionam à cadeia produtiva do turismo.

Os participantes ainda foram questionados se pretendiam voltar a Recife, e se recomendariam a cidade para amigos e parentes. As respostas obtidas foram de 100% de concordância com as assertivas, ou seja, todos querem voltar a cidade e a indicam a outras pessoas.

A última pergunta desta seção teve o intuito de saber a impressão geral dos participantes em relação ao Recife enquanto local para lazer e realização da atividade turística. 70,9% responderam que a cidade é excelente em relação a estas duas alternativas, 29,1% informaram ter tido uma boa impressão do destino. Estes resultados apontam que a cidade do Recife possui produtos e serviços que suprem as necessidades dos turistas e que o Samba Recife foi um meio de promover a cidade para esses visitantes. Por fim, constata-se que a cidade do Recife possui uma diversidade de equipamentos que atraem visitantes e faz com que os mesmos queiram retornar em outro momento ao destino.

### 4.3 SAMBA RECIFE

A terceira e última seção deste primeiro questionário procurou compreender a visão dos respondentes em relação ao Festival Samba Recife, a opinião destes acerca da importância deste evento para o Recife, se o festival colabora com o turismo de eventos local, e se o meio de divulgação do evento colaborou com o interesse dos visitantes em conhecer os atrativos da cidade do Recife.

A primeira questão buscou saber se o participante concordava que o Festival Samba Recife é o maior do Brasil e pediu para que justificasse sua resposta. Dos respondentes 30 falaram que “sim”, 17 responderam com “concordo”, e oito “com certeza”. As justificativas dadas foram: “pelo fato do evento reunir em um único show, com mais de 12 horas ininterruptas uma grade com os maiores e melhores artistas do samba e pagode”; “pela organização”; “pelo preço dos ingressos serem acessíveis”; “por atrair uma grande quantidade de público, não só de Recife e arredores, mas de todo Brasil”; “por ser um evento totalmente voltado para o gênero samba e suas variações”; “por ser realizado em um local de fácil acesso”; “pelo respeito com o público, tanto pela parte dos organizadores, quanto dos artistas”.

Dadas as respostas recebidas, percebe-se o entusiasmo dos participantes com o festival;isto é notório por conta de, na maioria das respostas, o respondentes apontarem que: “o evento é sem igual”, “o samba é diferenciado”, “você já sai pensando na próxima edição”. E também, a partir desses *feedbacks*, de fato constata-se que o Festival Samba Recife merece o título de maior festival de samba do país. Os artistas que fazem parte da grade do show, em suas redes sociais e em entrevistas, também tratam o festival como o maior do Brasil.

Em seguida, foi questionada a importância desse evento para a cidade do Recife. Foram trazidas enquanto respostas: “intensifica o turismo na cidade”; “aumenta o consumo dos produtos e serviços que Recife oferta”; “aumenta a renda do município”; “ajuda na divulgação da cidade, começando pelo fato do evento levar o nome dela”; “os artistas e os turistas valorizam Recife”; “as pessoas, através do festival tem a oportunidade de conhecer o município”; “é um evento grandioso e pode trazer diversos pontos positivos não só para a cidade, mas para o estado de Pernambuco”; “é importante, pois ajuda a permanecer vivo o samba e suas variações na cidade do Recife; geração de empregos”.

Como foi visto nas pesquisas bibliográficas feitas, os festivais são ótimos cooperantes para

um destino turístico, pelo fato de preservar os costumes e as tradições do local, contribuir para sua imagem e economia, fortalecer os setores que prestam serviços para a área do turismo que e também gerar mais empregos diretos e indiretos.

Quando perguntados se o Samba Recife colabora com o desenvolvimento do Turismo de Eventos na região, 100% dos respondentes afirmaram que sim. Isto se dá pelo fato desse tipo de turismo se referir no deslocamento de pessoas para um destino, com o intuito de participar de algum tipo de evento. E uma grande parcela do público vem a Recife para participar do festival.

Questionados se o vídeo de divulgação do festival promove e incentiva o público a visitar os atrativos de Recife, 54,4% disseram que sim; 43,6% responderam que não assistiram, e 1,8% disse que não. O vídeo exibia os artistas, que foram atração do festival em 2019, cantando o *jingle* do evento, em algumas partes ouviam-se apenas as vozes destes além de exibir atrativos turísticos da cidade à exemplo do Marco Zero, Pracinha de Boa Viagem e o Mercado de São José. Devido ao enfoque dado a estes locais os respondentes acreditam que o vídeo acaba despertando o interesse do público em conhecê-los.

Ao serem perguntados se o evento é capaz de colaborar com o turismo do Recife, e assim se tornar mais um meio de atrair turistas a tal, 96,4% concorda totalmente, e apenas 3,6% concordam parcialmente. Nenhum respondente discordou. Essas respostas só vem, mais uma vez, ratificar a importância do festival em questão para a atividade turística do Recife.

Foram perguntados também, se eles conheciam alguém que veio a cidade para participar do evento e decidiu permanecer nela por mais dias, para conhecê-la, 76,4% respondeu que sim; 14,5% não conhecem; 9,1% talvez conheça. Essas porcentagens comprovam mais uma vez o quanto um festival pode ser importante na atração de pessoas a um destino.

A última pergunta deste questionário foi em relação a impressão geral que os participantes tiveram do Festival Samba Recife. 98,2% qualificaram o festival como excelente e 1,8% respondeu que tem uma boa impressão. Não foram emitidas respostas para as outras duas alternativas, “regular” e “ruim”.

A partir das informações levantadas é possível dizer que o Festival Samba Recife é importante para divulgar a cidade do Recife nacionalmente e, de modo menos abrangente internacionalmente, por atrair tantos turistas e principalmente por fortalecer diversos setores e, a imagem e cultural da cidade.

Analisado o as informações dos participantes, o próximo passo é a apresentação das informações coletadas junto à equipe promotora do evento.

#### **4.4 O SAMBA RECIFE SOB A ÓTICA DA EQUIPE DE PRODUÇÃO DO EVENTO**

Dos quatro respondentes nesta etapa, 50% são mulheres e 50% homens, ou seja, duas pessoas de cada gênero responderam ao questionário. A questão seguinte apurou sobre o cargo exercido por cada funcionário na produtora do evento sendo estes: gerente de marketing, produtora executiva, um profissional de marketing e um design/produtor. Estes funcionários também foram questionados sobre, em quantas edições do Festival Samba Recife eles se faziam presente. A gerente de marketing está há 10 anos atuando no evento, a produtora há 11 anos, o profissional de

marketing há 2 anos, e o design/produtor no ano de 2019, teve sua primeira edição como organizador.

A segunda e última seção deste questionário trouxe perguntas relacionadas o Samba Recife e sua relação com a cidade do Recife sendo estas similares com as do questionário para os participantes, porém as respostas foram emitidas a partir de um olhar mais técnico de profissionais da área de eventos. Nesse sentido, perguntamos sobre o porquê do Festival Samba Recife receber do público e dos artistas o título de maior evento de samba e pagode do Brasil. As respostas dadas não diferem das que foram trazidas pelo público. Dentre as assertivas tem-se: “o evento atrai muitos turistas e gera vários empregos diretos e indiretos”; “proporciona ao recifenses um show de qualidade com preço acessível”; “a grandiosidade do evento movimentando diretamente e indiretamente o mercado local” “e que o evento é muito grandioso, além de levar o nome da cidade”.

Ao serem perguntados se o vídeo de divulgação do evento promove e incentiva o público a conhecer os atrativos do Recife, 100% dos respondentes disseram que sim, isto é, todos acreditam que o vídeo de divulgação contribui com a motivação dos participantes do samba em conhecer melhor o Recife.

Outro questionamento feito foi se eles concordavam que o festival tem potencial para colaborar com o turismo na cidade e novamente 100% das respostas apontaram que sim. Vale ressaltar que é importante a opinião dos organizadores quanto a isto, pois eles têm uma visão maior do evento e dos potenciais que o mesmo possui.

Questionados se acreditam que o evento contribui para a cadeia turística do Recife, os organizadores responderam: “que o turismo ganha muito com isso, através das reservas dos hotéis, aumentando a demanda nos mesmos, tanto por conta das pessoas que estão na organização, quanto do público, além do uso de outras categorias turísticas”; “a campanha publicitária que exhibe vários pontos turísticos da cidade incentiva os sambistas de todo o Brasil a conhecerem mais sobre o Recife e com isso se movimentam, hotéis, pousadas, restaurantes, transporte” ; bem como o “o fato de que quando um festival traz um som uma arte ou cultura que atinge outros lugares abre também espaço para que pessoas possam conhecer as matrizes de uma localidade, no caso do Samba Recife, conhecer o frevo, locais turísticos e outros”.

A última pergunta questionou se uma parceria com instituições públicas como, por exemplo, a Secretaria de Turismo do Recife, Empresa de Turismo de Pernambuco, Secretaria de Turismo e Lazer de Pernambuco, trariam benefícios tanto para o evento, quanto para a cidade do Recife. Três dos respondentes não responderam pelo fato de o evento ser totalmente privado; apenas um afirmou que o trabalho em conjunto junto aos órgãos competentes do Turismo local poderia gerar um atrativo a mais para que turistas venham conhecer a cidade e sua cultura que já é bastante rica e famosa. Percebe-se então, que para a maioria dos organizadores, a parceria com as instituições não seria algo de tanta relevância, porém a última resposta foi bastante cabível, pois quando os setores privados e públicos trabalham reunidos em prol do turismo, um fortalece o outro e juntos contribuem ainda mais para o desenvolvimento da atividade turística e do local receptor.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho procurou examinar a contribuição do Festival Samba Recife para atrair turistas à cidade do Recife, estado de Pernambuco. A pouca quantidade de informações na literatura acerca do objeto de estudo levou à necessidade quanto a coleta primária de dados. Estas foram realizadas através da aplicação de questionários com o público participante do Festival e com os organizadores do evento havendo também a realização de entrevista com o produtor e idealizador do evento.

Com base nos questionários respondidos, os resultados encontrados indicaram que o Festival Samba Recife tem potencial de contribuir com a atividade turística na cidade do Recife. Afirma-se isto devido às respostas do público participante que permaneceram na cidade após a realização do evento bem como pautando-se na opinião dos organizadores ao reconhecerem o potencial turístico da cidade do Recife e a relevância que o festival gera.

Os participantes, que residem em outros estados do Brasil, na maioria vieram a Recife não só com o intuito de participar do evento, mas também para conhecer a cidade, todos têm a pretensão de voltar e ainda indicam o Recife para que outras possam ter as mesmas experiências vividas por eles. Ainda concordaram que o Samba Recife fortalece os investimentos na cidade por conta da geração de empregos diretos e indiretos e com a vinda de mais turistas

Um item de relevância emitido nas respostas dos entrevistados foi o de se estreitar o contato com o setor público levando-se em consideração os impactos positivos que o Festival Samba Recife traz à cidade e até mesmo para Pernambuco. Vale salientar que um evento como este, que já está consolidado no estado de Pernambuco há 16 anos, possui uma responsabilidade com a comunidade e com a cidade como um todo. Acredita-se que esta parceria resultaria no fortalecimento da imagem turística do evento e do Recife.

É indispensável ressaltar que esta pesquisa foi um empenho no sentido de mostrar a importância dos eventos e festivais musicais para um destino, e também, mensurar a potencialidade do Festival Samba Recife para a atividade turística recifense. Por fim, espera-se que esta pesquisa, contribua de algum modo com novas propostas de festivais musicais, ou algum outro tipo de evento que esteja em combinação com o setor turístico de Recife e reflita positivamente ao turismo local.

## 6 REFERÊNCIAS

**Abeoc Brasil e Sebrae apresentam “raio X” do setor de eventos no Brasil** (2014). Disponível em: <http://www.eventosbrasil.org.br/not151014.php>. Acesso em: 12 maio 2019.

Acioli, A (2019). Entrevista concedida a Geicy Suelen Pereira do Nascimento. Recife, 2019.

Albuquerque, S. S. (2004) **Turismo de eventos: a importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo**. 2004. 75 f. Monografia (Especialização) - Curso de Turismo, Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2004. Disponível em: [http://bdm.unb.br/bitstream/10483/438/1/2004\\_SorayaSousaAlbuquerque.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/438/1/2004_SorayaSousaAlbuquerque.pdf). Acesso em: 13 mar. 2019.

Azevedo, F. F. et al (org.) (2013). **Turismo em foco**. Pará: Naea, cap. 9, p.171- 188.

Bahl, M. (2005). **Roteiros e eventos como elementos dinâmicos no desenvolvimento regional do turismo**. Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. 2005. Disponível em: <https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt13-roteiros.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2019.

Barbosa, F. S. (2015). **Turismo de Eventos na Serra Gaúcha: O Caso da Festa Nacional da Uva de Caxias do Sul, RS**. Revista Rosa dos Ventos, v. 7, n. 2, p. 257- 268, abr./jun. 2015. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2583>. Acesso em: 15 mar. 2019.

Brasil. Embratur (2014). **Turista de negócios gasta quatro vezes mais**. 2014. Disponível em: [http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/clipping/arquivos/Embratur\\_turista\\_de\\_negocios\\_gasta\\_quatro\\_vezes\\_mais.html](http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/clipping/arquivos/Embratur_turista_de_negocios_gasta_quatro_vezes_mais.html). Acesso em: 12 maio 2019.

Brasil. Embratur (2015). **Brasil, avanços no turismo de negócios e eventos**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/1420-brasil-avancos-no-turismo-de-negocios-e-eventos.html>. Acesso em: 12 maio, 2019.

Brasil. EMBRATUR (2017). **Brasil mantém liderança na realização de eventos na América do Sul**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAultimas-not%C3%ADcias/7757-brasil-mant%C3%A9m-lideran%C3%A7a-na-realiza%C3%A7%C3%A3o-de-eventos-na-am%C3%A9rica-do-sul.html>. Acesso em: 07 abr. 2019.

Brasil. Ministério do Turismo (2015). **Brasil, avanços no turismo de negócios e eventos**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/1420-brasil-avancos-no-turismo-de-negocios-e-eventos.html>. Acesso em: 12 maio 2019.

Brasil. Ministério do Turismo (2014). **Como os eventos musicais movimentam o turismo no país**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/3395-como-os-eventos-musicais-movimentam-o-turismo-no-pais.html>. Acesso em: 19 mai. 2019.

Brito, P. (ed.) (2015). **Uma (Quase) Breve História dos Festivais de Música**. Disponível em: <https://festivalando.com.br/quase-breve-historia-dos-festivais-de-musica/>. Acesso em: 22 mai. 2019.

Britto, J.; Fontes, N. (2002). **Estratégia para Eventos: Uma Ótica do Marketing e do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Aleph.

Canton, A.M. (2009) Evento, um potencializador de negócios. In: NETTO, A.P.; ANSARAH, M.G.R. (Edts). **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. São Paulo: Manole, cap.11, p.197-211.

Chaer, G; Diniz, R; Ribeiro, E. (2011). A Técnica do questionário na pesquisa educacional. **Evidência.v. 7, n. 7, p.251-266**. Disponível em: [http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/maio2013/sociologia\\_artigos/pesquisa\\_social.pdf](http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/maio2013/sociologia_artigos/pesquisa_social.pdf). Acesso em: 05 ago. 2019

Colantuono, A. C. S. O processo histórico da atividade turística mundial e nacional. **Cadernos da Fucamp, Minas Gerais, v. 14, n. 21, p.30-41, 2015**. Disponível em: <http://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/cadernos/article/view/532/406>. Acesso em: 20 jul. 2019.

Duarte, J. D. O. (2009) **Organização e Gestão de Eventos: métodos e técnicas e a sua aplicação na actividade das empresas de eventos estudo de caso: dice eventos**. Monografia (Especialização) - Curso de Ciências da Comunicação, Universidade Fernando Pessoa, Porto.

Festivais internacionais atraem os turistas caçadores de experiências (2018). **Diário do Nordeste**, Fortaleza, fev. 2018. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/editorias/verso/online/festivais-internacionais-atraem-os-turistas-cacadores-de-experiencias-1.1891869>. Acesso em: 21 maio. 2019.

Lourido, R. M.F. A. L. (2017). **Festivais de música e desenvolvimento local: o estudo de caso do festival MEO Sudoeste**. Dissertação de Mestrado, Curso de Turismo, Escola Superior de Hotelaria e

Turismo do Estoril, Estoril, 2017. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/24645>. Acesso em: 30 mar. 2019.

Maciel, B. P. (2011) **Festivais de música e turismo**: dois estudos de caso: Les Aralunaires e Milhões de Festa. Dissertação de Mestrado, Curso de Letras, Faculdade de Letras da Universidade de Porto. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/57045>. Acesso em: 30 mar. 2019.

Martin, V. (2008). **Manual Prático de Eventos**. São Paulo: Atlas.

Mello, Z. H. (2003). **A Era dos Festivais**: uma parábola. São Paulo: Ed.34.

Mercado de eventos impulsiona setor de viagens e turismo. (2018). **Revista Exame**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mercado-de-eventos-impulsiona-setor-de-viagens-e-turismo/>. Acesso em: 10 mar. 2019.

Música e dança no Egito. (2013). **Blog Construindo História**. Disponível em: <https://construindohistoriahoje.blogspot.com/2013/11/musica-e-danca-no-antigo-egito.html>. Acesso em: 15 maio 2019.

Neves de Jesus, J. A. M. (2015) **Os Festivais de Música na Promoção Turística**: Caso de Estudo do Marés Vivas como potenciador de Gaia. Dissertação de Mestrado, Curso de Turismo, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril, 2015. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/19402>. Acesso em: 02 abr. 2019.

Nunes, T. M.; Platt, A. A. (2013). A Organização de Eventos como Estratégia de Marketing para o Turismo em Florianópolis. **Tourism and Management Studies**, Portugal, v.1, p. 203-214. Disponível em: <https://www.redalyc.org/html/3887/388743874017/>. Acesso em: 15 mar. 2019.

Petinga, C. S. (2008). **Festival de Verão de Salvador**: significado para o turismo, a música independente, a economia e o marketing da cidade. Dissertação de Pós-Graduação, Curso de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/10605/>. Acesso em: 30 mar. 2019.

Ruas, R. (2013). **Festivais musicais**: um estudo sob a ótica do turismo. Dissertação (Mestrado) - Curso de Turismo, Universidade de Brasília, Brasília – Df. Disponível em: [https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/16107/3/2013\\_RayaneRuas.pdf](https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/16107/3/2013_RayaneRuas.pdf). Acesso em: 12 jun. 2019.

Santana, R. L. F.; Alves, J. A.; Maracajá, K. F.B. (2013). Captação de eventos internacionais: uma contribuição para o desenvolvimento do turismo de eventos. *In*: SANTOS, J. C. **Região e destino turístico**: sujeitos sensibilizados na geografia dos lugares. São Paulo: All Print Editora.

Santos, P. F. (2018). **A função da publicidade na produção de eventos**: um estudo de caso sobre o samba recife. Monografia (Especialização) - Curso de Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda, Escola Superior de Marketing, Recife/PE.

Santos, T; Zucco, F. D; Kraus, C. B. (2015). **Imagem de Eventos Turísticos**: Perspectivas do Festival Brasileiro da Cerveja, Blumenau-SC. Turismo - Visão e Ação, [s.l.], v. 17, n. 1, p.128-149. Editora UNIVALI. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.14210/rtva.v17n1.p128-149>. Acesso em: 12 jun. 2019.

Souza, R. G. **Festivais no Brasil**. Disponível em: <https://www.historiadomundo.com.br/idade-contemporanea/festivais-no-brasil.htm>. Acesso em: 16 maio 2019.

Yin, R. K. (2016). **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso.