

## **Festivais de música: expectativa x realidade na experiência e satisfação do público no Brasil**

Priscila Brito Marcelino<sup>1</sup>; Douglas Augusto de Paula<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Bacharel em Comunicação Social pela UFMG

<sup>2</sup> Mestre em Controladoria e Contabilidade pela FEA/USP

## **Festivais de música: expectativa x realidade na experiência e satisfação do público no Brasil**

### **Resumo**

Os festivais de música têm grande importância cultural e econômica no cenário contemporâneo, sendo hoje uma das principais formas de acesso à música ao vivo. Dada essa relevância, é fundamental que os organizadores de festivais entendam as necessidades do público frequentador e entreguem a ele uma experiência satisfatória, a fim de que esses eventos sigam desempenhando o seu papel na economia e na cultura. Este trabalho analisou os atributos de um festival de música mais valorizados pelo público brasileiro, bem como o seu grau de satisfação com os mesmos nos festivais frequentados no país. O estudo utilizou a análise de correspondência e seu principal produto, o mapa perceptual, para entender a percepção do público brasileiro tanto em relação à importância dada a estes atributos quanto ao desempenho dos mesmos nos festivais no Brasil. Os resultados apontaram que nem sempre há um alinhamento entre o valor depositado pelo público em certos atributos e a avaliação de qualidade dos mesmos nos festivais frequentados. Desse modo, organizadores e patrocinadores de eventos têm indicativos de pontos que merecem maior investimento e/ou que necessitam de aprimoramento.

**Palavras-chave:** análise de correspondência; eventos; mapa perceptual.

### **Introdução**

Ao lado dos shows, os festivais de música – eventos de música popular ao vivo com vários artistas principais e mais de um palco – são hoje a mais importante forma de acesso à música ao vivo (Mulder e Hitters, 2021). Mais precisamente, esse formato de evento vive seu apogeu no século XXI, consolidando sua importância na indústria do entretenimento, na economia e no turismo cultural (Hobsbawm, 2013).

Gibson e Connell (2012) caracterizam como exponencial o crescimento de festivais de música no mundo todo nas últimas duas décadas e ressaltam como, dentre as diferentes categorias de festivais, os de música conseguem tanto se destacar em escala mundial, citando o estadunidense Lollapalooza e o dinamarquês Roskilde Festival, quanto ter a capacidade de se proliferar para suprir nichos bastante pequenos e muito específicos de interesse musical local.

No Brasil, o crescimento em número e importância dos festivais de música no período referido se reflete em fluxos de origem interna e externa. Internamente, um deles é a fundação da Associação Brasileira de Festivais Independentes<sup>1</sup> [Abrafin], em 2005, com o objetivo de fortalecer as demandas dos festivais independentes em todo o território brasileiro. Atualmente, a associação soma mais de 100 festivais afiliados de todas as regiões do Brasil.

Ainda em território nacional, esse crescimento do mercado de festivais de música nas décadas recentes se manifestou pela retomada do Rock in Rio. Depois de edições com

---

<sup>1</sup> <http://abrafin.mus.br/>

intervalos irregulares (1985, o ano de estreia, 1991 e 2001), o Rock in Rio passou a ser realizado regularmente a cada dois anos, a partir de 2011. O retorno frequente do festival é digno de nota, tendo em vista que seu surgimento, nos anos 1980, foi responsável por concretizar os megaeventos de música no país (Encarnação, 2011).

De origem externa, observa-se a chegada ao país de grandes festivais internacionais, como o estadunidense Lollapalooza (com edições no Brasil de 2012 até os dias atuais), o belga Tomorrowland (realizado no país em 2015) e, mais recentemente, o espanhol Primavera Sound (agendado para ocorrer entre o fim de outubro e o início de novembro de 2022), dentre outros.

Mais que numerosos, estes festivais desempenham um papel cultural, político e econômico no Brasil. Oliveira Junior (2017) apontou como, especificamente, os festivais que se autodenominam independentes têm um papel sociocultural contra-hegemônico e um potencial político dentro de seus contextos.

Do ponto de vista econômico, festivais de alcance nacional que ocupam espaço na grande mídia movimentam altas cifras. O Lollapalooza Brasil 2022, por exemplo, movimentou R\$ 421,8 milhões<sup>2</sup> na economia do Estado de São Paulo. O Rock in Rio 2022 atingiu valores ainda mais altos, injetando R\$ 2,5 bilhões<sup>3</sup> na economia do Rio de Janeiro.

Para que este cenário se sustente, é preciso que os festivais sejam realizados de forma a entregar uma experiência que gere a satisfação dos frequentadores, aumentando as chances dos mesmos recomendarem os festivais para seus pares e de se tornarem frequentadores leais, consolidando assim sua frequência na participação desses eventos (Lee et al., 2006).

Por isso, entender os atributos que conduzem a esse estado de satisfação e como o público os valoriza é fundamental para a continuidade dos festivais e dos benefícios que eles geram em seus contextos. Dalgiç e Birdir (2020), por exemplo, demonstraram como o sucesso de um festival de música, a consequente experiência dos frequentadores, a imagem que os mesmos criam dos festivais e a lealdade desenvolvida pelo público sofrem influência de fatores-chave, desde a programação ofertada e as instalações físicas até os serviços prestados durante o evento.

A literatura que se dedica a estudar estes atributos determinantes para a experiência satisfatória em um festival de música é vasta. A meta-análise realizada por Tanford e Jung (2017) revisou 63 estudos que se dedicaram a examinar os atributos que influenciam a experiência do público em um festival e a consequente satisfação dos participantes.

Os autores demonstraram que as dimensões principais identificadas na literatura têm cada uma importância relativa na experiência de festival, influenciando posteriormente a

<sup>2</sup> <https://imprensa.spturis.com.br/releases/festival-lollapalooza-brasil-movimenta-r-421-milhoes-em-sao-paulo>

<sup>3</sup> <https://www.istoedinheiro.com.br/rock-in-rio-espera-movimentar-r-25-bilhoes-na-economia-carioca/>

satisfação do público, o que, por sua vez, dá origem à lealdade. Dadas as variáveis estabelecidas na literatura que são determinantes para uma experiência satisfatória em festivais de música, este trabalho investigou o grau de importância atribuído pelo público brasileiro a cada uma delas e a percepção da qualidade das mesmas, na prática, nos festivais frequentados. O trabalho também investigou como essas avaliações e percepções sofrem influência de recortes demográficos e comportamentais.

## **Material e Métodos**

O estudo utilizou como material central dados qualitativos coletados em ambiente digital através de questionário fechado. A população alvo foi frequentadores de festivais de música no Brasil. Para atingir especificamente esta população, e diante da impossibilidade de obter uma amostra exata da mesma, optou-se pela estratégia de amostragem intencional, segundo a qual seleciona-se intencionalmente indivíduos ou locais específicos para o estudo tendo em vista que os mesmos têm condições de contribuir de forma intencional com o entendimento do problema estudado (Creswell, 2014).

Dessa forma, o questionário foi divulgado em um site especializado na cobertura de festivais de música com audiência de alcance nacional e nos seus respectivos perfis no Twitter e no Instagram, além da base de assinantes da newsletter do site em questão.

Com isso, foi possível aplicar o questionário a uma amostra que voluntariamente acompanha conteúdo informativo sobre festivais de música, sustentando-se no entendimento de que este é um grupo com condições mais embasadas para expressar o que é importante em um evento do tipo, e com maior probabilidade de frequentar festivais brasileiros para poder, de fato, avaliá-los. Para assegurar que as respostas analisadas fossem efetivamente de frequentadores de festivais, foi feita uma triagem no questionário, detalhada mais adiante nesta seção.

A escolha por estes canais digitais específicos também se ampara no método adotado por Mulder e Hitters (2021) em seu estudo sobre as motivações do público holandês para frequentar shows e festivais de música. Conforme argumentam os autores, a literatura sobre as motivações do público para frequentar eventos de música ao vivo se baseia amplamente em estudos com questionários aplicados *in loco* ao público de shows e festivais específicos, e o mesmo se observa na literatura que estuda a satisfação do público em festivais de música.

A pesquisa não desenhou uma amostra representativa da população frequentadora de festivais de música no Brasil, tendo em vista a impossibilidade do mesmo. Mas com a adoção da mesma abordagem usada pelos autores, aplicando o questionário a uma

audiência nacional, foi possível obter dados sobre a percepção do público brasileiro das cinco regiões do país, de cinco grupos etários e dois grupos de gênero, frequentador de festivais de música de projeção nacional e regional, sem limitar-se ao público de um único evento. Isso, em combinação com a estratégia de amostragem intencional e a triagem no questionário, permitiu o acesso direto a uma parte da população alvo.

O questionário foi construído no Google Forms e disponibilizado em todas as páginas do site entre 30 de maio e 30 de junho de 2022. Nesse mesmo período, ele foi divulgado semanalmente nos perfis do Twitter e do Instagram, e em duas edições da newsletter enviada aos assinantes.

No total, foram 8 questões fechadas, sendo seis de múltipla escolha e duas de escala Likert de cinco pontos (Apêndice). A primeira pergunta, de múltipla escolha, foi usada para triagem, para assegurar que os respondentes, de fato, fossem frequentadores de festivais. As duas questões posteriores coletaram os dados centrais para a análise realizada, ou seja, a importância que o público frequentador de festivais atribui a elementos que determinam a experiência nesse tipo de evento e o grau de satisfação com esses mesmos elementos, na prática, com base nos festivais frequentados. Também foram coletados dados demográficos e qualitativos referentes ao comportamento em festivais de música que permitiram conduzir análises do problema de pesquisa a partir de recortes e características da amostra. O processo do questionário está esquematizado na Figura 1.

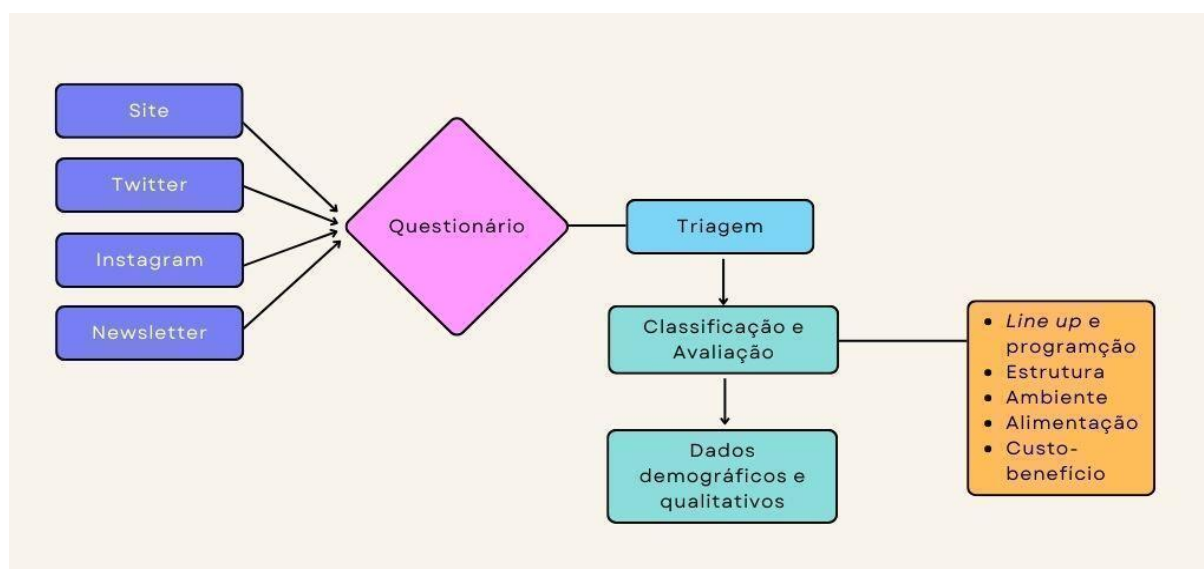


Figura 1. Fluxograma da aplicação do questionário

Fonte: Dados originais da pesquisa

Foram cinco os elementos apresentados pelo questionário, a partir de categorias identificadas por Tanford e Jung (2017) em uma meta-análise de 63 estudos que

examinaram os atributos de festivais de música que influenciam a experiência do público nesses eventos e sua consequente satisfação com os mesmos.

Os autores identificaram seis dimensões de atributos da experiência em festivais que são mais recorrentes nos estudos revisados: 1) a programação e as atividades oferecidas; 2) autenticidade; 3) venda de alimentos, bebidas e outros produtos; 4) ambiente; 5) escapismo; e 6) socialização. Os autores especificaram também duas dimensões de percepções, entendidas como uma forma de avaliação subjetiva da experiência geral do festival, e que não estão ligadas necessariamente a uma característica do evento: 1) custo-benefício e 2) qualidade dos serviços.

A partir da meta-análise, os autores demonstraram que as dimensões principais de atributo e de percepção identificadas na literatura têm cada uma sua importância relativa na experiência de festival e na influência exercida sobre a satisfação e lealdade do público. Foram incluídas no questionário deste estudo aquelas categorias apontadas pelos autores como as que têm um peso mais determinante sobre a experiência do público, tendo como referência a literatura analisada: programação e atividades oferecidas; venda de alimentos, bebidas e outros produtos; ambiente; e custo-benefício.

Uma vez que as categorias identificadas são generalizações das muitas formas de categorização e definição nos diferentes estudos, algumas adaptações foram feitas para o questionário. O elemento programação e atividades foi renomeado para “‘line up’ e programação”, a fim de refletir melhor o termo amplamente usado pelo público e pelos festivais no Brasil para se referir às atividades oferecidas.

O elemento ambiente também foi adaptado. Na meta-análise, os autores ressaltam que ambiente é uma categoria ampla que sobrepõe elementos diversos que variam conforme o estudo considerado, abarcando elementos do ambiente e da estrutura oferecida pelo festival, como segurança, transporte, conforto, limpeza, banheiros, serviços, dentre outros.

Com o propósito de incluir todos esses elementos no questionário, e ao mesmo tempo de evitar que a categoria abarcasse uma quantidade muito grande de elementos a ponto de dificultar a discriminação de cada uma delas no momento da avaliação dos respondentes, o elemento ambiente foi desmembrado em um segundo elemento, a estrutura, e cada um deles agrupou parte dos atributos originalmente alocados exclusivamente no elemento ambiente.

Desse modo, o elemento ambiente abarcou atributos relacionados a percepções (segurança, conforto e limpeza) e o elemento estrutura abarcou os atributos mais próximos às instalações e serviços dos eventos (banheiros, transporte e informação). Ao final, os

cinco elementos apresentados no questionário para que o público os avaliasse foram: 1) “line up” e programação; 2) estrutura; 3) ambiente; 4) alimentação; e 5) custo-benefício.

Foram coletadas 503 respostas no período de divulgação do questionário. Desse total, 24 pessoas afirmaram não frequentar festivais, e por essa razão as respostas não foram incluídas na análise. Restaram, portanto, 479 respostas, que foram utilizadas no estudo sobre as expectativas e o grau de satisfação do público brasileiro com os festivais de música nacionais. As características da população estão detalhadas na Tabela 1.

**Tabela 1. Características da população estudada**

Variável	Classificação	n	%
Sexo	Feminino	267	55,7
	Masculino	207	43,2
	Outro	1	0,2
	Prefere não responder	4	0,8
Idade	18-24	175	36,5
	25-34	222	46,3
	35-44	68	14,2
	45-54	11	2,3
	55-64	3	0,6
	65+	0	0
Região	Centro-Oeste	19	4
	Nordeste	33	6,9
	Norte	8	1,7
	Sudeste	365	76,4
	Sul	53	11,1
Frequência em festivais	1 a 2	317	66,2
	3 a 4	123	25,7
	5 ou mais	39	8,1
Local onde frequenta festivais	Cidade ou estado de residência	184	38,4
	Fora do estado de residência	49	10,2
	Ambos	246	51,4
Gastos em festivais/dia	Até R\$ 150	270	56,4
	De R\$ 150 a R\$ 300	164	34,2
	Acima de R\$ 300	45	9,4

Fonte: Dados originais da pesquisa

Uma observação geral das características demográficas da população estudada aponta para um grupo majoritariamente de jovens e adultos jovens, dos 18 aos 34 anos, com uma presença um pouco maior de mulheres e uma concentração alta na região Sudeste. Em relação ao comportamento da população diante dos festivais de música, a maioria frequenta no máximo dois festivais ao ano, seja no Estado de residência ou fora

dele, e se concentra na faixa mais baixa de gastos diários (R\$ 150) dentro dos eventos em questão.

O cruzamento de alguns pares das variáveis estudadas evidencia outros detalhes da amostra. A população é em sua maioria feminina nas faixas etárias mais jovens. As faixas intermediárias têm predominância masculina, e a proporção volta a se inverter na última faixa etária considerada. A proporção maior dos frequentadores de festivais que consome mais dentro dos eventos (R\$ 300 ou mais) está no grupo que vai com mais frequência a festivais (5 ou mais). Mesmo assim, é uma fatia pequena da população. Os frequentadores que gastam menos (até R\$ 150) são predominantes nas três faixas de frequência a festivais.

Além disso, a Região Norte chama atenção por ter a maior proporção de respondentes que afirmaram ir exclusivamente a festivais fora do seu Estado de residência. De forma oposta, a Região Sudeste tem a maior proporção de quem vai a festivais limitados ao Estado de residência, ainda que a proporção de respondentes da região que também vão a festivais fora do seu Estado seja semelhante. Estes cruzamentos de dados estão nos gráficos da Figura 2.

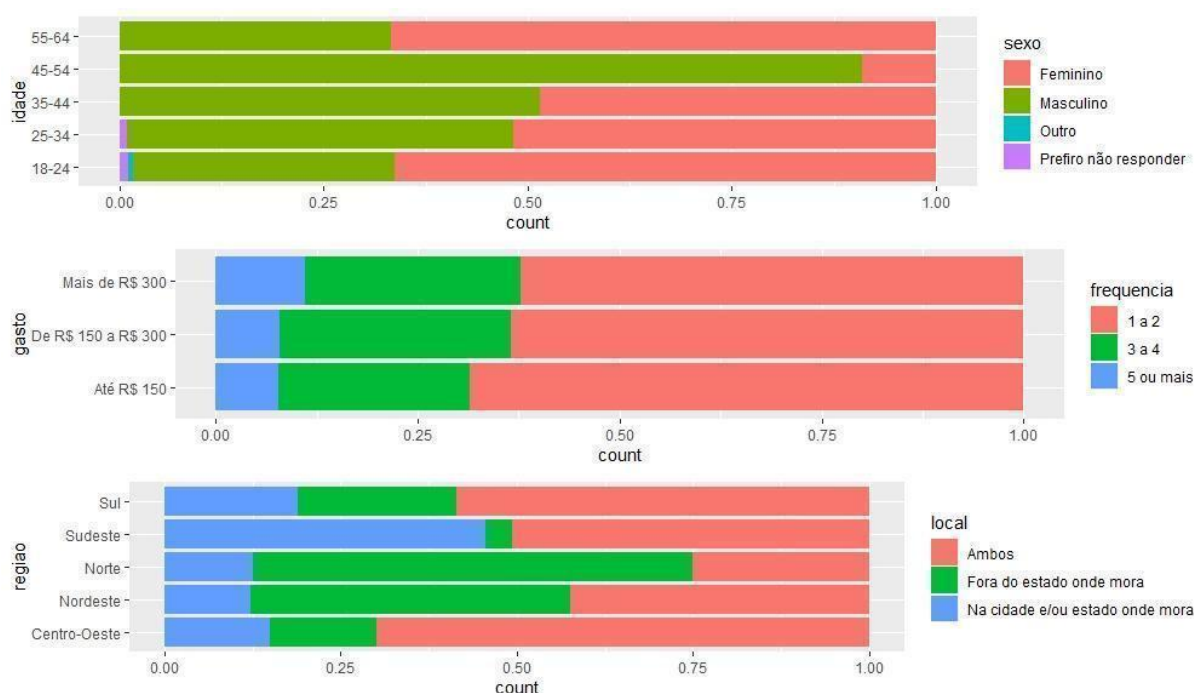


Figura 2. Gráficos com dados da amostra estudada

Fonte: Dados originais da pesquisa

A análise dos dados foi realizada no software R Studio com a técnica de análise de correspondência múltipla, um método exploratório adequado para o estudo de associação entre variáveis qualitativas categóricas, evitando-se assim incorrer no erro comum de ponderação arbitrária (Fávero, 2017). Os produtos principais da técnica foram mapas



perceptuais, que facilitam o tratamento e a interpretação de variáveis categóricas e as relações existentes entre elas. Essas ferramentas gráficas oferecem uma representação das associações entre as variáveis e suas categorias, sendo assim um recurso visual para entender as percepções que dada população tem do objeto estudado (Hair et al., 2009).

A análise de correspondência tem aplicações anteriores em estudos relacionados aos festivais de música e de artes em geral. Van Zyl (2017) usou a análise de correspondência e mapas perceptuais, em conjunto com outras técnicas, para revelar possibilidades de posicionamento de mercado dos festivais de música da África do Sul com base em atributos dos festivais e na forma como o público valoriza tais atributos. Shanka e Taylor (2004), por sua vez, usaram a análise de correspondência para entender as principais fontes de informação usadas por frequentadores de festivais para, com isso, criar um modelo a ser usado por organizadores de festivais para estratégias de comunicação.

## **Resultados e Discussão**

A fim de entender a percepção dos frequentadores de festivais de música no Brasil sobre os principais elementos que definem uma boa experiência nesses eventos, a análise foi dividida em duas partes.

A primeira explorou a importância atribuída pelo público a cada um dos cinco elementos em questão: “line up” e programação, estrutura, ambiente, alimentação e custo-benefício, ajudando a entender as expectativas que os respondentes têm diante dos atributos de um festival. A segunda explorou como o público classifica a qualidade desses mesmos elementos, na prática, com base na experiência vivida nos festivais frequentados, revelando a realidade com a qual o público se depara nos eventos. Ao final, as diferenças entre a “expectativa” e a “realidade” foram discutidas.

### **Expectativa: a importância atribuída a cada elemento da experiência em festival**

A observação inicial das respostas do questionário sobre o grau de importância atribuído a cada um dos cinco elementos dos festivais revela que os resultados se concentram nas categorias “essencial” e “muito importante”. É notório também o fato de o elemento “line up” não ter sido apontado por nenhum respondente como “irrelevante” ou “sem muita importância”. Além disso, é baixa a proporção de respostas na categoria “mais ou menos importante”. Ao mesmo tempo, o elemento alimentação chama atenção por, comparativamente aos demais, apresentar uma proporção maior de respostas nas categorias dos níveis intermediário e inferior.

Ao apontarem que, de fato, os frequentadores depositam bastante relevância nos elementos listados, de modo geral, esses resultados iniciais corroboram as conclusões da literatura que estuda a experiência e a satisfação do público em festivais de música (Tanford e Jung, 2017; Dalgiç e Birdir, 2020). A Figura 3 mostra esses resultados.

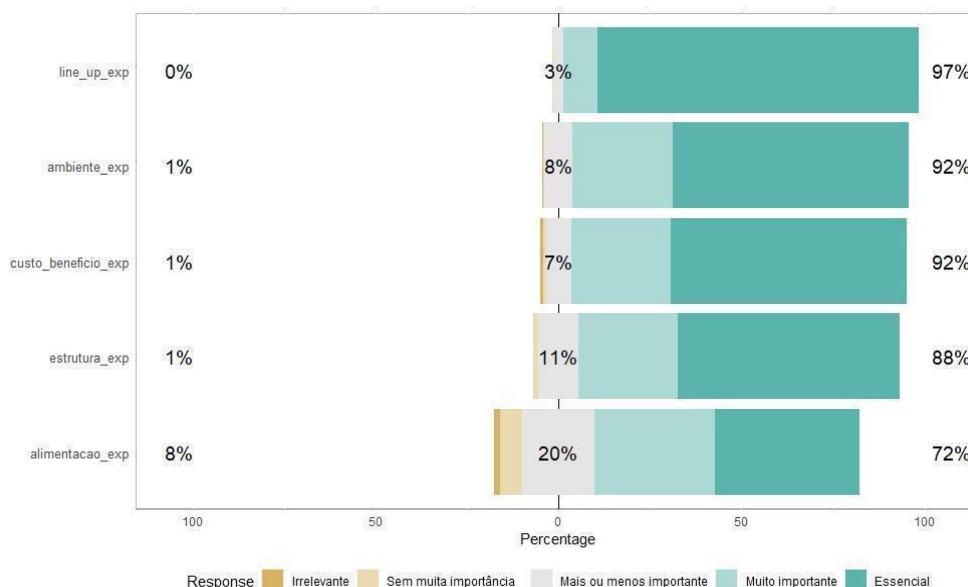


Figura 3. Classificação dos elementos dos festivais pela amostra estudada

Fonte: Resultados originais da pesquisa

No recorte por idade, as três faixas etárias mais jovens, de 18 a 44, são as que expressam como mais ou menos importante os elementos como um todo, e que também classificam certos elementos nos níveis mais baixos. Uma amostra com mais respondentes das outras duas faixas etárias (de 45 a 54 e de 55 a 64) poderia trazer outros resultados. De todo modo, as proporções das classificações acompanham a tendência geral, conforme indicado na Figura 4.

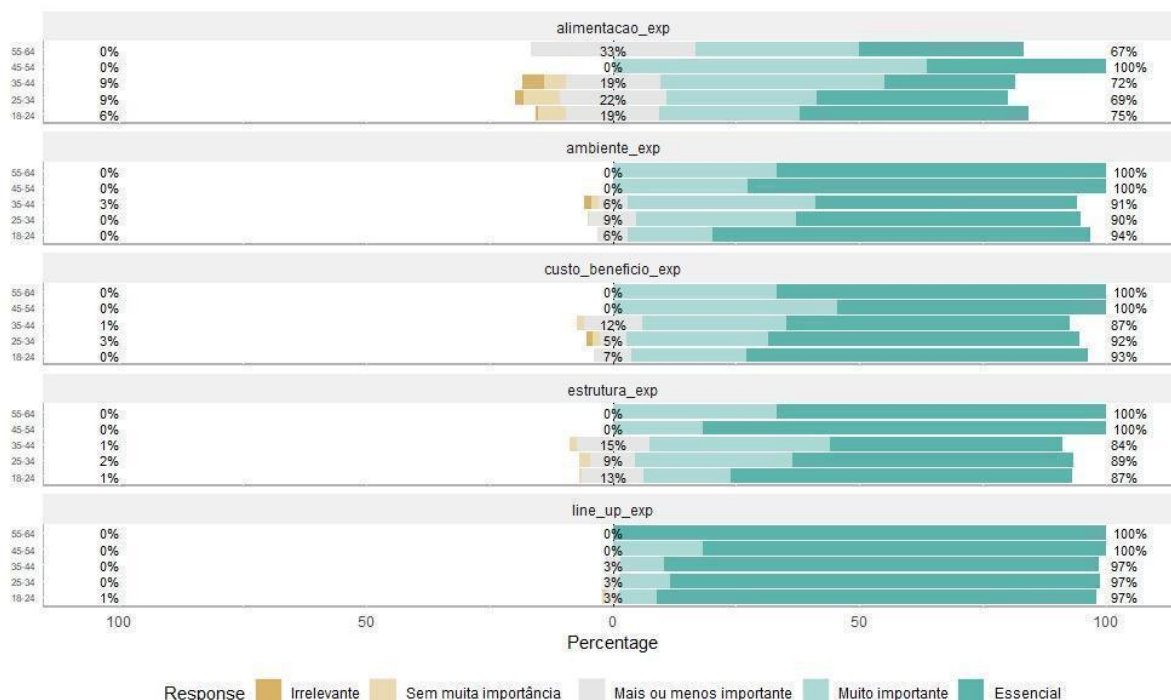


Figura 4. Classificação dos elementos dos festivais pela amostra estudada por idade  
Fonte: Resultados originais da pesquisa

Na Figura 5, que mostra o recorte por região, nota-se que a importância atribuída ao elemento “line up”, em comparação com os resultados gerais, tem oscilações ligeiramente maiores na amostra do Nordeste e do Centro-oeste.

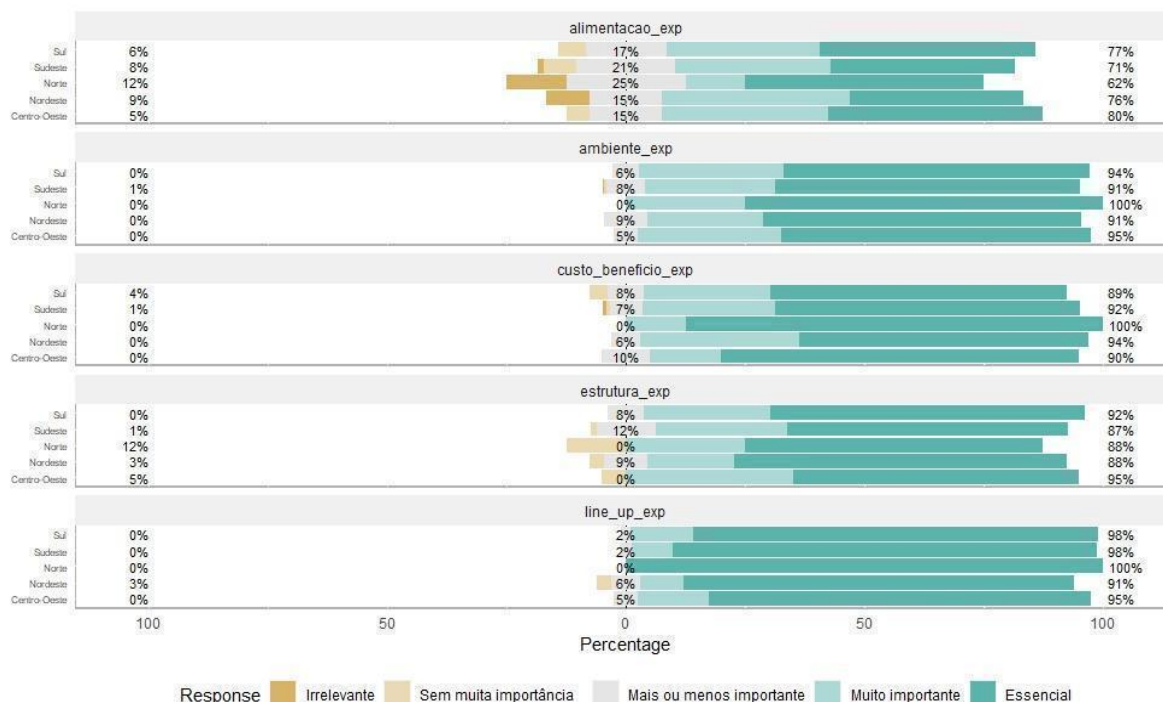


Figura 5. Classificação dos elementos dos festivais pela amostra estudada por região  
Fonte: Resultados originais da pesquisa

A observação por sexo evidencia que as respondentes que se identificaram como mulheres atribuem uma importância ligeiramente maior à estrutura, custo-benefício e ambiente na comparação com respondentes que se identificaram como homens, conforme a Figura 6.

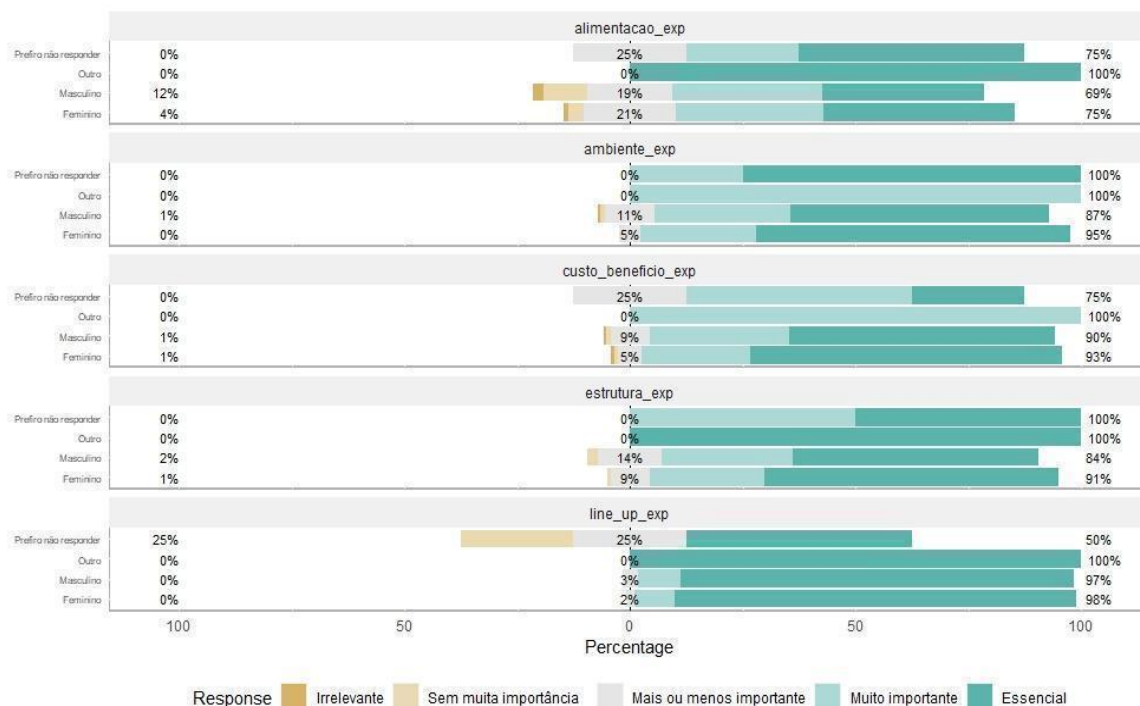


Figura 6. Classificação dos elementos dos festivais pela amostra estudada por sexo  
Fonte: Resultados originais da pesquisa

Na Figura 7, a observação das respostas segmentadas pelo gasto diário em festivais chama atenção pela proporção de classificações do “line up” e programação como “mais ou menos importante” pela grupo que gasta mais (mais de R\$ 300): ela é de 9%, três vezes mais que a proporção observada na população geral (3%).

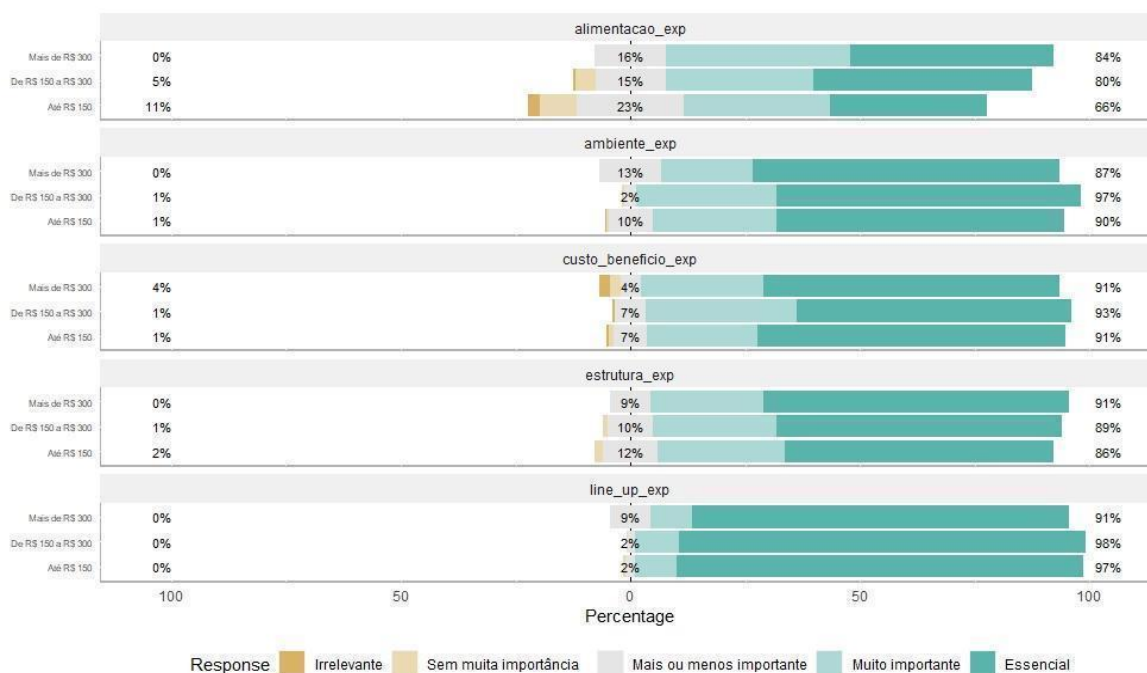


Figura 7. Classificação dos elementos dos festivais pela amostra estudada por gasto  
Fonte: Resultados originais da pesquisa

As respostas segmentadas pela frequência com que a população vai a festivais e o local desses festivais não apresentam diferenças notáveis se comparadas aos resultados gerais. Por outro lado, ressalta-se que, no recorte por frequência nos eventos, como mostra a Figura 8, o grupo intermediário, que afirmou ir a 3 ou 4 festivais por ano, tem proporções maiores de respostas nas categorias "mais ou menos importante", "sem muita importância" ou "irrelevante" em todos os elementos dos festivais, na comparação com os outros dois grupos.

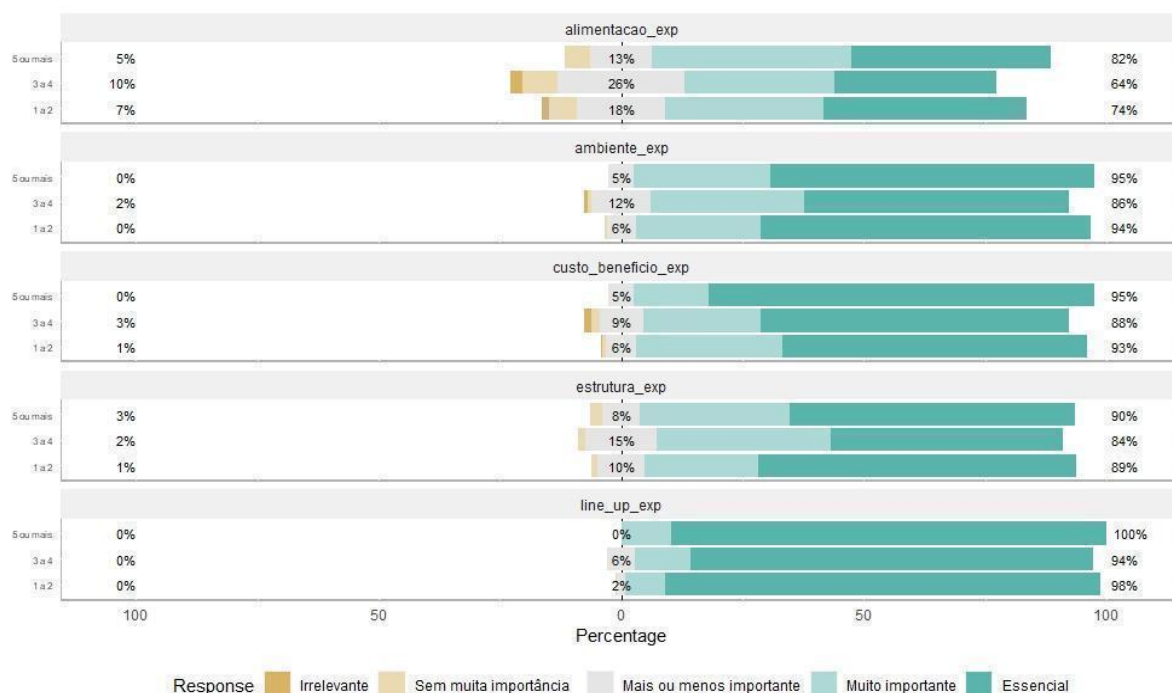


Figura 8. Classificação dos elementos dos festivais pela amostra estudada por frequência  
Fonte: Resultados originais da pesquisa

O primeiro passo para avançar no entendimento desses resultados foi a geração de uma tabela de contingências, representada pela Tabela 2. Ela apresenta as frequências observadas e esperadas para o grau de importância atribuído pela amostra aos elementos apontados pela literatura como determinantes para uma experiência satisfatória em festivais.

Tabela 2. Frequências observadas e esperadas da importância dos elementos dos festivais

Avaliação	Alimentação	Ambiente	Custo-benefício	Estrutura	“Line up”	Total
Essencial	190	308	308	290	421	1517
Muito importante	303	303	303	303	303	1517
Mais ou menos importante	157	132	131	130	44	594
Sem muita importância	119	119	119	119	119	594
Irrelevante	95	36	33	52	13	229
Total	479	479	479	479	479	2395

Fonte: Resultados originais da pesquisa

Para aprofundar o entendimento sobre como cada um dos elementos dos festivais se associam aos variados graus de importância, antes de seguir para a análise de correspondência, a etapa seguinte consistiu em verificar se as categorias elementos de festivais e grau de importância se associam de forma aleatória ou se há uma relação de dependência entre elas. Desse modo, foi realizado o cálculo da estatística  $\chi^2$ .

Para 16 graus de liberdade, tendo em vista que  $(I - 1) \times (J - 1) = (5 - 1) \times (5 - 1) = 16$ , o  $\chi^2 = 26,296$  para o nível de significância de 0,05 (Fávero, 2017). O  $\chi^2$  calculado, por sua vez, foi  $\chi^2 = 316,47$ . Ao mesmo tempo, o *p-value* da estatística  $\chi^2$  foi  $< 2.2e-16$ . Como o  $\chi^2$  calculado se mostrou maior que o  $\chi^2$  crítico, e o *p-value* foi menor que 0,05, foi possível se assegurar de que as categorias analisadas se associam de forma estatisticamente significativa, não havendo associação aleatória entre elas.

De todo modo, conforme aponta Fávero (2017), é necessário ainda fazer o cálculo dos resíduos padronizados ajustados. Este estudo ajuda a aprofundar o entendimento das associações entre as variáveis ao informar os padrões de cada categoria com base no excesso ou carência de combinações de uma categoria com cada categoria da outra variável. Os resultados estão representados na Figura 9.

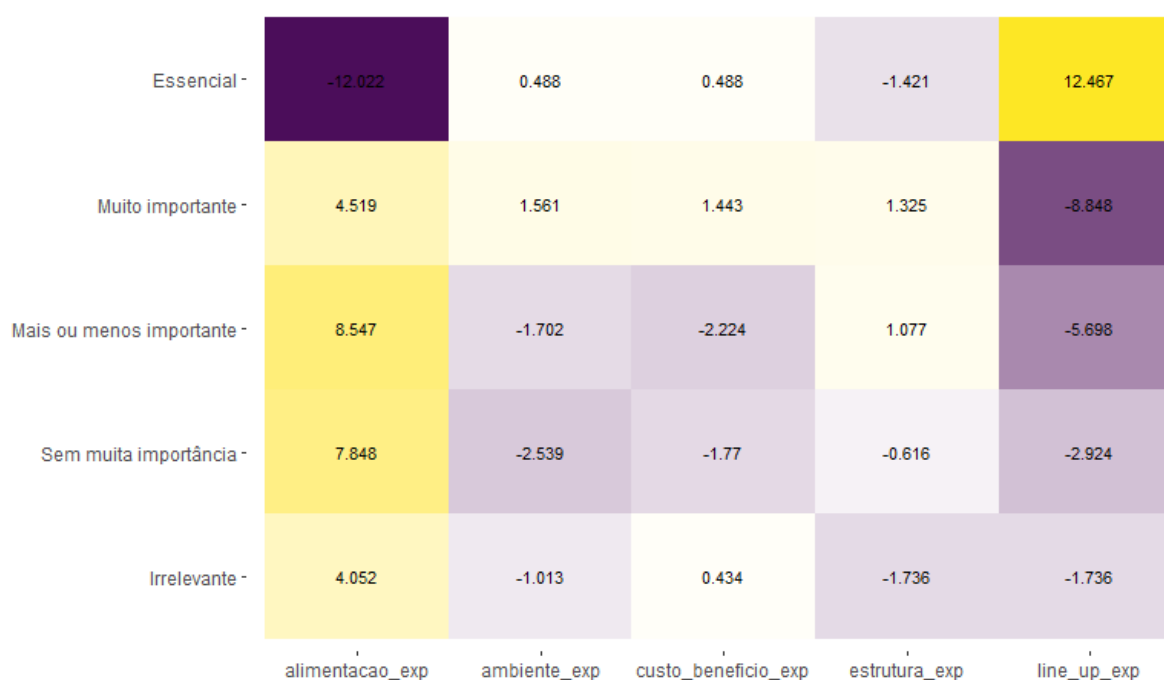


Figura 9. Mapa de calor dos resíduos padronizados ajustados

Fonte: Resultados originais da pesquisa

Observando o mapa dos resíduos padronizados ajustados, vemos que há uma associação estatisticamente significativa relevante entre as categorias “line up” e “essencial”, sendo a associação mais forte de todas, sugerindo que a programação musical é o elemento

de maior importância para a experiência do público. Ambiente, estrutura e custo-benefício se associam mais proximamente à categoria “muito importante”.

Já a categoria alimentação apresenta uma associação maior com a categoria “mais ou menos importante”, mas é interessante notar como esta associação também está muito próxima da categoria “sem muita importância”, ao mesmo tempo em que os valores da associação com as categorias “irrelevante” e “muito importante” são relativamente altos. Esta oscilação e indeterminação entre os diferentes graus de importância pode sugerir que os serviços de alimentação em um festival de música possam ter uma importância relativa para a experiência do público a depender da presença ou ausência de outros elementos na avaliação.

Uma vez compreendidas estas relações de associação entre as categorias estudadas, foi feito o cálculo das coordenadas usadas para a construção do mapa perceptual, ilustrado pela Figura 10, o instrumento final da análise de correspondência que permite reforçar o entendimento de como as categorias das variáveis se associam entre si. As duas dimensões do mapa explicam, juntas, 98,51% da variabilidade total dos dados.

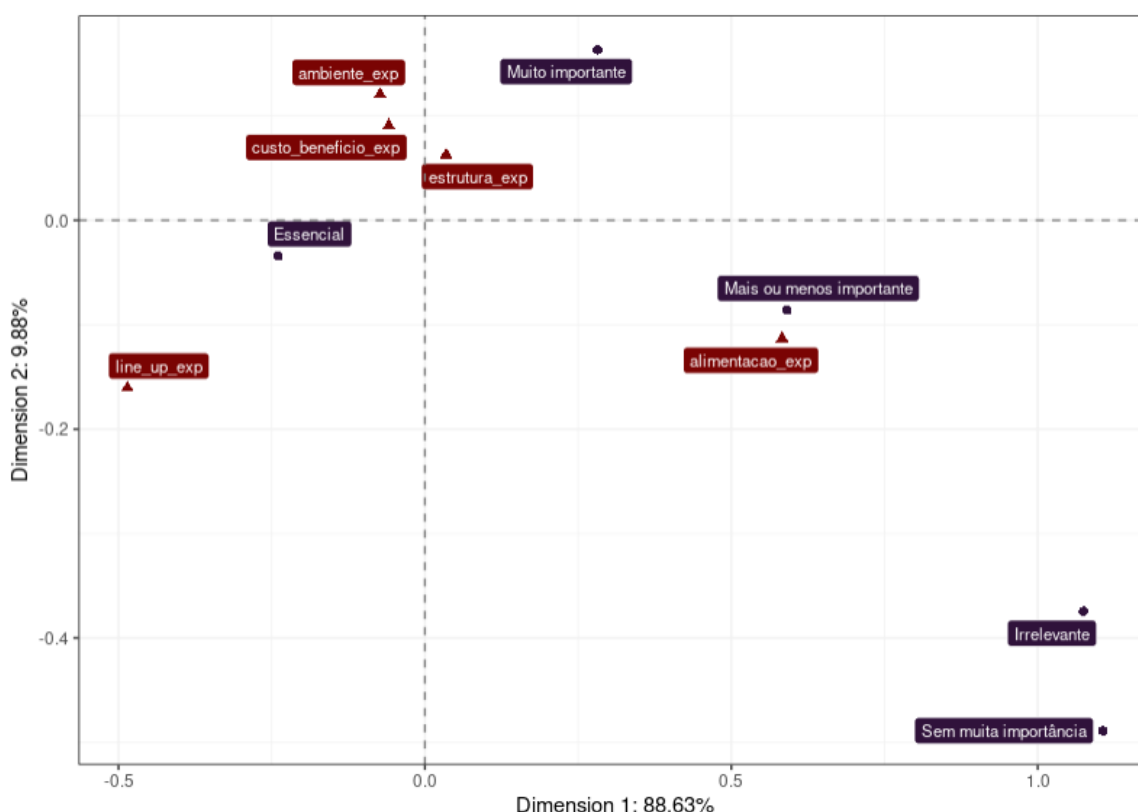


Figura 10. Mapa perceptual das associações entre as variáveis estudadas

Fonte: Resultados originais da pesquisa

Observando o mapa perceptual, é possível perceber que ele valida o que foi inicialmente apontado pelo mapa de calor dos resíduos, ou seja, a categoria “line up” e



programação está mais associada à categoria “essencial”; as categorias ambiente, estrutura e custo-benefício se associam à categoria “muito importante”; e a categoria alimentação se associa mais proximamente à categoria “mais ou menos importante”. As categorias “irrelevante” e “sem muita importância” não se associam a nenhuma categoria dos elementos dos festivais, reforçando, mais uma vez, o que os estudos sobre a experiência e a satisfação em festivais apontam, ou seja, que os elementos listados são realmente importantes para o público frequentador de festivais de música.

### **Realidade: como o público avalia a qualidade dos festivais frequentados**

De forma análoga à análise do grau de importância que o público atribui aos elementos dos festivais de música, foi feita uma análise da avaliação da qualidade dos mesmos elementos no último festival frequentado pelos respondentes da pesquisa.

A observação preliminar das respostas mostra que as avaliações dos elementos dos festivais, em sua maioria, estão distribuídas nas categorias “ótimo”, “bom” e “regular”, sugerindo uma oscilação na qualidade dos festivais a partir da percepção do público. As avaliações que se enquadram nas categorias “ruim” e “péssimo”, ainda que em menor número, não são inexistentes como ocorreu nas respostas sobre o grau de importância dos elementos dos festivais, sugerindo que nem sempre os festivais conseguem atender às expectativas do público nos quesitos considerados relevantes para a sua experiência.

Comparativamente, a Figura 11 mostra que o elemento “line up” e programação tem o melhor desempenho na avaliação do público (76% de avaliações “ótimo” ou “bom”), ao mesmo tempo em que também é o elemento mais relevante na opinião dos respondentes (97% de classificações “muito importante” ou “essencial”).

Por outro lado, ambiente e custo-benefício, apesar de terem apresentado alto nível de relevância para a amostra (ambos com 92% de classificações “muito importante” ou “essencial”), tiveram desempenho irregular na avaliação do público, notavelmente abaixo da relevância atribuída a eles. Enquanto 53% e 48%, respectivamente, avaliaram ambiente e custo-benefício como “ótimo” ou “bom”, 31% avaliaram ambos como regular, e 16% e 20% como “ruim” ou “péssimo”. Alimentação e estrutura, por sua vez, tiveram as proporções mais altas de avaliações nas categorias “ruim” e “péssimo” (22% e 24%, respectivamente). Na atribuição de importância, elas foram classificadas como “muito importante” ou “essencial” por 72% e 88% da amostra, respectivamente, ao mesmo tempo em que tiveram as maiores proporções na categoria “mais ou menos importante” (20% e 11%, respectivamente).

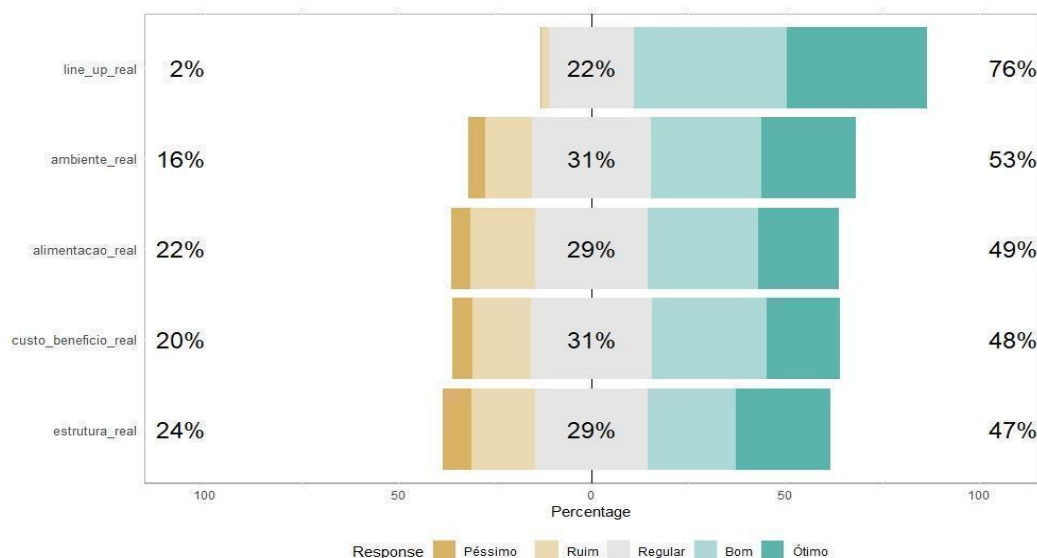


Figura 11. Avaliação dos elementos dos festivais pela amostra estudada  
Fonte: Resultados originais da pesquisa

O recorte por idade dos dados acompanha os resultados gerais. Já as avaliações segmentadas por região apresentam oscilações maiores em relação aos dados gerais, principalmente na categoria "regular". Enquanto esta categoria não ultrapassa 31% para nenhum dos elementos avaliados, no recorte por região, alimentação foi avaliada como "regular" em proporções maiores por respondentes do Norte (50%) e Centro-Oeste (55%). O mesmo aconteceu com ambiente no Nordeste (42%) e estrutura no Sul (42%). Estes resultados estão na Figura 12.

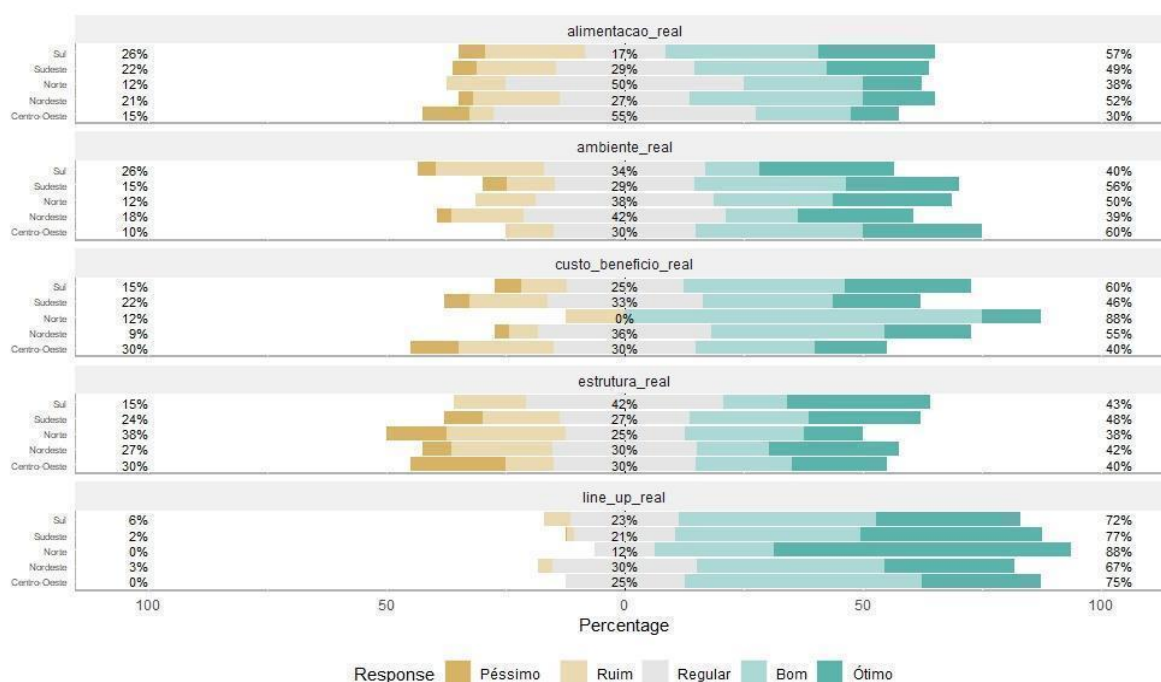


Figura 12. Avaliação dos elementos dos festivais pela amostra estudada por região  
Fonte: Resultados originais da pesquisa

A segmentação por frequência não destoa das avaliações gerais, mas apresenta algumas diferenças nos elementos ambiente e estrutura na comparação entre os três grupos considerados. Os grupos que frequentam 1 a 2 ou 3 a 4 festivais por ano expressaram insatisfação maior com estes dois elementos (17% e 19% para ambiente e 24% e 27% para estrutura, respectivamente), em comparação com o grupo que frequenta 5 festivais ou mais ( 5% e 13%). Os dados estão na Figura 13.

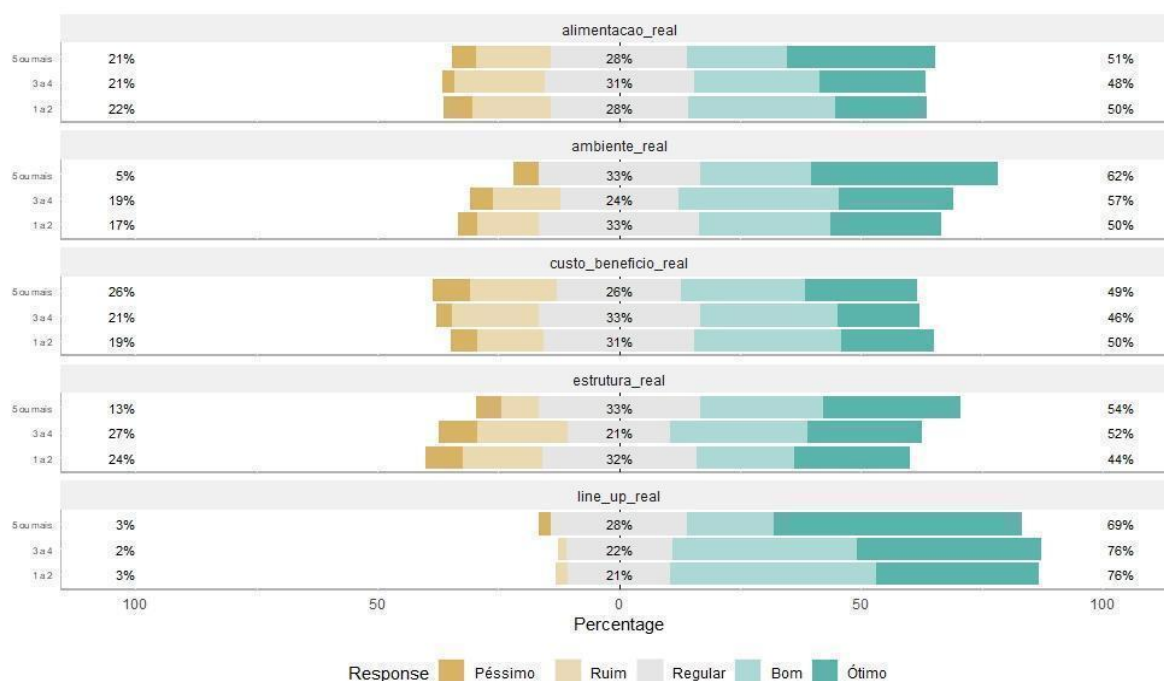


Figura 13. Avaliação dos elementos dos festivais pela amostra estudada por frequência  
Fonte: Resultados originais da pesquisa

Considerando-se as respostas somente pelas faixas de gastos diários, conforme a Figura 14, aqueles que afirmaram gastar mais (acima de R\$ 300) fizeram mais avaliações nas categorias "péssimo" e "ruim" para ambiente (22%) e custo-benefício (29%), enquanto os que gastam menos (até R\$ 150) fizeram mais avaliações nas categorias "péssimo" e "ruim" para alimentação (25%) e estrutura (26%).

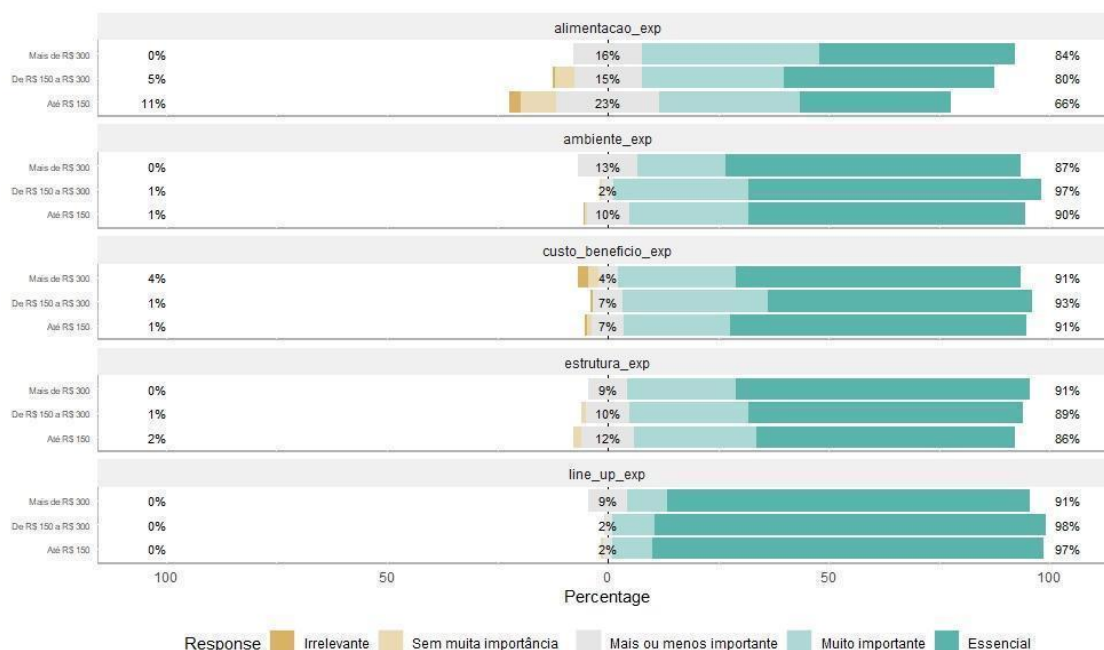


Figura 14. Avaliação dos elementos dos festivais pela amostra estudada por gasto  
Fonte: Resultados originais da pesquisa

As avaliações por sexo não se diferenciam muito dos resultados gerais para os respondentes que se identificaram como mulheres e homens. Há, porém, uma diferença sutil na avaliação que mulheres e homens fazem de ambiente e estrutura. São 19% de avaliações "ruim" ou "péssimo" feitas pelas mulheres para ambiente, contra 13% dos homens; e 29% contra 18% para estrutura. As respostas dos grupos que escolheram as opções "outro" e "prefiro não responder" têm grandes oscilações devido à baixa quantidade dessa fatia da amostra. Os dados estão representados na Figura 15.

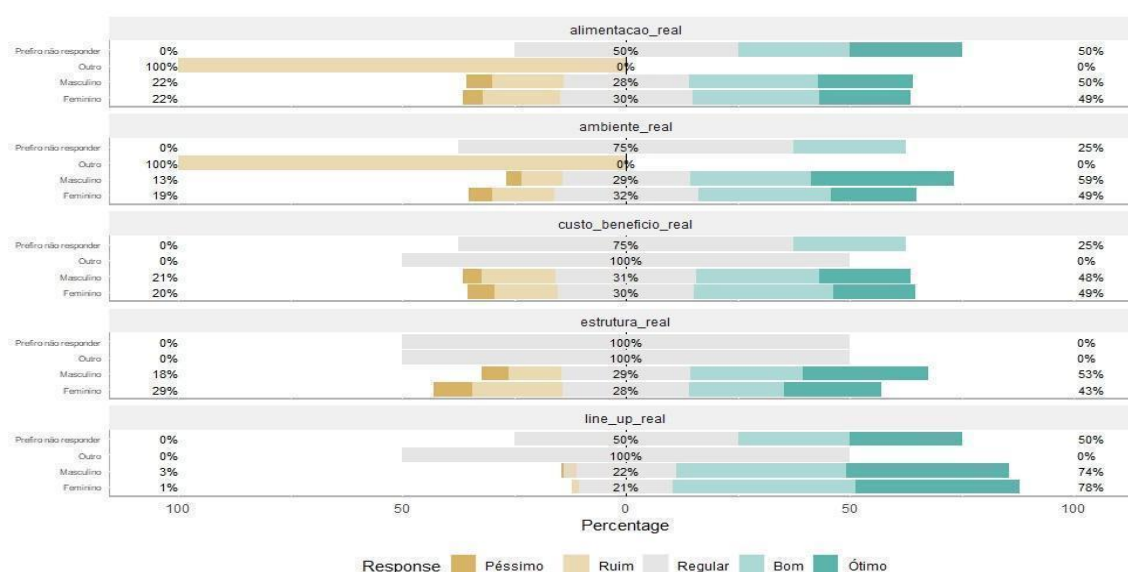


Figura 15. Avaliação dos elementos dos festivais pela amostra estudada por sexo  
Fonte: Resultados originais da pesquisa

Finalmente, na observação dos resultados a partir do local onde se frequenta festivais, na Figura 16, o grupo que afirmou ir a festivais exclusivamente fora do seu estado de residência avalia o ambiente e o custo-benefício como "regular" (41%, contra 31% do total da amostra). Essa mesma fatia dos respondentes considera a estrutura "ruim" ou "péssima" (31%, contra 24% do total da amostra).

Essas proporções, além de serem maiores que o observado na amostra como um todo, também são maiores que o observado nos demais grupos segmentados pelo local onde se frequenta festivais.

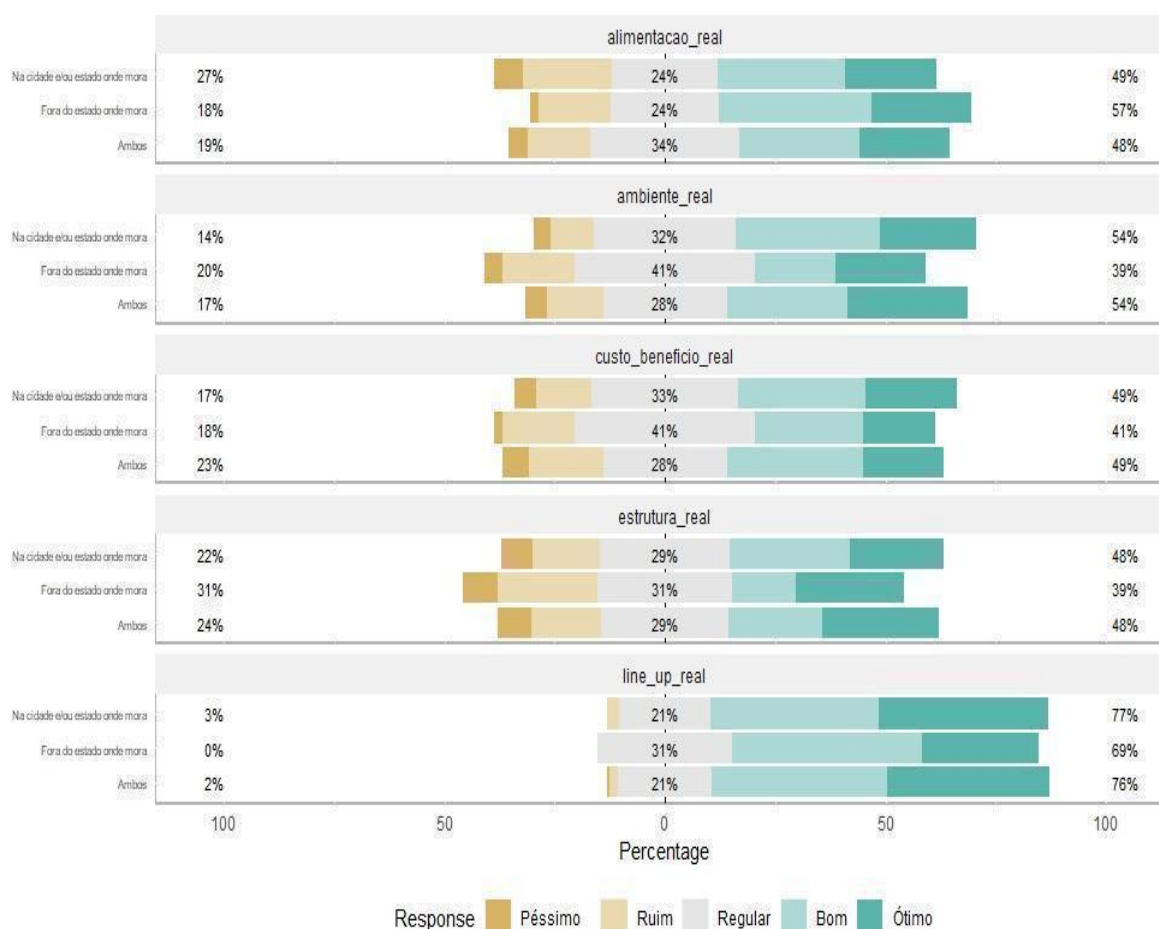


Figura 16. Avaliação dos elementos dos festivais pela amostra estudada por local  
Fonte: Resultados originais da pesquisa

Assim como na etapa anterior, para avançar no estudo das associações entre as categorias em direção à análise de correspondência, foi elaborada a tabela de contingência, representada na Tabela 3. Ela traz o cálculo das frequências observadas e esperadas das avaliações "ótimo", "bom", "ruim", "regular" e "péssimo" dadas pelos respondentes da pesquisa aos elementos "line up" e programação, estrutura, ambiente, alimentação e custo-benefício.

**Tabela 3. Frequências observadas e esperadas da avaliação dos elementos dos festivais**

Avaliação	Alimentação	Ambiente	Custo-benefício	Estrutura	“Line up”	Total
Ótimo	99	117	91	116	174	597
	119	119	119	119	119	597
Bom	137	136	141	109	189	712
	139	148	150	140	105	682
Regular	136	136	136	136	136	682
	80	57	72	78	10	297
Ruim	59	59	59	59	59	297
	24	21	25	36	1	107
Péssimo	21	21	21	21	21	107
	479	479	479	479	479	2395
Total	479	479	479	479	479	2395

Fonte: Resultados originais da pesquisa

A fim de verificar se as relações entre os pares de variáveis estudadas são aleatórias ou não, foi novamente realizado o cálculo da estatística  $\chi^2$ . Novamente, assim como no tópico anterior, para 16 graus de liberdade, tendo em vista que  $(I - 1) \times (J - 1) = (5 - 1) \times (5 - 1) = 16$ , o  $\chi^2 = 26,296$  para o nível de significância de 0,05 (Fávero, 2017). O  $\chi^2$  calculado, por sua vez, foi  $\chi^2 = 155,82$ . Já o *p-value* da estatística  $\chi^2$  foi  $< 2.2e-16$ . Portanto, tendo em vista que o  $\chi^2$  calculado foi maior que o  $\chi^2$  crítico, e o *p-value* foi menor que 0,05, foi possível se certificar, mais uma vez, que as categorias analisadas têm associação estatisticamente significativa, e não há associações aleatórias entre elas.

Na sequência, foi feito o cálculo dos resíduos padronizados ajustados para explorar mais a fundo os padrões de associação entre as categorias analisadas. Os resultados estão na Figura 17.

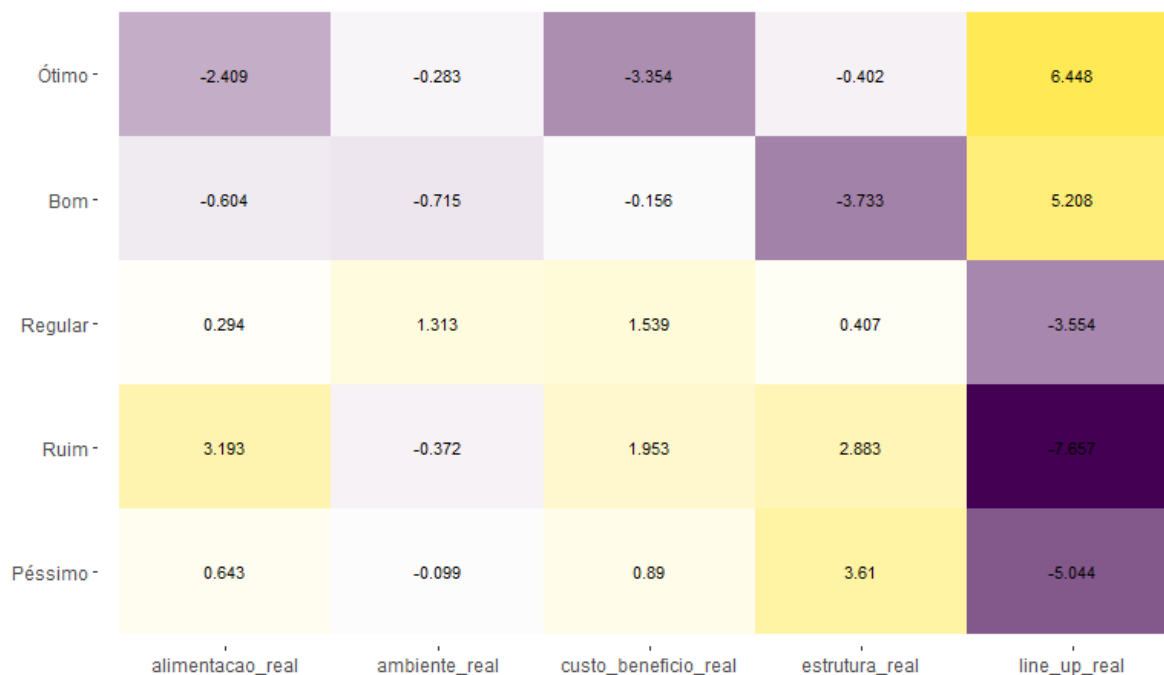


Figura 17. Mapa de calor dos resíduos padronizados ajustados

Fonte: Resultados originais da pesquisa

O cálculo dos resíduos mostra que a categoria “line up” e programação tem associação mais forte que oscila entre as categorias “ótimo” e “bom”, sugerindo um alto grau de satisfação do público com a escalação de artistas e demais atividades dos festivais de música no Brasil. Por outro lado, os demais elementos dos festivais se associam com categorias de avaliação inferior: ambiente e custo-benefício têm uma associação maior com “regular”, alimentação com “ruim” e estrutura com “péssimo”.

Após o cálculo das coordenadas das variáveis, foi gerado o mapa perceptual, ilustrado pela Figura 18, que permite compreender mais amplamente como se dão as relações de associação entre os elementos dos festivais e a qualidade percebida pelo público em relação aos mesmos durante os eventos. Os dois eixos do mapa explicam, juntos, 98,51% da variabilidade total dos dados.

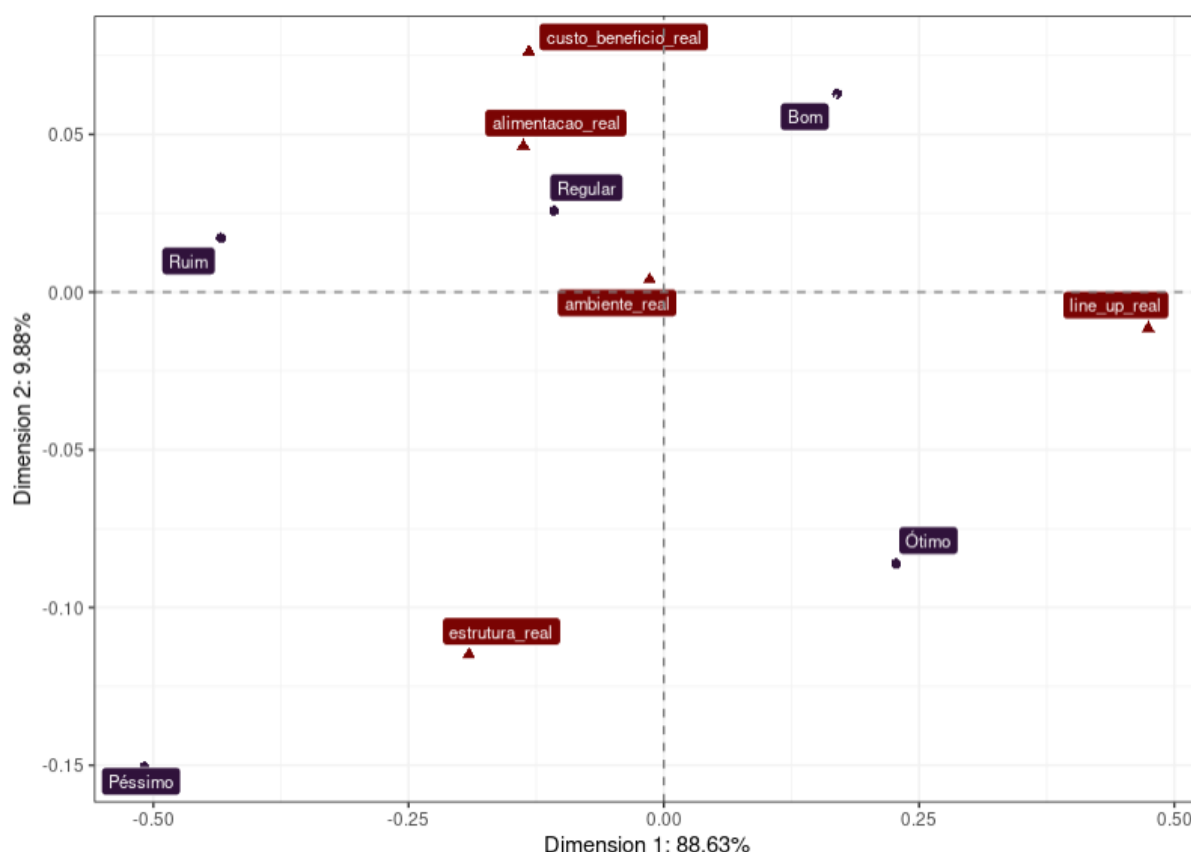


Figura 18. Mapa perceptual das associações entre as variáveis estudadas

Fonte: Resultados originais da pesquisa

Mais uma vez, analisando o mapa perceptual em conjunto com o mapa de resíduos padronizados ajustados, é possível corroborar as associações entre os pares de variáveis. A categoria “line up”, de fato, orbita entre as categorias “ótimo” e “bom”. Estrutura tem relação mais próxima com a categoria “péssimo”, enquanto custo-benefício e ambiente estão mais associadas a “regular”. A categoria alimentação também se associa mais à categoria “regular” no mapa perceptual, enquanto o mapa de resíduos aponta uma associação mais forte com “ruim”. Desse modo, de maneira semelhante ao que ocorreu na análise do grau de importância atribuído pelo público a cada elemento do festival, a categoria alimentação foi a única a demonstrar uma indeterminação aparente nos resultados obtidos.

### Expectativa x Realidade

Em uma comparação entre a importância atribuída pelo público aos elementos dos festivais e a percepção da qualidade dos mesmos nos festivais frequentados, é possível perceber que o alinhamento entre aquilo que o público espera e a percepção da experiência vivida nem sempre ocorre. Se por um lado o “line up” mostrou ter associação mais forte com “essencial” e uma avaliação mais próxima de “ótimo” ou “bom” a partir das respostas do



questionário, indicando uma possibilidade maior de satisfação do público com este atributo, o mesmo não se observa com os demais.

Ambiente, custo-benefício e estrutura se mostraram mais fortemente associados com a categoria “muito importante”, porém os dois primeiros elementos tiveram avaliações mais solidamente associadas a “regular”, enquanto estrutura se associou mais fortemente a “péssimo” na avaliação do público, indicando que há uma discrepância notável entre as expectativas e a realidade percebida pelo público nos festivais brasileiros, o que abre espaço para um grau maior de insatisfação com estes elementos.

Por fim, a categoria alimentação, em que pese certa indeterminação observada na análise do grau de importância e da avaliação da qualidade dos elementos dos festivais, teve associação mais próxima com “mais ou menos importante” e avaliação mais próxima de “regular”, segundo os resultados do mapa perceptual.

Analisados como um todo, e considerando o caráter exploratório deste estudo, os resultados obtidos contribuem para dar pistas sobre o que os frequentadores de festivais de música exclusivamente do Brasil valorizam e qual o seu grau de satisfação com os festivais atuais. Tendo em vista que a vasta literatura sobre o tema compilada na meta-análise de Tanford e Jung (2017) listou estudos na Europa, Oriente Médio, Ásia, Estados Unidos e África, mas não identificou nenhum estudo realizado especificamente com o público brasileiro ou da América Latina, estes resultados podem ser auxiliares para outros estudos e análises voltados especificamente para o cenário brasileiro.

Conforme apontaram os autores e os resultados confirmaram, “line up” e programação, bem como ambiente, demonstraram ser os atributos mais valorizados pelo público, assim como o custo-benefício, que é uma percepção fundamental derivada da experiência de festival. Sendo assim, estes podem ser pontos especiais de atenção em futuras análises.

Dado o tamanho do Brasil, a grande quantidade de festivais no país, as diferenças regionais, bem como de porte, formato e público dos eventos, estudos com recortes demográficos e comportamentais mais específicos podem vir a revelar nuances que este estudo não foi capaz de captar consideradas as suas limitações, sendo a principal delas a generalização dos resultados, tendo em vista que foi utilizada uma amostra de questionário.

## **Considerações finais**

Os frequentadores de festivais de música no Brasil consideram alguns elementos desse tipo de evento essenciais ou muito importantes para uma experiência satisfatória, mais especificamente o “line up” e programação, a estrutura, o ambiente e o custo-benefício. No entanto, ao fazer uma avaliação do desempenho destes elementos nos festivais

frequentados, o público demonstrou insatisfação com alguns deles, mais notadamente a estrutura, associada mais fortemente à avaliação "péssimo", e ambiente e custo-benefício, ambos associados à avaliação "regular".

Com estes resultados, que fizeram um recorte e se debruçaram sobre o entendimento da percepção do público brasileiro sobre os festivais nacionais, este estudo espera ter fornecido informações de caráter exploratório que orientem melhor organizadores de eventos e patrocinadores na produção de festivais que proporcionem uma experiência mais alinhada às expectativas do público, contribuindo assim para maior satisfação do mesmo e o consequente fortalecimento deste tipo de evento que tem relevância cultural, social e econômica para o Brasil.

## Referências

Creswell, J. W. 2004. *Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa: Escolhendo Entre Cinco Abordagens*. 3ed. Penso, Porto Alegre, RS, Brasil.

Dalgıç, A.; Birdir, K. 2020. Key success factors on loyalty of festival visitors: the mediating effect of festival experience and festival image. *Tourism & Management Studies* 16(1): 28-38.

Encarnação, P.G. 2011. Rock in Rio - Um festival (im)pertinente à música brasileira e redemocratização nacional. *Patrimônio e Memória* 7: 348-368.

Fávero, L.P.L.; Belfiore, P.P. 2017. Análise de Correspondência Simples e Múltipla. p. 437-502. In: Fávero, L.P.L.; Belfiore, P.P. *Manual de análise de dados: estatística e modelagem multivariada com excel, SPSS e Stata*. 1ed. Elsevier, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Gibson, C.; Connell, J. 2016. Introduction. p. 3-11. In: Gibson, C.; Connell, J. *Music Festivals and Regional Development in Australia*. 2ed. Routledge, Nova York, NY, Estados Unidos.

Hair, J. F.; Black, W. C.; Babin, B. J.; Anderson, R. E.; Tatham, R. L. 2009. Escalonamento Multidimensional e Análise de Correspondência. p.482-535. In: Hair, J. F.; Black, W. C.; Babin, B. J.; Anderson, R. E.; Tatham, R. L. *Análise Multivariada de Dados*. 6ed. Bookman, Porto Alegre, RS, Brasil.

Hobsbawm, E. 2013. Por que realizar festivais no século XXI? p.54-63. In: Hobsbawm, E. *Tempos fraturados*. 1ed. Companhia das Letras, São Paulo, SP, Brasil.

Lee, Y.; Lee, C.; Lee, S.; Babin, B.J. 2008. Festivalscapes and patrons' emotions, satisfaction, and loyalty. *Journal of Business Research* 61: 56-64.

Martijn, M.; Erik, H. 2021. Visiting pop concerts and festivals: measuring the value of an integrated live music motivation scale. *Cultural Trends* 30 (4): 355-375.

Oliveira Junior, A. 2017. *Festivais independentes: Quando o lúdico se torna resistência*. Monografia - Especialização em Gestão de Projetos Culturais. Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.

Shanka, T.; Taylor, R. 2004. A correspondence analysis of sources of information used by festival visitors. *Tourism Analysis* 9: 55-62.

Tanford, S.; Jung, S. 2017. Festival attributes and perceptions: A meta-analysis of relationships with satisfaction and loyalty. *Tourism Management* 61: 209-220.

van Zyl, C. 2017. Positioning maps: a conjoint analysis tool for festival or event application. *International Journal of Tourism Cities* 4: 424-441.

## **Apêndice**

### **Questionário aplicado para a coleta de dados**

#### **Termo de consentimento**

Este questionário está coletando dados para o desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso do MBA em Data Science & Analytics da USP/Esalq. Nenhuma informação individual que permita a sua identificação será coletada. Ao enviar suas respostas, você concorda com o uso delas para o desenvolvimento da pesquisa.

#### **Pergunta de triagem**

Em média, em quantos festivais de música você costuma ir em um intervalo de um ano, considerando um período normal, sem restrição de eventos (ex: restrições por causa da pandemia)?

1 a 2

3 a 4

5 ou mais

Não vou a festivais de música

#### **Seção 1**

1. Na sua opinião, qual o grau de importância de cada elemento abaixo para que você tenha uma experiência satisfatória em um festival de música?

“Line up” e programação (Escalação de artistas e atividades em geral, realizadas pelo festival ou patrocinadores)

Irrelevante

Sem muita importância

Mais ou menos importante

Muito importante

Essencial

Estrutura (Banheiros, opções de transporte e pontos de informação)

Irrelevante

Sem muita importância

Mais ou menos importante

Muito importante

Essencial

Ambiente (Segurança, limpeza e conforto em geral)

Irrelevante

Sem muita importância

Mais ou menos importante

Muito importante

Essencial

Alimentação (Opções de hidratação e venda de lanches e bebidas)

Irrelevante

Sem muita importância

Mais ou menos importante

Muito importante

Essencial

Custo-benefício (O festival vale o quanto custa)

Irrelevante

Sem muita importância

Mais ou menos importante

Muito importante

Essencial

2. Considerando o último festival que você frequentou, como você avalia cada um dos elementos abaixo oferecidos pelo evento?

“Line up” e programação (Escalação de artistas e atividades em geral, realizadas pelo festival ou patrocinadores)

Péssimo

Ruim

Regular

Bom

Ótimo

Estrutura (Banheiros, opções de transporte e pontos de informação)

Péssimo

Ruim

Regular

Bom

Ótimo

Ambiente (Segurança, limpeza e conforto em geral)

Péssimo

Ruim

Regular

Bom

Ótimo

Alimentação (Opções de hidratação e venda de lanches e bebidas)

Péssimo

Ruim

Regular

Bom

Ótimo

Custo-benefício (O festival vale o quanto custa)

Péssimo

Ruim

Regular

Bom

Ótimo

## **Seção 2**

1. Você frequenta festivais:

Na cidade e/ou estado onde mora

Fora do estado onde mora

Ambos

2. Quanto você gasta, em média, dentro de um festival de música, por dia, considerando somente alimentação, bebidas, merchandising e outros produtos à venda no evento?

Até R\$ 150

De R\$ 150 a R\$ 300

Mais de R\$ 300

## **Seção 3**

1. Idade

18-24

25-34

35-44

45-54

55-64

65+

2. Com qual sexo você se identifica?

Feminino

Masculino

Outro

Prefiro não responder

3. Estado

(Menu suspenso com a lista de todos os estados e o Distrito Federal)