

## 2016 Olympic Games: correlating Brazil and Rio de Janeiro images

Luciana Brandão Ferreira<sup>1</sup>  
Janaina de Moura Engracia Giraldi<sup>2</sup>

### Abstract

This paper aims to relate Rio de Janeiro's image as 2016 Olympic Games host city and Brazil's tourist destination image, exploring the main cognitive/affective image dimensions and the overall tourists' destinations image. The research design uses quantitative methods: exploratory factorial analysis and correlations. The data was collected online and face to face by structured questionnaires with respondents with high international travel experience, sample of (n=274). The results shows that Rio and Brazil overall images are similar, with two main factors in each dimension: Cognitive ("General Infrastructure"; "Services and Attractions") and Affective ("Positive feelings"; "Negative feelings"), however some variables were different. It was also found strong correlations between Brazil and Rio de Janeiro images, especially with the affective factor "Positive feelings". Both in Brazil overall image and Rio 2016 Olympic Games overall image, the affective aspects were more correlated to the overall images of each place individually. The strongest correlations were found between the corresponding factors in the images of the two places - Rio and Brazil. "Rio services and attractions" and "Brazil services and attractions"; as well as "Brazil General infrastructure" and "Rio General infrastructure". While the literature mostly highlight the importance of the cognitive aspects on the overall image of the destination, the result brings contribution showing the importance of the affective dimension in the general destination image considering two connected destinations and the hosting of a sport mega-event. Also The organization of cognitive image attributes in two large groups as pointed out the result of the factorial analysis can be beneficial for public and private policy purposes that reflect in the image improvement of the destination. Once it was found two major groups to work on: general infrastructure and services and attractions, which include important variables related to public investment such as "security", as well as private like "historical and cultural attractions", "attractive cuisine", "accommodation".

**Keywords:** 2016 Olympic Games. Host city. Tourist Destination image. Brazil. Rio de Janeiro

### Resumo

O objetivo deste artigo é relacionar a imagem do Rio de Janeiro como a cidade anfitriã dos Jogos Olímpicos de 2016 e a imagem do destino turístico Brasil, explorando as principais dimensões da imagem cognitiva / afetiva e a imagem geral dos destinos turísticos. O delineamento da pesquisa utiliza métodos quantitativos: análise fatorial exploratória e correlações. Os dados foram coletados *on-line* e presencialmente por meio de questionários estruturados com um público com alta experiência

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Administração das Organizações - USP. Professora Adjunta do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão. <http://lattes.cnpq.br/3205513687552150>. [bfluciana@gmail.com](mailto:bfluciana@gmail.com)

<sup>2</sup> Doutora em Administração – USP. Professora Associada de Administração e Marketing da FEA-RP / Universidade de São Paulo (USP). <http://lattes.cnpq.br/3417855296570358>. [jgiraldi@usp.br](mailto:jgiraldi@usp.br).

**XV Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
19 a 21 de setembro de 2018 – São Paulo/SP**

em viagens internacionais, amostra de ( $n = 274$ ). Os resultados mostram que as imagens gerais do Rio e do Brasil são semelhantes, com dois fatores principais em cada dimensão: Cognitiva (“Infraestrutura Geral”, “Serviços e Atrações”) e Afetiva (“Sentimentos Positivos”; “Sentimentos Negativos”), porém algumas variáveis foram diferentes. Também foram encontradas fortes correlações entre as imagens do Brasil e do Rio de Janeiro, especialmente com o fator afetivo “Sentimentos Positivos”. Tanto na imagem geral do Brasil quanto na imagem geral dos Rio enquanto sede dos Jogos Olímpicos de 2016. Os aspectos afetivos também foram mais correlacionados com a imagem geral de cada local individualmente. As correlações mais fortes foram encontradas entre os fatores correspondentes nas imagens dos dois lugares - Rio e Brasil. "Serviços e atrações do Rio" e "Serviços e atrações do Brasil"; bem como "Infraestrutura Geral do Brasil" e "Infraestrutura Geral do Rio". Enquanto a literatura destaca principalmente a importância dos aspectos cognitivos na imagem global do destino, o resultado traz contribuição mostrando a importância da dimensão afetiva na imagem geral do destino considerando dois destinos conectados e a realização de um megaevento esportivo. A organização dos atributos da imagem cognitiva em dois grandes grupos, como apontou o resultado da análise fatorial, pode ser benéfica para fins de políticas públicas e privadas que refletem na melhoria da imagem do destino. Uma vez que foram identificado encontrados dois grandes grupos para trabalhar: infraestrutura geral e serviços e atrações, que incluem variáveis importantes relacionadas ao investimento público, como “segurança”, bem como privadas como “atrações históricas e culturais”, “culinária atraente”, “alojamento”.

**Palavras-chave:** Jogos Olímpicos 2016. Cidade-sede. Imagem de destino turístico. Brasil. Rio de Janeiro.