

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL APOYO QUE LOS RESIDENTES DAN A LOS MEGA EVENTOS

Un estudio sobre la FIFA World Cup 2014 (Natal / RN - Brasil)

Marcelo Chiarelli Milito^{*}
Sérgio Marques Juniro^{**}
Mauro Lemuel Alexandre^{***}
Universidade Federal de Rio Grande do Norte
Natal, Brasil

Resumen: El presente estudio intenta realizar un análisis cuyo objetivo es el posicionamiento popular del mega evento FIFA World Cup 2014 a ser realizado en Brasil. Un tema recurrente en la actualidad debido al impacto generado por los mega proyectos que rodean a estos acontecimientos y que muestra la ausencia de una perspectiva teórica específica de turismo. El objetivo fue investigar los factores que influyen el apoyo de los residentes a los mega eventos. Así, se buscaron modelos teóricos validados que sirvieran como base para la aplicación empírica del estudio, haciendo hincapié en Gursoy & Kendall (2006) y Nunkoo & Ramikisson (2011). El universo de la investigación fueron los residentes de la ciudad de Natal/RN, una de las ciudades sede de la Copa del Mundo FIFA 2014. Se aplicaron 400 cuestionarios respetando los conglomerados urbanos que abarcan distintos perfiles de la sociedad en foco. Entre las 11 (once) hipótesis testeadas, 7 (siete) fueron validadas y 4 (cuatro) consideradas falsas, enfatizando la confirmación de las hipótesis que componen el eje del modelo Social Exchange Theory y el factor “confianza en los gestores” con la correlación más representativa en “percepciones” y “apoyo”. El presente estudio constata la validez del modelo teórico aplicado y sugiere que se profundicen los vectores “confianza”, “percepción de beneficios” y “apoyo”.

PALABRAS CLAVE: turismo, mega eventos, residentes, apoyo, FIFA World Cup 2014.

Abstract: Factors Influencing the Support of Residents towards Mega Events: A study of FIFA World Cup 2014 in (Natal / RN / Brazil). This study aims to make a contribution to the popular knowledge on the mega events in Brazil. This is a frequent theme of interest because of the impact generated by mega events and the big gap existing in the specific tourism literature. The main objective was to investigate the factors influencing the support of the residents toward mega events. There has been identified a validated theoretical model that can be considered the basis for the empirical research with emphasis in Gursoy & Kendall (2006) and Nunkoo & Ramikisson (2011). The residents of Natal / RN, one of the host cities of the 2014 FIFA World Cup, have been chosen as the study universe. A survey was made using 400 questionnaires respecting the urban conglomerates and covering distinctive profiles of the society in focus. Among the eleven (11) tested hypotheses, 7

^{*} Bachiller en Turismo por la Universidad Federal de Rio Grande do Norte, Natal, Brasil; Maestría en Dirección y Planificación del Turismo por la Universitat Rovira i Virgili, Tarragona, España; Maestría en Turismo por la Universidad Federal de Rio Grande do Norte. Se desempeña como Profesor Sustituto de la Universidad Federal de Rio Grande do Norte, Currais Novos, Brasil. E-mail: marcelomilito@yahoo.com.br

^{**} Doctor en Agronomía por la Universidad Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, São Paulo, Brasil. Profesor adjunto de la Universidad Federal de Rio Grande do Norte, Natal, Brasil; y Profesor de posgrado en Turismo en la misma institución. E-mail: sergio@ct.ufrn.br

^{***} Doctor en Ciencias de Ingeniería de Producción por la Universidad Federal de Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. Profesor Asociado de la Universidad Federal de Rio Grande do Norte, ciudad, Brasil; y Profesor de posgrado en Turismo en la misma institución. E-mail: mauro_alx@yahoo.com.br

(seven) were validated and 4 (four) denied. This study finds the model's validity and suggests a dependence of the theoretical vector "trust", "perceived benefits" and "support".

KEY WORDS: *tourism, mega events, residents, support, FIFA World Cup 2014.*

INTRODUCCIÓN

La actividad turística ha ganado importancia en el campo teórico y empírico debido a las dimensiones de las transformaciones actuales vinculadas a este sector. Considerado una de las mayores actividades económicas del mundo (Organização Mundial do Turismo, 2014) el turismo forma un sistema que influye y es influenciado por diversos factores y agentes (Leiper, 1979). Así, los estudios sobre la relación entre turismo y residentes se torna especialmente importante porque aborda un grupo que es determinante para la formación de la imagen de un destino (Gallarza, Garcia & Saura, 2002) y también es el principal sujeto de las transformaciones ocurridas con este proceso (Gursoy et al., 2002; Gursoy & Rutherford, 2004; Gursoy & Kendall, 2006; Sanchez et al., 2009; Nunkoo & Ramkisson, 2011; Sanchez, Bueno & Mejia, 2011).

Dentro de un panorama general sobre los diversos objetos de investigación de este tema referirse a los factores que influyen para que los residentes apoyen los proyectos turísticos (mega eventos), es un camino que se muestra creciente porque roza los aspectos relacionados con la gestión de este tipo de emprendimientos (Waitt, 2003; Kim et al., 2005; Kim et al., 2006; Gursoy et al., 2006; Choongki, 2003; 2006; 2010). A diferencia de una región que recibe regularmente personas como un acto rutinario y continuo, el proyecto tiene un lanzamiento determinado y un marco espacial y temporal definido, sujeto a la influencia de los stakeholders determinantes (PMI, 2008). Así, la realización de mega eventos gana espacio en los debates académicos actuales.

Entre las formas de analizar el apoyo de los residentes a los mega eventos, Getz (2008) destaca la importancia de estudiar el posicionamiento de los habitantes en los eventos "especiales" a través del uso de la teoría patrón SET (Social Exchange Theory), ampliamente usada en otras fases del turismo y potenciada en Latinoamérica por iniciar grandes inversiones en los mega eventos (Brasil, 2010). Se destaca porque el continente latinoamericano presenta una realidad social peculiar (Galeano, 1982) y posee pocos estudios que analicen casos de uso de la SET (Milito, Marques Jr & Lemuel, 2013).

Así, el presente estudio tiene el objetivo de investigar los factores que influyen en el apoyo que los residentes dan al mega evento FIFA World Cup 2014. Se realizó una revisión de la teoría base y los modelos aplicados al tema. Dicho relevamiento dio origen a un instrumento de investigación aplicado a una de las ciudades sede del mega evento (Natal – Rio Grande do Norte), el cual produjo los datos tratados y expuestos en los resultados y conclusiones.

MARCO TEÓRICO

En el campo de la psicología social la SET, desde los trabajos teóricos de Homans (1961), Blau (2006) y Emerson (1976), es considerada una de las teorías más usadas y aceptadas para construir modelos sobre el comportamiento social (Cook & Rice, 2006). La teoría fue fundada en la interdependencia de las acciones sociales como establecieron Homans (1961) quien destacó el punto de vista de la psicología y Blau (2006) que se refirió a la perspectiva sociológica (Chaldwick, 1976).

Del diálogo entre esos campos del conocimiento, la sociología haciendo hincapié en la teoría utilitarista y la psicología haciendo hincapié en la teoría del comportamiento, surgió una teoría que explica las relaciones humanas a partir del costo-beneficio subjetivo y la comparación de alternativas (Cook & Rice, 2006). Como una transacción de mercado, que no deja de ser un modelo antrópico, la interacción social está formada por un conjunto de intercambios en términos de recompensas y costos que se reflejan en el comportamiento humano.

Los múltiples procesos de intercambios vividos a lo largo de la vida y asimilados como benéficos o perjudiciales determinaron una percepción positiva o negativa de los hechos (Blau, 2006). De esa forma, se entiende la búsqueda de valores personales que puedan ser los factores determinantes para un modelo de percepción y comportamiento.

Blau (2006) y otros autores siguieron la línea de la sociología dentro de la SET destacando qué factores globales pueden influenciar directamente los niveles de apoyo social a una realidad específica. El autor inició el debate con factores como legitimidad, poder y justicia, que sirvieron de aporte a otras teorías como la de los *stakeholders*. Dentro de cada campo de aplicación estos factores fueron testeados, modulados y mejorados llegando a conclusiones específicas para cada realidad observada, movimiento normal dentro de la especificidad científica (Kunh, 2009).

Desarrollar un modelo de análisis que explique la percepción y el apoyo de los residentes a las diversas áreas del turismo está entre los avances esperados de la temática. Sánchez, Bueno & Mejía (2011) dicen que a pesar de que la interrelación entre turismo y residentes a partir de la SET proveyó estudios en la década de 1980, el modelo de factores se inició a fines de la década de 1990 y no ha evolucionado. El Cuadro 1 presenta el relevamiento de estudios sobre el tema enfocados en esa evolución y en los factores modelados, adaptados y expuestos.

El Cuadro 1 expone un relevamiento bibliográfico sobre la temática. Contempla los principales estudios que buscan los factores que influyen sobre la percepción de los residentes a partir de la SET. En la segunda columna es posible identificar los factores modulados en lo que se refiere al posicionamiento medido (apoyo de los residentes y actitud de los residentes). Se observa un flujo de interés continuo para la percepción de impactos positivos y negativos (beneficios y costos). La mayor

gama de variables testeadas se encuentra en los factores indirectos que influyen a la percepción, que a su vez influenciará al posicionamiento.

Cuadro 1: Factores modulados para explicar la percepción del residente

Publicaciones	Variables usadas en los modelos
Lindenberg & Johnsons(1997)	Variables demográficas, valores (ganancia económica líquida; mínimo de interrupción en la vida diaria; instalaciones de ocio adecuadas; ambiente estéticamente agradable; interacciones satisfactorias con los no residentes; afirmación de la comunidad/cultura; influencia sobre las decisiones de la comunidad), actitudes en relación al desarrollo del turismo.
Rachleitner & Zins (1999)	Impacto del turismo y escala de actitud (escala TIAS) y variables adicionales (desarrollo del turismo; beneficios a la economía personal; infraestructura; conglomerado; contaminación y discriminación).
Yoon et al. (2001)	Impactos económicos, sociales, culturales y ambientales; impacto total; soporte para el desarrollo del turismo en cuatro tipologías (naturaleza, cultura o atracciones históricas, atracciones designadas para gran número de turistas; programas/ eventos al aire libre; y desarrollo de soporte de servicios).
Gursoy et al. (2002)	Interés en la comunidad; apego a la comunidad; actitud eco-céntrica; utilización del turismo como recurso de la comunidad; el estado de la economía local; beneficios percibidos; costos percibidos; apoyo al turismo basado en dos tipologías (atracción histórica y cultural y eventos culturales y folclóricos).
Ko & Stewart (2002)	Beneficios personales del desarrollo del turismo; impactos negativos del turismo percibidos (11 variables sobre impactos económicos, socio/cultural y ambiental); impactos positivos del turismo percibidos (13 variables sobre impactos económicos, socio/cultural y ambiental); satisfacción con la comunidad; apoyo para un mayor desarrollo del turismo (apoyo en el contexto regional y apoyo en el contexto de la vivencia de la comunidad).
Jurowsky & Gursoy (2004)	Interés en la comunidad; actitud eco-céntrica; utilización del turismo como base de recursos para la comunidad; el estado de la economía local; beneficios percibidos; costos percibidos; apoyo al turismo basado en dos tipologías (atracción histórica y cultural y eventos culturales y folclóricos).
Gursoy & Rutheford (2004)	Interés en la comunidad; apego a la comunidad; actitud eco-céntrica; uso del turismo como base de recursos para la comunidad; el estado de la economía local; Beneficios económicos, sociales y culturales percibidos; costos sociales y culturales percibidos; apoyo al turismo en base a tres tipos (desarrollo basado en la naturaleza, desarrollo basado en la cultura e historia y programas naturales).
Gursoy & Kendall (2006)	Interés en la comunidad; apego a la comunidad; actitud eco-céntrica; beneficios percibidos; costos percibidos; apoyo a Mega Eventos.
Dyer et al. (2007)	Impactos del turismo percibidos: Positivo económico (4 variables), negativo socioeconómico (7 variables), positivo social (5 variables) y negativo social (3 variable) e impacto positivo cultural (4 variables); apoyo al desarrollo del turismo.
Oviedo-Garcia, Castellano-Verdugo & Martín-Ruiz (2008)	Impactos positivos (económico, sociocultural y ambiental); impactos negativos (económico, sociocultural y ambiental); evolución global; desarrollo del turismo; planificación del turismo.
Vargas Sánchez et al. (2009)	Beneficios personales del desarrollo del turismo; impactos negativos del turismo; impactos positivos del turismo; satisfacción con la comunidad; apoyo para un mayor desarrollo del turismo.
Nicholas et al. (2009)	Interés en la comunidad; actitudes ambientales; nivel de involucramiento en el Área de Gestión de Pitons (PMA); percepción del PMA; soporte para el desarrollo del turismo sustentable en el PMA; soporte para el PMA como sitio de Patrimonio Mundial.
Gursoy et al. (2009)	Interés en la comunidad; apego a la comunidad; actitud eco-céntrica; uso del turismo como recurso de la comunidad; el estado de la economía local; beneficios económicos, sociales y culturales percibidos; costos sociales y socioculturales percibidos; actitudes en relación a dos tipos diferentes de desarrollo del turismo; turismo de masas y turismo alternativo.

Fuente: Adaptado de Sánchez et al. (2011)

Entre los 13 estudios del Cuadro 1 sólo el trabajo de Gursoy & Kendall (2006) no se refiere al desarrollo del turismo en una región específica sino a un proyecto turístico (mega evento). Esto refuerza la importancia del referido estudio para el sector y el uso de éste como modelo base para la

presente investigación. A pesar de que los autores consideraron el modelo como válido, al confirmar 7 de las 9 hipótesis relevadas, admiten que estos resultados son prematuros y proponen mejorarlos.

Algunos de esos modelos aplicados están siendo contestados por estudios recientes (posteriores al Cuadro 1), debido a la existencia de algunas contradicciones que insisten en aparecer. Ward & Berbo (2011) destacan la falta de pleno éxito en los modelos testeados hasta el momento, siendo que este intento de modulación de los factores que influyen sobre la percepción y el apoyo de los residentes posee más de diez años de constantes publicaciones. De esa forma los autores indagan la aplicación de la SET en el campo del turismo e incluyen otra teoría de la psicología social, la Integrated Threat Theory (ITT). A pesar de que el uso de la ITT en conjunto con la SET es considerado válido no se encontró ningún factor específico de destaque y se admite la necesidad de continuar buscando avances.

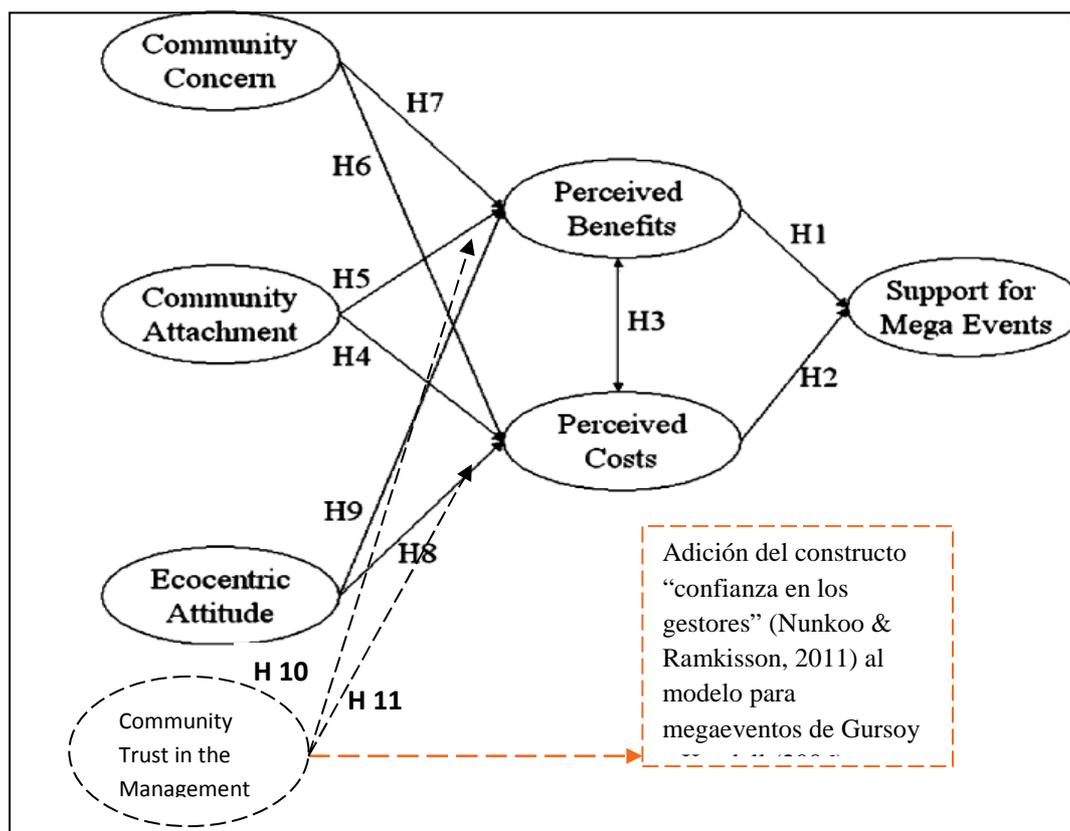
Otra línea presente en los últimos trabajos sobre el desarrollo de sistemas de análisis que puedan cubrir los baches de la temática, es la revisión de la SET rescatando algunos factores generales mencionados y modulando a partir de ellos. Nunkoo & Ramkisson (2011) consideran para la modulación los factores base de la SET, a través de los autores clásicos de la teoría como Blau (2006) y Emerson (1962). Entre los factores rescatados y testeados se destacó por su significancia la “confianza en los gestores”.

Este reciente resultado resulta importante porque autores consagrados en el tema como Nunkoo, Ramkisson & Gursoy (2012) se centraron en el factor “confianza”. Los autores confirmaron el vínculo entre la confianza en los gestores públicos y el apoyo de los residentes al turismo, considerando que el desarrollo turístico de una localidad requiere la responsabilidad de las instituciones públicas locales, legitimado el factor a fin de avanzar sobre el tema en investigaciones futuras.

Siguiendo la propuesta de Gursoy & Kendall (2006), estudio base del presente documento, y respetando los lineamientos de la SET, cabe la aplicación del modelo testeado para mega eventos con la adición de una proposición teórica que es tendencia en las investigaciones del sector, la “confianza en los gestores” (Figura 1).

Así, el presente estudio toma como modelo central el trabajo de Gursoy & Kendall (2006), pues entre las referencias del Cuadro 1 es el modelo con más semejanzas con la presente investigación (principalmente por ser el único entre los trabajos relevados que trata de un mega evento). No se pueden olvidar los recientes resultados de Nunkoo & Ramkisson (2011) quienes encontraron un elevado nivel de significancia para el factor “confianza en los gestores”. Tomando como base la Figura 1 se suma al modelo aplicado a los mega eventos (Gursoy & Kendall, 2006) el factor “confianza en los gestores” (Nunkoo & Ramkisson, 2011), obteniendo el referido modelo a ser testeado.

Figura 1: Proposición teórica del modelo



Fuente: Adaptado de Nunkoo & Ramkisson (2011) y Gursoy & Kendall (2006)

METODOLOGIA

Al tener como objetivo investigar los factores que influyen sobre el apoyo de los residentes a los mega eventos, la presente investigación se caracteriza como un análisis que busca describir determinado fenómeno y trazar relaciones entre las variables que influyen la construcción del escenario observado. Gil (2008) admite en las ciencias sociales estudios descriptivos con tendencia explicativa al dirigir la descripción al nivel de explicación causal. *"Algunas investigaciones descriptivas van más allá de la simple identificación de la existencia de relaciones entre variables, pretendiendo determinar la naturaleza de esa relación"* (Gil, 2008: 28). Por ser una temática abordada en otros estudios con un modelo de investigación validado en el ámbito académico se puede entender que la naturaleza del presente documento se encuentra en este nivel.

Esta tipología de aproximación cuantitativa con intención de relevar la opinión de un grupo de personas que represente a los sujetos de la investigación a través de un cuestionario se denomina "survey" (Gil, 2006). Es un tipo de investigación usado en los diversos estudios utilizados como referencia en este artículo.

El universo de la investigación es una de las ciudades sede del mega evento FWC 2014, Natal/RN, una capital brasileña del litoral que posee 803.739 habitantes (Natal, 2011). El número de elementos a ser evaluados se enmarca en una muestra superior a 100.000 componentes (muestra infinita). Para el cálculo de la muestra en las ciencias sociales se aceptan niveles de confianza del 95% (representado con la numeración 1,96), un error máximo de 5% y un porcentaje comparativo máximo (50.50) para fenómenos sin estimación de ocurrencia (Gil, 2008). Así, el cálculo de la muestra para el presente estudio (n) es de 385 elementos, redondeando el resultado fraccionado en 384,16. Por garantía se recolectaron 400 muestras para evitar posibles respuestas inválidas que comprometieran el cálculo del universo de investigación.

A partir de las consideraciones de los estudios de referencia se eligió el abordaje personal y directo en distintas áreas de gran rotación siguiendo la rutina de la entrevista: identificación del motivo del abordaje, si el entrevistado accedía a participar se le preguntaba si residía en la ciudad y si contestaba que sí se aplicaba el cuestionario.

En lo que se refiere a los lugares de abordaje se consideró un nuevo análisis de las alternativas del comportamiento social en Brasil. Se identificaron estudios como el de Bienentein (2002) quien expone sobre el rol del shopping center en la realidad brasileña. Lo presenta como un espacio seguro que buscó integrar diversos servicios para la comunidad y se transformó en un lugar de sociabilidad de la era capitalista. De esa forma la recolección de datos en centros comerciales de gran rotación de personas, que ofrecen servicios básicos (bancos, supermercados y servicios públicos), puede considerarse como una alternativa viable para la realidad de la investigación.

Pasada la etapa del testeo se seleccionaron tres establecimientos comerciales con alta rotación de gente, frecuentados por diversas franjas socio-demográficas y ubicados en zonas estratégicas. Los establecimientos fueron: Norte Shopping (zona norte de la ciudad), Shopping Midway Mall (entre zona este y oeste) y Shopping Via Direta (zona sur).

Como instrumento de investigación se utilizó la escala de concordancia por ser una forma de medición aceptada internacionalmente con variación entre “en desacuerdo plenamente” hasta “coincido plenamente” (Gil, 2008), ampliamente usada en las investigaciones de la temática. La estructura básica del formulario aplicado tuvo una escala de 11 niveles (de 0 a 10) siendo 0 en desacuerdo plenamente y 10 coincido plenamente. Para cada una de las 7 proposiciones teóricas del modelo se realizó una pregunta general para evaluar la posición del residente a partir de la escala citada, que fue clasificada como: Factor 1- Apego a la comunidad; Factor 2- Involucramiento con la comunidad; Factor 3- Actitud ecocéntrica; Factor 4 - Confianza en los gestores; Factor 5- Percepción de beneficios; Factor 6 - Percepción de costos; Factor 7- Apoyo a la realización del evento.

Los datos recolectados fueron ordenados y agrupados a través del software Microsoft Office Excel 2007, y posteriormente trabajados de acuerdo con las especificaciones del objetivo a partir de la transferencia de los datos al software Statistica V.8.

Por tratar hipótesis previamente moduladas y validadas el eje de la investigación se dirige al análisis de la correlación directa y lineal de las proposiciones conforme las posiciones predeterminadas por Gursoy & Kendall (2006). La correlación entre dos variables es expresada por su intensidad y significancia al considerar que 1,00 representa la correlación máxima (perfecta) pudiendo ser negativa (-) o positiva (+), teniendo como variación -1,00 hasta +1,00 (Levin & Fox, 2004). Entre los distintos tipos de correlación el uso del coeficiente de correlación de Pearson (r) es el recomendable para relaciones lineales con datos intervalares compatibles y en muestras por encima de 30 casos (Levin & Fox, 2004). Estos parámetros son consistentes con la propuesta y se presentan como ideales para alcanzar los objetivos propuestos.

RESULTADOS

Las proposiciones teóricas relevadas se presentan como factores con potencial para influenciar el apoyo de los residentes al mega evento FWC 2014 en Natal. Los datos obtenidos en la investigación mediante la metodología citada se exponen en la siguiente matriz de correlación (r) destacando en negrita los valores considerados significantes (Cuadro 2).

Cuadro 2: matriz de correlación lineal entre los factores relevados

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7
Factor 1	1,00						
Factor 2	0,22	1,00					
Factor 3	-0,08	-0,07	1,00				
Factor 4	0,10	-0,03	-0,03	1,00			
Factor 5	0,12	0,15	-0,07	0,47	1,00		
Factor 6	0,13	0,06	0,04	-0,18	-0,22	1,00	
Factor 7	0,03	0,03	0,00	0,47	0,57	-0,35	1,00

Fuente: Datos de la investigación (2013)

La correlación de estos factores brinda el margen para falsificar las hipótesis relevadas, clasificadas, descriptas y justificadas en el Cuadro 3.

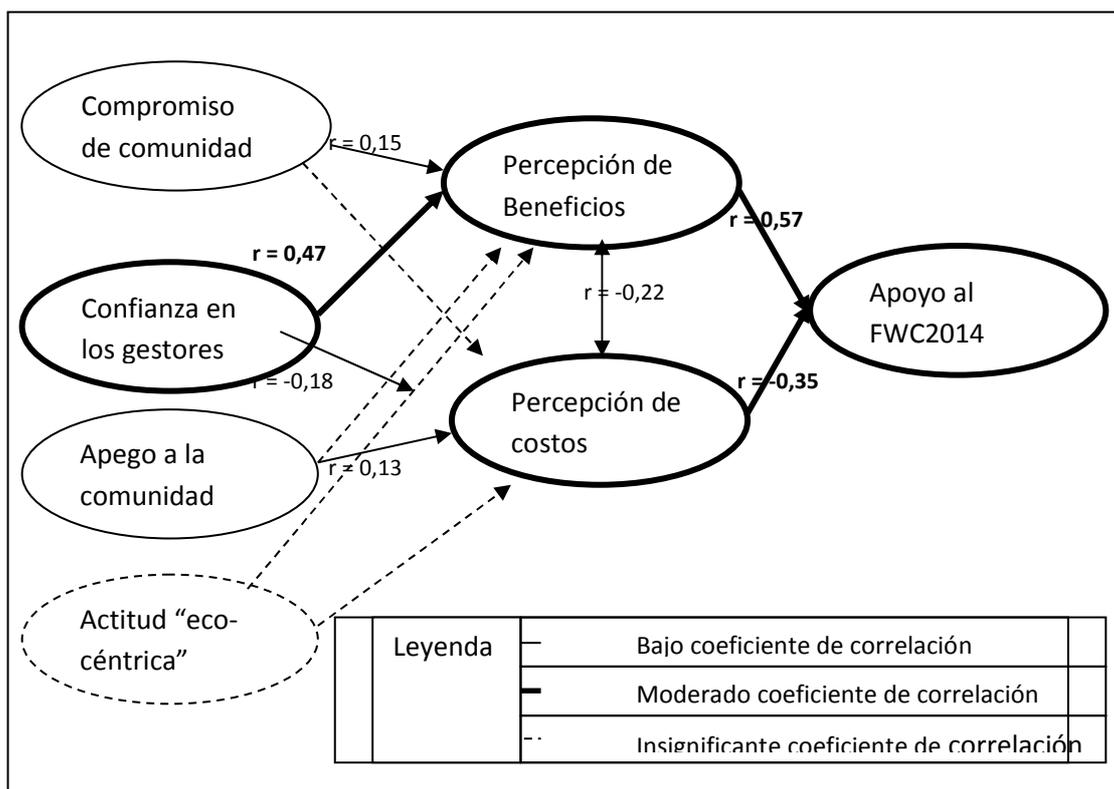
Cuadro 3: Hipótesis teóricas testeadas

H	Descripción de las Hipótesis	Principales estudios referenciales
1	Existe una relación positiva directa entre la percepción de los beneficios y el apoyo a la realización de mega eventos (Gursoy & Kendall, 2006).	Kendall & Var (1984) Ritchie & Aitken (1985) Hall (1989) Allen, Hafer, Long & Perdue(1993) Mihalik & Cummings (1995) Jeong & Faulkner (1996) Mihalik & Simonetta (1998) Deccio & Baloglu (2002)
2	Existe una relación negativa directa entre los costos percibidos y el apoyo a la realización de mega eventos (Gursoy & Kendall, 2006).	Ritchie & Aitken (1984) Kousis (1989) Cohen (1988) Mihalik & Cummings (1995) Mihalik & Simonetta (1998) Tosun (2002)
3	Existe una relación negativa directa entre los costos percibidos y los beneficios percibidos al ser sede de mega eventos (Gursoy & Kendall, 2006).	No hubo estudios referenciados, esta hipótesis entra como control para verificar si las percepciones interactúan entre sí o funcionan como variables independientes.
4	Existe una relación directa entre el apego de la comunidad y los costos percibidos (Gursoy & Kendall, 2006).	Um & Crompton (1987) Davis, Allen & Cosenza (1988) Lankford and Howard (1994)
5	Existe una relación directa entre el apego de la comunidad y los beneficios percibidos (Gursoy & Kendall, 2006).	McCool & Martin (1994) Jurowski et al. (1997) Gursoy et al. (2002) Deccio & Baloglu (2002)
6	Existe una relación directa entre la preocupación por la comunidad y los costos percibidos (Gursoy & Kendall, 2006).	Perdue, Long & Allen (1990) Gursoy et al. (2002)
7	Existe una relación directa entre la preocupación por la comunidad y los beneficios percibidos (Gursoy & Kendall, 2006).	
8	Existe una relación directa entre la actitud eco-céntrica y los costos percibidos (Gursoy & Kendall, 2006).	Jurowski et al. (1994) Jurowski et al. (1997) Gursoy et al. (2002)
9	Existe una relación directa entre la actitud eco-céntrica y los beneficios percibidos (Gursoy & Kendall, 2006).	Deccio & Baloglu (2002)
10	Existe una relación positiva directa entre el nivel de confianza de los pobladores en las instituciones gestoras y los beneficios percibidos (Nunkoo & Ramkisson, 2011).	Blau (2006) Easton (1965) Holmes (1981) Zussman (1997) Hetherington (1998)
11	Existe una relación negativa directa entre el nivel de confianza de los pobladores en las instituciones gestoras y los costos percibidos (Nunkoo & Ramkisson, 2011).	Klingemann (1999) Norris (1999) Miller & Listhaug (1999) Lovell (2001) Gilson (2003) Cropanzano & Mitchell (2005) Earle, Siegrist & Gutscher (2007) Bronfman et al. (2009)

Fuente: Datos de la investigación en base a Nunkoo & Ramkisson (2011) y Gursoy & Kendall (2006)

Del resultado general obtenido en el Cuadro 2 se destacan las correlaciones de interés evidenciadas en el Cuadro 3. De esa forma, a partir del modelo seguido se presentan los resultados en la Figura 2.

Figura 2: Correlación de Person (r) encontrada en el modelo propuesto



Fuente: Datos de la investigación (2013)

De las correlaciones analizadas, las que presentaron valores inferiores a 0,10 o que obtuvieron valor de beta insuficiente para legitimar una correlación, fueron consideradas inválidas (rechazando la hipótesis testeada). Las demás hipótesis testeadas fueron validadas con diferentes grados de correlación siguiendo la escala propuesta por Levin & Fox (2004) para las ciencias sociales, en la cual entre 0,10 y 0,30 se considera un nivel de correlación bajo y entre 0,30 y 0,60 un nivel de correlación moderado (no hubo coeficiente por encima de 0,60 que es considerado fuerte).

Así, de las 11 hipótesis testeadas, 7 fueron confirmadas (H1, H2, H3, H4, H7, H10 y H11) y 4 negadas (H5, H6, H8 y H9). Se pudo realizar un análisis específico de cada conjunto y una comparación con los resultados obtenidos por las investigaciones que basan la presente propuesta. Vale destacar que se utilizó el coeficiente de correlación lineal (pues no se enfocó el desarrollo de un modelo) y los estudios tomados como base usaron un coeficiente de ruta para modelar los factores.

Hipótesis 1, 2 y 3

A continuación se describen las primeras 3 hipótesis. *Hipótesis 1:* Existe una relación positiva directa entre la percepción de los beneficios y el apoyo a la realización de mega eventos. *Hipótesis 2:* Existe una relación negativa directa entre los costos percibidos y el apoyo a la realización de mega eventos. *Hipótesis 3:* Existe una relación negativa directa entre los costos percibidos y los beneficios percibidos por ser sede de mega eventos.

La Hipótesis 1 presentó la mayor correlación con el apoyo a la realización de mega eventos, con un coeficiente próximo a lo que es considerado como fuerte y en la dirección esperada. La Hipótesis 2 fue validada con una correlación moderada y negativa, línea teóricamente premeditada. La Hipótesis 3 también obtuvo una correlación negativa conforme lo esperado, pero con un coeficiente débil.

Al relevar los resultados obtenidos por Gursoy & Kendall (2006) se observa que la Hipótesis 1 fue confirmada con un coeficiente de ruta de 0,47, la Hipótesis 2 fue rechazada con un índice insignificante de correlación y la Hipótesis 3 fue aceptada con un coeficiente de -0,27. Al comparar los resultados entre las investigaciones se observa que las hipótesis 1 y 3 obtuvieron índices similares de correlación y la hipótesis 2 fue confirmada sólo en el presente estudio.

Este resultado destaca la aplicabilidad de la base de la SET (relación directa entre percepción y posicionamiento) como una línea de pensamiento que responde dentro de la ciencia normal a las cuestiones macro sociales. Así, renace el debate sobre la contribución de la proposición teórica “percepción de los costos”. Es clara la predominancia de la “percepción de los beneficios” y una correlación negativa entre las percepciones, incluso débil. Sin embargo, el rol exacto de la “percepción de los costos” en el posicionamiento sigue abierto. En el presente estudio se observó cómo una correlación negativa y moderada, hipótesis significativa y consistente, se contrapone a los resultados de Gursoy & Kendall (2006).

Si las primeras hipótesis sólo confirmaron una consistente base de la SET, las demás se adentran en las inconformidades respecto de los factores que influyen en la percepción de costos y beneficios. Entender que la percepción influye al apoyo parte de un encadenamiento lógico empíricamente testado, pero la búsqueda de avances para la gestión de esos *stakeholders* está en saber qué factores actúan directamente en la percepción e indirectamente en el apoyo.

Hipótesis 4 y 5

A continuación se describen las Hipótesis 4 y 5. *Hipótesis 4*: Existe una relación directa entre el apego a la comunidad y los costos percibidos. *Hipótesis 5*: Existe una relación directa entre el apego a la comunidad y los beneficios percibidos.

Las Hipótesis 4 y 5 giran en torno al factor “apego a la comunidad”. Al suponer que el apego de los residentes se relaciona con las percepciones positivas y negativas, los estudios recientes sobre la temática aún no definieron la dirección (positiva o negativa). Sólo observaron las correlaciones y buscan entender la forma en que este factor actúa en la percepción.

Los resultados revelan la validación de la Hipótesis 4 y la falsedad de la Hipótesis 5. La relación entre el sentimiento de apego y la percepción del beneficio no presentó significancia y por eso es

rechazada. La relación entre el sentimiento de apego y la percepción de los costos presentó una correlación baja pero suficiente para confirmar la proposición en cuestión.

Gursoy & Kendall (2006) presentaron resultados opuestos a los del presente estudio al rechazar la Hipótesis 4 y confirmar la Hipótesis 5 con un coeficiente de 0,11. La suposición de los autores de que los residentes cuando más tiempo llevan en la comunidad más piensan en las mejoras a largo plazo no se confirmó en la presente investigación. Al mismo tiempo, los autores relativizan que al depender del tipo de desarrollo la relación entre percepciones puede invertirse.

De todas formas, los dos estudios indicaron coeficientes de correlación entre apego y percepción débiles que rayan la insignificancia, hecho que contradice la importancia de ese factor como representativo en la influencia de la percepción y la posición del residente en contra o a favor de los mega-eventos. En este caso, se debe considerar la posibilidad de que la proposición tenga una mayor representatividad en los análisis enfocados en el desarrollo de la actividad turística en una localidad, como los estudios realizados por Deccio & Baloglu (2002) y Gursoy, Jurowski & Uysal (2002), y no en un mega evento.

Hipótesis 6 y 7

A continuación se describen las Hipótesis 6 y 7. *Hipótesis 6:* Existe una relación directa entre el involucramiento con la comunidad y los costos percibidos. *Hipótesis 7:* Existe una relación directa entre el involucramiento con la comunidad y los beneficios percibidos.

Las Hipótesis 6 y 7 giran en torno de la proposición “involucramiento con la comunidad” en el bienestar social, al considerar que las personas preocupadas/interesadas porque la sociedad mejore producen patrones de percepción similares y un patrón de posicionamiento frente al turismo y a los mega eventos. Los estudios recientes aún no definieron la dirección (positiva o negativa), sólo observaron las correlaciones. Así, también se busca entender la forma en que este factor actúa en la percepción.

Los resultados revelan la falsedad de la Hipótesis 6 y validan la Hipótesis 7. La relación entre “involucramiento” y “percepción de los beneficios” presentó un coeficiente de 0,15 y por eso fue confirmada en el presente estudio. La relación entre “involucramiento” y “percepción de los costos” no presentó una correlación suficiente para confirmar la proposición en cuestión que fue negada.

El estudio referenciado presentó resultados similares y diferentes. Similares en lo que se refiere a la confirmación de la relación “involucramiento” y “percepción de los beneficios”, con un índice de 0,38. Diferentes en relación a la percepción de los costos, donde presentó una correlación directa y negativa de -0,22.

La comparación de los resultados confirma la existencia de una relación positiva directa entre el involucramiento y la percepción de beneficios, hecho que destaca la proposición que establece que las personas interesadas en que la sociedad mejore ven con optimismo los cambios que produce un evento. Esto no fue confirmado directamente con los costos, a pesar de que Gursoy & Kendall (2006), Mihalik & Cummings (1995) y Mihalik & Simonette (1998), entienden que las personas interesadas en mejorar el bienestar colectivo también son optimistas al relativizar los costos.

Hipótesis 8 y 9

A continuación se describen las hipótesis 8 y 9. *Hipótesis 8*: Existe una relación directa entre la actitud eco-céntrica y los costos percibidos. *Hipótesis 9*: Existe una relación directa entre la actitud eco-céntrica y los beneficios percibidos.

Las hipótesis 8 y 9 están representadas por la proposición “actitudes eco-céntricas” en relación a los costos y beneficios percibidos al considerar que los valores socioambientales influyen en la percepción e indirectamente en el apoyo a los mega eventos. Estas hipótesis, así como las hipótesis 4, 5, 6 y 7, derivan de estudios recientes y aún no poseen dirección de los vectores en análisis al buscar sólo correlaciones directas.

Durante el análisis de la distribución de la variable central (actitudes eco-céntricas) se observó una baja variancia de las respuestas, siendo que el 90% de los entrevistados puntuó con 9 ó 10 la pregunta central que define el factor. Para la mayoría de los entrevistados la actuación del hombre es invariablemente destructiva para el medio ambiente. Esta polarización de las respuestas puede haber comprometido las correlaciones que al ser computadas no presentaron betas suficientes para legitimar las hipótesis relacionadas con esta proposición.

Conforme Blau (2006) las opiniones sociales son expresadas a partir de dos líneas de pensamiento, una relativa a las experiencias pasadas y otra relativa al sentido común. La continua y creciente campaña global de protección ambiental puede ser una respuesta de sentido común surgida de la plena coincidencia en la valoración ambiental indicada en los resultados, siendo casi unánime. En esta situación no es posible encontrar patrones diferenciadores de respuesta.

Gursoy & Kendall (2006) encontraron una relación directa y positiva en ambas percepciones (beneficios y costos) al tener 0,17 y 0,27 como coeficientes respectivos. Así, a pesar de que la percepción de los costos se destacó, las personas con alto índice de valores “ecocéntricos” pusieron mayor atención en realizar esa tipología de transformación social.

Hipótesis 10 y 11

Se describen a continuación las dos últimas hipótesis. *Hipótesis 10*: Existe una relación positiva directa entre el nivel de confianza de los pobladores en las instituciones gestoras y los beneficios percibidos. *Hipótesis 11*: Existe una relación negativa directa entre el nivel de confianza de los pobladores en las instituciones gestoras y los costos percibidos.

Las hipótesis 10 y 11 están relacionadas con la única proposición proveniente del modelo de Nunkoo & Ramkisson (2011), confianza en los gestores. Estas hipótesis presentan solidez teórica porque forman parte de los conceptos básicos de la SET (Blau, 2006) y solidez en los tests empíricos realizados en los estudios previos de Nunkoo. De esa forma, es posible una proposición hipotética de la dirección de la correlación, en la cual se busca una relación directa y positiva entre los niveles de confianza y percepción de los costos y una relación directa negativa entre los niveles de confianza y percepción de los beneficios.

Ambas hipótesis fueron confirmadas dentro de los parámetros establecidos, siendo el coeficiente en los beneficios de 0,47 y en los costos de - 0,18, ambos significativos. Se observó una correlación moderada y positiva en lo que respecta a la “percepción de los beneficios” y una correlación baja y negativa en lo que respecta a la “percepción de los costos”. Esta fue la única proposición de la investigación que obtuvo éxito en todas las hipótesis testeadas.

Nunkoo & Ramkisson (2011) obtuvieron resultados similares con un índice de 0,24 para la percepción de los beneficios y -0,22 para la percepción de los costos. Los autores confirmaron las hipótesis y a partir de éste y otros resultados previos de éxito como el de Bronfman, Vazquez & Dorantes (2009), Siegrist (2000) y Siegrist & Cvetkovich (2000), sugieren el uso de esta proposición teórica como base para explicar la percepción y el apoyo de los residentes al turismo.

Se observa el debate teórico desplegado en las referencias bibliográficas, en el cual la proposición general de la teoría responde de forma satisfactoria a la relación entre percepción y apoyo. Al mismo tiempo, existen baches en los avances que alcanzan a la identificación de factores que influyen en esa percepción.

Al considerar que la teoría de los intercambios sociales entiende las reacciones humanas a partir de decisiones conscientes, midiendo costos y beneficios de forma lógica para la toma de decisiones se entiende esta proposición como válida dentro del modelo propuesto. Los matices críticos de esta teoría no se sustentan dentro de esa tipología de estudios en el sector, incluyendo este estudio donde la validación de las hipótesis 1, 2 y 3 confirma que el comportamiento humano genera respuestas con un patrón lógico de consciencia.

Existe una relación directa y representativa entre los factores percepción y apoyo, pero aún persiste el debate sobre el uso o no del factor “percepción de costos”. De la misma forma que en los trabajos que fundamentan la presente investigación en la Figura 3 se observa una relación más débil entre los factores “percepción de costos” y “apoyo” si se los compara con “percepción de los beneficios” y “apoyo”. Esto explica el uso con éxito en ciertos estudios (Choong-Ki & Back, 2006) sólo de la proposición “percepción de los beneficios”. Esto no significa que la proposición “percepción de los costos” sea irrelevante sino que la percepción de los beneficios responde de manera satisfactoria al modelo y posee una correlación negativa con los costos, resumiendo y objetivando el modelo.

En lo que se refiere a los factores que influyen en la percepción, del universo de las 4 proposiciones teóricas abordadas 3 obtuvieron correlación representativa con las percepciones “apego a la comunidad”, “involucramiento de la comunidad” y “confianza en los gestores”; y en 1 no hubo niveles de correlación considerados representativos con las percepciones actitud “eco-céntrica”. Estas respuestas que presentaron divergencias eran esperadas, pues abordar los factores que expliquen la percepción es traspasar las fronteras de la normativa científica y entrar en el campo del conflicto académico de los nuevos avances.

Los resultados obtenidos por Gursoy & Rutherford (2004) en relación a la proposición “actitud eco-céntrica” también presentaron inconsistencias con niveles de correlación considerados bajos, alternados entre negativos y positivos. Esto provocó algunas críticas por parte de autores del área que no encontraron resultados satisfactorios.

Los otros tres factores mensurados presentaron correlaciones con la percepción siendo que dos (involucramiento con la comunidad y apego a la comunidad) obtuvieron sólo una correlación con bajo coeficiente, y 1 (confianza en los gestores) obtuvo una correlación con ambas percepciones (una de ellas con elevado coeficiente de correlación).

El resultado de las correlaciones de estos dos factores con correlación significativa más baja, a pesar de ser muy usados, divergen a un punto que no dirige las hipótesis como la correlación positiva y negativa. Al depender de cada escenario estos factores presentan resultados distintos, generalmente válidos, como en la presente investigación; pero aún no se entiende la forma en que se presenta esa influencia. Así, cabe desarrollar conceptos basados en la teoría en uso para proposiciones que expliquen la relación de estos factores encontrada y cómo estos resultados entran dentro de un modelo general.

A partir de los resultados presentados en la Figura 3 se puede concluir que las personas apegadas a las comunidades son más resistentes a los cambios en un ambiente que les es confortable. Se consideran incluidas en el bienestar social y tienen una visión progresista y optimista respecto de los mega proyectos para la ciudad. No obstante, estas proposiciones no son conclusivas.

El factor “confianza en los gestores”, entre los relacionados con la percepción, fue el que obtuvo resultados más representativos. No es que este factor estuviera desacreditado pues los recientes resultados de Nunkoo & Ramkisson (2011) dejan bien clara su importancia, sino que se debe a que es una proposición teórica nueva en lo que se refiere a gestión de proyectos turísticos. En términos generales, el factor adicionado al modelo propuesto en la presente investigación se mostró muy relevante entre los que buscaban la influencia en la percepción con correlación en las dos formas de percepción, dentro de las respectivas direcciones esperadas (positiva para beneficios y negativa para costos) con los mayores índices de correlación.

La representatividad de los resultados obtenidos con este factor se extiende más allá de las hipótesis relevadas, desde el momento en que éste fue el único de los cuatro factores en que se esperaba una correlación con la percepción y que superó ese nivel al llegar a una correlación significativa directa con apoyo, con un coeficiente directo y positivo de 0,47.

Los resultados obtenidos como el del factor “confianza en los gestores” confirman la escuela teórica del modelo, por ser un factor clásico de la SET y poseer niveles de correlación contrastantes al punto de tornarse el eje central para explicar el modelo, abriendo posibilidades de indicaciones gerenciales para el proyecto turístico en foco.

CONCLUSIÓN

Al tomar como base el objetivo del presente estudio cabe considerar que los residentes considerados en la investigación son influenciados para apoyar un mega evento por la “percepción de beneficios”, “percepción de costos”, “confianza en los gestores”, “apego a la comunidad” e “involucramiento en la comunidad”. Hay que tener en cuenta que los factores “percepción de beneficios”, “percepción de costos” y “confianza en los gestores” al presentar niveles de significancia superiores a los demás y ser clasificados una categoría más arriba, pueden ser considerados como determinantes.

De los avances obtenidos en lo que se refiere a la búsqueda de un modelo general se observa que las hipótesis centrales que caracterizan la SET (1, 2, 3, 10 y 11) se confirmaron con significancia, reafirmando la validez de la escuela teórica utilizada. Al mismo tiempo los bajos resultados presentados en las demás (4, 5, 6, 7, 8 y 9) refuerzan la posición de algunos autores que creen que aún hay baches en cuanto a proposiciones que expliquen la percepción y el posicionamiento.

El estudio permite un avance en la comprensión del escenario nacional como el mega evento FWC 2014 en Brasil, donde se produjeron manifestaciones populares en contra del mismo. A partir de los resultados obtenidos se entiende que los grupos opositores al mega evento surgieron por la falta de percepción de beneficios que vaya a poseer el mega evento. Incluso algunos entendieron que el

mega evento traerá problemas. Esto puede basarse en la falta de confianza en los gestores públicos y privados.

El presente estudio abre futuras líneas de investigación en lo que respecta a la modulación de los factores. Es necesario repensar los valores “apego”, “involucramiento” y “ecocentrismo” a partir de la teoría modelo (SET), que continúa confirmando sus columnas y gana credibilidad como escuela base. Se debe profundizar en el factor “confianza” pues fue claramente influyente. En lo que hace a las diferencias de percepción de los latinos cabe realizar otros estudios como éste enfocados en el continente para trazar similitudes con la presente investigación y delinear un modelo de respuesta específica. En lo que respecta al mega evento FWC 2014 deben hacerse aplicaciones periódicas para medir las fluctuaciones de las percepciones antes y después del evento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bienenstein, G.** (2002) “Shopping center: O fenômeno e sua essência Capitalista”. *Geographia* (6): 71-98
- Blau, P. M.** (2006) “Exchange and power in social life. Wiley, New York
- Brasil** (2010) “Documento referencial de turismo no Brasil Turismo no Brasil - 2011/ 2014”. Ministério do Turismo, Brasília
- Bronfman, N. C.; Vazquez, E. L. & Dorantes, G.** (2009) “An empirical study for the direct and indirect links between trust in regulatory institutions and acceptability of hazards”. *Safety Science* 47: 686–692
- Chaldwick, J. K.** (1976) “Social exchange theory: Its structure and influence in social psychology”. Saint Mary’s University, Halifax
- Choong-ki, L. & Back, K. J.** (2003) “Pre- and post- casino impact of residents perception”. *Annals of Tourism Research* 30(4): 868–885
- Choong-ki, L. & Back, K. J.** (2006) “Examining structural relationships among perceived impact, benefit, and support for casino development based on 4 year longitudinal data”. *Tourism Management* 27(3): 466–480
- Choong-ki, L.; Kang, S. K.; Long, P. & Reisniger, Y.** (2010) “Residents' perceptions of casino impacts: A comparative study”. *Tourism Management* 31(2): 189-201
- Cook, K. S. & Rice, E.** (2006) “Handbook of social psychology: social exchange theory”. University of Wisconsin Madison, Madison
- Deccio, C. & Baloglu, S.** (2002) “Nonhost community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: The spillover impacts”. *Journal of Travel Research* 41:46–56
- Emerson, R. C.** (1962) “Power dependence relation.” *American Sociological Review* 40: 27-31
- Emerson, R. C.** (1976) “Social exchange theory”. *Annual Review of Sociology* 2: 335-362
- Galeano, E.** (1982) “As veias abertas da América Latina”. Paz e Terra, Rio de Janeiro
- Gallarza, M. G.; Garcia, H. C. & Saura, I. G.** (2002) “Destination image: towards a conceptual framework”. *Annals of Tourism Research* 29(1): 56-78

- Getz, D.** (2008) "Event tourism: Definition, evolution, and research". *Tourism Management* 29(3): 403–428
- Gil, A. C.** (2006) "Como elaborar projetos de pesquisa". Editora Atlas, São Paulo
- Gil, A. C.** (2008) "Métodos e técnicas da pesquisa social". Editora Atlas, São Paulo
- Gursoy, D.; Jurowski, C. & Uysal, M.** (2002) "Resident attitudes: a structural modeling approach". *Annals of Tourism Research* 29(1): 79-105
- Gursoy, D. & Kendall, K. W.** (2006) "Hosting mega events: modeling locals' support". *Annals of Tourism Research* 33(3): 603-623
- Gursoy, D. & Rutherford, D.** (2004) "Host attitudes toward tourism: An improved structural model". *Annals of Tourism Research* 31(3): 495–516
- Homans, G. C.** (1961) "Social behaviors: It is a elementary forms". Harcourt, New York
- Kim, H. J.; Gursoy, D. & Lee, S. B.** (2006) "The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre- and post-games". *Tourism Management* 27(1): 86–96
- Kim, S. S. & Petrick, J. F.** (2005) "Residents' perceptions on impacts of the FIFA2002 World Cup: the case of Seoul as a host city". *Tourism Management* 26(1): 25-38
- Kunh, T. S.** (2009) "A estrutura das revoluções científicas". Perspectiva, São Paulo
- Leiper, N.** (1979) "The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry". *Annals of Tourism Research* 6(4): 390-407
- Levin, J. & Fox, A.** (2004) "Estatística para ciências humanas". Prentice Hall, São Paulo
- Mihalik, B. & Cummings, P.** (1995) "Host perceptions of the 1996 Atlanta Olympics: Support, attendance, benefits and liabilities". *Travel and Tourism Research Association 26th Annual Proceedings*, pp. 397–400
- Mihalik, B. & Simonette, L.** (1998) "Resident perceptions of the 1996 Summer Olympic Games: Year II". *Festival Management and Event Tourism* 5(1):9–19
- Milito, M. C.; Marques Jr., S. & Lemuel, M. A.** (2013) "Percepção do residente em relação a turismo e megaevento: análise bibliométrica de periódicos internacionais e latino-americanos". *Revista Turismo em Análise* 24(3): 482- 502
- Natal - Prefeitura Municipal** (2011) "Anuário Natal 2010". SEMURB, Natal
- Nunkoo, R. & Ramkisson, H.** (2011) "Developing a community support model for tourism". *Annals of Tourism Research* 38(3): 964–988
- Nunkoo, R.; Ramkisson, H. & Gursoy, D.** (2012) "Public trust in tourism institutions". *Annals of Tourism Research* 39(3): 1538-1564
- Organização Mundial do Turismo** (2014) Disponível em: <http://unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>. acesso em: 20/01/2014
- Perdue, R. R.; Long, P. T. & Allen, L.** (1990) "Resident support for tourism development". *Annals of Tourism Research* 17(4): 586-599
- Project Management Institute – PMI** (2008) "Guia PMBOK". Pennsylvania
- Sanchez, V. A.; Bueno, P. N. & Mejia, P. M. A.** (2011) "Explaining residents attitudes to tourism: Is a universal model possible?" *Annals of Tourism Research* 38(2): 460–480

Sánchez, A. V.; Mejía, A. P. & Bueno, N. P. (2009) "Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community". *Journal of Travel Research* 47(3): 373–387

Siegrist, M. (2000) "The influence of trust and perceptions of risks and benefits on the acceptance of gene technology." *Risk Analysis* 20(2): 195–203

Siegrist, M. & Cvetkovich, G. T. (2000) "Perceptions of hazards: The role of social trust and knowledge". *Risk Analysis* 20(5): 713–719

Waitt, G. (2003) "Social impacts of the Sydney Olympics". *Annals of Tourism Research* 30(1): 194–215

Ward, C. & Berbo, T. (2011) "Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists". *Annals of Tourism Research* 38(4): 1556–1569

Recibido el 08 de febrero de 2014

Reenviado el 12 de abril de 2014

Aceptado el 20 de abril de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués