

A intenção de participação nos festivais de Verão na perspectiva do Theory Planned Behaviour

João Silva¹, Paulo Fernandes² & Tiago Oliveira³

¹ João Silva, jpasilva@ua.pt

² Paulo Fernandes, a13157@ua.pt

³ Tiago Oliveira, t.francisco@ua.pt

Resumo

O objetivo deste estudo é analisar a intenção de participar em festivais de verão mediante a situação atual da pandemia Covid-19. Aplicando a Teoria do Comportamento Planeado, o estudo aborda um modelo que inclui o impacto na intenção de participar nos festivais. Assim procuram-se respostas para as questões: será que os receios do Covid-19 influenciarão a intenção de participação em festivais de verão? E qual ou quais poderão ser os fatores das crenças do TPB que mais poderão influenciar a intenção de participação nos festivais de verão? Além disso, este documento reflete sobre 117 inquiridos pertencentes a um grupo sobretudo de jovens adultos, cujo resultado empírico poderá contribuir para o desenvolvimento de medidas de comunicação de marketing melhor direcionadas a esse público alvo. Os resultados mostraram que os receios acerca do Covid-19 não são estatisticamente significativos para a influência na intenção de participação em festivais e que o construto que mais influência teve sobre a mesma intenção foi a crença comportamental.

Palavras-chave: indústria criativa, festivais de verão, Covid-19, teoria do comportamento planeado

1. INTRODUÇÃO

As consequências globais do Covid-19 permanecem difíceis de avaliar, pois a sociedade de hoje continua imersa numa das maiores crises de saúde e humanitárias testemunhadas (*The Culture Fix*, 2022). Os efeitos colaterais dos problemas sanitários e da guerra na Ucrânia incluem o aumento dos preços e inflação, com sérias repercussões económicas e sociais a nível global (OECD, 2022).

Os preços ao consumidor na OCDE aumentaram 9,2% em termos homólogos em abril de 2022, em comparação com 8,8% em março de 2022. Excluindo alimentos e energia, a inflação homóloga aumentou para 6,3% em abril de 2022, em comparação com 5,9% em março de 2022 (OECD, 2022).

A inflação dos preços dos alimentos na OCDE continuou a aumentar significativamente, atingindo 11,5% em abril de 2022, em comparação com 10,0% de março. Os preços dos serviços aceleraram na maioria dos países da OCDE, aumentando 4,4% em termos homólogos em abril de 2022, em média, em 33 países da OCDE, em comparação com 3,9% em março (OECD, 2022).

A evolução dos preços variou ligeiramente entre os países. Nove países da OCDE registaram taxas de inflação de dois dígitos, com as taxas mais elevadas registadas na Turquia e na Estónia. Em contrapartida, a inflação caiu em cinco países da OCDE, incluindo a Itália, a Espanha e os Estados Unidos (OECD, 2022).

Para Portugal prevê-se que o PIB real cresça 5.4% em 2022 e 1.7% em 2023. Um investimento público robusto, impulsionado por fundos da UE, e o retorno das exportações de turismo irão apoiar a recuperação. No entanto, a guerra na Ucrânia, as perturbações da cadeia de abastecimento e os aumentos dos preços da energia e das matérias-primas irão pesar sobre a atividade, diminuindo a confiança e o poder de compra. Embora a capacidade não utilizada se mantenha, espera-se que o aumento de preços da energia e de produtos alimentares empurrem a inflação para 6,3% em 2022 e 4% em 2023. Os salários irão acelerar à medida que as horas trabalhadas atingirem os níveis pré-pandémicos, mas não o suficiente para proteger o poder de compra das famílias contra o aumento da inflação (OECD, 2022).

Um dos setores mais sensíveis a problemas de saúde e segurança, mudanças na situação política, crises económicas, é o das indústrias criativas. De facto, as atividades dependentes dos locais (p. ex., teatro, cinema, museus, etc.) foram fortemente afetadas por medidas de afastamento social com impactos imediatos nas receitas e nos meios de subsistência, bem como pelas cadeias de valor mais amplas. No entanto, as empresas com um forte conteúdo digital, como as de serviços de streaming e de vídeo-jogos, tiveram menor impacto (*The Culture Fix*, 2022).

Os efeitos persistentes da pandemia podem colocar tensões a mais longo prazo sobre o setor e profissionais criativos, que frequentemente transitam para carreiras não criativas em tempos de crise económica. Embora as medidas de apoio público tenham ajudado a amortecer parte do problema, nem sempre foram bem adaptadas às especificidades da Indústria criativa, como os trabalhadores que combinam trabalho por conta de outrem e freelance. Alguns setores estão a recuperar rapidamente (e.g. música), enquanto outros (e.g. festivais e museus) precisarão de mais tempo para retornar totalmente aos níveis pré-crise (OECD, 2022).

É neste contexto que se procura entender como as pessoas poderão fazer as suas escolhas no que concerne ao setor do entretenimento e cultura em particular pela participação em festivais de verão e assim saber que fatores impactam nas intenções de participação em festivais de verão de acordo com aplicação da “Theory of Planned Behavior” ou teoria do comportamento planeado (TPB).

Poder-se-ia equacionar a Teoria da Ação Racional (*Theory of rational action* - TRA) que sustenta que atitudes e normas subjetivas determinam intenções comportamentais, que por sua vez determinam comportamentos (Fishbein & Ajzen, 1975). Esta teoria assume que as pessoas são completamente racionais, e não considera as restrições inerentes ao ambiente externo (Zhou & Liu, 2022). Na sequência, (Ajzen, 1991) propôs a Teoria do Comportamento Planeado. Embora seja baseada na Teoria da Ação Racional (TRA), a TPB acrescenta a variável de controlo do comportamento percetivo, ou seja, o grau em que um indivíduo avalia a dificuldade de completar uma atividade sob as restrições dos seus recursos, oportunidades e habilidades percebidas (Ajzen,

1991). Neste modelo, as atitudes comportamentais, as normas subjetivas e o controlo comportamental percebido influenciam todas as decisões comportamentais. O TPB tem servido de base para a construção de diversos artigos, embora com menos destaque nesta temática particular dos festivais de verão.

2. REVISÃO DA LITERATURA

A revisão de literatura contribuiu para obter informações sobre a situação atual do tema ou problema pesquisado, bem como conhecer publicações existentes sobre a temática e os aspetos que já foram abordados. O objetivo desta etapa é a reunião de informações relevantes para a compreensão do theory planned behaviour e a melhor perceção do estado de arte sobre a intenção de participação nos festivais de Verão.

2.1. THEORY PLANNED BEHAVIOUR

A teoria do comportamento planeado (TPB) é um modelo psicossocial do comportamento humano, centrado na previsão e compreensão de comportamentos claramente definidos (Ajzen, 1991). No modelo TPB original propõe-se a existência de três fatores psicossociais que determinam as intenções comportamentais, que, por sua vez, determinam o comportamento final que o indivíduo vai seguir. Os três fatores psicossociais são: crenças sobre as prováveis consequências e experiências associadas com o comportamento (**crenças comportamentais**), crenças sobre as expectativas e comportamentos normativos vistos por terceiros (**crenças normativas**) e crenças sobre a presença de fatores que podem facilitar ou impedir o desempenho do comportamento (**crenças de controlo**). Devemos também notar que estes três determinantes psicossociais devem ser compatíveis com a intenção ou comportamento estudado, de modo a garantir o sucesso do modelo TPB. Especificamente, precisamos de assegurar que estão ao mesmo nível de generalidade ou especificidade em termos de ação, objetivo, contexto e elementos temporais (Eagly & Chaiken, 1995).

No seu conjunto, as crenças comportamentais produzem uma atitude favorável ou desfavorável em relação ao comportamento - as crenças normativas resultam da pressão social percebida ou **norma subjetiva** e as crenças de controlo dão origem ao controlo comportamental percebido (Ajzen, 1991). Os efeitos da **atitude** em relação ao comportamento e a norma subjetiva na intenção são moderados pela perceção do controlo comportamental. Como regra geral, quanto mais favorável a atitude e a norma subjetiva, e quanto maior o controlo percebido, mais forte deve ser a intenção de a pessoa de realizar o comportamento em questão (Liebe et al., 2011). Finalmente, dado um grau suficiente de controlo real sobre o comportamento, as pessoas são esperadas para realizar as suas intenções quando a oportunidade surge (Ajzen, 1991). A intenção é assim assumida como sendo o antecedente imediato do comportamento - na medida em que o controlo comportamental percebido é verídico, e pode servir como uma alavanca para o controlo real e contribuir para a previsão do comportamento em questão.

A investigação realizada terá todo o fluxo de informação preconizado pela TPB - a TPB aplicada neste trabalho poderá ajudar a entender se a intenção de participar em festivais de verão está dependente dos construtos de crenças comportamentais, crenças de controlo e crenças normativas.

2.2. FESTIVAIS DE VERÃO

Os festivais são celebrações que envolvem cultura comum. São também locais de encontro, interação e troca de ideias (Quinn, 2005) e, portanto, locais onde a cultura pode evoluir. Os festivais reúnem pessoas num espaço comum, facilitando o encontro entre grupos comunitários, ativistas, decisores políticos, instituições, empresários, financiadores e patrocinadores. Tais justaposições podem sugerir que as pessoas têm mais probabilidades de se envolverem na participação num festival do que durante um diálogo de elaboração de políticas (Davies, 2009).

Os festivais de Verão podem ser longos - o Festival de Glastonbury dura 5 dias e o Festival Internacional de Edimburgo um mês. Esta busca prolongada de "lazer sério" na procura de novas experiências culturais exige um compromisso considerável dos participantes (Stebbins, 1992).

Tendo em conta esta exigência considerável por parte dos participantes, o presente estudo irá tentar entender como fatores como a Covid-19 podem impactar a intenção de participar em festivais de verão.

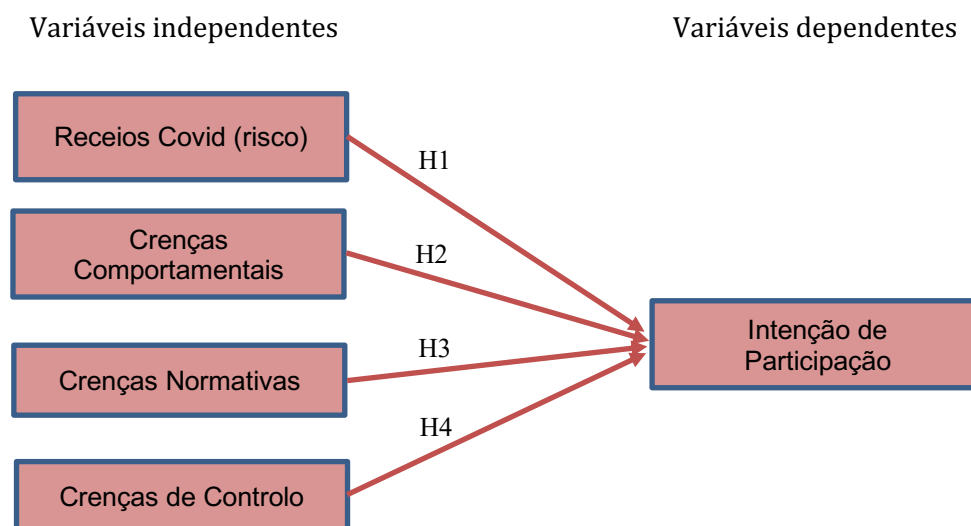
Com base nos estudos mencionados anteriormente formularam-se as hipóteses seguintes:

- H1: Os receios de risco de covid influenciam a intenção de participação em festivais de verão.
- H2: As crenças comportamentais influenciam a intenção de participação em festivais de verão.
- H3: As crenças de controlo influenciam a intenção de participação em festivais de verão.
- H4: As crenças normativas influenciam a intenção de participação em festivais de verão.

3. METODOLOGIA

Da revisão bibliográfica sobre TPB encontraram-se algumas referências com aplicação a eventos culturais e entretenimento, uma vez que especificamente não se conseguiu apurar a existência de bibliografia sobre a intenção de participação em festivais de verão.

Figura 1- Modelo Conceptual



Fonte: Elaboração própria

Neste estudo utilizou-se uma abordagem quantitativa e elaborou-se um questionário baseado em construtos previamente utilizados por outros autores como Sardo et al. (2022).

Aplicando o modelo TPB, procurou-se entender quais as variáveis a utilizar e formular as questões de acordo com as crenças de comportamento, controlo e normativas para se esquematizar o modelo conceptual.

A validação e teste do questionário foi feita por pares dos autores e após validação, o mesmo foi divulgado por canais interpessoais dos autores, e também pelos média sociais de LinkedIn, Instagram e Facebook, bem como mailing lists do ISCA-UA essencialmente orientado a um público nacional (muito embora o questionário tenha sido feito em duas línguas, portuguesa e inglesa).

Relativamente ainda ao questionário o mesmo foi orientado essencialmente a um segmento jovem / jovem adulto, do qual se recolheram 156 respostas e se validaram 117, considerando-se uma amostra por conveniência e assim não poderão generalizar os dados a uma população a nível nacional.

O processo de recolha iniciou-se a 20/05/22 e terminou a 27/05/22.

A análise estatística foi efetuada em IBM SPSS vs 28.0, fazendo todo o percurso de: análise descritiva de frequências, análise de fiabilidade/ consistência dos dados, transformação de variáveis, regressão linear e testes não paramétricos.

Tabela 2 – Construtos e escalas utilizadas em inquérito

Construto	Questões
Intenção de participação	Eu quero ir a festivais de verão Eu planeio ir a festivais de verão Eu quero fazer um esforço para participar em festivais de verão Eu iriei certamente investir tempo e dinheiro para ir a festivais de verão
Receios Covid (risco)	Receia o Covid-19? Receia festivais de verão por causa do Covid-19? Pessoas que conheço receiam o Covid em festivais de verão.
Crenças Comportamentais	Participar em festivais no verão é uma excelente ideia Participar em festivais no verão é altamente desejável Participar em festivais de verão seria muito bom Participar em festivais de verão seria muito interessante Participar em festivais de verão seria muito divertido Participar em festivais de verão seria positivo
Crenças Normativas	A maioria das pessoas importantes para mim acham que devo participar em festivais de verão. A maioria das pessoas importantes para mim entenderiam se participasse em festivais de verão A maioria das pessoas importantes para mim apoiar-me-iam se participasse em festivais de verão. A maioria das pessoas importantes para mim recomendam que participe em festivais de verão.
Construto	Questões
Crenças Controlo	Tenho tempo suficiente para gastar em festivais: Tenho dinheiro suficiente para gastar em festivais de verão. Estou confiante que posso ir a festivais de verão se quiser. Considero que nada me impede de participar em festivais de verão.

Fonte: (Sardo et al., 2022)

Salienta-se que na tabela se utilizou a uma escala de Likert adaptada para este questionário de 1 a 5 onde 1 significava que discordava totalmente e 5 que estava totalmente de acordo.

Dados sociodemográficos

As estatísticas descritivas relativas às variáveis sociodemográficas incluídas no questionário são apresentadas na Tabela 2 seguinte. A amostra observada tem um número ligeiramente maior de homens; De assinalar que cerca de 63% dos inquiridos são jovens ou jovens adultos tendo entre 18 e 34 anos e mais de dois terços são solteiros. Perto de 70% dos entrevistados têm estudos superiores e estão a trabalhar, sendo que perto de metade auferem pouco mais do ordenado mínimo nacional português. Pela análise de dados não paramétricos verificou-se que os dados sociodemográficos não têm influência estatisticamente significativa sobre as variáveis independentes estudadas.

Tabela 3 – Dados Sociodemográficos

		Percentagem (%)
Género	Feminino	43.6
	Masculino	55.6
	Outra situação	0.9
Faixa etária	18-24	29.9
	25-34	33.3
	35-44	13.7
	45-54	20.5
	55-64	2.6
Estado civil	Casado(a) ou União de Facto	32.5
	Divorciado(a)	4.3
	Solteiro(a)	63.2

Fonte: Elaboração própria

Tabela 3 – Dados Sociodemográficos (continuação)

Remuneração mensal	700€ ou menos	32.5
	701€ - 901€	21.4
	902€ - 1103€	6.0
	1104€ -1305€	6.0
	1306€ - 1507€	6.8
	1508€ - 1709€	4.3
	1710€ - 1911€	5.1
	2112€ - 2314€ 2315€ ou mais	4.3 13.7
Nível de escolaridade	Doutoramento	1.7
	Ensino Secundário	27.4
	Licenciatura	49.6
	Mestrado	20.5
	Sem grau de estudos	0.9
Situação de emprego	Desempregado	0.9
	Estudante	23.1
	Trabalhador-Estudante	11.1
	Trabalhador independente	7.7
	Trabalhador por conta de outrem	57.3

Fonte: Elaboração Própria

Noutras questões levantadas no inquérito tais como se os inquiridos já teriam tido covid, a maioria das pessoas respondentes, ~73%, afirmaram positivamente.

Por outro lado, numa outra questão, aproximadamente metade das pessoas planeia ir a festivais de verão, o que aparenta poder ser algo a refletir-se no comportamento final do consumidor.

4. RESULTADOS

Tabela 4 – Súmula da estatística dos construtos utilizados

	<i>Receio Covid</i>	<i>Comportamento</i>	<i>Controlo</i>	<i>Normativo</i>	<i>Intenção</i>
A. Cronbach	0.772	0.937	0.71	0.858	0.662
Média	4,53	4.2	3.3	3.4	3.8
Desvio Padrão	1.99	0.77	0.85	0.91	0.67

Fonte: Elaboração própria

Efetuuou-se a avaliação da qualidade / integridade das escalas e com valores de Alpha de Cronbach acima de 0,66 considera-se os dados satisfatórios para o propósito.

Tabela 5 – Coeficientes de regressão linear

Coeficientes							
Modelo	Coeficiente não standard		Coeficientes Standard	t	Sig.	Estatística Colinearidade	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0.329	0.180		1.832	0.070	
	Receio	-0.037	0.026	-0.055	-1.433	0.155	0.967
	Comportamento	0.546	0.037	0.623	14.916	0.000	0.815
	Controlo	0.475	0.034	0.602	13.765	0.000	0.744
	Norma	-0.075	0.034	-0.101	-2.181	0.031	0.657

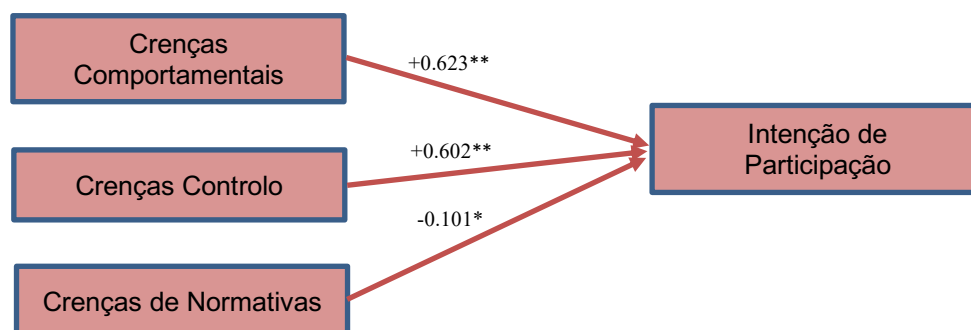
a. Variável dependente: *Intenção*

Fonte: Elaboração própria

Da análise efetuada pelo SPSS por regressão linear efetuada a todas variáveis como as de receio de risco por covid, as comportamentais, de controlo e normativas tendo como dependente a intenção, verifica-se a exclusão da variável dos Receios de risco por covid do modelo empírico, pois estatisticamente não é significativa e por isso mesmo não impacta na Intenção (exclui-se a Hipótese 1 formulada no modelo conceptual ver figura X). Assim ficam-se com as crenças comportamentais e de controlo como as mais influentes na intenção de participação em festivais de verão.

De facto, este seria o esperado como refere Icek Ajzen que pela aplicação do TPB onde as variáveis de comportamento terão mais influência que as outras de controlo normativo.

Figura 2 – Modelo empírico



Fonte: Elaboração própria

5. DISCUSSÃO

Os pontos de analisados à luz do TPB aparentam estar em conformidade com os dados recolhidos e posteriormente tratados no SPSS.

O questionário foi elaborado em duas fases sendo que na primeira fase com 40 respostas teve que se eliminar os dados pois um construto encontrava-se mal formulado na tipologia das escalas. Pelo que amostra final poderia ser maior em cerca de 34%. Salienta-se o facto de que em menos de 1 semana se atingiram as 117 respostas válidas.

Durante o trabalho de tratamento de dados houve necessidade de excluir uma das medidas utilizadas na perceção dos receios de risco do covid, para fazer aumentar a consistência dos dados obtidos pelo Alpha de Cronbach de 0,678 para 0,772 dados pela questão “Pessoas que conheço receiam o Covid em festivais de verão? Contudo verificou-se que dadas as respostas às questões a “Receia o Covid-19? e “Receia festivais de verão por causa do Covid-19?” agrupadas na transformação da variável, as mesmas não produziram efeitos estatisticamente significativos para causar impacto na variável dependente intenção pois o nível de significância reproduzido na análise de regressão linear veio muito superior a 0.05 o que levou a rejeitar a hipótese formulada inicialmente por H1.

O valor mais baixo encontrado para a consistência de dados em todas as variáveis foi o da Intenção com um Alpha de Cronbach de 0,66, o que poderá fazer sentido dada a dispersão pelas questões, em termos práticos as pessoas querem ir a festivais, mas não pretendem efetivamente fazê-lo

Os valores de fiabilidade superiores foram os encontrados na variável correspondente às crenças comportamentais (o comportamento percebido) com Alpha de Cronbach a situar-se nos 0.937, a qual também se veio revelar estatisticamente mais significativa pela contribuição do impacto superior β 0,623 de todas as variáveis.

6. CONCLUSÕES

Atualmente, a população mundial assiste à transição do vírus Covid-19 para um estado endémico. Entre muitas questões que se poderiam eventualmente colocar, a “intenção de participação nos festivais de verão” é pertinente estudar, uma vez que envolve, entre vários pontos distintos, aglomerações de pessoas e deslocações, atividades essas que foram inteiramente comprometidas perante a situação de alarme da pandemia e que continua bem presente na memória de algum público.

De todo o modo, a tranquilidade aparente das pessoas sobre o assunto COVID ou a vulgaridade do mesmo, parece ter induzido uma sensação de segurança e à vontade para participar neste tipo de eventos e daí que se compreenda que os fatores de receio ao risco covid sejam anulados na sua influência sobre a intenção.

Utilizando um questionário com 117 respostas válidas, procedemos ao modelo do nosso estudo utilizando a teoria de comportamento planeado (TPB) de forma a prever a intenção de participar em festivais de verão “após” a pandemia.

Através dos resultados obtidos, foi-nos possível concluir que os receios acerca do Covid-19 não são estatisticamente significativos o suficiente para influenciar a intenção de participação em festivais, pelo que o conceito teórico que mais influência teve sobre a mesma intenção, foi o da crença comportamental e logo a seguir o das crenças de controlo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Davies, S. (2009). Responding emotionally to fictions. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 67(3), 269–284. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6245.2009.01358.x>
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1995). The psychology of attitudes. A.H. Eagly & S. Chaiken. Fort Worth, TX: Harcourt, Brace, & Janovich, 1993, 794 pp. Reviewed by Christopher Leone, University of North Florida. *Psychology and Marketing*, 12(5), 459–466. <https://doi.org/10.1002/mar.4220120509>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*.
- Liebe, U., Preisendörfer, P., & Meyerhoff, J. (2011). To pay or not to pay: Competing theories to explain individuals' willingness to pay for public environmental goods. *Environment and Behavior*, 43(1), 106–130. <https://doi.org/10.1177/0013916509346229>
- OECD. (2022). *OECD Consumer Price Index*.
- Quinn, B. (2005). *Arts Festivals and the City*.
- Sardo, F., Saur-Amaral, I., & Aragonez, T. (2022). *Are We Scared of Pandemics and Ukraine? Short-term Avoidance of Holidays in Another EU Country*.
- Stebbins, R. A. (1992). Cultural Tourism as Serious Leisure. In *Oklahoma When the Jokes Wear Thin. Focus* (Vol. 42, Issue 4).
- The Culture Fix*. (2022). OECD. <https://doi.org/10.1787/991bb520-en>
- Zhou, G., & Liu, W. (2022). Consumer choice in online vegetable distribution terminals: A Planned Behavior approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103019>
-