

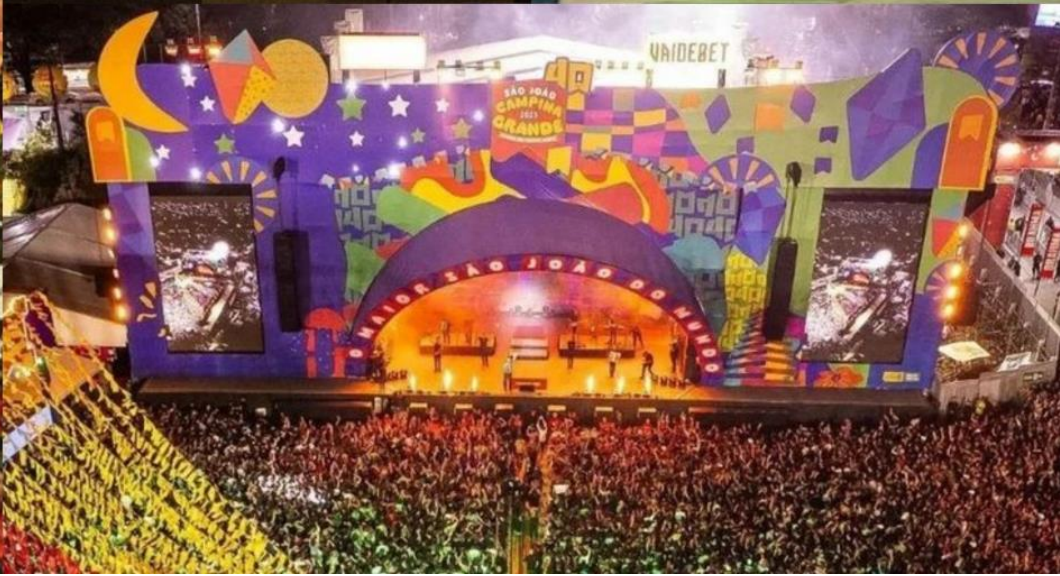


UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE

ENTRE O VIRTUAL E O PRESENCIAL

A FESTA COMO ESPAÇO DE
DESENHO DE EXPERIÊNCIAS

GILDYGLEIDE CRUZ DE BRITO RÊGO



GILDYGLEIDE CRUZ DE BRITO RÊGO

**ENTRE O VIRTUAL E O PRESENCIAL: A FESTA COMO ESPAÇO DE DESENHO
DE EXPERIÊNCIAS**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação
em Turismo da Universidade Federal do Rio
Grande do Norte, como requisito obrigatório
para a obtenção do título de Doutora em
Turismo, na área de Turismo, Desenvolvimento
e Gestão

Orientador: Ricardo Lanzaolini, Dr.
Coorientadora: Josemery Araújo Alves, Dra.

Natal/RN

2024

ENTRE O VIRTUAL E O PRESENCIAL: A FESTA COMO ESPAÇO DE DESENHO DE EXPERIÊNCIAS

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito obrigatório para a obtenção do título de Doutora em Turismo, na área de Turismo, Desenvolvimento e Gestão.

Orientador: Ricardo Lanzarini, Dr.
Coorientadora: Josemery Araújo Alves, Dra.

Natal, 05 de abril de 2024.

BANCA EXAMINADORA

Presidente da Banca - Ricardo Lanzarini, Dr.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Vice-presidente da Banca - Josemery Araújo Alves, Dra.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Examinador Interno - Luiz Augusto Machado Mendes Filho, Dr.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Examinador Externo - Miguel Moital, Dr.
Bournemouth University Business School

Examinador Externo - Saulo Gomes Batista
Universidade Estadual do Rio Grande do Norte (UERN)

Dedico este trabalho à mulher mais incrível do mundo, minha mãe Goretti Cruz, não apenas por ser colo, fortaleza e farol, mas sobretudo, por ser generosidade, afeto e amor.

AGRADECIMENTOS

A gratidão é a bondade que recebemos e retribuímos. É o apreço por cada oração, orientação, abraço, colo, cafuné, conversa boa e xícara de café. É valorizar cada lágrima substituída por sorriso e dor convertida em paz. A gratidão é o reconhecimento aos enfrentamentos e batalhas travadas em nosso nome, honrando os sacrifícios e as conquistas decorrentes.

Agradeço, antes de tudo, a Deus Pai, criador e sustentador do universo, por me abençoar com a vida, a saúde e a oportunidade de seguir meus sonhos. Gratidão por sua infinita misericórdia e amor, que me guiam e protegem todos os dias.

Agradeço a Jesus Cristo, meu salvador e norteador, por me mostrar o caminho da verdade, do amor e da justiça. Seus ensinamentos me inspiraram a ser uma pessoa melhor, mais compassiva e empática. Por meio de suas palavras, encontrei força nos momentos difíceis e paz em meu coração.

Com imensa gratidão, dedico este espaço ao feminino, à força e sensibilidade das mulheres que traçam suas batalhas diárias em busca de igualdade. Em cada mulher, um universo! Agradeço às mães, filhas, pesquisadoras, donas de casa, cientistas, empreendedoras e a todas as mulheres em suas diversas fases, tempos e versões. Àquelas que abriram caminhos, desafiando normas e estereótipos, construindo pontes para o futuro, às que inspiram e guiam, liderando com sabedoria, compaixão e determinação, às que nutrem e acolhem, construindo laços de afeto e amparo, às que expressam sua arte e talento, transformando o mundo com sua criatividade e àquelas que lutam contra a opressão e a injustiça, erguendo suas vozes por um mundo mais justo.

De maneira especial, sou grata àquelas que iluminam meu caminho e me inspiram a ser uma pessoa melhor. Agradeço, em primeiro lugar, às minhas avós, Amara (*in memoriam*) e Alice, mulheres à frente de seu tempo que construíram um legado alicerçado no amor e na força. À minha mãe Goretti, personificação da doação, do acolhimento e do afeto, sua presença constante e seus ensinamentos me guiam e me servem de exemplo. Quando crescer, quero ser igual a você! Minha irmã, com seu ‘desequilíbrio’ entre força e sensatez, é fonte de conselhos, trocas, ensinamentos e incentivo constantes. "Ela me faz tão bem!" Minha sobrinha Liz Cruz, que tem uma maturidade que oscila entre 5 e 50 anos, por me apresentar um mundo repleto de cor, ludicidade, magia e emoção. Minhas filhas, Giulia e Elisa, me transformam em alguém melhor a cada dia. Vocês são meu melhor projeto, a razão da minha força e a inspiração que me impulsiona a seguir em frente. Amo mais do que tudo!

Agradeço também a cada mulher que me inspira com suas histórias de vida permeadas de determinação e dedicação, especialmente à Matilde Cruz, Maria da Apresentação Cruz, Gelza Brito, Venessa Brito, Dinarah Brito, Tatiana Cruz, Rosicleide Freire, Noraia Marília, Fabiana Costa, Katyvânia Araújo, Marianne Rêgo, Samantha Rêgo, Patrícia Amaral, Josymeire Silva, Renata Negreiros, Ronalba Lidianne, Joana Cavalcanti e Aparecida Rêgo.

Não poderia deixar de mencionar Dona Francisca, pois se concluiu este trabalho hoje, devo muito ao seu apoio. Confiei a você o cuidado da minha bebê Elisa e a senhora atuou com tanta maestria que hoje ela te enxerga como um ente familiar. Muito obrigada!

Agradeço também a João Avelino Júnior, pai de minhas filhas, que mesmo entre nossas diferenças me incentivou e subsidiou o desenvolvimento de minha carreira acadêmica.

A Elizandra Rêgo, meu carinho e gratidão. A aplicação de um alto quantitativo de questionários só foi possível com seu apoio e suas técnicas de abordagem.

Klis e Charles, vocês são os melhores amigos que alguém pode ter! Nossas conversas terapêuticas me conduziram até aqui. Sem vocês, eu teria me perdido no meio do caminho. Obrigada por serem luz na minha vida.

Ao meu orientador, Ricardo Lanza, expresso minha profunda gratidão por sua paciência, orientação impecável, apoio constante, ensinamentos valiosos, dedicação incansável e troca de memes. Sua expertise, sabedoria, incentivo e uma dose de bom humor foram essenciais não apenas para o desenvolvimento deste trabalho, mas para meu aperfeiçoamento profissional e pessoal. Você é incrível!

À Josemary Araújo Alves, minha coorientadora, que uniu o rigor de uma orientação acadêmica, a sensibilidade e empatia de ser mulher, mãe e pesquisadora. Entender meu universo estreitou nossos laços afetivos.

Aos membros da banca examinadora, agradeço a leitura crítica e atenta da tese, pelas sugestões relevantes e pelos comentários construtivos que aprimoraram significativamente o estudo. Sua expertise e rigor científico contribuíram para a qualidade final do trabalho.

Aos colegas de programa, em especial Lyvia Camila, Ana Luiza e Aline Barros, agradeço a amizade, o companheirismo e o apoio mútuo durante a jornada do doutorado. As discussões, os debates, as frustrações compartilhadas e a troca de experiências foram fontes de aprendizado e crescimento.

A Adson Claudino, aquele que um dia foi meu orientando na graduação e hoje é meu colega da pós-graduação, minha gratidão pelo suporte emocional, social, técnico e logístico. Você tem papel importante na construção desta pesquisa.

À Universidade Federal do Rio Grande do Norte, PPGTUR e DETUR agradeço por ser lar! Minha jornada por aqui, que se iniciou em 2004 e foi retomada em 2016, não finda com o término do doutorado. Oxalá eu possa um dia retornar e atuar no papel docente, com todos os ensinamentos que aqui adquiri. Agradeço pela infraestrutura, recursos e suporte técnico essenciais para a realização da pesquisa, assim como aos funcionários e colaboradores pela cordialidade e pelo auxílio prestado.

À CAPES, agradeço a bolsa de doutorado que viabilizou minha dedicação integral ao estudo. O apoio financeiro foi fundamental para a concretização desta pesquisa.

A todos que, de alguma forma, direta ou indiretamente, contribuíram para este trabalho, agradeço profundamente. Sem o apoio e a colaboração de cada um, este projeto não teria sido possível.

Este trabalho é fruto de um esforço coletivo e representa a culminação de anos de estudo e dedicação. Agradeço a todos que me acompanharam nesta jornada e que, de alguma forma, tornaram este sonho possível.

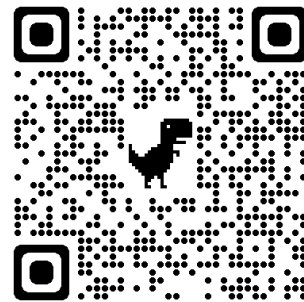
SUGESTÃO: Antes de iniciar a leitura acesse os QR Codes!



Mossoró Cidade Junina



São João de Campina Grande



São João de Caruaru

“A vida sem festas é um longo caminho sem hospedarias”.
(Demócrito, 460 a.C. — 370 a.C)

RESUMO

Ao longo dos tempos, os eventos têm passado por metamorfoses significativas, impulsionadas por uma miríade de influências, desde avanços tecnológicos até mudanças culturais. Essas transformações são particularmente evidentes quando se considera a experiência do usuário como algo que transcende a mera participação, tornando-se a chave para a conexão emocional, e o *design* de eventos como uma ferramenta crucial na projeção de vivências memoráveis. Nesse sentido, a presente pesquisa analisou a influência do método de *Design* de Eventos para a otimização e aprimoramento da experiência do usuário, considerando as dinâmicas distintas entre o universo virtual e presencial. Utilizando a fenomenologia como método, buscou-se identificar as experiências projetadas pelos organizadores e compreender as percepções, emoções e significados atribuídos pelos participantes. A abordagem qualitativa foi empregada por permitir uma compreensão profunda e contextualizada de fenômenos complexos e subjetivos. Com foco nas festas populares, o universo do estudo englobou as festas juninas do nordeste brasileiro, delimitando a amostra no Mossoró Cidade Junina, no São João de Campina Grande e no São João de Caruaru, determinando como atores da pesquisa os usuários dos festejos, virtuais e presenciais, e representantes das organizações envolvidas. Utilizou-se da combinação das escalas Domínios da Experiência, *Events Experience Scale* (EES), *Event Social Interaction Scale* (ESIS) e *Event Experience Mapping Model* (EEMM) para o desenvolvimento das ferramentas de coleta de dados: roteiro de entrevista semiestruturada em profundidade, plano subsidiador da observação participante, questionário integrado de medição e interpretação da experiência do usuário e *card sorting* destinado a amostra teórica. A análise dos dados foi realizada com base na Teoria Fundamentada dos Dados *Straussiana* ou Relativista (TFD) e com o auxílio do *software Iramuteq*. Considerando os resultados provenientes do âmbito virtual e presencial, demonstrou-se que, embora haja uma preocupação genuína da organização das festas com a experiência dos participantes, a falta de uma abordagem estratégica e orientada ao *design* de eventos limitou o potencial de criação de experiências. As lacunas identificadas, por meio da triangulação dos dados, revelaram que essa ausência resultou em uma ação incipiente sobre as dimensões do engajamento cognitivo, apesar das festas juninas disponibilizarem amplo espectro para concatenar o entretenimento ao aprendizado, e sobre a vivência da novidade, que emergiu de forma incipiente diante do contexto inovador das *lives* disponibilizadas em período pandêmico. Assim, validou-se o entendimento do *design* de eventos como uma ferramenta essencial a ser integrada à uma dinâmica mais ampla que considera a implementação de tecnologias inovadoras; acessibilidade; envolvimento comunitário; significado - aqui representado pela cultura; hospitalidade, comunicação direta entre organização e usuários, serviços básicos e fundamentais aos eventos - saúde e segurança; e equidade na entrega dos serviços, para assim potencializar a entrega de experiências memoráveis e significativas aos participantes.

Palavras-chave: Eventos; Experiência do Usuário; Design de Eventos; Tecnologia; Festa Junina.

ABSTRACT

Throughout history, events have undergone significant metamorphoses driven by a myriad of influences, from technological advancements to cultural changes. These transformations are particularly evident when considering user experience as something that transcends mere participation, becoming key to emotional connection, and event design as a crucial tool in projecting memorable experiences. In this sense, the present research analyzed the influence of the Event Design method on the optimization and enhancement of user experience, considering the distinct dynamics between the virtual and physical worlds. Using phenomenology as a method, the aim was to identify the experiences projected by organizers and understand the perceptions, emotions, and meanings attributed by participants. The qualitative approach was employed to allow for a deep and contextualized understanding of complex and subjective phenomena. Focusing on popular festivals, the study's scope encompassed the June festivals in northeastern Brazil, with the sample delimited to Mossoró Cidade Junina, São João de Campina Grande, and São João de Caruaru, with the research actors being the users of both virtual and physical celebrations, and representatives of the organizations involved. The combination of the Domains of Experience, Events Experience Scale (EES), Event Social Interaction Scale (ESIS), and Event Experience Mapping Model (EEMM) scales was used to develop data collection tools: a semi-structured in-depth interview script, a plan supporting participant observation, an integrated questionnaire for measuring and interpreting user experience, and card sorting for the theoretical sample. Data analysis was based on Straussian Grounded Theory or Relativist Grounded Theory (GT) and assisted by the Iramuteq software. Considering the results from both the virtual and physical realms, it was demonstrated that, although there is a genuine concern from festival organizers with participants' experience, the lack of a strategic, design-oriented approach limited the potential for creating experiences. The gaps identified, through data triangulation, revealed that this absence resulted in incipient action on the dimensions of cognitive engagement, despite the June festivals offering a broad spectrum for linking entertainment to learning, and on the experience of novelty, which emerged incipiently in the innovative context of the lives made available during the pandemic. Thus, the understanding of event design as an essential tool to be integrated into a broader dynamic that considers the implementation of innovative technologies; accessibility; community involvement; meaning - represented here by culture; hospitality; direct communication between organization and users; basic and fundamental services to events - health and safety; and equity in the delivery of services was validated, in order to enhance the delivery of memorable and meaningful experiences to participants.

Keywords: Events; User Experience; Event Design; Technology; June Festival.

RESUMEN

A lo largo del tiempo, los eventos han experimentado significativas metamorfosis, impulsadas por una miríada de influencias, desde avances tecnológicos hasta cambios culturales. Estas transformaciones son particularmente evidentes cuando se considera la experiencia del usuario como algo que trasciende la mera participación, convirtiéndose en la clave para la conexión emocional, y el diseño de eventos como una herramienta crucial en la proyección de vivencias memorables. En este sentido, la presente investigación analizó la influencia del método de Diseño de Eventos para la optimización y mejora de la experiencia del usuario, considerando las dinámicas distintas entre el universo virtual y presencial. Utilizando la fenomenología como método, se buscó identificar las experiencias proyectadas por los organizadores y comprender las percepciones, emociones y significados atribuidos por los participantes. La aproximación cualitativa fue empleada por permitir una comprensión profunda y contextualizada de fenómenos complejos y subjetivos. Con enfoque en las fiestas populares, el universo del estudio abarcó las fiestas juninas del noreste brasileño, delimitando la muestra en el Mossoró Cidade Junina, en el São João de Campina Grande y en el São João de Caruaru, determinando como actores de la investigación a los usuarios de los festejos, virtuales y presenciales, y representantes de las organizaciones involucradas. Se utilizó la combinación de las escalas Dominios de la Experiencia, Events Experience Scale (EES), Event Social Interaction Scale (ESIS) y Event Experience Mapping Model (EEMM) para el desarrollo de las herramientas de recolección de datos: guion de entrevista semiestructurada en profundidad, plan subsidiario de la observación participante, cuestionario integrado de medición e interpretación de la experiencia del usuario y card sorting destinado a muestra teórica. El análisis de los datos se realizó con base en la Teoría Fundamentada de los Datos Straussiana o Relativista (TFD) y con la ayuda del software Iramuteq. Considerando los resultados provenientes del ámbito virtual y presencial, se demostró que, aunque existe una preocupación genuina de la organización de las fiestas con la experiencia de los participantes, la falta de un enfoque estratégico y orientado al diseño de eventos limitó el potencial de creación de experiencias. Las brechas identificadas, a través de la triangulación de los datos, revelaron que esta ausencia resultó en una acción incipiente sobre las dimensiones del compromiso cognitivo, a pesar de que las fiestas juninas ofrecen un amplio espectro para concatenar el entretenimiento al aprendizaje, y sobre la vivencia de la novedad, que emergió de forma incipiente ante el contexto innovador de las transmisiones en vivo disponibles en período pandémico. Así, se validó la comprensión del diseño de eventos como una herramienta esencial a ser integrada a una dinámica más amplia que considera la implementación de tecnologías innovadoras; accesibilidad; compromiso comunitario; significado - aquí representado por la cultura; hospitalidad, comunicación directa entre organización y usuarios, servicios básicos y fundamentales a los eventos - salud y seguridad; y equidad en la entrega de los servicios, para así potenciar la entrega de experiencias memorables y significativas a los participantes.

Palabras clave: Eventos; Experiencia del Usuario; Diseño de Eventos; Tecnología; Fiesta Junina.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. <i>Estudo de eventos: fenômeno central e grandes temas</i>	26
Figura 2. <i>Distribuição de público do MCJ 2022 por região brasileira</i>	31
Figura 3. <i>Quadro teórico</i>	34
Figura 4. <i>Funções do evento</i>	41
Figura 5. <i>Dimensões do servicescape</i>	46
Figura 6. <i>Domínios da experiência</i>	70
Figura 7. <i>Um modelo conceitual da experiência do evento</i>	71
Figura 8. <i>Modelo de mapeamento de experiência de evento</i>	74
Figura 9. <i>Interconexão entre abordagens de design</i>	87
Figura 10. <i>Modelo de design da experiência em eventos</i>	90
Figura 11. <i>Interface do Card Sorting da plataforma Optimal Workshop</i>	114
Figura 12. <i>Quadro metodológico</i>	118
Figura 13. <i>Dendograma da Classificação Hierárquica Descendente (CHD)</i>	122
Figura 14. <i>Organograma de vocábulos por classe.</i>	123
Figura 15. <i>Resultados MCJ Virtual 2021</i>	129
Figura 16. <i>Principais achados das estratégias organizacionais no cenário virtual</i>	130
Figura 17. <i>Relação entre clusters de similitude de vocábulos</i>	132
Figura 18. <i>Gráfico do Cluster 3: Projeto</i>	133
Figura 19. <i>Gráfico do Cluster 2 Cultura</i>	139
Figura 20. <i>Gráfico do Cluster 4 Jornada</i>	145
Figura 21. <i>Gráfico do Cluster 5 Turismo</i>	153
Figura 22. <i>Gráfico do Cluster 1 Festa</i>	157
Figura 23. <i>Principais achados das estratégias organizacionais no cenário presencial</i>	160
Figura 24. <i>Gráfico de Similitude - Conteúdo Gerado pelo Usuário Mossoró Cidade Junina (MCJ) Virtual 2021</i>	162
Figura 25. <i>Pingo da Mei Dia MCJ Virtual</i>	163
Figura 26. <i>Polo Estação das Artes, Cidadela e Polo da Cultura Popular MCJ Virtual</i>	164
Figura 27. <i>Chuva de bala no país de Mossoró - o filme</i>	165
Figura 28. <i>Dimensões da experiência MCJ Virtual</i>	172
Figura 29. <i>Gráfico de Similitude - Conteúdo Gerado pelo Usuário do São João de Campina - Circuito Mundial de Lives e Eventos Juninos 2021</i>	176
Figura 30. <i>Tradicional Casamento Coletivo e Live Zabumba</i>	177

Figura 31. <i>Vila Sítio São José</i>	178
Figura 32. <i>'Istúdio Laive Arraiá'</i>	179
Figura 33. <i>Dimensões da experiência Circuito Mundial de Lives e Eventos Juninos</i>	186
Figura 34. <i>Síntese das experiências dos usuários nas lives juninas</i>	187
Figura 35. <i>Perfil dos participantes da pesquisa</i>	190
Figura 36. <i>Interseção das Dimensões da Experiência MCJ, São João de Campina Grande e São João de Caruaru</i>	191
Figura 37. <i>Painel semântico decoração MCJ</i>	193
Figura 38. <i>Letreiro Parque do Povo São João de Campina Grande</i>	194
Figura 39. <i>Posicionamento usuários do São João de Campina Grande</i>	195
Figura 40. <i>Painel semântico decoração do São João de Campina Grande</i>	196
Figura 41. <i>Painel semântico decoração do São João de Caruaru</i>	197
Figura 42. <i>Layout Pingo da Mei Dia</i>	200
Figura 43. <i>Bloco Pingo da Mei Dia edição 2022</i>	201
Figura 44. <i>Vista aérea Polo Estação das Artes Eliseu Ventania MCJ</i>	202
Figura 45. <i>Crítica à localização da mesa de transmissão</i>	203
Figura 46. <i>Estação das Artes Eliseu Ventania MCJ 2022</i>	204
Figura 47. <i>Vista aérea do público no Parque do Povo 2022</i>	205
Figura 48. <i>Conteúdo Gerado pelo Usuário do São João de Campina Grande 2022</i>	206
Figura 49. <i>Reclamação sobre banheiro e som</i>	207
Figura 50. <i>Banheiros público e privado no PP</i>	207
Figura 51. <i>Reclamação sobre superlotação</i>	208
Figura 52. <i>Estruturas de bar e camarotes alocadas no espaço de show do PP</i>	208
Figura 53. <i>Vista aérea Pátio de Eventos Luiz Gonzaga</i>	209
Figura 54. <i>Posicionamento do usuário do São João de Caruaru (Pátio de Eventos Luiz Gonzaga)</i>	210
Figura 55. <i>Palco 1 Polo Cidadela</i>	212
Figura 56. <i>Palco Azulão</i>	213
Figura 57. <i>Posicionamento do usuário do evento quanto a utilização de estilos musicais fora do contexto cultural nordestino</i>	214
Figura 58. <i>Re(ação) do público nos shows e apresentações musicais dos festejos</i>	215
Figura 59. <i>Casais dançando forró nos festejos juninos</i>	216
Figura 60. <i>Ações de entretenimento disponibilizadas no Polo Cidadela MCJ</i>	217

Figura 61. <i>Construções temáticas e elementos pertencentes ao acervo do Memorial da Resistência</i>	218
Figura 62. <i>Experiências ofertadas no Corredor Cultural do MCJ</i>	219
Figura 63. <i>Barracas e restaurantes no PP</i>	219
Figura 64. <i>Atividades de entretenimento no PP</i>	221
Figura 65. <i>Atividades e ativações ofertadas no São João de Caruaru</i>	222
Figura 66. <i>Comidas típicas juninas disponibilizadas nos festejos</i>	223
Figura 67. <i>Apresentações culturais do Polo Arena Deodete Dias e Polo da Cultura Popular do Mossoró Cidade Junina</i>	224
Figura 68. <i>Encenação do espetáculo Chuva de Bala no País de Mossoró</i>	225
Figura 69. <i>Manifestações culturais na Pirâmide do PP São João de Campina Grande</i>	227
Figura 70. <i>Disposição de manifestações culturais nordestinas no Polo estação Cultural do São João de Caruaru</i>	228
Figura 71. <i>Acessibilidade nas festas juninas</i>	231
Figura 72. <i>Inclusão nas festas juninas</i>	232
Figura 73. <i>Dimensões da experiência festas juninas do nordeste brasileiro</i>	233
Figura 74. <i>Resultados das experiências do usuário – Formato Presencial</i>	234
Figura 75. <i>Matriz de similaridade - dimensões da experiência do usuário nas festas juninas</i>	237
Figura 76. <i>Relações que afetam as dimensões da experiência do usuário das festas juninas</i>	238
Figura 77. <i>Teoria do Aprimoramento da Experiência do Participante por meio do Design de Eventos</i>	245

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1. Disciplinas e suas contribuições para os principais temas dos estudos de eventos	36
Quadro 2. Aspectos capazes de afetar a experiência do usuário de eventos nas modalidades presencial, virtual e híbrida	78
Quadro 3. Elementos e filosofias que colaboram na construção da experiência em eventos .	94
Quadro 4. Determinação dos atores da pesquisa.....	100
Quadro 5. Escalas e dimensões utilizadas na pesquisa	101
Quadro 6. Calendário eventos virtuais 2021	104
Quadro 7. Cronograma de coleta de dados in loco.....	111
Quadro 8. Perfil e codificação amostra teórica	113
Quadro 9. Desenho da análise dos dados ancorada na TFD	115
Quadro 10. Interações Público Mossoró Cidade Junina Virtual	169
Quadro 11. Interações público São João de Campina Grande - Circuito Mundial de Lives e Eventos Juninos 2021	181
Quadro 12. Agrupamentos destacados na matriz de similaridade.....	237
 Tabela 1. Operacionalização da Escala de Interação Social de Eventos (ESIS)	 73

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

MCJ: Mossoró Cidade Junina

UERN: Universidade do Estado do Rio Grande do Norte

FACEM: Faculdade de Ciências Econômicas de Mossoró

CDL: Câmara de Dirigentes e Lojistas

MCJ: Mossoró Cidade Junina

EES: Escala de Experiência de Eventos

ESIS: Event Social Interaction Scale

EEMM: Event Experience Mapping Model

IoT: Internet das Coisas

NFC: Near Field Communication

IA: Inteligência Artificial

VR: Realidade Virtual

AR: Realidade Aumentada

TFD: Teoria Fundamentada dos Dados

QR: Quick Response

RFID: Radio-Frequency Identification

ST: Segmentos de Texto

CGU: Conteúdo Gerado pelo Usuário

GPT: Transformador Generativo Pré-Treinado

SUMÁRIO

1. Introdução aos Propósitos da Pesquisa: Problemática, Justificativa e Objetivos	20
2. Conectando Tradição e Inovação: Uma Revisão da Literatura sobre Experiências em Eventos.....	34
2.1 Quantos Conceitos cabem em um evento?	35
2.2 Adentrando no Evento: Festa, Festejo, Festividade e Festival - Tudo cabe no São João?	50
2.3 Integrando digitalização, experiência e <i>design</i> de eventos: uma tríade fundamental para a conectividade em eventos	62
2.3.1 Explorando a sinfonia entre vivência e emoção: o papel da experiência do usuário nos eventos	63
2.3.2 Da festa à tela: redefinindo a alegria e a interação nas experiências virtuais de eventos	75
2.3.3 Desenhando emoções: o impacto do <i>design</i> na criação de experiências memoráveis em eventos.....	85
3. Desvendando os Bastidores das Festas Juninas: Uma Jornada Metodológica na Exploração de Estratégias e Experiências.....	97
3.1 Caracterização da Pesquisa	98
3.2 Universo, amostra e atores da pesquisa	99
3.3 Estratégias e ferramentas de coleta de dados	101
3.4 Análise dos dados	115
4. Explorando Estratégias e Experiências: Análise e Discussão dos Resultados em Eventos Juninos Virtuais e Presenciais	118
4.1 Entre bastidores e experiências: Explorando Estratégias Organizacionais para Modelagem da Experiência em Eventos Virtuais e Presenciais: Uma Abordagem pelo Método de <i>Design</i> de Eventos	119
4.1.1 Estratégias para adequação na entrega de experiências virtuais das <i>Lives</i> Juninas	120
4.1.2 Estratégias aplicadas nos eventos presenciais: Moldando experiências para um engajamento significativo	130
4.2 A vivência do usuário nas festas juninas: Um olhar sobre experiências e percepções nos ambientes virtual e presencial.....	161

4.2.1 O cenário virtual das festas juninas: Desvendando as múltiplas facetas da experiência do usuário	161
4.2.2 Reconexão Festiva: Explorando as Experiências do Usuário nas Festas Juninas com o Retorno ao Ambiente Presencial.	189
4.3 Entre dois mundos Festivos: Uma análise comparativa da experiência do usuário nos festejos juninos virtuais e presenciais através de uma amostra teórica	236
4.4 Tecendo Experiências: A Emergência da Teoria do Aprimoramento da Experiência do Participante por meio do <i>Design</i> de Eventos	243
5. Discussão e Implicações.....	246
5.1 Análise Reflexiva da Pesquisa	246
5.2 Contribuições Teóricas, Sociais, Metodológicas e Gerenciais	252
5.3 Limitações e Direccionamentos da Pesquisa	254
Referências	258
Apêndices.....	288
Apêndice A - Roteiro de Entrevista Semiestruturada	288
Apêndice B - Diário da Experiência em Eventos	291
Apêndice C - Questionário de Medição da Experiência Pré-Teste Piloto	292
Apêndice D - Questionário de Medição da Experiência Pós-Teste Piloto	295
Apêndice E – Cartões e Categorias <i>Card Sorting</i>	297

1. Introdução aos Propósitos da Pesquisa: Problemática, Justificativa e Objetivos

Ao longo dos tempos, os eventos têm passado por metamorfoses significativas, impulsionadas por uma miríade de influências, desde avanços tecnológicos até mudanças culturais. Essas transformações são particularmente evidentes quando se considera a experiência do usuário como algo que transcende a mera participação, tornando-se a chave para a conexão emocional, e o *design* de eventos como uma ferramenta crucial na projeção de vivências memoráveis.

De fato, como elemento mercantilizado, os eventos vêm sofrendo transformações paradigmáticas no intuito de adaptar-se às novas demandas e construir conceitos inovadores. O progresso econômico, associado a uma ampliação da disseminação do conhecimento, gera novas sensibilidades, tal como afirmam Pine e Gilmore (1999, p. 1) “produtos e serviços não são mais suficientes, o que os consumidores querem são experiências - eventos memoráveis que os envolvam de forma inerentemente pessoal”.

O estudo sobre a experiência em eventos vem ganhando notoriedade desde o advento da Economia da Experiência quando esse campo, relativamente novo da gestão, começou a considerar o uso de métodos qualitativos para pesquisar experiências vivenciadas durante essas ocasiões (Richards & Biaett, 2020). Deste modo, sob a luz da teoria, e considerando que “a essência de um evento planejado é a experiência que foi projetada” (Getz & Page, 2016, p. 8) é possível alinhar estratégias que proporcionem a entrega de experiências memoráveis, extraordinárias ou até mesmo transformadoras (Neuhofer *et al.*, 2020; Packer & Ballantyne, 2016; Simons, 2019).

Nesse contexto, a experiência é percebida como o desfecho de um estímulo que afeta o usuário e provoca uma resposta, além disso, são resultados de observações diretas, não sendo autogeradas, mas sim induzidas (Orefice, 2018), dentro de um espaço no qual elementos são intencionalmente dispostos para proporcionar uma experiência específica (Liu *et al.*, 2017). Além disso, é necessário ponderar sobre o papel ativo do indivíduo na concretização de suas experiências, uma vez que essas se configuram como construções pessoais que são moldadas ao incorporar histórias particulares de vida às vivências sensoriais, cognitivas, afetivas, emocionais e sociais.

A ciência de tal complexidade, toma-se por certa a noção de que muitos fatores estão para além do controle da gestão, como a interpretação pessoal de uma situação com base na formação cultural, experiência anterior, humor e traços de personalidade (Belk, 1975; Gardner, 1985; Hirschman & Holbrook, 1982; Zuckerman, 1971). Nesse sentido, torna-se necessário

aplicação de métodos capazes de compreender tais especificidades para assim potencializar os resultados projetados.

Para além, Pettersson e Getz (2009) alegam que a complexidade dos fatores envolvidos impede a projeção total das experiências. No entanto, o desenvolvimento de estratégias específicas visa preencher lacunas no sistema de planejamento, gerenciamento e entrega de eventos. Mesmo sem a garantia de como as pessoas responderão, as pesquisas persistem em aprimorar meios de projetar estímulos que ampliem as respostas desejadas, ou seja, a experiência vivenciada pelo usuário.

Diante da constante busca por aprimoramento na projeção e execução de eventos, a abordagem do *design* de eventos surge como uma resposta estratégica às complexidades identificadas por Pettersson e Getz (2009). Enquanto esses autores destacam tal desafio, a introdução do método em questão reconhece a necessidade de estratégias específicas para preencher as lacunas no planejamento, gerenciamento e entrega de eventos. Integrando elementos de *design*, experiência do usuário, psicologia do consumidor e estratégias de engajamento, esta técnica proporciona uma abordagem holística que visa não apenas superar desafios, mas também potencializar a capacidade de projetar estímulos que ampliem as respostas desejadas durante a experiência do usuário. Dessa forma, ao incorporar princípios e práticas específicas, o *design* de eventos oferece a flexibilidade necessária para adaptar-se às particularidades de cada contexto (Berridge, 2007; Getz, 2012; Nordvall *et al.*, 2014; Orefice, 2018).

De maneira objetiva, trata-se de uma ferramenta que proporciona uma estrutura para compreender e, assim, influenciar o comportamento do público. O objetivo é despertar emoções e criar experiências que sejam não apenas funcionais, objetivas, envolventes, persuasivas e memoráveis, mas também capazes de transmitir a mensagem desejada. Essa conquista ocorre por meio da eficiente coordenação de diversos elementos do evento, ultrapassando a mera estética visual. Envolve a criação de um espaço que não apenas atenda às necessidades práticas, mas também busque aprimorar a interação entre os participantes e o ambiente festivo (Berridge, 2012a; Brown & Hutton, 2013; Crowther, 2014; Getz, 2012; McLellan, 2000).

Ainda sob a perspectiva transformacional, há de se considerar que os eventos são sistemas vivos e dinâmicos e, ao acompanhar o ritmo célere das mudanças sociais, econômicas e culturais, buscam incorporar novos elementos que os conduzam a versões inovadoras. Nesse sentido, a virtualização de eventos tornou-se uma resposta natural às demandas da sociedade moderna e fez com que seus formatos digitais, virtuais ou híbridos, fossem apresentados como um novo meio de comunicação e interação (Crowther & Orefice, 2015).

A crise que afetou o setor de eventos, resultante do surgimento da pandemia de COVID-19 em 2020, impôs desafios significativos, forçando uma reavaliação das práticas tradicionais (Rêgo *et al.*, 2021). Nesse contexto, os eventos virtuais emergiram como uma estratégia eficaz para superar a crise, proporcionando continuidade, engajamento e inovação.

Isso posto, a transição do presencial para formatos virtuais impactou o aumento significativo no uso de plataformas para a realização efetiva desses eventos (Richards & Biaett, 2020), revelando a dimensão do mercado global de eventos virtuais em US\$ 114,12 bilhões em 2021 e projetando uma continuidade de expansão a uma taxa de crescimento anual composta de 21,4%, de 2022 a 2030 (*Grand View Research*, 2021).

No contexto apresentado, os resultados percebidos apontaram para o surgimento de um fenômeno à época, as *lives*¹. Elas ocorriam a partir da exposição de *shows* e festas virtuais em que os usuários participavam com o suporte de dispositivos eletrônicos usados para processamento de dados, comunicação e acesso à informação (Silva *et al.*, 2020).

Essa nova prática foi o ponto de partida para que as *lives* brasileiras, um dos diversos formatos de eventos virtualmente disponíveis, conquistassem a posição de campeãs mundiais de audiência, atraindo grandes marcas patrocinadoras, como destacado por Araújo e Cipiniuk (2020). Além disso, essa abordagem não apenas engajou um amplo público, mas também mobilizou parte dos *stakeholders* que identificaram a oportunidade de retomar suas atividades.

A *internet* então, consumou-se como espaço de circulação e difusão de conteúdo cultural, eliminando barreiras geográficas e permitindo que participantes de todo o mundo se envolvessem sem a necessidade de deslocamento. Essa democratização do acesso aumentou a diversidade de públicos, promovendo a inclusão em alguns festivais renomados mundialmente, a exemplo da *Live Tomorrowland Around the World*. No contexto brasileiro, destacou-se eventos culturais, dentre tais, a *Live Encontro dos Bumbás Samel: Festa dos Visitantes* (Festival de Parintins)² e a *Oktober Live*³ (Oktoberfest Blumenau).

As festas juninas, tradicionalmente ancoradas em celebrações presenciais, não escaparam dessa revolução. A revisitação ao seu processo diacrônico revela significativas mudanças, aprimoramentos e ajustes devido a diversas influências. Essa evolução persiste, sendo moldada pelos desafios enfrentados no mundo contemporâneo, conferindo singularidade às festividades no que diz respeito a sua relevância no processo de preservação e transmissão

¹ Anglicismo que significa 'ao vivo', comumente usado para descrever transmissões ou eventos em tempo real.

² Exibição: 24/06/2021; Link de acesso: <https://www.youtube.com/watch?v=iul4CafMpig>

³ Exibição: De 08 a 12/10/2021, de 16 a 18/10/2021 e de 22 a 25/10/2021. Link de acesso: <https://www.youtube.com/c/OktoberLiveOficial>

de tradições, valores e práticas culturais e sua vinculação às tendências de um contexto moderno (Carvalho & Costa, 2022).

À vista disso, a adaptação dos festejos juninos a esse novo cenário se concretizou com as transmissões ao vivo onde foi possível redefinir a forma como se celebra e preserva o legado em meio a desafios excepcionais. Assim, se fez viável presenciar toda uma programação que destacou a tradição inerente a esses eventos por meio da exposição de manifestações culturais, atrações locais e/ou artistas renomados no cenário nacional.

Para além do mencionado, as *lives* também investiram na adaptação de elementos tradicionalmente implementados e que fornecem aos festejos traços de singularidade, tal como a transformação da encenação teatral do Chuva de Bala no País de Mossoró em filme e a celebração do casamento coletivo ⁴que ocorre desde 13 de junho de 1989 no São João de Campina Grande.

Cada festejo transmitiu as *lives* via plataforma *Youtube*, onde o Mossoró Cidade Junina Virtual 2021⁵ optou por hospedá-las no canal oficial da prefeitura municipal e o Circuito Mundial de *Lives* e Eventos Juninos 2021⁶ elegeu o perfil da empresa licitada para o auxílio na organização do evento. Em horário estipulado dava-se início às transmissões, que aconteceram nos palcos do Teatro Municipal Dix-Huit Rosado e no Teatro Lauro Monte Filho (Mossoró) e no Museu dos Três Pandeiros e no Sítio São João (Campina Grande), levando uma média de 5h até o encerramento.

De maneira distinta, a Prefeitura de Caruaru, responsável pela organização do evento, fez uma escolha estratégica ao decidir não investir diretamente em transmissões ao vivo para as festividades do São João oficial da localidade. Em vez disso, direcionou seus recursos para ações assistenciais, demonstrando um compromisso prioritário com a comunidade em meio aos desafios enfrentados. Assim, a prefeitura optou por fornecer apoio à realização de uma live solidária, organizada pelo setor privado, cujo propósito principal era angariar fundos para os artistas locais que, devido às restrições, estavam impossibilitados de exercer suas atividades profissionais.

⁴ O casamento coletivo, que acontece desde 1989, é promovido pela Secretaria de Cultura de Campina Grande. Comumente realizado no dia 12 de junho, dia dos namorados, no ano de 2022 chegou a sua 31ª edição. Mais de 2.500 casais já subiram ao altar. Fonte: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/sao-joao/2022/noticia/2022/06/12/casamento-coletivo-acontece-neste-domingo-12-no-sao-joao-2022-de-campina-grande.ghtml>

⁵ Link de acesso: https://www.youtube.com/watch?v=WcphR1X6NhE&list=PLm3_sQ2yv-apNQiHk2wW2OQfftXwaVsCm

⁶ Link de acesso: <https://www.youtube.com/watch?v=xLjhQUeabTQ&list=PL63ovlicT9OqI5spinr1W8UiiiNhFTriCi&index=1&t=2222s>

Importante destacar que, embora apresentem vantagens, os eventos virtuais não estiveram isentos de desafios que comprometeram a entrega de experiências memoráveis, dando origem a um fenômeno marcado pela fadiga digital, que se refere ao estado de exaustão mental e emocional causado pelo uso excessivo de dispositivos digitais (Ferreira *et al.*, 2022). Essa condição, atribuída, entre outros motivos, à abundância de transmissões ao vivo (Cruz, 2020; Rosário, 2020), trouxe complexidades para a criação de vivências envolventes e duradouras também no cenário das *lives* dos festejos juninos.

O mesmo percurso evolutivo que conduziu à virtualização dos eventos propiciou o retorno dos eventos presenciais. Em 2022, os festejos juninos foram retomados com a celebração *in loco*, reintroduzindo a presença física e a interação social que caracterizam essas festividades, representando um avanço significativo em direção à restauração de diversas expressões culturais, tradições, valores, costumes e manifestações artísticas que se entrelaçam para formar uma composição cultural complexa e enriquecedora, cuja apreciação plena só se realiza no contexto presencial. Isso posto, os ambientes, permeados pelos aromas de comidas típicas, pelos acordes de músicas juninas, pelas cores vibrantes, envoltos pelo calor humano materializaram não apenas o retorno das atividades culturais, mas também a reconexão emocional entre as pessoas.

Entretanto, há de se considerar que a experiência acumulada ao longo do período caracterizado pelo aumento significativo de atividades virtuais certamente influenciou o modo de planejar e entregar os eventos, integrando elementos inovadores e inclusivos. A familiaridade adquirida com plataformas digitais proporcionou uma compreensão mais profunda das nuances da participação remota, enquanto a experimentação com formatos inovadores ofereceu valiosos *insights* sobre as preferências, comportamentos e expectativas do público.

Essa bagagem de conhecimento derivada do universo virtual, agora se reflete na abordagem estratégica para o retorno dos eventos presenciais, culminando na possibilidade de entrega de experiências mais envolventes e ajustadas às expectativas contemporâneas do público. Além de que, as lições aprendidas no ambiente digital informaram ajustes nas abordagens de planejamento, *design* de experiência e estratégias de engajamento, permitindo que a tecnologia agora seja integrada de maneira adaptada ao contexto dos eventos presenciais, proporcionando uma abordagem híbrida que combina o melhor dos dois mundos.

O contexto delineado está inserido em um universo ainda maior onde há uma evolução social que engloba a valoração de vivências individualizadas e repletas de singularidades (Tonini, 2009). O significado criado é vetor de diferenciação e o fazer parte da construção da experiência, satisfaz não apenas uma necessidade evidente, mas gera uma série de outras satisfações do âmbito subjetivo.

A economia da experiência traz consigo uma perspectiva de valoração dos significados. Compreender os interesses oriundos do público mostra-se como uma ferramenta que possibilita esquematizar atos de consumo agregados de valor. Desse modo, adotar uma perspectiva de *design* de serviço permite que os projetistas integrem as necessidades, emoções e experiências dos usuários com os produtos e serviços oferecidos, influenciando assim no valor criado (Miettinen *et al.*, 2015).

Uma pesquisa da Global Consumer Insights Survey (2019) mostrou que a experiência representa 62% da preferência dos consumidores brasileiros. Complementarmente, um estudo realizado pela Kantar - Vantagem da Experiência – Brasil - baseado em entrevista com 2.785 consumidores, comprovou que 52% dos *millenials*⁷ brasileiros preferem gastar em experiências do que em bens materiais, revelando que os ambientes de varejo, tanto físicos quanto digitais, são vistos pelo público nacional não apenas como locais de compra, mas como espaços de socialização, relaxamento e conexão (Global Consumer Insights Survey, 2019; Kantar, 2019).

O cenário dos eventos revela-se como um terreno propício para a concepção de experiências, destacando-se por sua habilidade em estimular a criatividade, atrair grandes multidões e evocar respostas emocionais (Getz, 2010). Com a finalidade de evidenciar o significado do desenho de experiências em eventos, um relatório elaborado pela união entre *Event Marketer*, *Mosiac*, *AnyRoad's*, *Northstar Meetings Group's* e *Bizzabo's* Q2 aponta que os consumidores de eventos estão mais propensos a atualizar ou personalizar suas experiências, também as estão reservando com maior antecedência e gastando 4,5 vezes a mais por elas. Além de tudo, um em cada três consumidores participa de uma experiência virtual, seja ela paga ou gratuita (Event Track, 2021; Experimental Trends, 2021; Pulse Survey, 2021; Virtual Events Benchmark Report, 2021).

De forma delimitada, a pesquisa sobre eventos demonstra uma importância academicamente significativa por agregar e influenciar vários aspectos da sociedade em termos de educação; cultura; pertencimento; identidade; gestão; lazer e entretenimento; inovação e

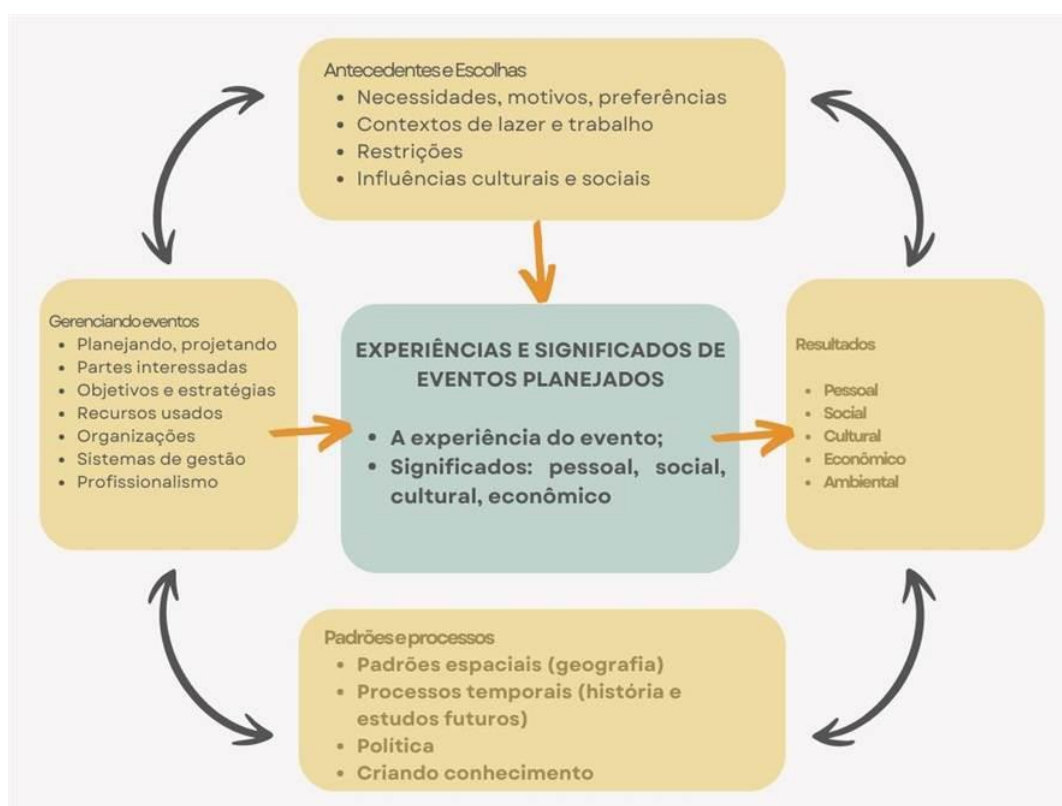
⁷ Também conhecidos como geração Y, são a geração nascida aproximadamente entre o início da década de 1980 e meados da década de 1990, embora as datas exatas possam variar. Essa geração é conhecida por ter crescido em meio a avanços tecnológicos significativos, como a popularização da *Internet* e das mídias sociais.

economia. Tal fato é constatado diante da evolução nos estudos de eventos, campo acadêmico dedicado à criação de conhecimento e teoria, que se entrelaça com distintas áreas e leva seu enfoque sobre uma nuance específica. Nesse sentido, ao se debruçar sobre a perspectiva de Getz (2012), se observa que o constructo teórico tem se voltado para estudos que consideram o fenômeno central, o qual envolve a experiência e os significados do evento planejado.

Nesse escopo, o autor em questão destaca a interconexão entre diferentes esferas, conforme ilustrado na Figura 1. Isso permite uma compreensão holística dos eventos planejados, abrangendo o planejamento, a concepção, a produção, os antecedentes pessoais que influenciam as escolhas (demanda), os padrões e processos, bem como as consequências resultantes desses eventos. Essa abordagem possibilita o avanço em conceitos capazes de orientar práticas eficazes, potencializando os resultados esperados.

Figura 1.

Estudo de eventos: fenômeno central e grandes temas



Fonte: Adaptado de Getz (2012, p. 35).

O encadeamento sugerido por Getz (2012) evidencia um papel relevante das experiências e significados na investigação em eventos, sugerindo que o impacto dessas ocasiões contribui para um tecido social mais amplo. Nesse sentido, realização de uma pesquisa

que se propõe a analisar a influência do método de *design* de eventos como ferramenta eficaz para a otimização e aprimoramento da experiência do usuário, considerando as dinâmicas distintas entre o universo virtual e presencial se justifica por proporcionar contribuições teóricas e empíricas que afetam setores pessoais, sociais, culturais, econômicos, ambientais e acadêmicos.

Assim, partindo de uma perspectiva acadêmica, traçou-se um percurso teórico que inicia com destaque a necessidade de desenvolvimento dos estudos em eventos, entendendo que se trata de uma...

[...] abordagem que funciona bem para gerenciamento de eventos, com Estudos de Eventos fornecendo os componentes reflexivos e filosóficos de uma educação profissional-escolar. O gerente de eventos profissional precisa ter mais do que habilidades, devem ter uma ampla base de conhecimento junto com a capacidade de refletir sobre como moldará as decisões específicas de gestão ou negócios e as implicações mais amplas dos eventos na sociedade e no meio ambiente (Getz, 2012, p. 32).

Isso posto, observa-se que as pesquisas iniciais no campo de eventos se concentraram em áreas profissionais estreitamente relacionadas, como os estudos de gestão, lazer e turismo de eventos, negligenciando, no entanto, o fenômeno central do estudo: a experiência de eventos planejados. Estes trabalhos tinham uma abordagem predominantemente econômica, com menos atenção dada ao contexto social e psicológico dos eventos (Formica, 1998; Getz, 2010).

À medida que o século XXI se iniciava, os estudos voltados para questões econômicas predominavam na agenda de pesquisa, com referências incipientes aos impactos socioculturais e ambientais. No entanto, ao longo do tempo, o interesse pela pesquisa sobre eventos tem crescido de forma progressiva, refletindo a maturidade alcançada nessas investigações e evidenciando que os eventos podem ser utilizados como instrumentos para impulsionar o desenvolvimento social.

Fato é que, quando as experiências passaram a ser consideradas na pesquisa em eventos, evocando as construções pessoais, os significados compartilhados, os contextos projetados e a temporalidade, revelou-se uma mudança de paradigma na concepção de eventos, diminuindo o foco gerencial e enfatizando-se o *design* para criação de valor (Orefice, 2018).

À vista disso, a presente pesquisa toma como subsídio e amplia a discussão acerca da construção da experiência em evento alinhada ao *design*, considerando teorias antes construídas, tais com os estudos de Berridge (2007, 2012b, 2015, 2020), Brown (2005, 2014), Crowther (2014), Getz (2010, 2012), Liu *et al.* (2017), Marques *et al.* (2021), McLoughlin

(2015), Moss (2014), O'Toole (2011), Petterson e Getz (2009), Richards (2013, 2015a, 2015b, 2019), Richards e Vernos (2020), Richards *et al.* (2013), Richards *et al.* (2017), Ryan (2012),

A evolução da pesquisa científica também trouxe à tona temas contemporâneos que refletem a rápida transformação no cenário das investigações. Recentemente, observou-se um aumento significativo em estudos que exploram a incorporação de tecnologias na produção de eventos e na melhoria da experiência do público. Um estudo conduzido por Li *et al.* (2018) indicou que o êxito futuro dos eventos pode depender da maturidade e da transformação digital. Paralelamente, trabalhos como os de Bowdin *et al.* (2005) e Mitchell *et al.* (2016) concentram-se em demonstrar maneiras de estabelecer conexões com os consumidores por meio da tecnologia.

Recentemente, Ryan *et al.* (2020) abordaram a maturidade em eventos, destacando o conceito de E4.0, caracterizado como um evento gerenciado digitalmente, otimizando operações digitais e comunicação para a entrega de eventos, marketing e experiência do cliente. Além disso, Singh (2020) afirmou que a integração de tecnologias avançadas nos eventos é uma tendência crescente para aprimorar a entrega de experiências, ao passo que Richards (2022) concentra-se na experiência de eventos online, offline e híbridos e nos resultados que eles produzem para os participantes, fornecendo reflexões iniciais sobre como isso pode afetar a indústria de eventos no futuro.

As pesquisas desenvolvidas apontam que a dinâmica entre o universo virtual e presencial adiciona complexidade ao cenário, exigindo uma análise metódica das peculiaridades de cada contexto. Enquanto eventos presenciais buscam criar uma imersão tangível e sensorial, os eventos virtuais enfrentam desafios únicos, como a necessidade de proporcionar uma experiência envolvente através de interfaces digitais. Investigar como o *design* de eventos pode ser uma ferramenta eficaz nesse contexto é fundamental para adaptar estratégias que atendam às demandas específicas de cada modalidade.

Portanto, esta pesquisa visa ampliar a discussão e preencher essa lacuna, explorando como o *design* de eventos pode ser aplicado de maneira eficiente para otimizar a experiência do usuário em eventos, reconhecendo e se adaptando às distintas dinâmicas entre o ambiente presencial e virtual. Ao compreender as nuances desses contextos, pode-se desenvolver diretrizes e dados valiosos para profissionais e pesquisadores que buscam aprimorar a qualidade e a eficácia dos eventos, independentemente de sua natureza física ou digital.

Ao acessar insights sobre estratégias que englobam fatores logísticos, a criação de ambientes envolventes, tanto virtuais quanto físicos, e a integração de elementos culturais para gerar experiências memoráveis aos participantes, não apenas influenciarão as práticas de

planejamento de eventos, mas também estimularão o desenvolvimento de uma abordagem sensível que respeite a tradição e a inovação. Ao explorar essa relação, a pesquisa apresenta justificativas que se desdobram nas esferas social e cultural, fornecendo contribuições que têm o potencial de impactar a sociedade como um todo. Assim, há de se compreender que,

[...] embora se tenha registros das raízes do São João enquanto festa, ao longo do tempo perderam-se alguns elementos de suas celebrações e outros foram incorporados, o que veio a diferenciar as festividades consoante o local ou região em que se realizam” (Carvalho & Costa, 2022, p. 76).

Tal fato demonstra a tentativa de manutenção de tradições, mesmo que para isso haja a incorporação orgânica de elementos contemporâneos, uma vez que a sociedade é um sistema vivo e dinâmico que adiciona as particularidades de cada época no processo de construção cultural. Para além, diante da ciência de um cenário global, caracterizado pela interconectividade e dinamismo, a possibilidade de emergência de diversas crises a qualquer momento permanece uma realidade inescapável. Crises, entendidas como eventos significativos que desafiam a estabilidade e o funcionamento regular da sociedade, não estão limitadas a um domínio específico ou a um período temporal isolado. Pelo contrário, apresentam-se como elementos intrínsecos ao tecido complexo das relações globais.

Para mais, o crescimento da digitalização aponta para a necessidade de adaptação dos eventos para o meio virtual, assim como para a integração dos contextos analisados, contribuindo para a concepção de eventos em versões híbridas. Nesse sentido, ao se debruçar sobre métodos que buscam aperfeiçoar a entrega de experiências em eventos, o estudo em questão colabora na identificação dos desafios específicos na adaptação dos festejos juninos para o ambiente virtual, na manutenção dos traços culturais dos festejos, no estímulo à participação comunitária por meio de sua inclusão digital e na ampliação do acesso às festividades juninas.

Isso é particularmente relevante em cenários nos quais as restrições geográficas podem dificultar a participação física. Dessa forma, um planejamento cuidadoso do *design* de eventos pode representar uma ferramenta essencial para criar ambientes atrativos, presenciais ou digitais, que proporcionem experiências envolventes, incentivando a participação ativa da comunidade e permitindo que as celebrações alcancem um público mais amplo, independentemente da localização geográfica.

Sob esse viés, esta pesquisa contribui para a renovação orgânica das tradições culturais e para a coesão comunitária em cada localidade detentora de celebrações com traços de regionalidade. Isso posto, o estudo se justifica social e culturalmente, pois ao investigar o *design*

de eventos, se direciona para abordagens inovadoras que evidenciam aspectos distintivos desses festejos enquanto se aproximam de tecnologias que zelam pela segurança e saúde dos participantes, sem comprometer a qualidade da experiência.

Essas abordagens incorporam elementos contemporâneos, ao mesmo tempo que buscam manter a autenticidade cultural nesse novo cenário, visando assegurar a preservação e celebração das tradições e de elementos culturais peculiares a essas comemorações, essenciais para o fortalecimento dos laços sociais, da identidade e do senso de pertencimento tanto dos participantes quanto das comunidades à frente de cada festejo.

Aprofundar a compreensão do *design* de eventos é fundamental para enriquecer as experiências culturais e potencializar as contribuições econômicas das localidades envolvidas. Ao alinhar as celebrações tradicionais com as demandas contemporâneas e as tecnologias, a pesquisa revela lacunas nas nuances dessa relação. Além disso, ela conduz à reflexão sobre os resultados econômicos subjacentes ao significado cultural da festa, e como esses aspectos podem ser melhor explorados para beneficiar a comunidade como um todo.

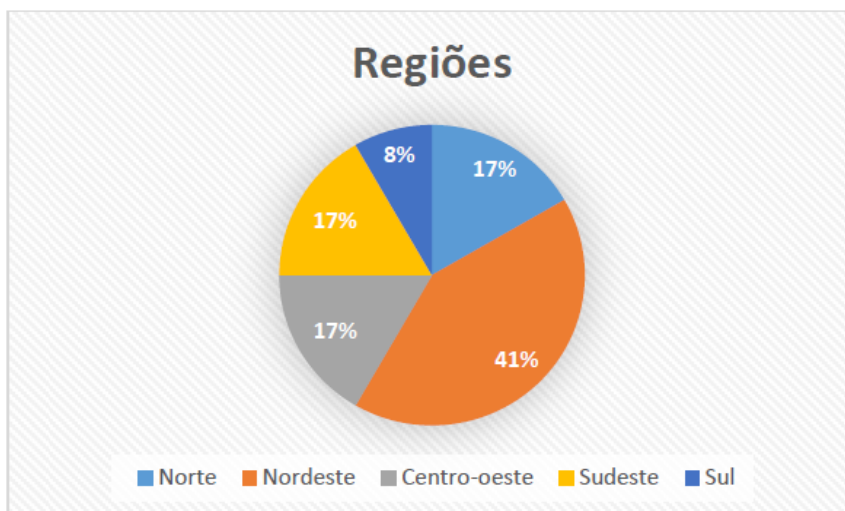
Indubitavelmente, as celebrações pesquisadas já detêm notoriedade devido a sua robustez cultural que reverbera mercadologicamente, impulsionando benefícios econômicos substanciais para essas localidades. A exemplo, as festas de São João injetam R\$3,4 bilhões na economia do Brasil, sendo mais de R\$1 bilhão apenas na região nordeste onde estão localizados os maiores eventos e festivais juninos, atraindo turistas do país inteiro e do exterior (Ministério do Turismo, 2023). O São João de Campina Grande e o São João de Caruaru, conhecidos nacionalmente por suas tradições marcantes, têm se consolidado como eventos de grande potencial para o desenvolvimento econômico e a promoção do turismo.

Em Mossoró, cidade que fica aproximadamente a 280 km da capital Natal (RN), o Mossoró Cidade Junina (MCJ) destaca-se como um evento com um potencial atrativo no país. A festividade não apenas celebra as tradições culturais, mas também funciona como um ímã para turistas, gerando impactos positivos no setor hoteleiro, alimentício e de comércio, beneficiando diretamente os comerciantes locais. Em pesquisa realizada em 2022 pela Prefeitura Municipal de Mossoró em parceria com a Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN), por intermédio da FACEM (Faculdade de Ciências Econômicas de Mossoró), e o CDL (Câmara de Dirigentes e Lojistas) demonstrou que a cada 1 real investido pela prefeitura houve o retorno de 11 reais, o evento também proporcionou mais de 6 mil novos postos de trabalho, diretos e indiretos. No setor hoteleiro, constatou-se um faturamento de R\$2.718.830,50, o que representa uma taxa de retorno de aproximadamente 74,7%. O MCJ, com a participação comprovada de mais de 800 mil pessoas, alcançou participantes para além

das fronteiras da região nordeste, que ainda aparece como o maior emissor, como mostra a Figura 2.

Figura 2.

Distribuição de público do MCJ 2022 por região brasileira



Fonte: Prefeitura Municipal de Mossoró, UERN & CDL (2022).

O segundo festejo analisado encontra-se em Campina Grande, município situado a cerca de 130 km de João Pessoa, na Paraíba. O São João de Campina Grande, reconhecido como o Maior São João do Mundo - título reiterado no ano de 2022 pelo⁸ Instituto *Ranking* Brasil - atrai visitantes de diversas partes do Brasil e impulsiona a economia local. Setores como hospedagem, alimentação, transporte e comércio experimentam consideráveis incrementos durante o período festivo, resultando em um ciclo econômico positivo para a cidade. Entre os principais dados apresentados sobre a edição 2022, destaca-se uma movimentação de cerca de 1 milhão de pessoas pelo Parque do Povo só nos primeiros 15 dias do evento, uma taxa de ocupação hoteleira que variou de 95% a 100%, a geração de mil empregos diretos e cinco mil indiretos e a circulação na economia local de quase R\$500 milhões⁹ (Prefeitura de Campina Grande, 2022).

Continuando a explanação econômica dos festejos juninos, destaca-se agora o São João de Caruaru. Este terceiro evento, reconhecido pela sua rica tradição e participação efusiva da comunidade, é celebrado com intensidade e autenticidade. O evento fortalece a marca da cidade,

⁸ Link de acesso: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/sao-joao/2022/noticia/2022/07/11/sao-joao-de-campina-grande-recebe-titulo-de-maior-do-brasil.ghtml>

⁹ Link de acesso: <https://paraibaonline.com.br/sao-joao/2023/06/28/maior-sao-joao-do-mundo-prefeito-comemora-resultados-da-edicao-dos-40-anos/>

famosa por suas festividades culturais, onde o comércio de produtos juninos, artesanato e gastronomia típica desempenha um papel fundamental na geração de empregos temporários e na injeção de recursos na economia local. Além disso, a atração de turistas para os festejos juninos contribui para a projeção nacional dessas cidades e a promoção do turismo regional. No ano de 2022, o município recebeu mais de 3,2 milhões de visitantes nos 24 polos da festa para curtir mais de 1 mil apresentações. O balanço apresentado pela Prefeitura de Caruaru demonstrou uma movimentação financeira de R\$ 558 milhões, 7 mil empregos diretos e 12 mil empregos indiretos gerados, 98% de ocupação na rede hoteleira que resultou em um faturamento de R\$ 6,2 milhões¹⁰ (Prefeitura de Caruaru, 2022).

Diante do exposto, os festejos juninos nessas localidades não apenas preservam as tradições culturais, mas também funcionam como motores econômicos, gerando empregos, estimulando o comércio e impulsionando o turismo. O investimento nessas celebrações não apenas fortalece os laços sociais e culturais, mas também coloca essas cidades no mapa do turismo nacional, trazendo benefícios duradouros para a sociedade e a economia local.

Adicionalmente, a condução de pesquisas que abordem o *design* de eventos e sua aplicação em âmbitos virtuais e presenciais justifica-se por viabilizar o aprimoramento de experiências oferecidas aos usuários, assim como, revelar estratégias apropriadas para enfrentar possíveis cenários de crises, possibilitando assim, uma otimização dos resultados econômicos ora apresentados. Eventos atrativos e bem projetados têm o potencial de atrair visitantes interessados em vivenciar as tradições locais, proporcionando benefícios econômicos para as comunidades locais e promovendo a riqueza cultural da região.

No contexto desta investigação, torna-se evidente a importância crucial atribuída à valorização das experiências individuais na sociedade contemporânea. A crescente preferência dos consumidores por vivências, conforme ressaltado por estudos recentes, destaca a necessidade de compreender e aprimorar o *design* de eventos como uma ferramenta estratégica.

A análise das nuances entre o ambiente presencial e virtual, especialmente no contexto dos festejos juninos, proporciona uma oportunidade singular para explorar a interseção entre tradição cultural, inovação tecnológica e impacto econômico. Esta pesquisa tem como objetivo preencher lacunas existentes nos estudos de eventos, contribuindo para o avanço teórico e empírico do campo.

¹⁰ Link de acesso: <https://g1.globo.com/pe/caruaru-regiao/sao-joao/2022/noticia/2022/07/05/balanco-do-sao-joao-2022-de-caruaru-festa-movimentou-r-558-milhoes-e-impacto-economico-foi-123percent-maior-que-em-2019.ghml>

Ao destacar o papel fundamental dos eventos juninos como impulsionadores econômicos e preservadores de tradições, este estudo se posiciona como um instrumento valioso para orientar estratégias futuras, oferecendo *insights* significativos a profissionais, pesquisadores e comunidades locais interessadas em otimizar as experiências culturais e econômicas associadas a esses eventos.

De toda forma, não está claro se o *design* de eventos contribuiu efetivamente para a entrega de experiências adaptadas ao contexto virtual, considerando as características do momento explorado, e com olhar atento ao viés da autenticidade e a preservação dos valores e traços culturais dos festejos juninos. Assim como, faltam indícios sobre o papel desempenhado por esse método para a readaptação ao cenário presencial que passou a postular pela integração com a virtualidade e consequente implementação de tecnologias capazes de potencializar as experiências tradicionais outrora vivenciadas e, quiçá, incluir possibilidades inovadoras.

Diante desse cenário de mudanças orgânicas nos eventos, surge a indagação: Qual é a função do *design* de eventos ao lidar com as exigências de um ambiente dinâmico, marcado por mudanças orgânicas nos eventos, com o objetivo de assegurar a entrega consistente de experiências significativas aos participantes?

À luz do exposto, mostra-se relevante analisar a influência do método de *Design* de Eventos para a otimização e aprimoramento da experiência do usuário, considerando as dinâmicas distintas entre o universo virtual e presencial. Nesse sentido, os objetivos específicos da pesquisa abrangem:

- a. Explorar as estratégias organizacionais empregadas no contexto de eventos, tanto virtuais quanto presenciais, com foco na modelagem da experiência dos participantes, de acordo com o método de *design* de eventos;
- b. Examinar a experiência do usuário em eventos realizados nos ambientes virtual e presencial, considerando as dinâmicas particulares de cada contexto;
- c. Analisar como diferentes componentes do *design* de eventos influenciam dimensões específicas, contribuindo para a formação da experiência do usuário nos cenários virtuais e presenciais;
- d. Realizar uma análise comparativa das dinâmicas resultantes da aplicação das estratégias de *design* de eventos nos contextos virtual e presencial das festas juninas, com o intuito de destacar as diferenças e semelhanças nas experiências vivenciadas pelos usuários em cada ambiente.

2. Conectando Tradição e Inovação: Uma Revisão da Literatura sobre Experiências em Eventos

Neste capítulo, apresenta-se uma revisão da literatura sobre diversos aspectos relacionados ao *design* de eventos. Serão abordados os significados dos eventos, a contextualização das festas populares, a experiência proporcionada por eles, sua digitalização e o próprio *design*. Esta revisão busca proporcionar uma compreensão abrangente do estado atual do conhecimento nessas áreas, destacando as principais teorias, conceitos e tendências que moldam o campo. O Quadro 1 sintetiza os principais autores referenciados e suas respectivas áreas de domínio.

Ao explorar a literatura existente, este capítulo visa fornecer um sólido embasamento teórico para a análise e discussão dos dados coletados nesta pesquisa. A figura 3 apresenta alguns dos autores que embasam a discussão das temáticas apresentadas ao longo do texto.

Figura 3.

Quadro teórico

Principais Autores				
EVENTOS	FESTA	TECNOLOGIA	EXPERIÊNCIA	DESIGN
Getz, 1993, 2005, 2008, 2009, 2010, 2012a; Nakane, 2012; (Matias, 2013; Tenan, 2002; Britto e Fontes, 2002; Giacaglia, 2003; Zanella, 2004; Castelli, 2006; Nakane, 2013; Martin, 2014; Albar, 2014, ABNT, 2016; Bowdin, Allen, O'Toole, Harris & McDonel, 2012; Colombo and Marques, 2019; Richards, 2013, 2015b, 2019; Marques, Borba and Michael, 2021; Getz & Page, 2016;	Marques & Brandão, 2015; Biaett, 2015; Gonçalves, 2009; Pieper, 1999; Barceló, 1998; Amaral, 1998, 2001, 2008; Goffman, 2019; Carneiro, 1974; Cavalcanti, 2013; Castro, 2001; Davel and Dantas, 2019; Carvalho e Costa, 2022; de Andrade Lima, 2020; O' Sullivan & Jackson, 2002; Derret, 2003; Jamieson, 2014; Jackson, Houghton, Russel and Triandos, 2005; Biaett, 2015, Nair and Aiswarya, 2022; Deng and Zhang, 2022; Perdígão e Leão, 2015; Bessa e Silva, 2022; Marques, 2009; Canclini, 2013.	Martin e Lisboa, 2020; Boswijk, Thijssen and Peelen, 2007; Llanasas, 2019; Dimock, 2019; Sá et al., 2019; Ryan, Fenton, Ahmed and Scarf, 2020; Estanyol, 2021; Buhalis and Law 2008; Gretzel, Sigala, Xiang and Koo, 2015; Panetta, 2017; Tussyadiah, 2017; Kharouf, Biscaia, Garcia-Perez and Hickman, 2020; Neuhofer and Buhalis, 2013; Neuhofer, Buhalis and Ladkin, 2015; Buhalis and Amarangana, 2013; Gretzel, Werthner, Koo and Lamsfus, 2015b; Adema and Roehl, 2010; Neuhofer, Magnus and, Celuch, 2020; Richards, 2022.	Pine e Gilmore, 1999; Richards, 2015b, 2020; Morgan, 2008; Richards, De Geus, & Toepol, 2016; Boswijk et al., 2007; Berridge, 2007a; Pettersson & Getz, 2009; Amatuzzi, 2007; O'Sullivan & Spangler, 1999; Talarico and Rubin, 2003; Packer and Ballantyne, 2016; Masterman and Wood, 2008; Marques, Borba and Michael, 2021; Lengieza, Hunt and Swim, 2018, Brown and Sharpley, 2019; Ramsbottom, Michopoulou and Azara, 2018; Richards and Vernos, 2020, Neuhofer, Celuch and Linh To, 2020; Grebenar, 2020.	Nelson, 2009; Matilla and Wirtz, 2001; Davies, Kooijman and Ward, 2002; Ward, Davies and Kooijman, 2003; Nelson, 2009; O'Toole, 2011; Berridge, 2007, 2012a, 2012b, 2015, 2020; Brown and Hutton, 2013; Crowther, 2014; McLoughlin, 2015; Orefice, 2018; Norman, 2018; Moreira, 2010; Hands, 2009; Brown and James, 2004; Best, 2006; Almendra, 2010; Stickdorn, Holmes, Lawrence and Scheneider, 2020; Brown, 2005, 2014; Zomerdijs and Voss, 2010; Grewal & Roggeveen, 2020; Bradley, Oliveira, Birrell & Cain, 2021.

2.1 Quantos Conceitos cabem em um evento?

O conceito de um evento desempenha um papel fundamental na estruturação e execução bem-sucedida dessa ocasião. Vai além da simples organização de atividades programadas; é a essência que guia a criação de uma experiência única e significativa para os participantes.

Um evento, em seu núcleo conceitual, é mais do que um encontro ou reunião de pessoas, é a materialização de uma ideia, uma visão que transcende o trivial. Nesse sentido, o conceito de um evento é o alicerce sobre o qual toda a construção é erigida. Ele abrange a narrativa que se pretende contar, os valores que se desejam transmitir e as emoções que se esperam evocar.

Como conceito de marca, refere-se à construção de uma identidade distintiva e memorável para um evento específico. Assim, a marca de um evento é a representação visual, emocional e conceitual que o diferencia e o torna reconhecível. Desenvolver uma marca forte para um evento é fundamental para atrair participantes, criar uma experiência coesa e estabelecer uma conexão duradoura (Goldblatt & Lee, 2020).

O processo de desenvolver um conceito de evento envolve a compreensão profunda dos objetivos e da audiência-alvo. É a análise cuidadosa dos elementos que formarão a espinha dorsal da experiência: desde o tema escolhido até os detalhes mais sutis de *design*, logística e interação. Além disso, é importante pensar na marca como uma entidade viva e em constante evolução, capaz de se adaptar às mudanças e crescer com o tempo.

Isso contribui para a construção de uma identidade sólida e duradoura, transformando os eventos em uma ponte entre a tradição e a inovação. Ao integrar elementos que respeitam a herança cultural, enquanto busca abordagens inovadoras para envolver os participantes, é criado um equilíbrio entre familiaridade e novidade. Essa harmonia cria uma atmosfera que transcende o ordinário.

Ao dar um significado claro ao evento, o conceito não apenas guia os organizadores, mas também cria uma experiência coesa para os participantes. É a promessa de uma jornada emocionalmente rica, onde cada detalhe é deliberadamente planejado para contribuir para o todo, proporcionando uma experiência que ressoa além do momento presente.

Em última análise, o conceito do evento é o catalisador que transforma um encontro casual em uma experiência significativa. Ele é o farol que orienta a equipe de organização e encoraja os participantes a se conectarem não apenas entre si, mas também com a narrativa mais ampla que o evento pretende contar.

A atenção deliberada e reiterada ao termo conceito do evento objetiva destacar a pluralidade e diversidade inerente ao universo dos eventos planejados. Sujeito às inúmeras possibilidades de formas, funções e experiências, abre-se espaço para a discussão sobre os significados atribuídos aos eventos que variam a partir das diferenças culturais e consequente construção social. Nesse contexto, Getz (2012, p. 31) declara que:

[...] se levarmos a sério o significado e o impacto dos acontecimentos, temos de reconhecer que as pessoas em diferentes culturas e em diferentes sistemas políticos ou religiosos irão provavelmente encarar os eventos planejados sob uma luz bastante diferente. É também possível que o gênero, a idade, o estatuto social e outros fatores se tornem importantes para a nossa compreensão dos acontecimentos e do seu lugar na sociedade.

Decerto, ao se ter em conta as disparidades ora expostas e assentir que os estudos de eventos se alicerçam sobre “uma construção social e política” (Tribe, 2004, p. 47), visto que repousam sobre as motivações de indivíduos que criam, compartilham e disseminam significados, valores e normas sociais; e objetivam a felicidade individual e coletiva daqueles pertencentes a Cidade-Estado, é cabível inferir que a junção de tais premissas ao objeto de interesse em eventos balizará quais disciplinas orientarão a construção do conceito a se conceber.

A compreensão das experiências e significados dos eventos é enriquecida por diversos domínios do conhecimento que podem contribuir significativamente. A identificação de elementos relacionados a resultados, gerenciamento, antecedentes, escolhas, padrões e processos oferece uma abordagem abrangente e uma compreensão multifacetada que pode influenciar a escolha de disciplinas específicas para o desenvolvimento de pesquisas em diversas áreas de eventos. Nesse sentido, Getz (2012) elenca domínios do conhecimento necessários a esse processo, como mostra o Quadro 1.

Quadro 1.

Disciplinas e suas contribuições para os principais temas dos estudos de eventos

Disciplina	Natureza e significados da experiência do evento;	Antecedentes para participar de eventos	Planejamento e produção de eventos	Resultados e impactos	Processos e padrões
Antropologia	Importância cultural e significados da celebração;	Influências culturais na participação em eventos;	Programação cultural; Elementos de estilo	Impactos culturais: interações anfitrião e	Tendências e forças culturais: valores que afetam os

	Rituais; Simbolismo; Peregrinação; Liminalidade; Autenticidade.	consumismo, tradições, liberdades percebidas).	culturalmente definidos	convidado, autenticidade cultural e sustentabilidade das tradições	eventos; Política cultural.
Sociologia	Significados sociais; Experiências sociais; Interação simbólica.	Fatores sociais que influenciam a demanda: família, raça, religião, cultura, comunidade.	Implicações para o design e gestão da multidão; comportamento organizacional dos órgãos produtores de eventos e partes interessadas	Impactos nos grupos sociais e na sociedade como um todo; Percepções e atitudes dos residentes.	Tendências fatores sociais: população, demografia, migração. Políticas de desenvolvimento social; Difusão de inovações.
Psicologia	Necessidades, motivos e preferências pessoais; Percebendo e vivenciando o evento; Comportamento anormal.	Efeitos de idade, gênero, educação, estágio de vida, renda, sob demanda. Comportamento do consumidor.	<i>Design</i> para experiências pessoais e transformação; Implicações para <i>marketing</i> e comunicação.	Impactos em personalidade, valores e atitudes; Influência sobre ações futuras.	Emergência da economia de experiência como uma força importante.
Psicologia Comportamental	Como as pessoas percebem, entendem e valorizam o cenário do evento; Dicas ambientais quanto ao comportamento apropriado; Sensação de aglomerado ou conforto.	Preferências por determinados ambientes; Medo de aglomeração e riscos ambientais.	Implicações para o <i>design</i> e gerenciamento do cenário: legibilidade, facilitação da interação, definição de humor, fluxo.	Fatores ambientais que afetam diretamente na saúde, segurança e satisfação pessoal.	Preferências ambientais e medos são culturalmente moldados; Desenvolvimento e o uso do local do evento apresentam constantemente novas oportunidades e ideias sobre o meio ambiente.
Psicologia Social	Eventos como experiências sociais; Esquemas de papéis sociais; Significados subjetivos atribuídos a eventos por meio da interação social, evento como construção social.	A influências dos grupos na referência social; Necessidades sociais: busca e fuga.	<i>Design</i> para ambientes; Interações e dinâmicas de grupo; Criação de atmosfera social; Pertencer e compartilhar.	Satisfação das necessidades do grupo social.	Mudanças na família, nos grupos sociais e nas normas que afetam os eventos.
Filosofia	Experiências estéticas;	A busca pela motivação do	Valores e ética como base para	Avaliação da estética;	Mudando sistemas de

	Experiências que moldam a visão de mundo; Como é dado significado ético às experiências.	sentido da vida (autodescoberta) Desejo de experiências estéticas motivadoras.	a produção e gestão de eventos.	Impactos nos valores e na ética a nível pessoal ou social.	valores que afetam o planejamento e a política de eventos.
Estudos Religiosos	Experiências sagradas (ritos religiosos, símbolos e celebrações) para crentes; Peregrinação.	Motivações religiosas para participar ou rejeitar eventos; Busca de significado espiritual como motivador para pertencer a grupos religiosos.	Ritual e simbolismo incorporados à programação do evento.	Efeitos espirituais sobre o individual; Impactos em religião; Impactos em crenças individuais ou sistemas de fé.	Tendências e forças religiosas
Economia	A experiência e os significados do consumo; Valor percebido pelo dinheiro e como ele molda a experiência do evento.	Incentivos econômicos e barreiras ao consumo; Fatores de oferta.	O modelo do negócio e a viabilidade econômica do evento; Previsão de demanda; Política de desenvolvimento econômico.	Medir impactos econômicos e fatores externos; Avaliação de custos e benefícios (incluindo sua distribuição).	Tendências e forças econômicas; Concorrência; Globalização.
Gestão	Consumismo (eventos como produto de entretenimento); Comoditização de eventos.	Eficácia do <i>marketing</i> de imagem e <i>branding</i> .	Projeto de planejamento estratégico; Eficácia e eficiência da gestão.	Os impactados como partes interessadas.	Evolução da teoria e prática da gestão; Mudanças nos fatores que influenciam os negócios e o empreendedorismo; Mudanças no ambiente competitivo.
Ciências Políticas	Os eventos podem assumir significados políticos; A participação pode ser uma declaração política.	Motivos políticos para comparecer, permanecer ou se ausentar.	Criação de eventos como uma declaração política: protesto, lealdade partidária, nacionalismo; Políticas e programas governamentais para eventos.	Efeitos na política, governo, partidos políticos e lei.	Como a política influencia o desenvolvimento e a participação em eventos.
Direito	Eventos como contratos reais e implícitos; Experiências de	Percepção das implicações legais como fator na decisão de	Leis e regulamentos relativos à produção de	Interpretações da justiça; Recursos legais para perdas ou	Mudanças de leis e regulamentos.

	eventos moldadas por diferenças sociais/legais.	viajar ou participar de eventos.	eventos; Considerações legais para gerenciamento de eventos.	danos em eventos.	
História	Importância dos eventos ao longo da história; Mudanças nos significados dado aos eventos; Mudanças na forma como as pessoas vivenciam os eventos.	Padrões históricos e tendências na demanda e consumo de eventos; Mudanças no motivo pelo qual as pessoas comparecem e o que desejam dos eventos.	Evolução do ciclo de vida de eventos; Mudanças no fornecimento de tipos de eventos; Alterações em planejamento e <i>design</i> de eventos.	Evidência histórica da análise de impactos de longo prazo.	Histórico de eventos específicos; Evolução dos eventos planejados em diferentes culturas; História refletida e comemorada por meio de eventos planejados.
Geografia Humana	Vinculando eventos a recursos, cultura e atividade humana; Fatores de sazonalidade.	Demanda ligada À distância e acessibilidade; A influência da religião e cultura nas regiões.	Configuração do evento; Análise do local.	Impactos ambientais analisados espacialmente.	Padrões espaciais e temporais (distribuição rural, crescimento de eventos como parte de esquemas de renovação urbana).

Fonte: Adaptado de Getz (2012, tradução nossa).

Dentro desse âmbito, é fundamental destacar a importância da interdisciplinaridade no estudo dos eventos. A combinação dessas disciplinas oferece uma abordagem holística, permitindo uma compreensão mais profunda e direcionada ao fenômeno em questão. A sinergia entre diferentes campos do conhecimento proporciona uma perspectiva enriquecida, capaz de capturar a complexidade intrínseca dos eventos. Além disso, essa abordagem integrativa não apenas enriquece a pesquisa, mas também contribui para a aplicabilidade prática dos resultados, uma vez que eventos, por sua natureza multifacetada, muitas vezes exigem soluções que transcendem as fronteiras tradicionais das disciplinas acadêmicas.

Em adição, às céleres e ininterruptas transformações vivenciadas na sociedade contemporânea faz reconhecer o evento como um ecossistema vivo, dinâmico, volátil e capaz de se reinventar e se adaptar aos contextos atuais, o que favorece sua constante mutação. Assim, considerar a riqueza de ideias múltiplas corresponde a ampliação do alcance dos eventos para diferentes campos, permitindo abordagens multi e interdisciplinares (Richards & Jarman, 2021).

Nakane (2012, p. 2) revela que “a conceituação de evento é ampla e abrangente, não se limitando a uma única definição para sua plena compreensão” e sugere que diversas variáveis precisam ser cogitadas na tentativa de tradução deles. Para tal, se faz necessário compreender que, apesar de aparentemente similares, um evento é passível do cumprimento de múltiplas funções por apresentar objetivos distintos e muitos significados associados a ele.

No entanto, é preciso reconhecer também que, dentro dessa amplitude, existe uma interseção a ser considerada no cerne dos estudos de eventos. Posto isso, é recomendável ponderar sobre forma e função, além de entender o evento como um fenômeno temporal, com pontos iniciais e finais; e espacial, com locais determinados para ocorrerem (Getz, 2008).

O nível básico no processo de construção de significados em eventos se estrutura sobre como projetar e produzi-los, por vezes, ensinado apenas como habilidade prática, análogo a aprender um ofício. Nesse sentido, adquire o significado de momento antecipadamente planejado para pessoas que compartilham motivações, interesses e aspirações semelhantes (Albar, 2014; ABNT, 2016; Britto & Fontes, 2002; Castelli, 2006; Giacaglia, 2003; Martin, 2014; Nakane, 2013; Tenan, 2002; Zanella, 2004).

A função é ponto primordial para o entendimento inicial sobre eventos, uma vez que está diretamente concatenada a definição do objetivo, ou seja, aponta para que aquele evento se propõe. Mas, por muitas vezes, algumas definições encontradas sobre eventos são vinculadas à descrição da função, se fazendo necessário o desmembramento entre definição e descrição. A Figura 4 evidencia algumas das funções consideradas dentre as mais comuns.

Figura 4.*Funções do evento*

Fonte: Adaptado de Getz (2012) e Bowdin *et al.* (2012).

Teoricamente, a função apresenta parâmetros claros e limites definidos, mas como já mencionado, pode desempenhar funções distintas e complementares, ampliando assim, o número de objetivos cabíveis a um evento. Por isso, é observado que a função se apresenta em diferentes níveis, sendo superficialmente planejado para um fim e ao se aprofundar, apresentar novas perspectivas.

Em um segundo momento, revela-se pertinente entender que a forma está diretamente associada à função, ou seja, como o evento se configura e como são programados. À vista disso, conota-se que a forma segue a função, resultando em uma tipologia diversa de eventos.

De modo similar a função, também é factível a forma e tipologia se aglutinarem e gerarem resultados pioneiros. Dentre essas possibilidades, há o surgimento de eventos que, por meio de novas ideias, visam rejuvenescer aqueles desenvolvidos nos moldes tradicionais, transformando-os no atual ecossistema de eventos. São tendências inovadoras, uma amálgama de atividades que gera uma simbiose, quebra a barreira das classificações convencionais e mescla conteúdo adicionais que não são comumente enquadrados em categorias específicas (Colombo & Marques, 2019).

Tais eventos são apresentados como simbióticos, ou seja

“[...] aqueles que originalmente teriam sido classificados em uma das categorias estabelecidas, especialmente por sua relação com um setor específico, mas que abriram sua programação para incluir conteúdos e atividades adicionais que não eram considerados anteriormente nesta categoria específica” (Richards, 2019, p. 5).

Isso não significa, até então, o declínio de tais categorizações, ao contrário, o campo em que o evento atua permanece relevante ainda que os limites entre eles sejam tênues e imprecisos. Como efeito, um mesmo evento pode ser meio de socialização, religiosidade, celebração, educação, lazer, entretenimento, promoção de marcas, fortalecimento cultural, atração de demanda turística, além de se revestir de uma imagem especial, marcante e icônica (Getz, 2012; Richards, 2019).

Todavia, há de se atentar que tamanha extensão de funções e formas amplia a complexidade do processo de formatação e entrega do evento adequado aos anseios do público trabalhado. Se por um lado, é possível desenvolver atividades paralelas que complementam o objetivo principal do evento e amplia o alcance para diferentes audiências, por outro lado, o resultado gerado pode oscilar entre a percepção de inautenticidade, a descaracterização e perda da identidade (Richards, 2019).

Outro fator agregador ao desenvolvimento do significado de eventos é a temporalidade, uma vez que, por meio de suas subdivisões é possível enquadrar e entender o objetivo de dado evento. Como ponto de partida, se faz pertinente rememorar o que Durkheim (1912, 1996) pregou ao evidenciar que nas sociedades pré-capitalistas o tempo era dividido de duas formas: o profano, dedicado ao trabalho no campo ou em casa e que detinha características monótonas e enfadonhas; e o raro e sagrado, aquele em que ações laborais não ocupavam espaço de relevância e as pessoas se reuniam para celebrar.

À época, não existia um claro entendimento sobre essa divisão, de modo que os tempos se intercalavam e possuíam intrínsecas relações, tornando improvável a distinção entre eles. Por conseguinte, “sabe-se que, nas sociedades pré-industriais, as atividades lúdicas, hoje atribuídas ao lazer, estavam ligadas ao culto, à tradição, às festas e não existia de fato o lazer em si, pois as atividades de trabalho envolviam ludicidade e prazer criativo” (Aquino & Martins, 2007, p. 485).

Por outro lado, a partir da ascensão da sociedade industrial, o tempo passou a ter uma nova configuração e ser dividido com limites bem definidos em tempo psicobiológico, tempo socioeconômico, tempo sociocultural e o tempo livre. Não sendo aqui permitido - teoricamente - um adentrar ao outro. Tal percepção é produto do peso que representa o trabalho no corpo social, gerando a necessidade de se desvencilhar dos excessos produzidos pela alta cobrança por produtividade, que é inerente à natureza do sistema capitalista.

De fato, o que se tem observado contemporaneamente, na efervescência do capitalismo, é uma intensificação do processo que possibilita o tempo ser visto como um bem de alto valor, sendo sua escassez, motivo que o faz adquirir ainda mais relevância e o envolve de significados mercadológicos.

Nesse panorama, Gleick (2000) demonstra que a expectativa geral de que tudo seja executado de maneira imediata, apesar do reconhecimento das inúmeras restrições que sempre incidem sobre as escolhas e ações, e a compreensão de que ninguém está totalmente isento de limitações para realizar suas vontades a qualquer momento, dando origem, assim, a pressões de tempo.

As palavras de Getz (2008, p.44) reiteram que:

O tempo é precioso em nossa sociedade, por isso se tornou uma mercadoria de alto valor. Pagamos de bom grado por tempo de qualidade[...] e isso geralmente envolve experiências de eventos. Sacrificaremos mais dinheiro para ter mais tempo livre.

Como consequência, há uma crescente valorização do tempo livre, àquele que se refere às ações humanas realizadas sem que ocorra uma necessidade externa ou motivação extrínseca e que o sujeito atua com a consciência de fazer uso desse tempo com liberdade e criatividade (Munné, 1980). Ainda que essa liberdade seja de natureza utópica, na medida em que a dinâmica socioeconômica dominante atua como entrave ao exercício da livre escolha (Aquino & Martins, 2007).

De toda maneira, esse tempo livre se reveste de significado para a construção de conceitos para eventos, uma vez que parte dele, o lazer, ocorre fora das responsabilidades sociais, com uma duração que flutua de acordo com o nível de envolvimento nas atividades de trabalho. Logo, o lazer ocupa uma posição proeminente que desempenha funções essenciais em termos de descanso, aprimoramento pessoal e entretenimento (Dumazedier, 1973; 1979), sendo esses, campos propícios ao desenvolvimento de eventos.

Com base nas ideias de Dumazedier, Camargo (1989) amplia o conceito de lazer para um conjunto de atividades que seguem determinadas características essenciais, tais como a necessidade de serem desprovidas de custo financeiro, proporcionarem prazer, serem realizadas de forma voluntária e libertadora, e se centrarem em interesses de natureza cultural, física, manual, intelectual, artística e associativa. Além do mais, precisam ocorrer durante um período de tempo livre, seja ele obtido pela subtração de compromissos profissionais e domésticos ou conquistado ao longo da história; e influenciar o desenvolvimento pessoal e social dos indivíduos.

Subsidiado pelos teóricos ora expostos, torna-se necessário sopesar que a forma como se usa, percebe e valoriza o tempo são considerações importantes nos estudos de eventos, uma vez que esses são fenômenos efêmeros. Tal premissa conduz a percepção dos eventos como uma pausa, uma forma de escapar das tensões, lançando luz sobre o evento como tempo/espço, se não para desacelerar, ao menos amenizar as sobrecargas cotidianas, criando assim, um senso de urgência que pode aumentar a atratividade, aceitação e expectativa do evento como um espaço de lazer.

Ao ampliar o conceito de lazer, torna-se imperativo apontar seu desdobramento como entretenimento que, reiteradamente são vistos como similares, mesmo não sendo. O entretenimento é uma denominação voltada a atividades consumistas e passivas, proporcionando distração momentânea, mas não necessariamente envolvendo uma participação ativa ou reflexiva por parte do indivíduo, ao passo que o lazer é mais abrangente e envolve uma forma mais autêntica de atividade criativa e participativa (Lefebvre, 2014).

Com efeito, ao se recuar no tempo, torna-se manifesto que essa dinâmica tem sido uma constante, na medida em que outras construções sociais e culturais, relacionadas à noção de tempo, influenciaram a compreensão da necessidade de feriados planejados, dias especiais para celebrações e momentos dedicados a si próprio (Bowdin *et al.*, 2012).

Nesse sentido, o lazer também desempenha um papel importante ao motivar intrinsecamente a participação em eventos, ocupando esses espaços de tempo com atividades que geram uma ruptura da rotina diária e promovem novas experiências estimulantes. Além disso, a atmosfera festiva e lúdica associada aos eventos aqui trabalhados, ocorre para a sensação de liberação do estresse, relaxamento, excitação, satisfação intrínseca, prazer, envolvimento, domínio, liberdade percebida e espontaneidade (Richards, 2013).

Ademais, é imperativo ressaltar que, em muitas das sociedades contemporâneas ocidentais, os significados e valores relativos ao escapismo, tempo livre, atividades de lazer desempenham um papel essencial na formatação de uma ampla gama de eventos planejados e são parte integrante dos motivos pelos quais se observa uma crescente demanda para a produção de eventos planejados.

Já no tocante ao conceito de evento como lugar físico, há reflexões sobre as percepções individuais e sua extensão às relações entre pares e grupos, a partir do papel simbólico do espaço (Branton, 2009). Isso posto, o contexto pode ser usado para intensificar o envolvimento e as conexões emocionais e é a principal preocupação do design de experiência (Pullman & Gross, 2004). A inserção de pistas e signos, enviadas por pessoas, processos e evidências físicas, se reveste de potencial comunicativo que corrobora na construção do ambiente social que se deseja conceber (Bitner, 1992; Carbone & Haeckel, 1994).

O conceito de *servicescapes* se adequa a esse processo e enfatiza o impacto do ambiente físico e os estímulos sensoriais que o indivíduo recebe durante a compra e consumo de serviços de modo geral (Bitner, 1992). Os desdobramentos de tal estudo têm sido adotados no contexto dos eventos - *eventscapes* - e descrevem a potencialidade dos espaços para a encenação de eventos, assim como identificam as percepções dos participantes (Brown *et al.*, 2015).

Importante ressaltar que o poder de persuasão desses espaços é configurado por atributos tangíveis e intangíveis que, quando devidamente coadunados, potencializam a produção de condições ambientais e, deliberadamente, conduz a respostas comportamentais específicas e imediatas (Berridge, 2012a; Brown & Hutton, 2013; Crowther, 2014; Davies *et al.*, 2003; Getz, 2012; Matilla & Wirtz, 2001; McLoughlin, 2015; Nelson, 2009; O'Toole, 2011; Orefice, 2018).

Dentre os elementos materiais, a proposta é aprimorar o *design* físico com o uso das dimensões dos *servicescape*, tais como os apresentados na Figura 5.

Figura 5.*Dimensões do servicescape*

Dimensões	Elementos	Autores/Ano
Programa, entretenimento e diversão	Música, entretenimento ao vivo, variedade de eventos.	Lee et al, 2010; Bruwer, 2014; Lee e Chang, 2017
Design e local	Espaço e layout	Lee et al, 2008; Fu et al, 2018
Instalações	Instalações sanitárias, áreas de estar e descanso, conforto, limpeza do local, sinalização, estacionamentos, informações (como placas, panfletos)	Lee et al, 2008, 2011; Yoon et al, 2010; Mason e Paggiaro, 2012; Bruwer, 2014; Lee e Chang, 2017; Fu et al, 2018

Fonte: Adaptado de Bruwer (2014); Fu *et al.* (2018); Lee & Chang (2017); Lee *et al.* (2008); Lee *et al.* (2010); Lee *et al.* (2011b); Mason e Paggiaro (2012); Yoon *et al.* (2010).

Adicionalmente e de forma ainda mais específica, alguns elementos são orquestrados para a construção do espaço do evento. Nelson (2009) enfatiza o layout, funcionalidade e condições ambientais – som, luz, temperatura, aroma – enquanto Matilla e Wirtz (2001) e Davies *et al.* (2003) atentam para decoração, cenografia, adereços, atores, efeitos especiais, tema, além de reiterar a imprescindibilidade do *servicescape*.

Quanto ao contexto subjetivo, o ambiente físico pode ser concebido para evocar emoções e respostas específicas, e a gestão eficaz das variáveis atmosféricas é, portanto, vital para a criação de experiências de serviço atraentes (Hoffman & Turley, 2002). Kotler (1973) introduz o elemento denominado atmosfera, aqui entendida como “aqueles elementos dos ambientes de serviço que influenciam afetivamente as reações ao lugar” (Foxall & Greenley, 1999, p. 149), como elemento primordial na construção de um ambiente holístico capaz de criar impressões e respostas internas embasadas em fatores cognitivos, emocionais e psicológicos e produzir efeitos emocionais positivos (Foxall & Greenley, 1999; Lee *et al.*, 2008; Mason & Paggiaro, 2012).

Essas respostas norteiam o comportamento que se pode configurar como aproximação ou rejeição, ou seja, o desejo ou não de permanecer em determinado ambiente, ora representado pelo evento (Bitner, 1992; Mehrabian & Russell, 1974; McGoldrick & Pieros, 1998). Portanto, a compreensão da capacidade que o *eventscape*s têm de influenciar variáveis atitudinais que geram emoções, refletem sobre o nível de motivação, satisfação e fidelidade do usuário (Carneiro *et al.*, 2019; Gonçalves *et al.*, 2022).

Além de efeitos sobre comportamentos individuais, o *eventscape* induz a natureza e qualidade das relações interpessoais devido a sua capacidade de definição de possibilidades e limites dos episódios sociais que lá ocorrem (Forgas, 1979). Assim, o evento se configura como uma plataforma multidimensional para diversos tipos de interação social (Kim & Kaplan, 2004; Marques *et al.*, 2021).

À vista disso, Gelder e Robinson (2009) afirmaram que a prática de interação social é um dos motivos fundamentais para efetivação de eventos, assim como, Grove e Fisk (1997) e Hsu e Huang (2009) certificaram que estar entre outros consumidores pode contribuir para a satisfação e prazer. Ainda assim, é provável que haja resultado antagônico, ocasionando desagrado e insatisfação do público (Harris & Reynolds, 2003; Wu, 2007), o que leva a ponderar sobre as formas de interação que serão suscitadas.

Nessa conjuntura, a interação social em eventos se configura por meio da socialização com amigos e familiares (Chang & Yuan, 2011; Gelder & Robinson, 2009; Mason & Kerridge, 2004; Uysal & Li, 2008), a congregação com desconhecidos (Chen, 2006; Crompton & McKay, 1997), a interação com o audiência (massa) mais ampla (Nordvall *et al.*, 2014) e/ou experimentação de uma atmosfera positiva que é criada quando as pessoas se reúnem para se divertir (Gelder & Robinson, 2009).

Como produto do interesse na socialização e elemento a ser orquestrado, a multidão surge composta por um número elevado de pessoas que estão fisicamente copresentes (Neville & Reither, 2011). Embora se configure como antítese, que ora repele, ora atrai o usuário - a depender das motivações individuais - a multidão é aceita como central para certos eventos e sua composição pode gerar efeitos sociais no senso de identidade do indivíduo (Khan *et al.*, 2016; Grebenar, 2020).

Para tal, os eventos, quando se configuram como ambiente de autoidentificação, potencializam o senso de si e reverberam no modo como alguém se enxerga dentro de uma categoria mais vasta de indivíduos, conduzindo-os a uma aproximação espontânea (Khan *et al.*, 2016). Desse modo, os eventos passam a constituir importantes espaços de confiança nos quais os limites normais da vida cotidiana são transformados e novas possibilidades emergem (Richards & Palmer, 2010).

Neste sentido, entende-se que eventos que propiciam identidades compartilhadas, fomentam a intimidade entre os membros da multidão (Neville & Reicher, 2011), de tal maneira que as pessoas começam a cooperar, a confiar, respeitar e a fornecer apoio mútuo (Reicher & Haslam, 2009). Logo, seja qual for a configuração que assumam os eventos, principalmente os coletivos ritualizados, tendem a consolidar as identidades sociais e aumentar o orgulho de ser parte integrante deste grupo (Durkheim, 1912, 1995; Grebenar, 2020).

Vale ressaltar que isso ocorre porque os eventos ritualizados se apropriam de um conjunto de formalidades, normas e símbolos compartilhados que delimita aqueles que estão copresentes fisicamente, inseridos no grupo e possuindo um foco comum de atenção, fornecendo assim, um senso privilegiado de inclusão. Essa configuração possibilita carregar uma situação com emoção e significado e leva os participantes a compartilharem estados afetivos em comum (Collins, 2004, Richards, 2015b; Simons, 2019).

Posto isso, pode-se inferir que,

O evento pode ser tanto um rito de intensificação [...], submetendo o participante a extremos de experiência emocional ou física que levam a um maior autoconhecimento; e um rito de integração, onde a interação com os outros presentes consolida valores culturais compartilhados e instila uma sensação temporária de proximidade. Ambos enfatizam a importância da interação com os outros, como fonte de satisfação pessoal. (Morgan, 2008, p. 38, tradução nossa).

Tais práticas compartilhadas se relacionam às Cadeias de Rituais de Interação e o alcance dos resultados expostos incentiva os usuários a retomarem a experiência, adentrando em sucessivos novos rituais. Em vista disso, o ritual, algo que extrapola o tempo e espaço e se expõe por meio de encontros momentâneos entre corpos humanos, desempenha papel primordial no processo de interação humana para gerar a sensação de efervescência e energia emocional coletiva (Collins, 2004).

Uma vez alcançado o ápice da excitação, o entorno se altera e passa a ser vislumbrado como um momento catártico e a junção de ações que convergem para esse fim - reunião de pessoas, identificação com o grupo, fortalecimento da identidade, ritual e efervescência coletiva - conduz o indivíduo a sensação de que “[...] tudo é como se ele fosse realmente transportado para um mundo especial, totalmente diferente daquele em que se vive e para um ambiente com forças excepcionalmente intensas que o apoderam e o metamorfoseiam” (Goffman, 2019, p. 51). - Tradução nossa.

À vista disso, além de elemento recreativo, o evento é chave para o desenrolar da vida séria, uma transposição para um universo de sociabilidade onde sugere a liberação de alguns deveres e normas da vida mundana, consentindo comportamentos que não seriam apropriados durante o tempo profano e tornando pessoas abertas a novas intimidades (Goffman, 2019). Nesse mesmo contexto, o filósofo Badiou (2002) legitimou que os eventos acontecem em determinados momentos considerados fora do comum e que, ao contrário das contingências menores da vida cotidiana, rompem com a ordem estabelecida das coisas.

De modo igual, Richards (2020) reitera que a junção de características de determinados eventos fornece um momento e um espaço longe da vida habitual que permite aos participantes escaparem ou criarem novos mundos. Esse espaço está associado ao que se denomina como zona liminóide, isto é, “[...] uma região onde não apenas novos elementos, mas também novas regras combinatórias podem ser introduzidas” (Turner, 2012, p. 224).

Por conseguinte, a aquisição do sentido liminoide sublinha a natureza singular dos eventos e, mais uma vez, reitera o seu caráter limitado no tempo (Clawson & Knetsch, 1966). Esse enquadramento para um momento único enfatiza outro elemento importante, a vivência da novidade, sendo essa descrita por Tinsley *et al.* (1993) como uma ocasião que é vista como fora do comum, se apresenta de forma agradável esteticamente, emocionalmente ou intelectualmente e estimula uma sensação de novidade no indivíduo.

A natureza humana é intrinsecamente curiosa e ávida por estímulos novos e emocionantes e, quando exposta a algo inesperado, aumenta a sensação de prazer e intensifica a capacidade de reter informações. A vivência da novidade, agregada à outras particularidades do evento aqui já expostas, é elemento distintivo que reveste um evento de singularidade e o conduz a um novo patamar: um espaço para experiências extraordinárias (Morgan, 2008; De Geus *et al.*, 2016).

Dessarte, em meio a uma sociedade em constante evolução que postula por intervenções inovadoras, é essencial refletir sobre a possibilidade de incorporação dos elementos ora apresentados, desde que adequado ao objetivo do evento, a fim de oferecer uma experiência genuinamente única e impactante. Tal resultado pode ser alcançado por meio da adoção de tecnologias inovadoras, abordagens criativas, utilização de novos métodos no processo de concepção, planejamento e entrega do evento, bem como pelo olhar mais atento ao perfil do público.

2.2 Adentrando no Evento: Festa, Festejo, Festividade e Festival - Tudo cabe no São João?

Para adentrar num universo de festejos inovadores, é necessário se debruçar sobre conceitos que revelam a evolução do significado dado ao ato de festejar. Etimologicamente, a palavra festa advém do latim *festa*, plural de *festum*, usada para descrever a atividade festiva, solene, alegre, divertida, feita para celebrar (Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa, 2023).

A festa tem se constituído como elemento essencial da experiência humana desde o início da humanidade, quando detinha um sentido puramente orgânico - algo que não podia ser programado, mas que expunha o comportamento manifesto da experiência liminoide - evoluindo até adquirir uma faceta comercial (Marques & Brandão, 2015).

Essa linha histórica inicia ao demonstrar que os povos antigos, além de não separar a atividade festiva e o trabalho, também não dissociavam o sagrado e o profano, o que garantia a coexistência da consciência mundana e do sentimento de espiritualidade. Todavia, mesmo com a crença nos poderes sagrados que o céu possuía, não havia adoração com sentido religioso, mas sim, celebrado com atividades festivas (Biaett, 2015).

De maneira análoga, o filósofo Pieper (1999) esclarece que tudo o que enaltece a existência humana - seja a poesia, a música, as demais formas artísticas ou mesmo as celebrações - encontra suas origens não na ação, mas na contemplação, que só pode florescer no tempo de ócio. Essa contemplação está conectada com o divino, conduzindo à reafirmação tanto do mundo quanto da própria essência por meio da gratidão pelo que existe.

Reflexo do desejo de comemorar como expressão de agradecimento, o autor também evidencia a presença dos feriados, ou dias festivos, que se intercalam com os dias de trabalho. No entanto, esses feriados não são meramente percebidos como momentos de descanso ou pausa de atividades produtivas, eles carregam um significado muito mais profundo, o da celebração.

Todavia, o que distingue o posicionamento do referido autor é o peso dado ao sagrado e a supressão do profano. Aqui, é possível ocorrer celebrações mundanas, porém não profanas, pois festividades sem deuses são ilógicas, já que as festas são, por definição, uma celebração tradicional (Pieper, 1999). Isso posto, “o mundo da festa é apresentado como o mundo da religião, do culto, do ritual, do cerimonial regrado e ordenado” (Gonçalves, 2009, p. 6).

Nessa conjunção, Pieper (1999) aponta doze características essenciais que proporcionam sentido sagrado às festas populares, a ver:

1. Excepcionalidade;
2. Espontaneidade;
3. Valorização de algo que foi perdido;
4. Relevância que se fundamenta exclusivamente em sua própria essência;
5. Qualidade além de quantidade;
6. Contemplação;
7. Renúncia;
8. Esbanjamento;
9. Afeto;
10. Fruição;
11. Memória;
12. Afirmação do mundo.

Para além, Barceló (1998, p.82) sustenta que, a junção de tais qualificações, enaltece o significado imaculado das celebrações, assim,

[...] a festa no seu sentido mais originário não é um tempo dedicado a divertir-se, mas é uma atividade séria em que os homens têm a oportunidade de se pôr em contato com o sobrenatural e de se vincular com as forças divinas que regem o mundo.

Sob outra concepção, Durkheim (1912, 1996) lançou olhar para além dos limites religiosos ao reconhecer que mesmo com suas raízes no sagrado, toda festa tem por efeito a aproximação e reavivamento de conexões - quer seja com o sagrado, quer seja com o outro ou até consigo mesmo; a transgressão de normas e; a produção de um estado de efervescência coletiva.

O autor ainda afirma que, o ápice dessa energia compartilhada, acaba por alterar as condições psíquicas de forma que, as forças vitais são superexcitadas, as paixões avivadas e as sensações potencializadas (Durkheim, 1968). Para propiciar esse estado de alma, que Mafessoli (1988) intitula de êxtase, se utiliza de elementos presentes em todas as festas, tais como o recreativo e estético, as manifestações de gritos, cantos, música, movimentos intensos, danças, comidas, bebidas específicas, comportamentos ritualizados, sensualidade e excitação.

Ademais, a junção desses fatores produz um espaço que permite ao indivíduo desaparecer dentro de um grupo maior e passar a ser dominado pelo coletivo. Tal invisibilidade conduz ao excesso e a propensão de transgredir as normas ordinariamente mais acatadas, levando a uma perda da distinção entre o que é permitido e o que é proibido (Amaral, 1998).

Por conseguinte, esses elementos reconhecidamente amenizadores do mal-estar da civilização - mesmo com a ciência de que nem todos levam uma vida pesada, pouco livre e sobrecarregada pelo trabalho cotidiano - são meios de “refazer e fortificar o espírito fatigado [...] nas festas, por alguns momentos, os indivíduos têm acesso a uma vida menos tensa, mais livre e onde sua imaginação está mais à vontade” (Durkheim, 1968, pp. 543-547), possibilitando assim, a absorção de energia necessária para se manter sem descontentamento e insatisfação até a próxima festa.

Em estudos mais recentes é retomada a discussão sobre os fenômenos possíveis nas ocasiões, se limitando ao que se classifica como Ocasões Sociais Comemorativas, e afirma que:

Multidões reunidas para eventos são maravilhosamente complexas. Esses momentos efervescentes de copresença podem ser planejados ou descoordenados, contestados ou abraçados, grandes ou pequenos, contém chegadas e partidas, várias pequenas interações e agrupamentos e muitos participantes com muitas motivações (Wynn, 2016, p. 276).

Goffman (2019), por sua vez, tanto reitera as teorias ora expostas, como introduz novos fenômenos possíveis no contexto festivo,

[...] É preciso considerar as ocasiões sociais, porque nas ocasiões sociais são onde elas acontecem. É aqui, dentro da energia intensa e conectada nas ocasiões, que as pessoas fazem novos amigos, curam velhas feridas, traçam planos e ultrapassam os limites. Além disso, ocasiões consideradas muito especiais, que produzem altos níveis de energia emocional, reúnem pessoas que normalmente não se encontram, forcem classificações públicas e exigem coreografias complexas [...] (Goffman, 2019, p. 70).

Sob outro enfoque, Amaral (1998), ao se debruçar sobre o contexto brasileiro, questiona a legitimidade da festa apenas como espaço de distanciamento da realidade, uma vez que, elas atuam como mediadoras entre esse fim e a ação transformadora. Nesse sentido,

A festa brasileira, além de ser linguagem capaz de expressar simultaneamente múltiplos planos simbólicos é, ainda, uma mediação capaz de tornar compreensível a vida num país em que as contradições de todos os tipos são realçadas diariamente e, finalmente, pode ser entendida até mesmo como um modo de ação coletiva que pode responder à necessidade de superação das dificuldades dos grupos e das regiões onde se inserem[...].

Isso se dá devido aos múltiplos papéis, formatos, funções e espaços apresentados pela festa, dentre os quais, há uma forte valoração sobre sua capacidade de junção do coletivo, percepção de valores partilhados, auto identificação com o todo, solidariedade entre os diferentes e pertencimento. Esse resultado é possível à medida que os indivíduos se reconhecem culturalmente diante da comunhão de tradições, costumes, crenças, comportamentos e conhecimento, ou seja, a festa, se expõe como manifestação pertencente ao domínio da cultura popular.

Por conseguinte, as festas populares são celebrações enraizadas na cultura que fortalecem laços comunitários por priorizar a participação da coletividade e, se caracterizam pela presença marcante de manifestações que, além de compor, interagir, influenciar e deter o poder de modificar o cotidiano, objetivam preservar e celebrar a identidade e história de uma comunidade (Carneiro, 1974; Castro, 2001; Cavalcanti, 2013).

No contexto informado, Rojek (2009) ressalta a relevância do entretenimento na sociedade contemporânea, destacando os eventos e festas populares como arenas significativas para a expressão cultural, socialização e busca de experiências únicas. O referido autor acrescenta que as práticas de entretenimento e lazer desempenham um papel na formação de identidades individuais e coletivas, impactando a maneira como as pessoas experienciam e interpretam essas festas.

Nesse ponto, torna-se importante ressaltar que, nas festas populares, a energia organizadora surge da própria comunidade, que gradualmente se apropria dessas celebrações (originalmente controladas principalmente pelo Estado e pela Igreja). Assim, essas festas perduraram graças aos esforços das comunidades que se dedicam a preservar suas tradições, as quais são reafirmadas coletivamente por meio de celebrações, representações e festividades (Davel & Dantas, 2019).

Contudo, na sociedade atual, essas festas passaram a desempenhar um papel significativo na economia das cidades, o que despertou o interesse das autoridades governamentais e dos atores econômicos em garantir sua continuidade e promovê-las para além das fronteiras municipais. Com isso, é perceptível que certas características introduzidas acabam por modificar o sentido dessas festas, tais como o sistema capitalista com suas atividades comerciais, o processo de modernização e o estabelecimento de redes de interação e comunicação (Davel & Dantas, 2019).

No trajeto histórico aqui delineado, esses aspectos conduzem a contemporaneidade, em que a espontaneidade da festa orgânica deu lugar a uma festa organizada, que evoluiu da celebração em grupo para a festa comunitária. Com o crescimento do tempo de lazer como uma necessidade para recuperar a energia consumida pelo trabalho, elementos físicos, emocionais e criativos da festividade foram gradualmente substituídos por atividades mais passivas.

De forma adicional, traços que enfatizam o comercialismo e a adesão às tecnologias também deixaram sua marca nas festas, conferindo-lhes um caráter mais orientado para o aspecto comercial. Como resultado, surgiu um debate que perdura até os dias atuais sobre a autenticidade daquilo que foi categorizado como pseudoeventos, já que não eram mais percebidos meramente como celebrações, mas sim como eventos concebidos deliberadamente com a intenção de promover publicidade e obter cobertura midiática (Boorstin, 1961).

Agora, ainda imersa em redes de significados locais e talvez melhor caracterizado como um organismo comercial, a festa popular moderna está distante de suas origens sagradas como uma festividade genuína e espontânea. Sua vocação mercantilista desperta interesses da indústria cultural - “[...] fruto da oportunidade de expansão da lógica do capitalismo sobre a cultura” (Costa, 2013, p. 136) -, que cada vez mais se apropria dessas celebrações e por vezes acabam por desconfigurar seu real sentido.

De fato, é sabido que “[...] na chamada indústria cultural, os objetos são pensados para seduzir e servir a um grande número de pessoas [...] e a afirmação de que ela prevê produtos para todos os tipos de pessoas permanece atual” (Souza, 2017, pp. 86-87). Em vista disso, há uma discussão constante sobre a satisfação de necessidades inexistentes que o próprio mercado criou, maquiadas de motivação intrínseca, leva ao seu consumo alienado e conformista (Adorno & Horkheimer, 2006).

Debord (1997), ao se debruçar sobre o capitalismo do mundo contemporâneo, afirma que, ao despojar-se de sua natureza sagrada, a festa abandonou seu papel unificador em favor de uma comunicação que transforma a vida social em mera estetização, resultando em luxo vazio em que o espetáculo se torna o próprio propósito.

Ademais, visto que o espetáculo é concebido como a soma das relações sociais mediadas pelas imagens, é comum resultar em espectadores passivos acompanhados de linguagens corporais de tédio e com pouca interação social para além de seu grupo de amigos e familiares. Nesse sentido, Pine e Gilmore (1999) confirmam que a dimensão estética de um evento é seguida de uma contemplação passiva que, apesar de adequada a diversos tipos de eventos, foge da natureza arrebatadora e extasiante das festas.

A mídia, em parte, desempenha um papel significativo como fomentador da festa-espetáculo por meio da disseminação de notícias que atinge uma ampla parcela da população, influenciando-a a perceber a festa como forma de entretenimento e transformando-a em uma demanda desvinculada do propósito genuíno da manifestação. Como consequência, a festa assume um status desprovido de significado para uma audiência passiva em face de uma cultura de consumo cada vez mais generalizada (Marques & Brandão, 2015).

Observa-se, portanto, que a festa adquire características de espetáculo quando a comunidade perde sua autonomia, permitindo que outros indivíduos e instituições manipulem em consonância com suas próprias agendas políticas, sociais e religiosas, resultando na supressão da espontaneidade, conforto e dinamismo intrínsecos à celebração (Marques & Brandão, 2015).

Embora haja o reconhecimento da tessitura aqui exposta, há uma evolução quanto ao entendimento do papel do público, entendendo que os indivíduos detêm capacidade reflexiva e reagem - não apenas absorvem - as mensagens propagadas” (Souza, 2017, p.104). Portanto, por meio de reflexões atentas, há de considerar a fundamentalidade da postura do consumidor e assim propiciar ressignificações, resistências e transformações.

Nesse sentido e contrapondo o que foi apresentado, a festa se revela como algo maior a simples manipulação comercial por ser manifestação que engloba a prática, a performance, a narrativa, a mobilização e a resistência. Ela representa uma mistura de cultura, criatividade, protagonismo, luta, subversão e inversão. Além disso, desempenham um papel crucial na construção de experiências históricas e culturais relevantes, dando origem a símbolos, materiais, identidades, afetos, valores e sociabilidades que atuam nas lacunas do nosso dia a dia (Certeau, 2008; Fantinel & Silva, 2021; Rubim & Miranda, 2012).

À vista disso, “por ser a festa considerada um ato coletivo, ela supõe não só a presença de um grupo, mas, também, sua participação, o que diferencia a festa do puro espetáculo” (Amaral, 1998, p. 117). Associado a isso, se evidencia a importância do engajamento das várias esferas da sociedade - cada uma dentro de suas respectivas atribuições.

Assim como, a implementação de meios eficazes para reafirmar e difundir o verdadeiro significado da festa, com o objetivo final de seduzir, encantar e envolver aqueles que são a razão de sua existência.

A presente discussão se estende à sociedade brasileira, que vem demonstrando seu poder de reestruturação das festas e onde, paulatinamente, surgem mais motivos para se festejar e modos distintos de fazê-lo. É preciso atentar também que, mesmo diante do declínio natural de alguns tipos de festas, se observa o progresso de outras que evoluíram com o passar do tempo, a exemplo da maior festa brasileira, o Carnaval, ou ainda a festa do Círio de Nazaré, no Pará, ou o São João nordestino (Amaral, 1998).

No cenário exposto, a festa junina, uma das festividades mais representativas da cultura brasileira, é celebrada com entusiasmo e devoção em todo o país, principalmente nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. Suas origens têm raízes nas tradições europeias, especialmente em Portugal, e foram trazidas para o Brasil pelos colonizadores. Essas festividades mesclaram elementos religiosos e pagãos, remontando às festividades pagãs de colheita, que foram incorporadas pela Igreja Católica como forma de cristianizar e assimilar tradições populares, resultando em celebrações únicas e marcantes (Carvalho & Costa, 2022).

Sob um viés religioso, essa celebração está intimamente ligada aos santos católicos São João, Santo Antônio e São Pedro, cujas datas de comemoração, respectivamente 24, 13 e 29 de junho, são o ponto alto das festividades. A escolha desses santos como padroeiros está relacionada à tradição de festejar o nascimento de São João Batista, que ocorre no período próximo ao solstício de inverno, uma época marcada por rituais pagãos de celebração da colheita.

O festejo é repleto de simbolismos e elementos característicos como fogueiras que remetem à queima de ervas daninhas e limpeza dos campos para o plantio, músicas da cultura nordestina brasileira, tais como o forró, xote, xaxado e baião, além das quadrilhas, danças populares que retratam o cotidiano rural e as relações sociais. A culinária também desempenha um papel fundamental, com comidas típicas envoltas em rituais que refletem a conexão com a natureza, a agricultura e a espiritualidade. Essas celebrações também são oportunidades para reforçar laços comunitários e preservar tradições (de Andrade Lima, 2020).

Ao longo dos anos, a festa junina passou por transformações e adaptações, incorporando elementos da cultura popular e regional, bem como influências de outras culturas. Atualmente, as festas juninas são eventos que reúnem grande público, com programações variadas que incluem *shows* musicais, apresentações de dança, concursos de quadrilhas, barracas de comidas típicas e atividades recreativas para crianças e adultos (Carvalho & Costa, 2022).

Assim como as festas anteriormente citadas que detêm uma construção orgânica baseada na celebração comunitária, o capitalismo também exerce uma influência significativa, levando até mesmo algumas manifestações a superarem limites, isto é, perdendo sua natureza originalmente sagrada e tornando-se profanas (Amaral, 1998, 2001, 2008).

Com o passar dos anos, as festas de São João passaram por adaptações e ressignificações, especialmente com a urbanização e industrialização. As celebrações se tornaram mais espetacularizadas e competitivas entre cidades, refletindo mudanças sociais e tecnológicas. Tal constatação se materializa na observação da alta valoração das festas contemporâneas - abastecidas por patrocínios, geração de receitas, internet e meios de comunicação social, devido aos impactos econômicos positivos gerados e capacidade de criar produtos de marcas e identidade local (Biaett, 2015; Derret, 2003; Jamieson, 2014; Jackson *et al.*, 2005; Nair & Babu, 2022; O'Sullivan & Jackson, 2002).

Outrossim, perante sua capacidade de desencadear a dinâmica do mercado ao mobilizar recursos, criar oportunidades de emprego e renda, influenciar as economias, tanto no âmbito nacional quanto local, fomentar o turismo e causar impactos notáveis nos setores comerciais, artesanais, de hospedagem e gastronomia (Davel & Dantas, 2019), as festas podem ser identificadas como oportunidades de investimento e um campo fértil para o empreendedorismo, emergindo como impulsionador das economias locais (Davies *et al.*, 2010; Getz, 1993; Getz & Page, 2016; Moeran & Pedersen, 2010; Tichaawa, 2016).

A notoriedade dada ao perfil comercial das festas populares tem refletido sobre o apelo turístico que lhes é peculiar devido às suas particularidades, uma vez que são janelas que expõem a identidade cultural e as tradições de uma comunidade (Yu, 2021). Nesse sentido, as festas emergem como elementos centrais do mercado turístico (Getz & Frisby, 1988; Getz & Page, 2016), também sendo reconhecidas como uma das atrações de crescimento mais acelerado no setor turístico (Crompton & McKay, 1997; McDonnell *et al.*, 1999).

Na perspectiva de Liu *et al.* (2019), isso ocorre devido ao desejo dos turistas de aprender sobre cultura e costumes locais, sendo a festa popular, uma alternativa que une o objetivo ora exposto às suas características liminoides, fornecendo assim, meios capazes de transcender a experiência desejada. Diante disso, as festas populares oferecem a oportunidade de experimentar a cultura local de uma maneira única, possibilitando a interação com tradições, rituais e celebrações que têm raízes profundas na história da comunidade (Deng & Zhang, 2022).

Três festas juninas destacam-se nesse contexto. O São João de Campina Grande passou por uma transformação gradual, evoluindo de uma celebração local para o status de "O maior São João do mundo". O evento, que originalmente era uma tradição familiar com características regionais nordestinas, começou a incorporar elementos de espetáculo de grande porte, aumentando assim seu poder de atração. Em 1970, o São João de Campina Grande adotou um formato de festa de rua, conhecida por sua natureza pública e acessível a todos os interessados em participar.

A partir de 1983, foram implementadas estratégias para transformar o São João em um espetáculo de maior magnitude, visando torná-lo um megaevento. A profissionalização da organização, a ampla divulgação na mídia nacional e a inclusão do São João de Campina Grande no calendário turístico da Embratur em 1985 foram marcos que contribuíram significativamente para sua consolidação como um dos principais eventos do gênero (Perdigão & Leão, 2015).

Já o Mossoró Cidade Junina, que teve origem em 1996, como uma iniciativa da Prefeitura Municipal de Mossoró para promover e valorizar as tradições juninas da cidade, é uma festa idealizada como uma forma de resgatar e preservar as festividades juninas, que já faziam parte da cultura local, mas que estavam perdendo espaço para eventos de outras regiões. Inicialmente, era um evento de menor porte, com uma programação mais modesta e voltada principalmente para a comunidade local, ressaltando seu lado religioso por meio das festividades do santo padroeiro. No entanto, ao longo dos anos, a festa foi crescendo em popularidade e ganhando reconhecimento nacional, tornando-se um dos principais eventos juninos do país. O São João cultural do Nordeste atrai milhares de turistas de todo o Brasil, contribuindo significativamente para a economia local e para a promoção da cultura e das tradições da cidade de Mossoró (Bessa & da Silva, 2022).

O São João de Caruaru teve início em meados do século XX, por volta dos anos 1950, como uma festa popular em homenagem a São João Batista, padroeiro da cidade. No entanto, foi a partir das décadas de 1970 e 1980 que a festa começou a ganhar maior destaque e a se consolidar como um dos maiores eventos juninos do Brasil. A partir dessa época, o São João de Caruaru passou por um processo de expansão e profissionalização, incorporando novos elementos e atraindo um público cada vez maior (Marques, 2009).

O festejo também se tornou um importante evento econômico para a cidade, gerando empregos diretos e indiretos, e movimentando diversos setores da economia local, como o comércio, a hotelaria e a gastronomia. A festa também contribui para a divulgação e promoção da cultura nordestina, destacando as tradições locais, a música, a dança e a culinária da região. Conhecida como a Capital do Forró, atrai milhares de turistas todos os anos, que vêm em busca de uma experiência única da cultura nordestina. A festa é uma celebração da identidade e da história da cidade, que se mantém viva e pulsante através das tradições juninas.

No entanto, mesmo em face de tantos atributos oriundos das festas populares, há uma preocupação crescente quanto aos potenciais impactos negativos derivados de um mau planejamento, exclusão da comunidade do processo ou mesmo da sobreposição de valores individuais aos coletivos. Sob uma perspectiva cultural, já que o efeito danoso pode-se estender por outras esferas, a realização de festas populares em uma comunidade pode então resultar em:

- Efeitos de aculturação, imitação e perda da identidade cultural;
- Barreiras sociais que levam a intolerância, indiferença, xenofobia, racismo;
- Descaracterização cultural: À medida que as festas populares se tornam mais comerciais e atraem um público diversificado, há o risco de que as tradições culturais sejam diluídas ou até mesmo perdidas.
- Erosão das tradições: O foco excessivo na parte festiva e comercial das celebrações pode fazer com que as tradições culturais autênticas sejam esquecidas ou menosprezadas, especialmente entre as gerações mais jovens.
- Culturalização superficial: Em alguns casos, as festas populares podem adotar elementos culturais de maneira superficial, estereotipada ou inautêntica, contribuindo para uma distorção da representação da cultura da comunidade;
- Turistificação excessiva: Quando as festas populares tornam atrações turísticas de destaque, isso pode atrair muitos visitantes que não podem respeitar as tradições locais, causando prejuízos culturais entre os moradores locais e os turistas;
- Exploração cultural: Em algumas situações, festas populares podem ser comentadas por interesses externos que buscam lucrar com a cultura da comunidade, muitas vezes sem considerar e respeitar os valores culturais locais;
- Perda de vantagens competitivas: O foco crescente em entretenimento, lucro e marketing pode fazer com que as festas populares percam suas modificações, transformando-as em eventos padronizados que se assemelham a celebrações em outros lugares;

- Conflitos culturais: A presença de visitantes de fora da comunidade, especialmente se eles não cumprirem as normas e tradições locais, pode causar conflitos culturais e sociais entre os moradores locais e os visitantes;
- Impacto ambiental: Festas populares frequentemente geram um grande volume de resíduos, poluição sonora e outros impactos ambientais negativos, afetando qualidades do ambiente natural que faz parte da cultura da comunidade;
- Dependência econômica sazonal: Se a economia local depende da dependência das receitas geradas pelas festas populares, isso pode criar uma dependência econômica sazonal, tornando a comunidade vulnerável a flutuações e crises econômicas (Virgínio, *et al.*, 2019).

Isso posto, observa-se que no mundo atual, as festas populares, incluindo as juninas, enfrentam desafios como a espetacularização excessiva, a influência da mídia e a busca por autenticidade em meio a uma cultura de consumo. A preservação da essência e significado das festividades tradicionais torna-se crucial em um contexto de constante mudança e globalização. Cientes que os impactos negativos das festas populares podem ser mitigados por meio da sensibilidade cultural, de um planejamento adequado, de regulamentações práticas e cooperação entre comunidade, os organizadores do evento e as autoridades locais (Carvalho & Costa, 2022).

Concomitantemente à iniciativa do Estado de transformar a festa em produto turístico, é imperativo considerar que, para indivíduos genuinamente proficientes em seu código simbólico, a interpretação de seus componentes se distingue sistematicamente da apreensão manifestada por turistas, muitas vezes sob uma perspectiva eminentemente espetacular (Amaral, 2008).

À vista disso, mesmo parecendo evidente que o capitalismo absorveu as festas populares e, ao mesmo tempo, foi assimilado por elas, o povo continua a reinventar suas celebrações em resposta às mudanças nas condições de vida originadas por novos contextos econômicos e sociais. Como resultado, é perceptível a fragmentação de festas antigas populares que, mesmo submetidas a esse processo, lutam pela manutenção de seus valores e ampliam seu poder de atração (Amaral, 1998).

A festa se dá pela oralidade, pelo ritual, pela doação e forma um ciclo exterior ao tempo e ao espaço. Ela é dinâmica, se reinventa, transforma e se insere na globalidade, agregando novos símbolos e se metamorfoseando. Dá-se origem então a uma nova manifestação, com elementos renovados, mas formulados a partir do tradicional, dos cheiros, da fé, das cores e dos valores (Marques & Brandão, 2015).

Por isso, as festas seguem o fluxo da sociedade que nelas imprimem às transformações sociais, econômicas e culturais vivenciadas, assim, elas continuam a assumir novas funções e agem, para além de sua função primordial aqui discutida, como catalisadores econômicos (Getz, 2012), espaços de cocriação (Crowther & Orefice, 2015), como um estímulo para novos modelos de governança (Benneworth & Dauncey, 2010), como plataformas de inovação (Hjalager, 2009), como plataformas de mídia (Rennen, 2007), e como *hubs* em redes globais (Schüssler & Müller-Seitz, 2013).

O desafio aqui repousa sobre o embate entre os diversos sentidos e interpretações atribuídos à festa. Se por um lado, a necessidade de manutenção das manifestações culturais, que perpetuam os costumes, rituais e práticas tradicionais, é fundamental. Por outro lado, os agentes públicos e privados buscam influenciar para que a festa popular se adapte aos interesses econômicos e as necessidades da demanda turística. É necessário, então, que as tensões instauradas sejam amenizadas e, assim, seja possível às festas se adaptarem aos novos tempos, identidades e valores da sociedade (Davel & Dantas, 2019).

Nesse contexto, Costa (2008, p. 70) defende o “persistir mesmo que se transformando”, pois, mesmo sendo inegável que as modificações alteram as dinâmicas da festa, o novo e moderno não anulam a essência do que já existe. Ao contrário, proporcionam novos movimentos, práticas e interações. Nesse sentido, é importante relembrar que a cultura é maleável e por isso as transformações alcançadas pelas festas populares são, teoricamente, previsíveis e devem ser encaradas com cautela e parcimônia (Marques & Brandão, 2015).

Canclini (2013) corrobora ao visualizar ações positivas a partir da inserção de elementos modernos aos tradicionais. Para ele, a implementação de elementos que contrariam padrões, normas ou dogmas estabelecidos, devidamente geridos, converte-se em fonte simultânea de prosperidade econômica e reafirmação simbólica.

Dessa forma, “Nem a modernização exige abolir as tradições, nem o destino fatal dos grupos tradicionais é ficar de fora da modernidade” (Canclini, 2013, p. 239). Todavia, para que o cenário positivo se materialize, reitera-se a necessidade do domínio e autonomia da festa permaneçam com a comunidade, caso contrário ela passará a sofrer as consequências da descaracterização moderna e perda da identidade.

A presente discussão, ao postular evidenciar que a tradição e modernidade não são necessariamente dois opostos irreconciliáveis, revela que a sociabilidade festiva - característica inerente às comunidades que organizam e contribuem para as festividades, é capaz de produzir um diálogo entre tradições e experiências modernas, visto que os mecanismos centrais de transmissão da tradição residem na predisposição social da comunidade que a sustenta, fortalece, propaga e a renova reflexivamente (Costa, 2017).

Em face do exposto, as festas populares têm experimentado transformações significativas ao longo do tempo, evoluindo de celebrações locais tradicionais para eventos cada vez mais influenciados pela era digital. A ascensão das redes sociais e da tecnologia da informação trouxe consigo uma redefinição nas dinâmicas festivas, permitindo que as pessoas compartilhem suas experiências de maneiras inéditas. As festas digitais ganharam destaque, proporcionando uma alternativa virtual para celebrações presenciais, especialmente durante os períodos de restrições e distanciamento social.

Atualmente, as festas populares refletem uma fusão interessante entre o mundo físico e o virtual, incorporando elementos tecnológicos, como transmissões ao vivo, realidade aumentada e interações online. Essa integração oferece uma experiência mais inclusiva, permitindo que as celebrações alcancem públicos globais e proporcionem uma conexão compartilhada, independentemente da localização geográfica. Assim, as festas populares continuam a se adaptar, abraçando as possibilidades oferecidas pela era digital para preservar tradições e criar formas de celebrações.

2.3 Integrando digitalização, experiência e *design* de eventos: uma tríade fundamental para a conectividade em eventos

Os eventos demonstram um papel importante na sociedade - marcando os momentos significativos que as pessoas compartilham e que as unem (Richards, 2015b). Ao se debruçar sobre sua contextualização histórica é possível vislumbrar as inovações incorporadas em cada período, seja o espírito de hospitalidade e infraestrutura criada pelos jogos olímpicos na Antiguidade, as feiras desenvolvidas na idade média face ao desenvolvimento das trocas comerciais, os primeiros eventos técnicos e científicos a partir da expansão e mecanização do conhecimento na idade moderna e o princípio das viagens organizadas motivadas pela participação em eventos, tal como fez Thomas Cook, na idade contemporânea (Matias, 2013).

Assim como no passado, os eventos continuaram a incorporar as transformações ocorridas na sociedade em seus distintos âmbitos. No cenário contemporâneo, ditado pela revolução comunicacional e tecnológica, os eventos atuam de forma similar ao aliar-se a tais estratégias e assim otimizar seu processo de organização, divulgação e entrega do serviço. A realidade da transformação digital nos eventos tem se consolidado e acelerado nos últimos anos, impulsionada especialmente pela crescente demanda do público, que está cada vez mais conectado e imerso no mundo digital (Matias, 2013; Martin & Lisboa, 2020).

Diante de consumidores mais exigentes, como afirmou Lévi (1959) em meados do século XX, as pessoas não mais compram produtos apenas pela sua funcionalidade, porém, sobretudo pelo seu significado, promovendo o consumo a um patamar de relevância para a autogratificação.

2.3.1 Explorando a sinfonia entre vivência e emoção: o papel da experiência do usuário nos eventos

Na contemporaneidade, o mercado reconhece a importância de conferir significado ao processo de trocas comerciais por meio da promoção de experiências que se destacam pela criação de conexões profundas e positivas, traduzidas em sensações intensas, essenciais para determinar o valor de produtos e serviços (Pine & Gilmore, 1999).

Essas experiências remetem ao ato de se encontrar e refletir no contexto vivenciado, desafiando e transformando a perspectiva de vida. São vivências que constituem experimentações pessoais, delineando valores a serem considerados e direções a serem seguidas, transcendendo significados e tornando-se experiências tanto pessoais quanto sociais. O denominador comum nessas vivências é a busca por gerar um impacto emocional significativo, envolvendo o abandono de padrões antigos e a descoberta de novas fronteiras (Boswijk *et al.*, 2007).

A experiência então, é conceitualizada como a vivência de uma sensação emocional, representando o comportamento e modo de ação das pessoas em relação a um produto ou serviço (Norman, 2018). A sensação induzida pela experiência transcende o âmbito imaginário do indivíduo, transformando-se em motivadores emocionais que conferem simbolismo ao mundo real e à esfera racional. Portanto, a experiência emerge como um elemento estratégico com a capacidade de cativar e motivar o consumo.

Em estudos precursores, Maslow (1962) trouxe conceitos que se aproximaram do fenômeno ao vincular a experiência à motivação intrínseca, ou seja, postula-se que o cerne da experiência se encontrava em um desejo maior que a própria ação, mas na recompensa e satisfação que era gerada a posteriori, sendo estas intituladas como experiência de pico.

Considerando tais estudos, Csikszentmihalyi e Csikszentmihalyi (1992) amplia a discussão ao concatenar o fluxo às experiências de pico, levando a entender que essa junção leva o indivíduo a uma imersão experiencial. A reflexão sobre as experiências cumulativas leva a percepção pessoal e, possivelmente, os meios para mudança ou transformação pessoal.

No âmbito dos eventos, delineiam-se duas perspectivas distintas. A primeira destaca a consideração de uma visão mais abrangente da experiência, almejando alcançar uma audiência ampla. Liu *et al.* (2017) sugeriram que a vivência em um evento deve ser percebida como parte de um ecossistema global, no qual a experiência do usuário é moldada por diversos pontos de interação distintos, suscetíveis a influências ou projeções por parte do organizador, contribuindo para o estabelecimento de conexões que adicionam valor. A segunda perspectiva, voltada a grupos específicos, adota a segmentação e utiliza um modelo que identifica um tema central ou um gosto compartilhado, empregando-o como ponto de convergência para reunir pessoas ao seu redor (Berridge, 2007; Liu *et al.*, 2017).

Essas duas perspectivas resultam em uma categorização da experiência em dois domínios claramente delineados: experiências genéricas e experiências específicas de eventos. O primeiro engloba aquelas que apresentam elementos comuns e amplamente reconhecíveis, frequentemente associadas a eventos típicos ou padrões, proporcionando aos participantes elementos familiares e previsíveis. Ao passo que o segundo envolve experiências projetadas de forma personalizada e única, adaptadas para atender a um propósito específico ou público-alvo, podendo incluir elementos inovadores, criativos ou tradicionais que diferenciam o evento. Tais experiências buscam proporcionar momentos distintos e memoráveis, muitas vezes explorando características únicas do local, da cultura ou do tema do evento (Pettersson & Getz, 2009).

Além disso, a experiência, compreendida como vivência, configura-se como um processo interativo contínuo de ação e reflexão, de fazer e sofrer, estendendo-se da causa à consequência. Este processo confere significado ao sujeito em diversos contextos de sua vida (Boswijk *et al.*, 2007). A experiência, segundo Amatuzzi (2007), é intrinsecamente voltada para o vivido, caracterizando-se pela não estaticidade, conforme observado por Getz (2008). Essa perspectiva da experiência prioriza, sobretudo, as necessidades psíquicas do participante (O'Sullivan & Spangler, 1999).

Assim sendo, é fundamental reconhecer que a experiência constitui essencialmente uma manifestação comportamental. Trata-se de um processo no qual o papel dos sentimentos é preponderante. A lógica das emoções influencia a maneira como o sujeito interage tanto com o ambiente quanto com as pessoas, enquanto busca experiências que conferirão significado à sua vida.

Em termos mais específicos, as experiências desdobram-se em um processo no qual as interações ocorrem entre o sujeito e outros participantes, potencialmente incluindo o papel do provedor de serviços, em um local específico, evocando sentimentos e gerando resultados intangíveis (Boswijk *et al.*, 2007).

Quando se aborda a intangibilidade, é incontestável que a apelação aos sentimentos e sensações tem o poder de elevar a trivialidade de momentos à excepcionalidade. No entanto, é possível potencializar ainda mais a experiência ao recorrer à memória. Especialmente, eventos extraordinários destacam-se dos acontecimentos cotidianos, gerando memórias vívidas e duradouras que os elevam a um patamar notável (Talarico & Rubin, 2003).

Nesse contexto, a experiência memorável é reconhecida por estender a vivência e possibilitar que ela seja revisitada constantemente por meio de insights mentais. Além disso, para adquirir caráter memorável, a experiência deve oferecer aos indivíduos a oportunidade de construir suas próprias narrativas, tornando-os protagonistas de suas vivências (Packer & Ballantyne, 2016).

As experiências memoráveis são caracterizadas por sua maior capacidade de permanência na memória, sendo lembradas e recuperadas com base na avaliação subjetiva que um indivíduo faz de suas vivências. Diversos fatores exercem influência sobre a memória humana, destacando-se entre eles os sentimentos afetivos, eventos fora do comum e o grau de novidade apresentado.

Face ao exposto, o estudo conduzido por Masterman e Wood (2008) identificou sete atributos que aprimoram a experiência em eventos, a saber: envolvimento, interação, imersão, intensidade, individualidade, inovação e integridade. A incorporação desses elementos resulta na redefinição das experiências planejadas, que por muito tempo focaram exclusivamente na satisfação e na qualidade, consideradas pelo indivíduo contemporâneo como requisitos básicos e obrigatórios, porém insuficientes para gerar vivências memoráveis.

Nesse processo, o sujeito atribui significados às vivências experimentadas, sendo que cada uma delas produz diferentes impactos sobre ele. A criação de significados pode ser compreendida como um processo que se inicia com a percepção estimulada pelos sentidos (visão, audição, olfato, tato, paladar), influenciando as emoções despertadas. Com efeito, a experiência é efetivamente construída com base em elementos sensoriais que proporcionam valores emocionais, cognitivos, comportamentais e relacionais, superando os valores puramente funcionais (Schmitt, 1999). Diante dessa perspectiva, é necessário identificar o que é essencial para gerar uma experiência significativa em um contexto comercial.

A nova perspectiva sobre a economia da experiência, originada nos desejos individuais conforme apontado por Boswijk *et al.* (2007), delinea fundamentos cruciais que orientam a construção de experiências significativas e/ou comercializáveis. Esses fundamentos englobam a projeção da experiência a partir de princípios psicodinâmicos, a atribuição de sentido pessoal às experiências interpretadas e conduzidas pelo indivíduo, a integração deste em uma rede de hospitalidade, a ruptura de dogmas pré-existentes, a concepção do ambiente da experiência como um processo interativo envolvendo o usuário e o provedor, e a demonstração de respeito por todos os participantes convidados a desfrutar das experiências projetadas.

Frente às suas peculiaridades, os eventos desempenham um papel crucial nesse processo de trocas simbólicas e criação de memórias afetivas. Se consumir implica a interação entre pessoas e as dimensões materiais e simbólicas do produto, o evento revela-se repleto de significados, valores ideológicos, emocionais e pessoais capazes de proporcionar os resultados almejados. Essa interseção entre a economia da experiência e a realização de eventos destaca a complexidade das relações entre indivíduos, produtos e experiências, reforçando a importância de compreender e integrar esses elementos para uma abordagem mais completa no âmbito comercial e de interação social (Brown & Sharpley, 2019; Haybron, 2000, 2008; Lengieza *et al.*, 2018; Phillips, 2006).

A diversidade nas experiências de eventos é destacada por Ramsbottom *et al.* (2018), resultante da ampla variedade de expectativas dos participantes. Essa complexidade é acentuada pelo contexto externo, que inclui uma rede de relacionamentos interpessoais e interorganizacionais influenciando as experiências. Nesse sentido, o indivíduo não se desvincula de sua essência ao participar do evento, sendo essencial ir além do evidente e avaliar como as práticas cotidianas estão intrinsecamente conectadas a estruturas e processos mais amplos na concretização da experiência.

Para aprimorar o processo de compreensão, Richards (2019) apresenta quatro abordagens a serem consideradas: construções pessoais, significados partilhados, contextos projetados e ordenação temporal. O primeiro tópico aborda a experiência como uma concepção particular que engloba características psicológicas, históricas, culturais e sociais do indivíduo. Ao explorar esse domínio, destaca-se nas diversas dimensões conativas, cognitivas e afetivas das experiências. Em outras palavras, a experiência é aqui concebida como uma ocorrência pessoal, enriquecida por significado emocional e que leva em consideração toda a trajetória do indivíduo (Wood, 2009).

Em um segundo momento, consideram-se os significados partilhados, destacando que o evento, como meio de interação, congrega indivíduos que compartilham ideologias e preferências similares. Estar junto, rodeado por pessoas, representa a criação de uma atmosfera que contribui significativamente para a efetivação da experiência.

Estudos demonstram que a própria presença da multidão desempenha um papel crucial na formação e manutenção de relações sociais, potencializando sentimentos de desapego, união, pertencimento, amabilidade, conexão e comunhão (Collins, 2004; Bowen & Daniels, 2005; Gibson & Connell, 2012; Rihova *et al.*, 2015).

Quanto ao terceiro elemento, contexto projetado, reitera a ideia já apresentada de evento como espaço desenhado. Getz (2012, p. 43) afirma que,

O mundo dos eventos planejados é diversificado e empolgante, com escopo quase ilimitado para a variedade de formas, funções e experiências. O significado que atribuímos a esses eventos e a importância que sempre tiveram em nossas vidas pessoais e coletivas os tornam componentes fundamentais da cultura, negócios e estilo de vida.

Ao examinarmos o contexto projetado dos eventos, transcende-se a mera percepção deles como meros espaços físicos, revelando-se autênticos catalisadores de significado e conexão. Estes eventos, ao se tornarem experiências meticulosamente planejadas, deixam de ser apenas locais físicos para se transformarem em narrativas vivas, enriquecidas por elementos simbólicos e sensoriais.

A organização cuidadosa do ambiente não apenas configura uma manifestação física, mas se torna uma tela que dá forma às experiências individuais, proporcionando um terreno propício para a construção de memórias duradouras. Além disso, a importância desses eventos na tessitura da experiência humana se destaca pela capacidade de promover um sentido de pertencimento e comunidade, conectando os participantes não apenas entre si, mas também com os valores e emoções que permeiam o evento.

A ordenação temporal complementa o conjunto de abordagens apresentadas, representando uma definição temporal na qual os estímulos são lançados. Ela delinea a progressão temporal da jornada do usuário no evento, abrangendo antecipação, deslocamento, experiência no local e reflexão subsequente. Além disso, Packer e Ballantyne (2016) destacam a dimensão temporal como fundamental para proporcionar esclarecimentos sobre o fenômeno da experiência. Essa abordagem possibilita a vinculação dos resultados antecedentes e posteriores à experimentação, permitindo a compreensão de como o envolvimento, assim como o engajamento cognitivo, conativo e afetivo, variam em diferentes fases dos eventos (Geurtsen, 2014).

Richards e Vernos (2020) afirmam que medir experiências é essencial. Nesse sentido, é imperativo considerar que a capacidade de gerar dados qualitativos e quantitativos conduz a uma compreensão mais aprofundada da complexidade das experiências e, por conseguinte, a uma reflexão mais precisa sobre os meios ideais para o desenvolvimento e otimização de seus resultados. Para atingir esse propósito, pesquisas recorrentes têm sido desenvolvidas em diversos eventos, empregando uma variedade de metodologias distintas.

Decifrar os sinais da experiência é um processo intrincado que envolve a compreensão das respostas geradas nos indivíduos a partir de estímulos projetados. Para tanto, consideram-se diversos elementos subliminares que abrangem a construção da experiência, desde as dimensões pessoais mais profundas até elementos físicos e interações. De acordo com Richards (2019), a experiência é percebida como um processo intrínseco que se desenrola dentro do indivíduo receptor. Dessa maneira, cada pessoa responderá de forma única, e a intenção daqueles que concebem a experiência é alcançar o maior número possível de respostas positivas dentro do conjunto global de participantes do evento.

É reconhecido que as experiências desempenham um papel central no desenvolvimento de eventos; no entanto, a criação de estratégias para mensurar e contextualizar o significado das experiências representa um desafio para o campo da gestão (Getz, 2008; Berridge, 2012a; Getz & Page, 2016; Richards & Biaett, 2020). Isso porque, por considerável tempo, centrou-se em uma abordagem gerencial baseada na quantificação e medidas de satisfação e qualidade do serviço oferecido, deixando em segundo plano os estudos qualitativos, embasados em abordagens das ciências sociais, focadas em experiências de pico (Maslow), memoráveis (Packer & Ballantyne, 2016), extraordinárias (Simons, 2019) ou transformadoras (Neuhof *et al.*, 2020).

Neste cenário, observa-se um aumento na aplicação de métodos quantitativos e modelos teóricos desenvolvidos para capturar a essência da experiência. Esses métodos são frequentemente aplicados a muitos participantes, possibilitando a obtenção de resultados sobre a experiência vivenciada em um único evento ou pela combinação de vários. No entanto, apesar da aplicação frequente da quantificação de elementos como motivação e satisfação, nota-se a ausência de uma análise mais profunda sobre o significado da experiência (Richards, 2020).

É crucial ressaltar que, mesmo diante dessa lacuna identificada, o campo de pesquisa em experiências em eventos tem evoluído gradualmente. Os modelos desenvolvidos têm desempenhado um papel significativo nesse avanço, trazendo descobertas que abrem espaço para a integração de novas perspectivas (Richards, 2019).

O modelo inicial abrange a escala de medição da experiência em eventos, sendo um marco importante nesse desenvolvimento ao considerar os quatro domínios propostos por Pine e Gilmore (1999): entretenimento, educação, estética e escapista. Para esses autores, a sensação é um elemento fundamental na geração de experiências, sendo um diferencial em relação às experiências comuns. Eles argumentam que agregar sensações não se trata apenas de "entreter clientes, mas de envolvê-los" (Pine & Gilmore, 1999, p. 39).

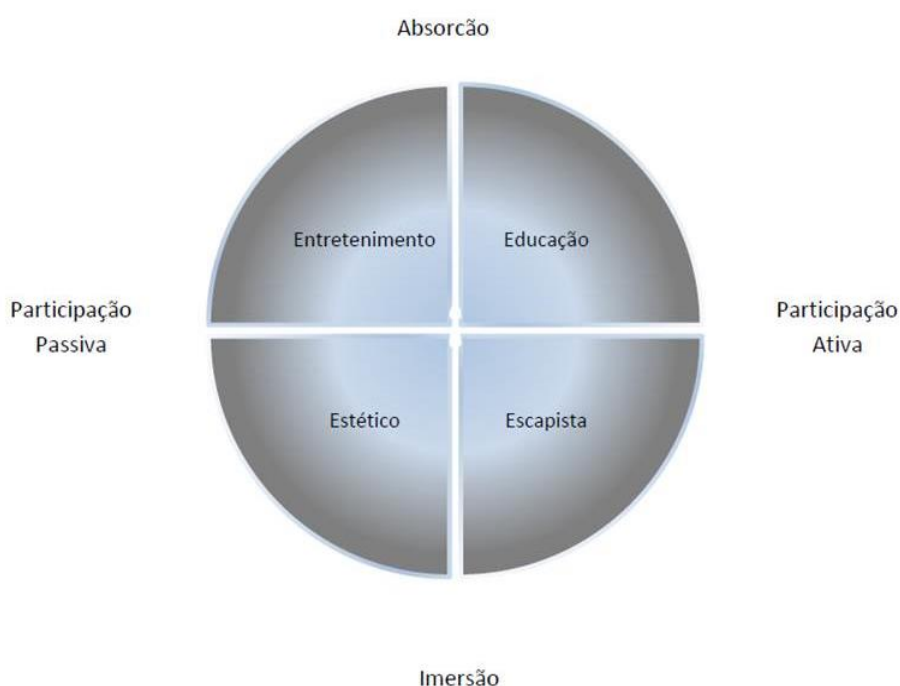
Nesse panorama há de se considerar a evolução do conceito voltado a experiência estética, inicialmente apresentada pelos autores supracitados com uma natureza de passividade contemplativa, contemporaneamente se reveste com uma abordagem que destaca a natureza ativa e interativa em que a busca e o compartilhamento dessas vivências desempenham um papel crucial na vida social e emocional do indivíduo (Nanay, 2023).

O autor sustenta que esse tipo de experimentação representa uma forma de interação na qual os indivíduos se encontram ativamente envolvidos na tentativa de se aproximar de um objeto estético. Além disso, destaca-se que esse processo não se limita à interação entre o sujeito e o objeto, mas acrescenta outras pessoas a essa relação. Assim, a partilha de tal modalidade de experiência sustenta-se em uma triangulação na qual o seu significado contribui para o fortalecimento dos vínculos sociais entre as pessoas envolvidas (Nanay, 2023).

Apesar da lacuna identificada, a abordagem inicial não apenas lançou os alicerces para futuros estudos, mas também evidenciou a importância de considerar diferentes dimensões na compreensão da experiência do participante em eventos. Ademais, sustenta-se a ideia de que as sensações, concebidas como eventos que afetam os indivíduos de maneira singular, podem ser deliberadamente manipuladas ao explorar as oportunidades oferecidas em cada domínio. Isso não apenas orienta os níveis de participação (ativa ou passiva) e envolvimento (absorção e imersão), mas também determina as respostas dos usuários, como proposto por Pine e Gilmore (1999). A Figura 6 ilustra os domínios mencionados anteriormente.

Figura 6.

Domínios da experiência



Fonte: Pine e Gilmore (1999, p. 40).

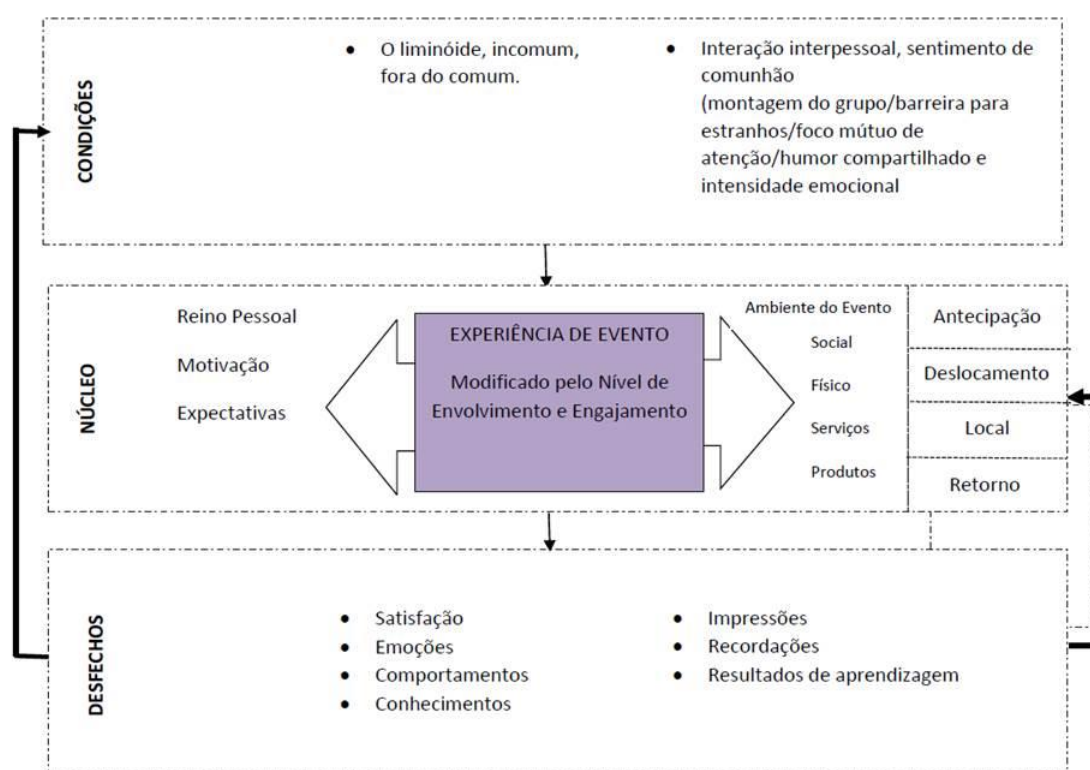
A imagem oferece uma representação gráfica clara e concisa dos quatro domínios fundamentais que compõem a experiência: entretenimento, educação, estético e escapista, permitindo a compreensão das inter-relações entre esses domínios e fornecendo uma base conceitual valiosa para a compreensão e aplicação prática da economia da experiência. Este modelo destaca a importância das sensações na geração de experiências significativas, sublinhando que proporcionar sensações vai além de simplesmente entreter clientes, implicando envolvê-los em uma experiência que transcende o comum (Pine & Gilmore, 1999).

O segundo modelo surge com o propósito de aprimorar a compreensão teórica da experiência e criar uma ferramenta prática de medição, denominada Escala de Experiência de Eventos (EES). Para atingir esse objetivo, uma extensa pesquisa da literatura foi conduzida, identificando 77 conceitos relacionados à experiência em eventos, a partir dos quais foi elaborada uma escala composta por 18 itens. Essa escala abrange quatro dimensões distintas: engajamento afetivo, engajamento cognitivo, engajamento físico e vivência da novidade (De Geus *et al.*, 2016).

Reconhecendo a complexidade do processo, Packer e Ballantyne (2016) lançam luz sobre essa questão, postulando que para compreender a natureza da experiência, é essencial isolar conceitualmente a experiência do usuário de seus antecedentes (externos e internos) e consequências (psicológicas, sociais, comportamentais, econômicas e ambientais). Em seguida, defendem a importância de examinar sistematicamente as ligações entre esses elementos e vincular os antecedentes e resultados ao núcleo da emergência da experiência. A Figura 7 representa graficamente as relações entre os elementos impulsionadores da experiência.

Figura 7.

Um modelo conceitual da experiência do evento



Fonte: De Geus *et al.* (2016, p. 4, tradução nossa).

Nessa representação gráfica, a experiência do evento é concebida como uma interação dinâmica entre o indivíduo e o ambiente do evento, que engloba tanto os aspectos físicos quanto sociais. Essa interação é moldada pelo nível de engajamento ou envolvimento do participante, abrangendo diversos elementos experienciais e resultados, como satisfação, emoções, comportamentos, cognição, memórias e aprendizagem. Importante ressaltar que esses aspectos podem manifestar-se em diferentes momentos ao longo da jornada do evento, proporcionando uma visão abrangente e integrada da experiência vivenciada. (De Geus et al., 2016).

Entretanto, há de se considerar elementos adicionais para a métrica do modelo em questão, quiçá a fundamentalidade de elementos qualitativos que acessem questões mais pessoais, uma vez que, diante da amplitude e do distanciamento temporal das diferentes fases propostas para análise, sujeita os resultados a interferências externas que poderão facilmente alterar percepções. Nesse sentido, torna-se relevante incluir tópicos que possibilitem a identificação de fatores que possibilitaram uma mudança avaliativa nos diferentes momentos da pesquisa.

De toda forma, o EES (Escala de Experiência de Eventos) reflete o resultado de estudos prévios dedicados a identificar métodos de medição da experiência em eventos, abrangendo não apenas os antecedentes e resultados, mas também servindo como ponto de partida para modelos subsequentes que incorporaram outras perspectivas à compreensão da experiência. A implementação do EES representa um avanço nos métodos de métrica da experiência e, mesmo diante da dificuldade em coletar dados dos participantes, a validação desta ferramenta está intrinsecamente ligada à maneira como o pesquisador determina seu processo de coleta.

Enfocando um aspecto mais social, o evento se configura como um cenário onde os participantes moldam ativamente sua própria experiência, cocriando valores e significados. Essa interação pode resultar em impactos sociais significativamente mais abrangentes e profundos do que o contexto imediato do próprio evento (Richards et al., 2013). Nesse contexto, com base no EES, foi concebido um modelo que destaca as interações sociais e como estas influenciam e configuram a experiência, denominado Escala de Interação Social de Eventos (Event Social Interaction Scale - ESIS).

A Escala de Interação Social de Eventos (ESIS) concentra-se nas dinâmicas de cocriação entre consumidores, visando ser um complemento quantitativo. Destinada a identificar e mensurar diversas dimensões da interação social, a ESIS demonstra potencial para aplicação em variados tipos de eventos.

Composta por 14 itens, avaliados em uma escala *Likert* de 7 pontos, a estrutura da escala visa oferecer uma compreensão abrangente das interações sociais. Além disso, integrada a uma versão reduzida do EES (10 itens), a ESIS proporciona esclarecimentos sobre dados relativos a sociodemografia, motivações, composição do grupo, marketing e comunicação (Marques *et al.*, 2021). A Tabela 1 apresenta as questões fundamentais abordadas pela ESIS.

Tabela 1.

Operacionalização da Escala de Interação Social de Eventos (ESIS)

Conceitos	Itens de pesquisa (ESIS)
Práticas de Co-Criação	
Pertencimento	Segui o código de comportamento do meu grupo (hábitos, rituais, etc.)
Ligação	Eu senti uma sensação de pertencimento
Destaque	Eu me senti parte de um grupo maior
Comunhão	Eu compartilhei informações com as pessoas em meus grupos
Conexão	Evitei contato com estranhos
Amabilidade	Eu conversei apenas com as pessoas em meus grupos
	Eu fiz coisas junto com estranhos
	Eu senti que poderia confiar em estranhos no evento
	Conectando ajudei quem precisava
	No evento, compartilhamos os mesmos interesses
	Amabilidade Eu gostei de conhecer novas pessoas
	Fiz novos conhecidos / amigos
Rituais de interação de grupos conhecidos	
Rituais de grupo	Temos nossos próprios rituais no evento
Momento simbólico	Vemos este evento como um momento de encontro significativo

Fonte: Marques *et al.* (2021). Tradução nossa

A sua natureza exclusivamente quantitativa também é questionável por deixar escapar elementos emocionais que compõem a experiência no evento. Diante da subjetividade inerente à construção de experiências, torna-se crucial incorporar meios capazes de proporcionar resultados mais aprofundados. Para abordar essa questão, Richards (2019) ressalta que dados específicos precisam ser identificados, destacando a importância de pesquisas interpretativas. Além da precisão nas respostas obtidas dos participantes de eventos, a utilização de abordagens qualitativas enriquece a compreensão, permitindo explorar aspectos que são percebidos de forma sutil e subjetiva.

Destacando-se por propiciar uma interpretação e compreensão dos dados através de padrões, temas e significados subjacentes, o estudo inovador conduzido por Grebenar (2020)

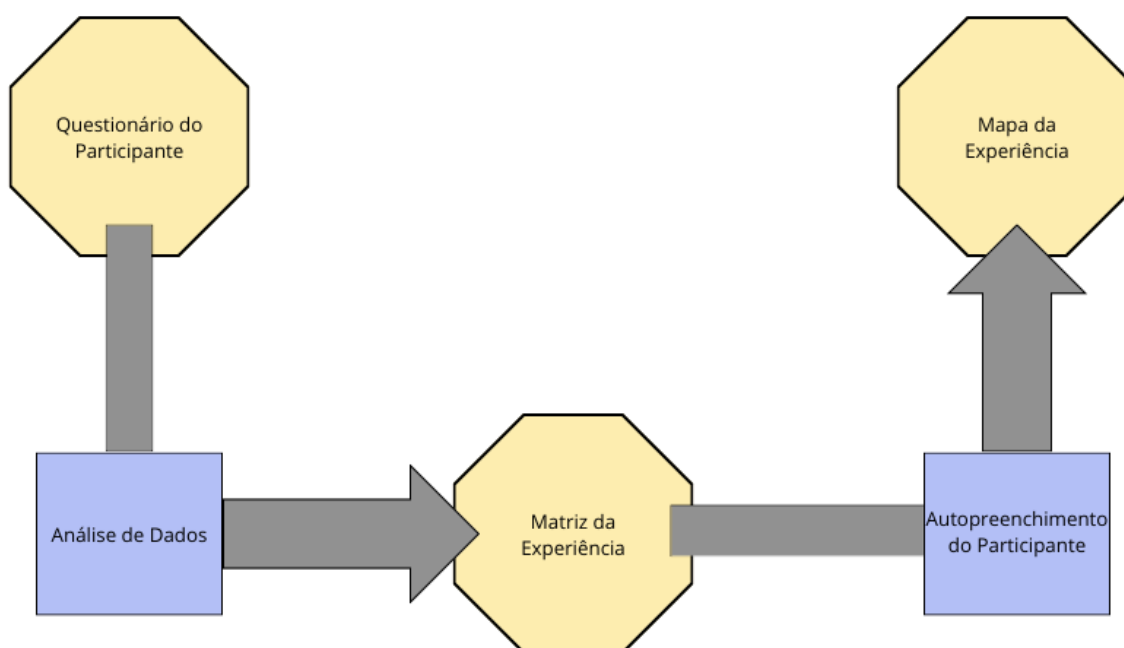
no contexto da música eletrônica empregou o Modelo de Mapeamento de Experiência de Evento (*Event Experience Mapping Model - EEMM*) para capturar as sensações e emoções dos participantes. A pesquisa consistiu na aplicação de um questionário para identificar temas gerais associados a eventos desse tipo, utilizando uma perspectiva interpretativa fenomenológica para criar uma Matriz de Experiência.

Essa matriz pode ser preenchida pelos participantes, gerando assim um Mapa de Experiência individual que evidencia a interseção de quatro aspectos: a experiência do evento, as respostas emocionais, a vivência específica em eventos musicais e o conceito de identidade pessoal. Mais uma vez, a busca pelo verdadeiro significado da experiência em eventos fica condicionada a sensibilidade das percepções que estão sujeitas às mudanças em diferentes momentos. Outro ponto aqui a se destacar é a complexidade de se acessar o usuário meio a um momento particular de experimentação para o preenchimento de formulários. A quebra do fluxo da experiência também permite a conversão avaliativa do que se é vivenciado.

A Figura 8 apresenta o esquema que conduz o mapeamento da experiência.

Figura 8.

Modelo de mapeamento de experiência de evento



Fonte: Grebenar (2020). Tradução nossa.

Considerando os quatro modelos apresentados para medir a experiência em eventos - Domínios da Experiência, o EES, o ESIS e o Modelo de Mapeamento de Experiência em Evento - é de suma importância reconhecer a riqueza de abordagens e dimensões oferecidas por cada um. Cada modelo, de maneira única, destaca diferentes aspectos da experiência do participante, indo desde a avaliação objetiva até a análise mais subjetiva das interações sociais.

Para uma compreensão aprofundada da experiência, a abordagem mais eficaz é a integração de pontos específicos de cada modelo. Isso permite uma medição mais completa, envolvendo não apenas os elementos tangíveis e quantificáveis, mas também as nuances subjetivas e as complexidades das interações sociais. A sinergia desses modelos pode proporcionar uma visão mais robusta e refinada da experiência do participante nos eventos analisados nesta pesquisa, aprimorando a capacidade de capturar a complexidade e a diversidade inerentes a esses contextos específicos.

Conforme a exploração das experiências de eventos avança, revela-se um cenário dinâmico, constantemente mutável. Esse dinamismo se reflete na crescente complexidade que permeia as conversas sobre a natureza dessas experiências, especialmente no que diz respeito à sua interpretação. Esse cenário postula por meios mais assertivos e capazes de gerar uma investigação mais minuciosa das nuances particulares do público, assim:

A discussão em evolução sobre a natureza das experiências de eventos também adicionou camadas de complexidade em termos de medição e significado. Os temas de cocriação, gênero, orientação sexual, diferenças geracionais, racismo, economia, espectadores e outros 'tópicos quentes' criam a oportunidade para a pesquisa de experiências de nichos de eventos (Richards & Biaett, 2020, p. 282).

Diante da dificuldade inerente à compreensão da experiência vivenciada por cada sujeito, considerando-a como uma construção pessoal e psicológica que varia de acordo com o indivíduo (Richards, 2019), é essencial ponderar sobre as múltiplas nuances desse processo que não apenas envolve uma ocorrência particular com significado emocional, mas também permanece aberta aos efeitos das interações sociais, ampliando a complexidade de sua construção (Hull *et al.* 1996; Lee *et al.*, 1994; Wood, 2009).

Nesse sentido, quanto mais informações forem possíveis de serem captadas – especialmente de uma forma que não breque o fluxo da vivência do usuário – mais se aproxima do significado real da experiência, sobrepujando assim, simples nuances métricas.

2.3.2 Da festa à tela: redefinindo a alegria e a interação nas experiências virtuais de eventos

Essa complexidade, entretanto, não está confinada ao âmbito físico. O cenário evolutivo da tecnologia, marcado pela ascensão do *ciberespaço*, introduz uma dimensão adicional às experiências individuais e coletivas. A evolução tecnológica, iniciada com a descoberta da escrita e potencializada pela era digital, transcende não apenas a infraestrutura material da comunicação, mas também “cria um universo oceânico de informações, habitado por indivíduos que navegam e interagem nesse vasto território” (Lévy, 1999, p. 2). Essa interseção entre as experiências pessoais e o ambiente digital estabelece uma dinâmica complexa, onde as interações moldam e são moldadas pelo ciberespaço, adicionando camadas de complexidade à compreensão das experiências humanas no contexto contemporâneo.

Nesse contexto, observa-se que a expansão do ciberespaço é fruto de uma dinâmica impulsionada por atores ávidos por explorar coletivamente novas formas de comunicação, diferenciadas das tradicionais mídias. Essa transformação possibilita a exploração das facetas mais positivas desse novo ambiente, impulsionando o consumo de experiências. O que efetivamente destaca o ciberespaço, ou rede, de outras interações comunicacionais é a rapidez e a abundância de intercâmbios que ele viabiliza. Essa característica singular abre espaço para um cenário de intensa experimentação, marcado por uma ampla gama de trocas, contribuindo para a singularidade desse ambiente virtual na promoção de experiências comunicativas.

Ao longo da trajetória temporal, é possível identificar uma evolução na concepção das experiências que passou a integrar elementos contemporâneos. Essa transição abrange desde a apresentação simples de experiências projetadas para consumidores - Experiência 1.0 - até a crescente cocriação de experiências entre produtores e consumidores - Experiência 2.0 - e, por fim, o desenvolvimento de redes que conectam produtores e consumidores em torno de uma experiência - Experiência 3.0 (Boswijk *et al.*, 2007).

Se toda essa transformação já era considerada célere, diversos fatores têm contribuído para uma transição constante. Entre eles, destacam-se as crises globais recorrentes, o aumento da alfabetização da população, a familiaridade das novas gerações - como a Geração Z¹¹ - com a atuação e socialização em ambientes virtuais, as crescentes demandas da sociedade por maior sustentabilidade na organização de eventos, os avanços tecnológicos em dispositivos móveis, a expansão da rede 5G e o aumento no número de pessoas que possuem tais dispositivos, juntamente com a conectividade doméstica à Internet. (Dimock, 2019; Llanasas, 2019; Sá *et al.*, 2019).

¹¹ Geração nascida a partir do final da década de 1990 até meados dos anos 2010, embora as datas exatas possam variar. Também conhecida como “pós-millennials” ou “centennials”, essa geração cresceu em um ambiente

Apesar dos avanços significativos, identifica-se uma lacuna na exploração da terminologia associada à Experiência 4.0. Conforme sugerido por Richards (2019), essa abordagem vai além da interação com produtos, serviços, sistemas ou *interfaces* e incorpora a aplicação de sistemas ciberfísicos, os quais operam na interseção entre o mundo virtual e o mundo físico. Esses sistemas utilizam sensores, atuadores e processamento de dados para executar tarefas específicas, oferecendo a possibilidade de serem também organizados e gerenciados por meio de algoritmos. Essa integração de elementos ciberfísicos amplia o escopo da Experiência 4.0, proporcionando uma abordagem mais completa no contexto da interação entre o usuário e as tecnologias emergentes.

Certamente, é chegado o momento em que a demanda por experiências no ciberespaço emerge como uma realidade que, uma vez estabelecida, apresenta-se como uma transformação significativa e persistente. No contexto dos eventos, essa transição ocorre de maneira orgânica, em um processo no qual os indivíduos movem-se fluidamente entre os espaços físicos e virtuais.

À medida que a natureza da comunicação se transforma, a experiência em eventos também é redefinida pela influência da tecnologia, considerando-se o aumento da propriedade de *smartphones*, a integração de *big data*¹², a presença intensificada em mídias sociais e a melhoria nas velocidades da internet como impulsionadores de experiências mais interconectadas (Ryan *et al.*, 2020).

O desenvolvimento de eventos digitais, que engloba as modalidades virtual - totalmente baseado na *web*¹³ com as pessoas interagindo isoladamente em todas as pontas da conexão; e híbrida - caracterizados por ocorrerem parte presencialmente e parte virtualmente, incorporando elementos digitais para transmissão (Martin & Lisboa, 2020), cria oportunidades para experiências imersivas e interativas, permitindo que os consumidores não apenas observem, mas se envolvam ativamente (Seo & Green, 2008). Esse envolvimento propicia o surgimento do engajamento online, um estado psicológico decorrente de experiências interativas do consumidor em uma relação de serviço específica (Brodie & Hollebeek, 2011).

totalmente digital, com acesso constante à *internet*, *smartphones* e redes sociais desde uma idade muito jovem. São vistos como nativos digitais, com habilidades tecnológicas inatas.

¹² Conjuntos de dados extremamente grandes e complexos que não podem ser facilmente processados usando métodos tradicionais.

¹³ É uma rede de informações global que conecta computadores e dispositivos em todo o mundo, permitindo o compartilhamento e a distribuição de informações de forma rápida e eficiente.

Diante desse panorama, é imperativo analisar e entender alguns dos fatores capazes de afetar a experiência do usuário nas modalidades virtual e híbrida, utilizando a versão presencial como ponto de comparação. À vista disso, o Quadro 2 foi construído com base nos constructos de Martin e Lisboa (2020) e, ao adaptá-lo considerando que os elementos que constituem a experiência se manifestam ao longo de todas as fases da jornada do evento (De Geus *et al.*, 2016), acaba por oferecer uma visão estruturada que ressalta aspectos essenciais capazes de influenciar de maneira significativa a percepção e participação do público.

Quadro 2.

Aspectos capazes de afetar a experiência do usuário de eventos nas modalidades presencial, virtual e híbrida

ASPECTOS	PRESENCIAL	HÍBRIDO	VIRTUAL
Fator de Atração	Interação direta e pessoal entre os participantes; Experiência sensorial; Atmosfera do ambiente físico.	Flexibilidade de participação; Acesso remoto; Integração de tecnologias..	Acessibilidade global; Custo reduzido para participantes; Personalização da experiência.
Conteúdo	Direcionado e com dinâmicas de interação presencial que reforçam sua retenção. Conteúdos com maior profundidade.	Adaptado para atender o presencial e o virtual; Exige estratégias mais fortes para atrair e manter o público. Os participantes podem não ter acesso a todos os conteúdos do evento. Acesso a conteúdo on-demand.	Dinâmico, interativo, curtos, preciso, atrativo e prático; Acesso a Conteúdo On-Demand.
Tamanho do Público	Limitado ao espaço e a amplitude do mercado (pessoas podem viajar até o local do evento).	Limite do espaço físico e potencial de alcançar dezenas de milhares de pessoas virtualmente.	Potencial para alcançar dezenas de milhares de pessoas virtualmente.
Programação	Oferece formato e programa variados; Agenda estruturada; Espaços designados; Cronograma flexível.	Sessões sincronizadas; Conteúdo adaptável; Integração de plataformas online.	Mais flexível quanto aos dias e horários; Planejada para distribuir o conteúdo ao longo da transmissão; Inclui intervalos; Disponibilidade de conteúdo on-demand. Incorpora interatividade digital.
Custo para o Participante	Mais caro	Flutua de acordo com a modalidade adotada pelo participante.	Menor custo entre os modelos

Estrutura de Mobilidade	Transporte, táxi, estacionamento, transporte público, veículo por aplicativo.	Flutua de acordo com a modalidade adotada pelo participante.	Sem necessidade de mobilidade.
Necessidade de Estrutura Física	Demanda local adequado, com estacionamento, próximo de transporte público, com ar-condicionado, mesas, cadeiras, projetores, cenografia.	Similar ao evento presencial acrescido da exigibilidade da alta qualidade de vídeo, áudio e conexão.	Essencial alta qualidade de vídeo, áudio e conexão. Não demanda local específico.
Infraestrutura	Necessidade de providências e cuidados para que os presentes se sintam bem, seguros e confortáveis.	Igual ao presencial.	Nenhuma necessidade de infraestrutura física.
<i>Networking</i> entre Participantes	Permite interação face a face.	Permite interação face a face no presencial, mas existem barreiras a serem vencidas na interação entre os virtuais e os presenciais.	Complexo; Demanda articulação e tecnologias adequadas. Pode ser facilitada quando há ferramentas de interatividade virtual e disponibilidade de chats.
Engajamento	Permite atividades presenciais, mas também o uso da tecnologia. O engajamento se dá pela própria presencialidade.	Requer mais criatividade e recursos de tecnologia.	Envolve a utilização de tecnologias inovadoras, a criação de oportunidades de participação ativa e a oferta de conteúdo relevante e envolvente.

Fonte: Adaptado de Martin e Lisboa (2020).

À medida que se avança na compreensão das características distintivas de cada modalidade e na capacidade potencial de proporcionar experiências que atendam ou ultrapassem as expectativas da demanda, torna-se evidente a crescente relevância de estudos que se voltem para a implementação e disseminação de novas tecnologias no intuito de aprimorar e agregar na entrega de experiências na modalidade digital.

Neste contexto, ao examinar de perto o evento virtual e dar destaque à abordagem interdisciplinar, emergem teorias com conceitos contemporâneos. A teoria do turismo inteligente, por exemplo, introduz uma terminologia relacionada à aplicação de dados e tecnologias para compreender as preferências e comportamentos individuais, adaptando-se de forma dinâmica para oferecer uma interação mais personalizada e eficiente. Essas tecnologias são projetadas para criar interações mais significativas, eficientes e adaptadas às necessidades específicas de cada indivíduo, possibilitando a emergência do que está a ser conhecido como experiência inteligente (Gretzel *et al*, 2015a).

Face ao exposto, a introdução de tecnologias inovadoras, como a Internet das Coisas¹⁴(IoT), o *Near Field Communication* (NFC¹⁵) e a inteligência artificial (IA¹⁶) - retratada como uma das tecnologias mais disruptivas nos próximos anos (Panetta, 2017), mediadas por tecnologias móveis e vestíveis, está ampliando a capacidade de projetar experiências, transformando encontros digitais em momentos únicos e memoráveis (Kharouf *et al.*, 2020; Ryan *et al.*, 2020; Tussyadiah *et al.*, 2017).

Em sua expressão mais avançada, essas experiências muitas vezes utilizam dados mediados socialmente por meio de pontos de contato de experiência, fundamentados na imersão social proporcionada pela computação móvel pessoal, atuando como elementos integradores na cocriação de valor (Gretzel *et al.*, 2015a; Neuhofer *et al.*, 2013; Neuhofer *et al.*, 2015).

Ao integrar e adaptar tecnologias por meio do conceito de 'inteligência' (Buhalis & Amaranggana, 2013; Gretzel *et al.*, 2015b), esta abordagem tecnológica na cocriação dentro desse paradigma destaca a valorização do *design* centrado no ser humano. Nesse contexto, a incorporação de elementos não humanos, atuando como componentes essenciais, é reconhecida como fundamental para a cocriação de experiências transformadoras (Wang *et al.*, 2016).

Outros meios de envolver tecnologias inteligentes para este fim é o desenvolvimento de aplicativos específicos que aumentam as oportunidades de rede de socialização e desenvolvimento relacional, dentro e fora do evento, fornecendo um meio que transcende o espaço físico (Luxford & Dickinson, 2015). Além dos elementos ora citados, sugere-se o uso de sensores para a coordenação de experiências tecnológicas melhoradas em tempo real e o desenvolvimento das transmissões ao vivo e do *streaming* (Buonincontri & Micera, 2016; Estanyol, 2021; Neuhofer *et al.*, 2015).

Essas inovações, no entanto, exigem uma abordagem cautelosa, pois as soluções tecnológicas aplicadas têm o potencial de criar ou prejudicar o valor em toda a experiência do evento (Neuhofer, 2016), seja ele turístico ou não. Portanto, é crucial considerar atentamente como essas ferramentas interativas podem contribuir positivamente para a experiência do participante, garantindo que agreguem valor sem comprometer a autenticidade e a integralidade do evento.

¹⁴ Refere-se à interconexão de dispositivos físicos, veículos, eletrodomésticos e outros objetos do dia a dia com a internet e entre si. Esses dispositivos são equipados com sensores, software e outras tecnologias que lhes permitem coletar e trocar dados com outros dispositivos e sistemas pela internet.

¹⁵ Tecnologia de comunicação sem fio de curto alcance que permite a troca de dados entre dispositivos compatíveis quando estão próximos um do outro.

¹⁶ Campo da ciência da computação que se concentra no desenvolvimento de sistemas e máquinas capazes de realizar tarefas que normalmente requerem inteligência humana.

Apontado como um setor adaptável às transformações ambientais (Bowdin *et al.*, 2012; Getz, 2012; Robertson *et al.*, 2015), os eventos se destacam ao atender e superar as expectativas dos participantes, promovendo experiências excepcionais (Pine & Gilmore 1999). Este setor abraça ativamente a proliferação e aplicação de tecnologias de vanguarda, inaugurando assim uma nova era nas tecnologias de eventos (Buhalis & Law 2008; Martin & Cazarré, 2016; Solaris 2018).

As investigações realizadas por Solaris (2018) proporcionam uma categorização da progressão das tecnologias de eventos, em que os três elementos iniciais já alcançaram o status de mercadoria da experiência, representando uma norma essencial para a construção dessas vivências:

- Registro e emissão de ingressos online;
- Aplicativos móveis para eventos;
- Tecnologias de engajamento (pesquisas, aplicativos, participação ao vivo).

Em uma etapa subsequente, é introduzida outra categoria que estabelece um novo ecossistema:

- Realidade Virtual (VR¹⁷), Realidade Aumentada (AR¹⁸) e Inteligência Artificial (IA).

A incorporação desses elementos inovadores sugere o aprimoramento na entrega da experiência virtual, todavia, há de se considerar que, sendo estes elementos ainda sujeitos a processos de desenvolvimento e adequação de seus usos, o cenário dos eventos virtuais não descarta, mas postula por aperfeiçoamentos que possibilitem a entrega de uma experiência surpreendente.

Nesse sentido e em um primeiro momento, a RV demonstra ter certas limitações, que atualmente podem influenciar a experiência de eventos virtuais. Como consequência dos atuais limites tecnológicos dos modelos de RV, as experiências de eventos de RV atualmente não são capazes de substituir experiências de eventos reais, uma vez que os benefícios não excedem um evento real (Adema & Roehl, 2010).

¹⁷ Tecnologia que permite aos usuários interagir com um ambiente tridimensional gerado por computador de maneira imersiva e realista.

¹⁸ Tecnologia que combina elementos do mundo real com elementos digitais, criando uma experiência de visualização interativa em tempo real.

No entanto, os participantes podem experimentar gratificações sensoriais em eventos virtuais mesmo após terem testemunhado a apresentação ao vivo, utilizando isso como uma maneira de reviver a experiência em um ambiente privado. Dessa maneira, experiências positivas têm a possibilidade de serem revisitadas e reforçadas, contribuindo para a consolidação dos sentimentos ou emoções associadas ao evento (Wreford *et al.*, 2019).

Sob uma perspectiva similar, o atual cenário da inteligência artificial (IA) apresenta algumas limitações, mas há projeções indicando que os participantes, em um futuro próximo, poderão desfrutar de experiências altamente personalizadas por meio de uma assistência constante, fundindo assim a vida cotidiana e a vivência do evento. Denominado como 'Ecossistema de Vida Mediado por Tecnologia', esse conceito reconhece as realidades da vida dos usuários finais apoiadas pela IA, que permeiam e atravessam todos os domínios da existência.

O ponto central em todos esses cenários é que a IA, em comparação com tecnologias anteriores, proporciona um sistema holístico que conecta propriedades do cliente e tecnologias empresariais, facilitando experiências humanas personalizadas e adaptadas até o último detalhe. Isso, por sua vez, eleva a experiência de eventos para um patamar mais avançado (Neuhofer *et al.*, 2020).

Para além da implementação e projeção das tecnologias citadas, também é importante lançar o olhar para estratégias capazes de potencializar as experiências em eventos virtuais. Desse modo, a literatura destaca a importância de estratégias e comunicação eficazes que promovam o engajamento com conteúdo específicos, como vídeos promovidos pelo evento em plataformas online, contribuindo para a construção de uma atmosfera envolvente durante eventos virtuais (Kharoufa *et al.*, 2019).

Transpondo as barreiras do escopo imediato da experiência do evento, o apego ao lugar em relação a produtos, marcas ou destinos, aparece como um forte influenciador na experiência do evento. Essa premissa ressalta a relevância do contexto local na experiência dos consumidores e em suas atitudes em relação ao evento, reforçando a influência do ambiente circundante nas interações e percepções durante eventos online, sugerindo que eventos online têm o potencial de promover um impacto social positivo que se manifesta por meio do fortalecimento do orgulho comunitário e da identidade de grupo, sublinhando a relevância desses eventos, mesmo quando ocorrem em ambientes virtuais (Kaplanidou *et al.*, 2012; Kharoufa *et al.*, 2019; Yi *et al.*, 2018).

No entanto, mesmo diante do potencial das tecnologias que sustentam a construção da experiência digital, torna-se evidente a atual realidade da não integralidade na sua incorporação nos eventos virtuais. Essas variáveis ainda não são plenamente exploradas, e, contrariando a potencialidade dessas tecnologias, estes recursos digitais não atingem sua plena utilização. Desse modo, ao extrapolar as vantagens expostas da realização de eventos virtuais, vislumbram-se ainda deficiências que precisam ser sanadas para o aprimoramento da experiência fornecidas por eles, deixando margem para uma exploração mais abrangente e eficaz dessas tecnologias na promoção da experiência do usuário em eventos virtuais.

Esse cenário é muitas vezes atribuído à maior exigência de conhecimento técnico e infraestrutura (Teevan, 2021), a limitação da copresença virtual que ainda não consegue imitar os efeitos das multidões (Simons, 2019) e a desigualdade de acesso ao universo virtual que permanece afetado pelo problema de competência digital, assim como pelo alto custo dos equipamentos (Craig, 2013; Lincaru, 2021; Mowad, 2017; Olya *et al.*, 2018; Simões, 2019; Tussyadiah *et al.*, 2017; Vum Winkle *et al.*, 2016; Wreford *et al.*, 2019).

A restrita adoção da tecnologia no setor de eventos foi corroborada por Ryan *et al.* (2020), que, ao apresentarem a perspectiva do Evento 4.0 - caracterizado pela "integração de mídias sociais, Internet das Coisas, tecnologias e o uso de dispositivos móveis" (p. 62) - evidenciaram um modelo de evento gerenciado digitalmente. Este novo paradigma busca aprimorar a maturidade digital na indústria de eventos, atualizando as tecnologias digitais para integrar plenamente os sistemas de comunicação. Dessa maneira, otimiza-se as operações digitais, a comunicação e a entrega de eventos, estratégias de marketing e a experiência do cliente. No entanto, segundo os autores, a "indústria dos eventos parece não estar digitalmente madura" (p. 60).

A limitação tecnológica delineada anteriormente sugere que as atuais capacidades nesta área apresentam obstáculos que obstruem a plena equiparação das experiências virtuais às presenciais. Ao se debruçar sobre esse conceito, constata-se que investigações ao longo do tempo têm sistematicamente se dedicado a evidenciar as lacunas desse contexto.

Em estudo recente, Richards (2022), juntamente com outros membros da *Atlas Events Group*, implementou a Escala de Experiência de Eventos (EES) durante os carnavais realizados antes e durante o período pandêmico, abrangendo os territórios da Holanda, Brasil, Portugal e Alemanha. O propósito subjacente consistiu em investigar tanto a teoria quanto a prática da experiência de lazer em eventos, especulando sobre as implicações da digitalização desses eventos para públicos e organizadores.

A pesquisa revelou discrepâncias entre as experiências proporcionadas em eventos virtuais e presenciais, apontando uma preferência superior por experiências imersivas nos eventos físicos. Além de confirmar que as experiências virtuais ainda não alcançaram o mesmo nível de envolvimento observado *in loco*, destacou a relevância das práticas sociais específicas dos eventos presenciais, dependentes da presença física para pleno desenvolvimento. A ausência de interação social física sugere que essas práticas podem ser parcialmente reproduzidas virtualmente, evidenciando o potencial de ampliação das experiências, embora não substituam completamente as vivenciadas presencialmente.

Esses achados corroboram com resultados antes identificados sobre a experiência virtual em eventos de lazer. Simons (2019) apontou que, embora tais experiências possam ser satisfatórias, o elemento mais frequentemente perdido pelos participantes é a interação social, que é uma parte importante dos eventos *offline*, ou seja, a copresença virtual ainda não consegue imitar os efeitos da multidão, uma vez que a atmosfera e a emoção gerada é difícil de replicar. Nessa via, Mueser e Vlachos (2018, p.1) concluem, “que performances virtuais e físicas são duas experiências, não substitutos, os participantes consideram as transmissões ao vivo como brilhantes, mas não o mesmo que ao vivo”.

No tocante ao porvir da experiência em eventos, Estanyol (2021) salientou a necessidade de uma análise aprofundada dos elementos potenciais de permanência neste emergente cenário. Essa abordagem busca otimizar a geração de engajamento e imersão, promovendo a inclusão equitativa de todos os participantes, sejam eles presentes fisicamente ou conectados virtualmente, podendo assim conduzir a estratégias que permitam a superação das limitações associadas à integração do ambiente virtual.

Face ao exposto e diante de especulações sobre o quão prejudicial poderiam ser os eventos digitais para a continuidade da produção do formato físico (Getz & Page, 2016; Richards, 2013), há de se considerar que as possibilidades crescentes de interação virtual não diminuiram a demanda por eventos ao vivo, na verdade, o inverso parece ser verdadeiro. Richards e Vernos (2020) preconizam que a capacidade de vivenciar eventos pela Internet, também estimula uma vontade maior de estar presente, no verdadeiro evento ao vivo. Este, portanto, ainda tem um futuro na era digital, mesmo que a vivacidade seja aprimorada por novas tecnologias.

Diante da constatação de que as possibilidades crescentes de interação virtual não apenas mantiveram, mas intensificaram a demanda por eventos presenciais, revela-se uma perspectiva híbrida promissora na intersecção entre eventos virtuais e presenciais. Nesse contexto emergente, vislumbra-se uma nova fronteira de possibilidades e desafios para a promoção de experiências em eventos. Assim, instiga-se a reflexão sobre a necessidade premente de um método capaz de aprimorar essas experiências, oferecendo uma abordagem inovadora e integrada que reconheça e potencialize os elementos distintos presentes tanto nos eventos virtuais quanto nos presenciais.

2.3.3 Desenhando emoções: o impacto do *design* na criação de experiências memoráveis em eventos

Compreendido, nesse estágio, que, “se o fenômeno central de um evento é a experiência, o *design* do evento se torna efetivamente a plataforma sobre a qual ele é construído” (Berridge, 2007, p. 278). Diante disso, a progressão na elaboração do arcabouço teórico passa a postular maior clareza sobre o *design* e seus desdobramentos. Este, originariamente concebido com o propósito de reconfigurar o ambiente visando proporcionar conforto e bem-estar a todos (Denis, 2012), transcende as fronteiras do aspecto visual ao estabelecer interconexões com inovação, estratégias empresariais, comunicação e promoção.

A tessitura aqui elaborada contextualiza o *design* e evidencia que, em sua essência, ele se configura como um plano estruturado para abordar de maneira sistematizada os problemas identificados na sociedade. Essa abordagem revela-se como uma dinâmica criativa e inovadora capaz de fornecer soluções nas esferas produtivas, econômicas, tecnológicas, sociais, culturais e ambientais (Moreira, 2010). Tais soluções percorrem tanto a prática quanto a teoria, permitindo que o *design* não apenas desenvolva conceitos e ideias, mas também os dissemine (Hands, 2009).

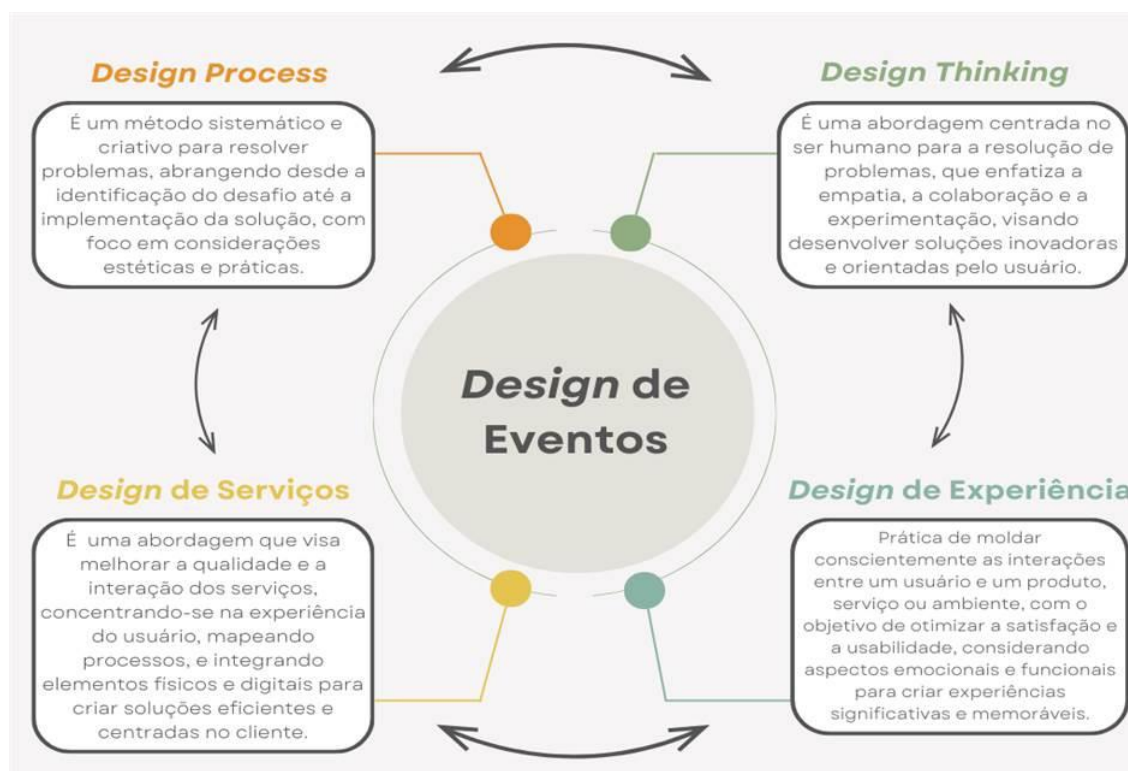
Inicialmente associado aos vieses artísticos e criativo, o *design* experimentou uma evolução conceitual significativa, passando a ser vislumbrado como um processo de deliberação planejada para gerar resultados específicos, transcendendo sua função meramente estética. Além disso, manifesta-se como um conjunto de abordagens destinadas à resolução de problemas, com ênfase na compreensão das necessidades do usuário e na criação de soluções eficazes para questões concretas.

Como um processo planejado, o *design* conduz a resultados pré-definidos a partir de uma ideia original, podendo ser estimado e aplicado em diversas áreas. No contexto dos eventos, cada aspecto demanda decisões de *design*. Essa influência se estende por diferentes áreas, como processos gerenciais, logística, divulgação, configuração de ambientes, decoração, alimentação, programação, planejamento de interações, pontos de contato, jornada do usuário, a compreensão de como as pessoas se movem em qualquer espaço, comunicação e a própria identidade da marca do evento (Berridge, 2007).

Essa abordagem não apenas sugere que o *design* não criativo existe e talvez seja visto como parte dos processos de planejamento e do gerenciamento de eventos. A adoção de uma abordagem que incorpora o *design* estratégico, demonstra a aplicação abrangente do *design* em todos os aspectos do evento. Nesse contexto, a perspectiva de Brown e James (2004) reforça a ideia de que o papel do *design* é crucial para o êxito do evento, contribuindo significativamente para o aprimoramento em todas as suas dimensões.

Cada um desses elementos é cuidadosamente orientado em relação à persona que representa o público-alvo do evento. Essa abordagem destaca a importância do *design* como uma força motriz fundamental para o sucesso e a coesão integral do evento, considerando a seleção estratégica e aplicação de tecnologias pertinentes. Essa interconexão entre a funcionalidade e a experiência do participante é fundamental no *design* de eventos.

Visto como um processo inovador, o *design* de eventos incorpora em sua essência princípios fundamentais oriundos de diversas disciplinas e seus desdobramentos, tais como o *Design Process*, *Design Thinking*, *Design* de Serviços e *Design* de Experiência. Essas abordagens desempenham papéis complementares, inter-relacionados de maneira intrínseca, para enriquecer a concepção e execução de eventos, propondo experiências memoráveis e impactantes. A Figura 9 representa as relações geradas entre eles.

Figura 9.*Interconexão entre abordagens de design*

Fonte: Adaptado de Berridge (2007; 2012b; 2015; 2020) e Getz (2008).

Ao se observar a interconexão entre os métodos expostos, torna-se evidente a sinergia entre essas disciplinas. Cada uma delas desempenha um papel essencial na criação e melhoria de experiências significativas, contribuindo para a configuração do *design* de eventos. Essa interdisciplinaridade evidencia a riqueza no desenvolvimento de soluções holísticas e centradas no usuário.

O *design process* configura-se como uma trajetória sinuosa composta por diversas abordagens na formatação de um projeto. Sua finalidade reside em compreender e conceituar um problema, para posteriormente testar e implementar soluções alcançando resultados inovadores (Best, 2006; Almendra, 2010). Para alcançar esse objetivo, é imperativo considerar toda a fluidez e a mutabilidade de personalidade que o mercado adquire, visando explorar, nesse processo estratégico, todo o seu potencial inovador (Bruce & Bessant, 2002).

A centralidade do ser humano no processo de *design* é considerado o princípio para o *design thinking*. Posto isso, Vianna *et al.* (2012, p. 12) proclamam que este método é:

Uma abordagem focada no ser humano que vê na multidisciplinaridade, colaboração e tangibilidade de pensamentos e processos, caminhos que levam a soluções inovadoras para negócios. [...] Ao investir esforços nesse mapeamento, o designer consegue identificar as causas e consequências das dificuldades e ser mais assertivo na busca de soluções.

Os mesmos autores acrescentam que a mais valia deste método se sustenta no fato dele possibilitar a junção da arte, ciência e tecnologia para descobrir novas soluções, incorporando estratégias que unem dinâmicas como representações visuais, teatro, vídeos, música e metáforas às ferramentas gerenciais, portanto, a inovação revela-se não só como um resultado almejado, mas também como um percurso a ser seguido.

O *design* de serviços é uma abordagem estratégica que integra os princípios do *design thinking* ao domínio dos serviços, colocando o cliente no centro da metodologia com o objetivo de envolvê-lo e conquistá-lo (Stickdorn *et al.*, 2020). Esse envolvimento é cultivado por meio da evocação de sensações e da satisfação de desejos, ultrapassando a mera gratificação. Focado em proporcionar experiências de serviços fluidas e de qualidade superior, o *design* de serviços é, portanto, firmemente situado na interseção entre o *design thinking* e a experiência do usuário (Sousa, 2012).

O *design* de experiência é um processo intencional voltado para a criação de experiências que são cuidadosamente elaboradas e gerenciadas, considerando as preferências e desejos dos clientes e as capacidades e intenções dos fornecedores (Smit & Melissen, 2020; Tussyadiah, 2014). Essa abordagem envolve a integração de diversas disciplinas focadas em construir relacionamentos com os usuários, concentrando-se na criação de um ambiente que estabeleça conexões em níveis emocionais ou de valor para o cliente (Berridge, 2020).

É relevante destacar que tanto a academia quanto o mercado estão passando por uma transformação na maneira como os eventos são concebidos. Em vez de focar apenas nos aspectos logísticos e operacionais, há um crescente debate em torno de eventos projetados, socialmente encenados e constituídos por experiências vivenciadas de maneiras diversas por públicos distintos, demandando não apenas gestão, mas também *design* (Brown, 2005, 2014; Crowther, 2014; Getz, 2012).

Essa premissa reflete uma transição da pesquisa em eventos, predominantemente gerencial, para o *design* de eventos, onde seu papel não se limita apenas a orquestrar experiências significativas, mas também a facilitar a colaboração entre projetos, integrar recursos e desenvolver habilidades e conhecimentos das partes interessadas (Brown, 2005, 2014; Orefice, 2018).

Essa transformação impulsionou o reconhecimento de que o *design* visa, em última instância, alcançar objetivos específicos por meio da resolução de problemas, não sendo considerado um mero complemento, mas sim uma atividade central que sustenta todas as decisões no planejamento e gerenciamento do evento (Orefice, 2018).

A força motriz por trás dessa transformação paradigmática reside em compreender até que ponto as experiências planejadas em eventos podem ser elaboradas. Getz (2005) destaca que os eventos especiais têm uma inclinação maior para proporcionar experiências culturais, sociais e de lazer devido à sua relação direta com o entretenimento. Entretanto, algumas modalidades de eventos, por serem considerados mais pragmáticos ou prosaicos em sua finalidade, podem não incorporar momentos especiais, únicos e memoráveis.

O ponto convergente entre todos os tipos de eventos planejados é a intenção de proporcionar alguma forma de experiência para o público. É importante notar que *design* e criatividade não estão intrinsecamente ausentes, pois, esses eventos continuam sendo ocasiões planejadas intencionalmente, concebidas e criadas para proporcionar experiências específicas, mesmo que não sejam necessariamente únicas e memoráveis (Berridge, 2020). De fato, em virtude da ampla gama de categorias de eventos, a diversidade na extensão dessas experiências é notavelmente pronunciada (Getz, 2005; 2012), demonstrando a importância da adoção coerente de princípios de *design* de eventos.

À luz das considerações apresentadas, o *design* de eventos emerge como fundamento primordial para a produção eficaz da experiência dos eventos, se configurando como uma metodologia que requer uma abordagem abrangente de todo o processo inerente à realização de eventos. Se o evento não estiver sendo projetado para oferecer experiências específicas, essas vivências ficarão entregues ao acaso (Berridge, 2007). Nesse sentido, o *design* de eventos busca proporcionar ambientes apropriados para que essas interações ocorram de maneira significativa (Nelson, 2009).

O entendimento que as experiências de eventos não existem, precisando ser projetadas e criadas, reitera a necessidade de conjuntos de ferramentas para empregar e equiparar o *design* ao planejamento e à finalidade gerais, bem como ao tema e à criatividade. Nesse contexto, destaca-se a necessidade de aproveitar e direcionar as habilidades e os conhecimentos dos participantes envolvidos no planejamento e gerenciamento de eventos, visando à criação de experiências que não apenas envolvam e entertainham, mas também inspirem e eduquem (Brown, 2019; Berridge, 2020; Orefice, 2018; Nordvall *et al.*, 2014).

Com o propósito de orientar esse processo, Berridge (2007, 2012b, 2015, 2020) propõe um modelo, apresentado na Figura 10, que coloca o *design* de eventos como elemento central para configuração de objetivos, garantindo a integração dos tipos de experiências delineadas no conceito por meio de ações intencionais. A implementação do *design* é enfatizada em todas as fases do processo decisório do planejamento e gerenciamento de eventos e a experiência se torna o núcleo que reflete por todas as ações subsequentes.

Ao reconhecer que o *design* permeia todos os elementos do evento, a natureza das experiências do evento adquire uma capacidade (potencialmente) preditiva, fundamentada em ações intencionais, que direciona a atenção não apenas para os elementos criativos específicos do evento, mas também para os aspectos abrangentes da concepção das vivências.

Nesse estágio, é fundamental compreender todos os objetivos e resultados do evento como partes de um plano deliberado para a criação de uma experiência coesa. Com o *design* devidamente integrado, a análise e avaliação do significado da experiência podem ser conduzidas em relação às decisões tomadas para projetar cada elemento do evento (Berridge, 2007).

Figura 10.

Modelo de design da experiência em eventos



Fonte: Berridge (2007; 2012b; 2015; 2020). Tradução nossa

Uma vez incorporado o *design* de eventos como um componente essencial nas decisões iniciais, o modelo reconhece a importância de desenvolver uma experiência que seja coesa e alinhada com os objetivos do evento. Além disso, essa abordagem facilita a avaliação da eficácia do design de eventos em alcançar os objetivos estabelecidos, identificando áreas de aprimoramento e refinamento para eventos futuros, visando enfrentar as complexidades que surgem nesse contexto.

Tal reconhecimento sugere que ao transitar por todas as esferas da formatação do evento, o *design* engloba elementos que agem sobre aspectos gerenciais, logísticos, financeiros, comunicacionais, interacionais, ambientais, tecnológicos, legais e regulatórios, comportamentais, dentro de um universo amplo até alcançar a esfera experiencial. Nesse sentido, a incorporação do *design* em todo processo de concepção e entrega de experiências em eventos parece ser complexa e inalcançável, exigindo da organização o desenvolvimento de estratégias que construam gradativamente esse cenário almejado (Orefice, 2018).

Um dos desafios substanciais inerentes a esse cenário reside na necessidade de atrair participantes diversos, implicando a consideração meticulosa dos elementos motivadores como fundamentais na etapa preparatória para a experiência (O'Sullivan & Spangler, 1999). Nesse contexto, a projeção e criação de uma experiência em eventos demandam uma antecipação cuidadosa da natureza das interações entre os participantes e de seu relacionamento tanto entre si quanto com o ambiente físico.

Diante da ciência que um *designer* de eventos não pode abarcar todas as variáveis e multiplicidades de experiências com as quais um grupo de indivíduos interage e responde, surgem eventos que adotam uma abordagem mais holística, visando atrair a audiência mais ampla possível e proporcionar experiências que possam envolver todos os participantes em algum momento do evento. Em contrapartida, outros eventos são segmentados, possivelmente através de estratégias de marca ou tema, com o propósito de apelar a grupos específicos de indivíduos (Berridge, 2007).

Outro fator relevante para essa projeção é apontado por Pettersson e Getz (2009) ao argumentarem que, embora o *design* possa influenciar as experiências, estas não podem ser totalmente projetadas devido à sua natureza pessoal e psicológica, variando com a percepção individual. Em vez de oferecer experiências por si só, os prestadores de serviços centrados na experiência criam ou preparam os pré-requisitos que permitem aos clientes terem as experiências desejadas (Edvardsson & Olsson, 1996; Gupta & Vajic, 2000).

Assim, o *design* de eventos busca ajudar a criar todo um sistema de planejamento, gerenciamento e entrega de um evento de projetar um espaço passível de vivências positivamente marcantes, buscando prever acertos, calculando os riscos de erros e melhorando a previsibilidade dos resultados da experiência (Berridge, 2012a; Brown & Hutton, 2013; Crowther, 2014; Getz, 2012).

A aplicabilidade do *design* em eventos reitera a necessidade de priorizar a perspectiva do cliente no processo decisório, por meio da adoção de ferramentas que considerem a flutuação no envolvimento das experiências ao longo do tempo, buscando proporcionar um ambiente participativo, emocional e memorável (McLoughlin, 2015). Os eventos são projetos que precisam ser gerenciados sequencialmente e o *design* corresponde a um conceito novo que contribui para o fator surpresa proporcionado pela experiência do evento (Orefice, 2018).

O percurso teórico construído até então ponderou elementos considerados fundamentais à configuração de experiências em eventos. Ao se debruçar sobre as características dos eventos de forma holística, mas aplicáveis nas festas, os conceitos que envolvem os diferentes tipos de experiências ofertadas aos usuários e por fim alcançando uma contextualização sobre o *design* e seus desdobramentos sobre os eventos, orienta a um conjunto de pontos que pode auxiliar na concepção e entrega dessas experiências num cenário de serviços, incluindo aqui, os eventos.

Para tal, torna-se relevante compreender que, sendo a experiência um processo dinâmico e sensível a vários fatores, as pistas, sinais ou estímulos podem ocorrer a qualquer momento durante a entrega do serviço, inclusive durante os estágios de pré e pós-compra (Carbone & Haeckel 1994; Hoffman & Turley 2002). Diante do exposto, os usuários combinam os sinais que percebem ao longo do caminho em uma experiência total ou holística, o que leva ao entendimento que o *design* de evento envolve uma série de encontros e sugestões de serviço, definidos como pontos de contato ou jornada do cliente (Zomerdijs & Voss, 2010; Boag, 2015; Grewal & Roggeveen, 2020).

A jornada do cliente, que abrange todas as atividades e eventos relacionados à entrega de um serviço, é utilizada para compreender como os clientes se comportam durante esse percurso, explorando suas emoções, motivações e atitudes. Este ciclo de interações vai além da concepção simplista de um serviço, descrevendo-o como uma jornada emocional e física pela qual os usuários transitam. Esse entendimento aprofundado frequentemente inclui o mapeamento detalhado das jornadas, pontos de contato do cliente e momentos de pico, empregando técnicas específicas para uma análise mais minuciosa (Boag, 2015; Grewal & Roggeveen, 2020; Zomerdijs & Voss, 2010).

Todo esse processo está suscetível a uma configuração gráfica capaz de transformar os conceitos embaixadores em recurso visual, denominado como desenho de jornada de experiência. Esse recurso permite extrair insights que projetam o cenário em que a experiência se desenvolverá, considerando a persona, qual experiência pretende-se criar e o que há de disponível para esse propósito.

Para além, a predição auxilia na visão de cada fase todo o cenário trabalhado, atentando aos pontos de contato e de interação, assim como, evocando as ações, pensamentos e experiência emocional. Por fim, evidencia as fraquezas percebidas para assim conduzir a oportunidades de melhoria e assim tornar a jornada fluída e completa (Boag, 2015; Bradley, *et al.*, 2021; Grewal & Roggeveen, 2020; Nenonen *et al.*, 2008; Nunes & Quaresma, 2018; Zomerdijsk & Voss, 2010).

Em última análise, a projeção da jornada de um evento implica a integração de elementos tangíveis e intangíveis capazes de proporcionar a criação de experiência e conexão emocional. Portanto, sugere-se a apropriação de um conjunto combinado de ferramentas ou princípios que potencializem os *eventscapes* por intermédio de uma estrutura dramática em que o enredo muitas vezes segue uma estrutura em forma de arco de exposição, ação crescente, clímax, ação decrescente e desfecho ou catástrofe para alcançar um determinado aspecto artístico ou emocional (Field, 2005; Goffman, 1959; Grove & Fisk 1997; Nelson, 2009; Pine & Gilmore 1999; Zomerdijsk & Voss, 2010).

Uma perspectiva que também colabora na conexão direta entre elementos tangíveis à experimentação de sensações, incorpora a esse processo os cinco sentidos (visão, audição, olfato, paladar e tato). A obtenção de informações sobre o ambiente físico ocorre por meio desses sentidos, representando uma rota direta para as emoções dos clientes, conforme destacado por Roberts (2004). A eficácia de uma experiência é diretamente proporcional à sua capacidade de envolver os sentidos, tornando-a mais memorável, conforme argumentado por Haeckel *et al.* (2003) e Pine e Gilmore (1999)

A compreensão dessas experiências reside na análise dos modelos e estruturas que contribuirão para sua concepção e criação (Berridge, 2012a). Considerando a percepção do usuário, a revisão da literatura possibilitou a identificação de estruturas, dimensões, ferramentas e princípios que desempenham um papel significativo na construção da experiência. A contextualização dessas dimensões no âmbito dos eventos permitiu sua categorização de forma a otimizar a compreensão, o Quadro 3 apresenta tal distribuição.

Quadro 3.

Elementos e filosofias que colaboram na construção da experiência em eventos

Elementos	Princípios	Autor
Antecipação, chegada, atmosfera, oferta gastronômica, programa e comodidade	A encenação eficaz destas dimensões resulta na concretização do sonho - imaginar toda a experiência do ponto de vista do participante - Teoria da Intimidade.	Silvers, 2004.
Relação triangular entre infusores, potencializadores e criadores de experiências	Enfatiza a abordagem estratégica de infusores, potencializadores e inovadores, que incorporam e ampliam experiências em produtos e serviços, priorizando a singularidade e atendimento às expectativas dos consumidores.	O'Sullivan & Spangler, 1998
Valorização	Visualizar a experiência concebida como um espaço/tempo especial aumenta a probabilidade do usuário se envolver no evento.	Falassi, 1987.
Interações imaginadas - imagens mentais e a interação simbólica	Utiliza a memória e a projeção mental de interações sociais, semelhante a um <i>storyboard</i> ¹⁹ , para moldar experiências futuras.	Rossmann (1993, 2003)
Interação, ambiente físico, objetos sociais, regras de interação, relações preexistentes e gerenciamento das atividades ao longo do tempo.	Ao compreender e configurar esses elementos de maneira única, o organizador de eventos pode criar experiências desejadas, adaptando-se à variabilidade nas preferências dos hóspedes	(Blumer, 1969; Denzin, 1978; Getz, 2008).
Passividade, atividade, imersão e absorção - Educação, escapismo, entretenimento e estética	Propõe que a surpresa é um elemento crucial, incentivando o organizador a buscar o inesperado Para proporcionar mais do que uma experiência de visualização passiva, o projetista do evento deve criar um ambiente que permita aos convidados participarem, serem atores no mundo de sonho projetado.	Pine & Gilmore (1999); Goldblatt (1997).
Sensoriais, afetivos, cognitivos, físicos e comportamentais.	Promessa de valor: Os convidados terão um maior nível de experiência satisfatória se as suas expectativas forem satisfeitas ou excedidas.	Schmitt, 2003

¹⁹ Série de quadros ou ilustrações que representam visualmente a sequência de eventos de uma história, como um filme, animação, comercial de TV.

Tematização	A tematização é crucial para criar experiências sensoriais desejadas, especialmente em eventos de entretenimento. Vai além da decoração, comunicando de forma não verbal e enriquecendo significativamente a experiência.	Nelson (2009)
Atmosfera	A atenção à atmosfera do cenário, com ênfase na disposição do pavimento e no tema, é crucial. Organizadores que incluem memorabilia ²⁰ , personalização e interações adequadas têm maior chance de proporcionar experiências altamente satisfatórias aos convidados.	Gelder & Robinson (2009); Richards (2013)
Estratégia Gerencial: organização interna, estrutura, cultura, processos e valores dentro de uma organização.	O <i>design</i> da experiência é aplicado em diversos níveis, abrangendo a preocupação com a organização interna, estrutura, cultura, processos e valores dentro de uma organização.	Shebroff (2001)
<i>Eventscape</i>	Enfatiza o impacto do ambiente físico e os estímulos sensoriais que o indivíduo recebe e descrevem a potencialidade dos espaços para a encenação de eventos.	(Bitner, 1992).
Teoria da Intimidade	A qualidade da experiência pode ser determinada pelas trocas existentes entre as pessoas.	Ryan e Trauer (2005)
Multidão	A multidão é fundamental para determinados eventos, e sua composição pode influenciar significativamente o senso de identidade individual.	Khan, Hopkins, Reicher, Tewari, Srinivasan &, Stevenson, 2016; Neville e Reicher, 2011; Grebenar, 2020; Collins, 2004; Bowen & Daniels, 2005; Gibson & Connell, 2012;
Mapeamento de Jornada e Pontos de Contato	Ressalta a importância do mapeamento detalhado da jornada do usuário em eventos, buscando identificar todos os pontos de contato ao longo do processo	Zomerdijk and Voss, 2010; Bradley, Oliveira, Birrel and Cain, 2021.
Passividade, atividade, imersão e absorção	Encenar experiências não se trata de entreter clientes; é sobre envolvê-los.	Pine and Gilmore (1999)

²⁰ Objetos valiosos ou significativos que são mantidos ou colecionados devido ao seu valor sentimental, histórico ou cultural. Podem incluir autógrafos, fotografias, cartas, objetos pessoais de celebridades, souvenirs de eventos importantes, entre outros.

Liminoide	Ao instigar estados transitórios e transformadores busca-se criar uma experiência única, significativa e memorável para os participantes do evento.	Getz, 2008; Turner, 2012.
Configuração do Ambiente: acessibilidade, segurança, estética, tema, <i>layout</i> , decoração, objetos requisitos técnicos	Postula-se que a configuração cuidadosa do ambiente não apenas estabelece bases para uma experiência segura e acessível, mas também desempenha um papel fundamental na criação de atmosferas esteticamente atraentes e tematicamente coerentes.	Nelson, 2009; Monroe 2006; Malouf 1999; Silvers, 2004; Getz, 2008.
Serviços e consumíveis	A integração cuidadosa de serviços que atendam às necessidades dos participantes e consumíveis que complementem a temática e a atmosfera do evento, possibilita a criação de uma experiência envolvente, garantindo que cada interação e elemento tangível contribuam positivamente para a percepção global do evento.	Getz, 2008.
Entretenimento: programação, recreação, atrações, arte, cultura, animação, encenação, metáfora teatral e dramática, ativações.	A diversidade de elementos de entretenimento não apenas enriquece a experiência dos participantes, mas também contribui para a criação de um ambiente dinâmico e envolvente.	Pine and Gilmore, 1999; Nelson, 2009
Interação: relacionamentos, rituais, regras e cocriação.	Reconhece que, ao promover conexões simbólicas entre os participantes, estabelecer rituais significativos, criar regras envolventes e fomentar a cocriação, é possível enriquecer profundamente a experiência dos envolvidos.	Kim & Kaplan, 2004; Marques, Borba & Michael, 2021; Gelder and Robinson (2009); Grove & Fisk (1997) e Hsu and Huang (2009); Collins, 2004; Orefice, 2018.
Tecnologia: redes sociais, e-commerce, IA, internet das coisas, realidade aumentada, gamificação, aplicativos, metaverso.	A convergência dessas tecnologias permite uma sinergia poderosa, potencializando interações, personalização e envolvimento do usuário.	Ryan, Fenton, Ahmed & Scarf, 2020; Dickinson, 2015; Estanyol, 2021; Kharouf et al, 2020.

Fonte: Adaptado de Bitner (1992); Blumer (1969); Bowen e Daniels (2005); Bradley *et al.* (2021); Collins (2004); Denzin (1978); Luxford e Dickinson (2015); Estanyol (2021); Falassi (1987); Getz (2008); Gelder e Robinson (2009); Gibson e Connell (2012); Grebenar (2020); Grove e Fisk (1997); Hsu e Huang (2009); Khan *et al.* (2016); Kharouf *et al.* (2020); Kim e Kaplan (2004); Malouf (1999); Marques *et al.* (2021); Monroe (2006); Nelson (2009); O'Sullivan e Spangler (1998); Orefice (2018); Pine e Gilmore (1999); Neville e Reicher (2011); Richards (2014); Rossman (1993; 2003); Ryan *et al.* (2020); Ryan e Trauer (2005); Schmitt (2003); Shebroff (2001); Silvers (2004); Turner (2012); Zomerdijs e Voss (2010).

A consideração desses elementos em um plano de *design* de eventos desempenha um papel crucial na entrega de experiências significativas aos usuários do evento. Ao seguir um método estruturado, os organizadores podem planejar e executar eventos de forma mais eficaz, levando em consideração as necessidades e expectativas do público-alvo. Além disso, a utilização das ferramentas disponibilizadas por esse método tende a potencializar a entrega de experiências significativas, pois ajuda a criar um ambiente propício para a interação e engajamento dos participantes. Portanto, o *design* de eventos não só contribui para o sucesso do evento em si, mas também para o envolvimento do público, gerando impactos positivos nas esferas social, cultural e econômica.

Após o desenvolvimento da revisão da literatura ora apresentada, o próximo capítulo descreve detalhadamente o caminho metodológico seguido, que conduziu à coleta e análise dos dados e, conseqüentemente, aos achados da pesquisa. Esse capítulo abordará o método, a abordagem, o universo e a amostra da pesquisa, bem como os atores envolvidos. Além disso, serão apresentadas as ferramentas utilizadas para a coleta e análise dos dados, proporcionando uma visão abrangente do processo metodológico adotado para investigar a influência do *design* de eventos na experiência do usuário.

3. Desvendando os Bastidores das Festas Juninas: Uma Jornada Metodológica na Exploração de Estratégias e Experiências

Pesquisar é agir diante de inquietações e buscar respostas e soluções para problemas sentidos e partilhados socialmente, revestindo-se como o meio mais concreto de obtenção de respostas a questionamentos teóricos ou práticos. A condução de uma pesquisa requer uma abordagem metodológica estratégica que possa fornecer uma compreensão aprofundada do problema em estudo.

3.1 Caracterização da Pesquisa

Cada pesquisa, com suas especificidades e embasadas em seu rigor teórico-metodológico, postula por um método capaz de otimizar o caminho que leva ao alcance dos resultados. A complexidade no contexto aqui delineado, o *design* de eventos, que se expõe como uma estratégia que se centra no usuário, sua relação com os elementos projetados e experiências obtidas por intermédio de tal contato, orientou para a definição da fenomenologia como método a ser aplicado.

Nesse sentido, a escolha do método fenomenológico é justificada devido à sua capacidade de explorar a experiência subjetiva que desvela as nuances e significados subjacentes à vivência do evento, fornecendo uma lente metodológica capaz de gerar uma compreensão aprofundada das percepções, emoções e significados atribuídos pelos participantes que, não apenas contribui para uma compreensão mais holística e contextualizada das características do estudo, mas também oferece uma base para o desenvolvimento de estratégias mais eficazes e alinhadas às expectativas e necessidades do público-alvo.

Para além, sua adequação é demonstrada por alinhar-se à pesquisa das experiências humanas com o mundo, além incorporar todas as transições que o objeto de estudo sofre no decorrer de sua história. Rocha e Bandeira (2014, p. 3) denotam que,

[...] como consequência desse pensamento fenomenológico, surge uma outra postura quanto ao conhecimento das coisas, porquanto de sua verificação não mais como objetos estáticos pré-existentes e imutáveis, mas como resultantes da relação com aquele que os observa.

Arelada a tal contextualização, o entendimento indutivo, que envolve chegar em conclusões se baseando em padrões e observações e a abordagem qualitativa foi incorporada ao estudo por conformar-se ao método definido e, conjuntamente, subsidiar o entendimento das complexidades inerentes às experiências humanas. O *design* de eventos é um método amplo que se torna mais sensível à subjetividade e à diversidade de perspectivas, alcançando elementos imersivos, interativos e emocionais. Assim, a abordagem ora definida permite explorar a riqueza desses fatores ao capturar as percepções, sentimentos e interpretações dos participantes. Além disso, uma pesquisa qualitativa possibilita a descoberta de padrões emergentes que, ao dar voz aos participantes, revelam *insights* importantes para um entendimento mais abrangente e contextualizado (Richardson, 1999).

Antes de se chegar à definição do universo e, a partir daí, da amostra e dos atores envolvidos, se fez necessária uma imersão no cenário estudado que se iniciou com uma pesquisa documental e bibliográfica, sendo esta uma etapa fundamental para estabelecer uma base sólida de conhecimento sobre o tema em questão, contribuindo para a identificação de lacunas no conhecimento existente e para a delimitação mais precisa do escopo da pesquisa.

À medida que essa fase evoluía, as fontes iniciais consultadas forneciam indícios de novas referências pertinentes ao objeto de estudo. É nesse ponto que a metodologia *snowball* assumiu um papel crucial como uma abordagem complementar que permitiu a exploração de uma rede mais ampla de conhecimento, inicialmente não evidente, proporcionando dinamismo, flexibilidade e ocasionando uma ampliação orgânica do escopo da investigação (Laville & Dionne, 1999).

O contato mais aprofundado com a literatura proporcionou uma compreensão acerca da definição do universo, amostra e atores da pesquisa. Junto a isso, ao se adquirir uma compreensão sólida da teoria subjacente ao objeto de estudo, se viabilizou o desenvolvimento de estratégias de coleta de dados que fossem alinhadas aos objetivos específicos de cada fase e aos grupos amostrais considerados. Cada grupo, representando uma faceta distinta do estudo, teve instrumentos personalizados ao ambiente em que cada amostra participava, garantindo que as informações fossem coletadas de maneira relevante e contextualizada.

3.2 Universo, amostra e atores da pesquisa

A partir daí, partiu-se para a determinação do universo do estudo que englobou as festas populares, especificamente os festejos juninos do Nordeste brasileiro em seus formatos virtuais, disponibilizados durante o ano de 2021 e, em suas versões presenciais no ano de 2022. Nesse contexto, se definiram como amostras o Mossoró Cidade Junina, o São João de Campina Grande e o São João de Caruaru.

A escolha desses festejos juninos fundamenta-se na relevância cultural e na expressividade singular de cada evento no cenário brasileiro. Ademais, tais celebrações não apenas representam manifestações tradicionais, mas também encapsulam a riqueza da diversidade cultural nordestina. Portanto, ao optar por MCJ, São João de Campina Grande e São João de Caruaru, busca-se compreender o fenômeno dos festejos juninos não apenas como eventos isolados, mas como experiências compartilhadas que envolvem participantes, aqui incluindo a própria pesquisadora, e organizadores.

Isso posto, considerou-se crucial, no papel de atores, determinar os usuários dos festejos e representantes das organizações envolvidas que foram categorizados de acordo com o cenário de materialização, entrega e acesso aos eventos. Também pensando na capacidade de captar dinâmicas sociais em tempo real para assim identificar mudanças, reações e interações que não seriam tão evidentes em métodos de coleta de dados mais estáticos, a pesquisadora também assumiu a função de ator da pesquisa ao se introduzir em meio ao grupo e desempenhar o papel de participante dos festejos.

Aqui, torna-se pertinente ressaltar os desafios que emergiram durante todo o processo de coleta dos dados, sendo exigido adequações para a manutenção dos festejos previamente determinados e as contribuições que eles trouxeram à pesquisa. Nesse sentido, em vista da não possibilidade de contato com a organização do São João de Campina Grande que, diante dos esforços nas inúmeras tentativas de diálogo e confirmações de entrevistas, não resultou em comunicação efetiva com representantes da Secretaria de Cultura ou com da empresa licitada responsável pela festividade no ano em questão, delimitou-se como representação das organizações dos eventos o secretário de cultura do município de Mossoró e coordenadora de eventos da secretaria de cultura de Caruaru. Todavia, diante da riqueza dos dados advindos dos outros atores determinados e pelos meios que serão expostos a seguir, se considerou pertinente a manutenção do São João de Campina Grande no estudo.

Quanto à incorporação da interpretação do público foi mantida em todos os formatos dos festejos disponibilizados, excetuando o São João de Caruaru devido à não realização do evento no contexto virtual. Tal decisão foi justificada pela priorização, por parte da gestão municipal, de ações voltadas para trabalhos assistenciais e investimentos na área da saúde. De qualquer maneira, a manutenção da postura da organização foi essencial para esclarecer as medidas adotadas durante o período em que a celebração não pode ocorrer. O Quadro 4 fornece uma perspectiva de incorporação dos atores captados em cada fase da pesquisa.

Quadro 4.

Determinação dos atores da pesquisa

FESTEJO	VIRTUAL		PRESENCIAL	
	Organização	Participante	Organização	Participante
Mossoró Cidade Junina	✓	✓	✓	✓

São João de Campina Grande	✗	✓	✗	✓
São João de Caruaru	✓	✗	✓	✓

Superada as fases acima descritas e sob a ciência que uma pesquisa se desenvolve ao longo de diferentes etapas onde cada uma delas está conectada a uma progressão teórica específica, partiu-se para a análise, construção e consequente adaptação das ferramentas de coleta de dados sensíveis ao ambiente em que cada amostra participava e que se alinhavam com as mudanças conceituais ao longo do tempo, proporcionando uma abordagem mais dinâmica e flexível.

3.3 Estratégias e ferramentas de coleta de dados

Com a intenção de estruturar e padronizar as ferramentas de coleta de dados, buscou-se viabilizar o acesso às informações essenciais, ao mesmo tempo em que se abriu espaço para o surgimento de novas percepções que transcendem a teoria ora analisada. Para tal, o estudo usou uma combinação de escalas para medição e entendimento do significado das experiências projetadas pelos organizadores e vivenciadas pelo público. De cada questionário, proveniente de uma escala específica, foram selecionadas as indagações que referenciavam as dimensões da experiência e serviu como base para a criação do roteiro de entrevista semiestruturada em profundidade, aplicado aos organizadores dos eventos, o plano que orientou a observação participante no cenário virtual e presencial e a formatação do questionário de medição da experiência aplicado *in loco* com os usuários.

Do mesmo modo, aplicou-se essa estratégia para a confecção dos cartões e categorias apresentadas na ferramenta *Card Sorting* (ordenação de cartões), ferramenta aplicada com um grupo de usuários definido como amostragem teórica (*theoretical sampling*), após todo o processo de coleta de dados e objetivando validar a teoria emergente. O Quadro 5 apresenta as escalas e dimensões trabalhadas, tal e qual os respectivos teóricos que as desenvolveram.

Quadro 5.

Escalas e dimensões utilizadas na pesquisa

FERRAMENTA	AUTORES	DIMENSÕES
------------	---------	-----------

Domínios da Experiência	Pine & Gilmore (1999)	Educação
		Escapismo
		Entretenimento
		Estética
Events Experience Scale (EES)	De Geus, Toepel and Richards (2016)	Cognitiva
		Conativa
		Afetiva
		Novidade
Event Social Interaction Scale (ESIS)	Marques, Borba & Michael, (2021)	Rituais de Interação em Grupo
		Práticas de Co-Criação
Event Experience Mapping Model (EEMM)	Grebenaar (2020)	Experiência do Evento
		Respostas Emocionais
		Experiência Específica
		Identidade Pessoal

Com a pretensão de acessar a perspectiva da organização dos festejos e assim mapear as estratégias específicas ao método de *design* de eventos utilizadas na entrega dos eventos virtuais e presenciais, a entrevista em profundidade foi estabelecida como ferramenta de coleta de dados aplicada com o auxílio de um roteiro semiestruturado. Esse formato permitiu uma abordagem flexível, possibilitando que os representantes da organização compartilhassem suas experiências, opiniões e percepções de maneira mais aberta, oferecendo um espaço para explorar aspectos específicos do *design* de eventos, ao mesmo tempo que permitia a emergência de tópicos não previamente considerados. A realização das entrevistas, devido à alta demanda de trabalho de cada representação, só foi possível em momento posterior à realização dos festejos virtuais e presenciais, sendo determinado o dia 09 de julho de 2022 às 18:00h e às 21h, com os representantes do MCJ e do São João de Caruaru, respectivamente, realizada em meio virtual pelo aplicativo *Google Meet* que possibilitou a gravação - devidamente autorizada por cada ator - resultando em uma média aproximada de 1h30m de material audiovisual, por entrevistado.

No contexto descrito, o processo de interlocução ocorreu nesse único momento que possibilitou extrapolar as 25 questões inicialmente definidas e apresentadas no roteiro de entrevista que encontra-se no Apêndice A. Alinhadas às teorias estudadas e atentando para o que emergia além disso, as questões conduziram a entrevista permitindo captar percepções e posicionamentos acerca do método ora analisado e proporcionando um percurso que trouxe à tona questões voltadas ao alinhamento do o *design* de eventos à experiência pensada para o usuário. De forma complementar, também se acessou informações sobre aplicações tecnológicas para a entrega dos festejos nos formatos virtuais e presenciais, o que possibilitou um posterior confronto entre esses dois universos aqui pesquisados.

A posterior transcrição foi efetivada por meio do *Google Docs*, que disponibiliza em sua aba Ferramentas o comando Digitação por Voz, convertendo o material acima citado em texto primário, posteriormente corrigido ao alinhar a leitura deste à audição da entrevista, o que gerou uma média de 13 páginas, por entrevista. Esse material passou por um processo de limpeza para corrigir palavras, identificar palavras compostas importantes e definição de variáveis de interesse para a pesquisa. Aqui, no texto resultante de cada entrevista foi aplicado um codificador com o nome de cada festejo que representava aquele conteúdo, gerando assim o corpus textual que foi copiado para um arquivo do bloco de notas e posteriormente submetido a análise.

No que se refere à coleta feita com os usuários, essa se deu de forma distinta, sendo seccionada em duas etapas que resultou na subdivisão desse grupo e na aplicação de diferentes ferramentas de coleta de dados. O primeiro momento, que permitiu o acesso ao universo virtual, ocorreu no mês de junho do ano de 2021 e tomou como base aqueles que interagiram simultaneamente à exposição das *lives* de cada festejo. O acesso aos dados gerados por meio das interações entre usuários foram obtidos com o auxílio de uma observação individual, estruturada e participante artificial, em que a pesquisadora se inseriu nos grupos que foram investigados, e se embasou em dois pilares: a visualização das transmissões ao vivo das *lives* dos festejos juninos disponibilizadas nos seus canais oficiais da plataforma *Youtube* e o simultâneo exame dos comentários lançados pelos participantes que envolvia interações rápidas e espontâneas à medida em que os eventos transcorriam.

Ao final de cada dia de coleta, uma descrição era feita apontando todos os pontos que se destacavam em relação ao objetivo da pesquisa, assim como aqueles que iam além, gerando um documento intitulado diário da experiência em eventos, apontado no Apêndice B - adaptado aos contextos virtuais e presenciais da festa, que era anexado juntamente aos comentários lançados no *chat* que se relacionavam diretamente com o objetivo do estudo. Na sequência, os dados também foram convertidos em corpus textual para alicerçar o processo de análise dos dados.

Tal exposição resultou em 10 *lives* do Mossoró Cidade Junina Virtual - 36 horas e 38 minutos de transmissão e 10 *lives* do São João de Campina - Circuito Mundial de *Lives* e Eventos Juninos - 42 horas e 13 minutos - atingindo 78 horas e 51 minutos de eventos virtuais analisados. O Quadro 6 demonstra o cronograma de eventos analisados.

Quadro 6.

Calendário eventos virtuais 2021

Festejo Junino	Live	Tempo de Transmissão	Link	Número de Interações	Likes	Visualizações
Mossoró Cidade Junina 2021 Virtual Canal Youtube: Prefeitura de Mossoró 20,3 Mil	12/06/2021 Mossoró Cidade Junina 2021 Virtual Lançamento: Pingo da Mei Dia	4 Horas e 44 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=BrC426fdb0M&t=14033s	672	1,4 mil	34.188
	13/06/2021 Mossoró	3 Horas e 7 Minutos	https://www.	446	253	5.128

Inscritos	Cidade Junina 2021 Virtual Programação (Domingo, 13): Polo Cultura Popular & Polo Cidadela		youtube.com/watch?v=W r6b- QYHK6k&t =9s			
	17/06/2021 Mossoró Cidade Junina 2021 Virtual Programação (Quinta, 17): Polo Cidadela & Polo Estação das Artes	3 Horas e 11 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=1n4w4zEhLXo	489	243	5.023
	18/06/2021 Mossoró Cidade Junina 2021 Virtual Programação (Sexta, 18): Polo Cidadela & Polo Estação das Artes	3 Horas e 39 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=LxLnppbklAU	383	228	5.346
	19/06/2021 Mossoró Cidade Junina 2021 Virtual Sábado (19): Polo Estação das Artes & Polo Cidadela	3 Horas e 34 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=7EbmqZCjWZc	337	254	6.511
	20/06/2021 Mossoró Cidade Junina 2021 Virtual Domingo (20): Polo Cidadela & Polo Estação das Artes	3 horas e 47 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=For_IgI9Tic	241	217	6.436

	23/06/2021 Mossoró Cidade Junina 2021 Virtual Chuva de Bala um Filme Polo Estação das Artes & Polo Cidadela	3 Horas e 2 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=YAOsxeTW2Bc&t=18s	2.784	2,2 mil	38.497
	25/06/2021 Mossoró Cidade Junina 2021 Virtual Sexta-feira (25): Polo Cidadela & Polo Estação das Artes	3 Horas e 7 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=eZTArVOwACs&t=51s	192	210	5.657
	26/06/2021 Mossoró Cidade Junina 2021 Virtual Sábado (26): Polo Cidadela & Polo Estação das Artes	3 Horas e 4 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=CSnZOI6w1Eo	85	140	3.082
	27/06/2021 Mossoró Cidade Junina 2021 Virtual Encerrament o: Boca da Noite	5 Horas e 8 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=hiI04Io0tWE&lc=UgxLZvT3MePd1ReIcT94AaABAg	301	222	5.638
	30/06/2021 Mossoró Cidade Junina Virtual se consolida como edição que mais valoriza os artistas da terra		https://www.youtube.com/watch?v=WcphR1X6NhE			
TOTAL DE HORAS DE TRANSMISSÃO MOSSORÓ CIDADE JUNINA VIRTUAL		36 Horas e 38 Minutos				

São João Campina Grande Canal <i>Youtube: O São João de Campina Grande em Casa</i>	Acenda a Fogueira do seu Coração - São João de Campina Grande	44 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=FLA3dd_AKl_o	122	335	10.756
	O São João de Campina - Circuito Mundial de Lives e Eventos Juninos [Dia 12/06]	5 Horas e 55 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=xLjhQUeabTQ&t=6s	7.020	2.1 mil	93.956
	O São João de Campina - Circuito Mundial de Lives e Eventos Juninos [Dia 19/06]	5 Horas e 23 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=mCY3-eXOyi4	2.140	902	30.078
	Live Zabumba lá no Forró de Zé Bezerra	1 Hora e 30 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=6S2t-OjMFAs	79	75	2.437
	Zabumba lá no Forró de Zé Lagoa	1 Hora e 22 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=BsYdMMEn-D8	67	47	1.685
	Zabumba lá no Forró seu Vavá	1 Hora e 30 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=4X0pB89rKEw	55	49	1.499
	O São João de Campina - Circuito Mundial de Lives e Eventos Juninos [Dia 23/06]	6 Horas e 3 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=ILUTuQT-APY	14.219	5,6 mil	163.028
	O São João de Campina - Circuito Mundial de Lives e Eventos Juninos [Dia 24/06]	5 Horas e 43 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=8MUzTEj3Y9w	3.111	1 mil	41.885

	O São João de Campina - Circuito Mundial de Lives e Eventos Juninos [Dia 26/06]	6 Horas e 35 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=bz1BFCvQsJw	8.746	2,9 mil	155.796
	O São João de Campina - Circuito Mundial de Lives e Eventos Juninos [Dia 29/06]	7 Horas e 23 Minutos	https://www.youtube.com/watch?v=GRDSLGU9hd4	4.992	1,4 mil	64.301
TOTAL DE HORAS DE TRANSMISSÃO CAMPINA GRANDE VIRTUAL		42 Horas e 13 Minutos				
TOTAL GERAL DE HORAS DE TRANSMISSÃO ANALISADAS		78 Horas e 51 Minutos				

O cenário ora apresentado propiciou o aprofundamento na captura de experiências subjetivas e na investigação de detalhes não evidentes, além de que, ao participar ativamente, houve a oportunidade de concatenar as observações realizadas das percepções e experiências dos participantes, com aquelas particularmente vividas pela pesquisadora e assim, associá-las à teoria que subsidia o presente estudo.

Nesse contexto, a seleção do texto para a formação do *corpus* levou em consideração a relação do conteúdo gerado pelo usuário ²¹com os elementos fundamentais ao *design* de eventos, conforme identificados durante as exposições das *lives*, assim como a consequente correlação com perceptíveis dimensões afetadas da experiência. O material resultante dos comentários lançados ao *chat* seguiu processo similar ao produto das entrevistas semiestruturadas, gerando corpus textuais de cada festejo que seguiu para a fase de análise.

²¹ Conteúdo gerado por usuário, muitas vezes abreviado como UGC (do inglês *User Generated Content*), refere-se a qualquer forma de conteúdo - como texto, imagens, vídeos, áudio - que seja criado e compartilhado por usuários comuns, em vez de ser produzido por profissionais ou empresas (Mendes Filho *et al.*, 2018).

Com a conclusão da fase preliminar de coleta de dados, a pesquisa avançou para uma nova etapa, marcando uma transição significativa no processo investigativo que se iniciou em âmbito virtual e chegou ao cenário presencial. Tal movimento reflete o dinamismo inerente à pesquisa, onde a evolução contínua é essencial para alcançar resultados robustos e significativos. A continuidade do estudo envolveu a implementação de métodos adicionais que melhor se adaptaram ao contexto de coleta de dados presencial que, ao contrário do domínio virtual, viabilizou uma maior interação entre pesquisadora e usuários dos eventos.

À vista disso, ao se buscar examinar a experiência do usuário *in loco*, garantiu-se a manutenção da observação individual, estruturada e participante artificial que considerou os diferentes componentes do *design* de eventos dispostos no ambiente e as dimensões afetadas na materialização da experiência. De maneira similar ao contexto virtual, as anotações também eram feitas para embasar o diário da experiência, também convertido em corpus textual para análise.

Para além, foi introduzida uma ferramenta métrica para avaliar as vivências dos participantes face aos estímulos intencionalmente aplicados pela organização dos eventos. Assim, visando alcançar um número maior de dimensões da experiência, foi elaborado um questionário que unificou as quatro escalas apresentadas no Quadro 5.

O modelo inicial englobou 10 dimensões da experiência, considerando a similitude e consequente junção das dimensões Educação (Pine & Gilmore, 1999) e Engajamento Cognitivo (De Geus *et al.*, 2016). Cada dimensão foi balizada por itens do conceito que as compunham, enfatizando os tópicos pertinentes à análise, totalizando 35 conceitos. De forma adicional, implementou-se critérios métricos para uma avaliação geral dos eventos, incluindo aqui indicativos de superação da pandemia, satisfação, experiência, jornada, intenção de retorno e indicação do evento. Ao final, o presente instrumento - disposto no Apêndice C - abarcou 8 questões dedicadas a traçar perfil do usuário e o questionário com 56 perguntas que eram avaliadas por meio de uma escala *likert* de 5 pontos com descrições verbais de concordância que contemplavam os extremos, iniciando em “discordo totalmente” e seguindo de maneira escalonada até alcançar o “concordo totalmente”, possibilitando assim a apreensão de percepções qualitativas a partir de questões estruturadas quantitativamente.

Com a materialização do protótipo, foi-se ao campo no dia 04 de junho de 2022, especificamente na abertura do MCJ com o bloco junino Pigo da Mei Dia, com o intuito de realizar o teste piloto da presente ferramenta de coleta de dados. Aqui, considerando que festas são espaços comumente destinados à diversão, preenchidos por ruídos e estímulos visuais que interferem na comunicação e onde os participantes estão frequentemente envolvidos com a programação, atentou-se a analisar os distintos contextos dos eventos e assim desenvolver um plano de abordagem que foi se adaptando aos diferentes cenários de aplicação. Logo, se determinou as seguintes condições na seleção de potenciais respondentes:

- Observar o grau de sobriedade;
- Acessar grupos a partir de 2 usuários;
- Confirmar a vivência capaz de materializar um grau de experiência no evento de 2022;
- No bloco de rua, acessar os passantes e pessoas que se posicionam à margem do percurso;
- Nos espaços dos grandes shows, utilizar os intervalos e troca de atrações, assim como, enquanto a apresentação ocorre, abordar os usuários que se encontram mais distantes do palco principal;
- Contatar usuários que se encontram em rodas de conversa, filas, praças de alimentação, arquibancadas e plateias de apresentações, transitando em exposições ou em corredores dos polos culturais

Estabelecidos tais parâmetros, partiu-se para o objetivo primordial do teste piloto que se trata de identificar possíveis problemas técnicos que poderiam comprometer a eficiência na aplicação dos questionários. Nesse sentido e pressupondo que o evento iniciou exatamente ao meio-dia, a sondagem começou a ser aplicada às 15h e finalizou às 21h do dia em questão, alcançando uma amostra de 73 respondentes.

Esse primeiro bloco desconsiderou as respostas e centrou-se na análise do processo de coleta de dados. À vista disso, identificou-se a necessidade da supressão das dimensões e conceitos, permanecendo apenas as questões que também passaram por uma redução com a exclusão daquelas que apresentavam sentidos equivalentes, bem como das sentenças que não foram bem compreendidas por parte dos respondentes.

Assim, a versão final do questionário, como mostra o Apêndice D, disponibilizou 29 questões que, buscando otimizar o tempo de aplicação e facilitar o entendimento do usuário, passou a ser avaliada pela mesma escala *likert* de 5 pontos anteriormente aplicada, todavia, a nomenclatura de concordância foi substituída por numeração de 1 a 5, onde 1 correspondia a “discordo totalmente” e 5 a “concordo totalmente”. Para completar o presente instrumento, prezou-se pela manutenção dos quesitos necessários para traçar o perfil do usuário. Com a presente ferramenta devidamente adequada aos objetivos da pesquisa, procedeu-se à sua implementação em campo que ocorreu de acordo com o cronograma exposto no Quadro 7.

Quadro 7.

Cronograma de coleta de dados in loco

EVENTO	DATAS
MCJ	09, 10, 11 e 12/06/2022
São João de Campina Grande	17, 18 e 19/06/2022
São João de Caruaru	01, 02 e 03/07/2022

Por conseguinte, a abordagem aplicada ao usuário do evento possibilitou exceder o perfil quantitativo do questionário. De maneira geral, a estratégia focava em alcançar grupos em que as pessoas preenchem o documento em meio a conversas informais e com todo o suporte da pesquisadora no esclarecimento de eventuais dúvidas. A técnica proporcionou uma maior interação entre pesquisadora e participantes e gerou percepções - devidamente anotadas no verso do instrumento - que foram validadas à medida que mais pessoas reiteravam o mesmo tópico, sendo assim considerado na presente construção.

Ao fim, chegou-se ao número de 150 respondentes em cada evento, totalizando 450 questionários aplicados e que foram submetidos a posterior validação, sendo aqui desconsiderados aqueles que eram respondidos de forma incompleta. Assim, chegou-se ao seguinte quantitativo: MCJ - 116 questionários; São João de Campina Grande - 125 questionários e São João de Caruaru - 149 questionários, resultando um total geral de 390 questionários. Os dados resultantes desse processo de coleta foram lançados na ferramenta Planilhas do *Google* para posterior tabulação e análise.

Apesar de seu viés quantitativo, foi posto em prática uma análise qualitativa dos dados resultantes dos questionários. Tal processo apresentou fatores favoráveis e outros a serem ponderados:

Favoráveis:

- Amostra robusta: Um número elevado de questionários fornece uma base sólida para análises qualitativas, permitindo a identificação de padrões e dados confiáveis;
- Riqueza de dados: A quantidade de dados coletada possibilita uma análise profunda e detalhada das diferentes perspectivas presentes nas respostas;
- Potencial para descobertas: A análise qualitativa pode revelar nuances e aspectos inesperados que podem ser facilmente perdidos em análises quantitativas.

Ponderados:

- Carga de trabalho: Analisar manualmente um número alto de questionários pode ser um processo trabalhoso e demorado, exigindo planejamento e organização;
- Saturação de dados: A partir de certo ponto, novas respostas podem não agregar informações significativas, tornando a análise menos eficiente. Aqui, há de considerar a incorporação da amostra teórica, que será detalhada na sequência.
- Recursos e ferramentas: Softwares de análise qualitativa podem auxiliar na organização e codificação dos dados, mas podem ter custos e curva de aprendizado.

No processo de análise, quando os dados deixaram de produzir informações adicionais sobre o fenômeno em estudo, chegando-se a um ponto de saturação teórica, optou-se por realizar uma Amostragem Teórica (*theoretical sampling*) no intuito de desenvolver, refinar e validar a teoria emergente.

O *Card Sorting*, ferramenta comumente aplicada por pesquisadores em *design* de interação e arquitetura de informações, é uma dinâmica em que o usuário organiza cartões com temas predeterminados e os agrupa, de acordo com seu mapa mental, em categorias que façam sentido para ele, possibilitando a compreensão de como os usuários organizam e categorizam informações sobre experiências vivenciadas em *interfaces* e sistemas virtuais, refinando assim, teorias sobre a experiência do usuário. É, portanto, um método de pesquisa interativo que tem como objetivo reconhecer a percepção de que alguém desenvolveu a respeito do mundo conforme o vivenciou, ao mesmo tempo em que aponta como provavelmente moldarão sua visão do mundo à medida que prosseguem em suas experiências (Conrad & Tucker, 2019; Quincey & Mitchell, 2022).

Disponível nas versões presencial e *online*, aqui, optou-se por disponibilizá-la de forma virtual acessado pelo link (<https://ows.io/os/0or82fcq>). Adicionalmente, também a configurou em seu molde híbrido em que, para além das categorias pré-determinadas, também foi possível ao participante criar e nomear novos grupos que, em seu entendimento, melhor encaixem os temas levantados (Faria, 2010). Face ao exposto, buscou-se adaptar a referida ferramenta para alcançar o cenário da pesquisa e revelar as percepções dos estímulos e das experiências provocadas em universos virtual e presencial dos festejos.

Isso posto, para a amostragem teórica foram escolhidos 10 participantes de forma intencional e não aleatória e o critério de seleção exigia a participação simultânea à transmissão em ao menos uma *live* dos eventos ora estudados, assim como, a vivência mínima de uma noite do contexto presencial no ano de 2022. O grupo foi inserido em um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas onde, no dia 18/07/2022, foi lançado o *link* que conduzia à plataforma *Optimal Workshop*²² que disponibilizava uma experiência de classificação de cartões *online* intuitiva, fornecendo informações detalhadas diretamente de seus usuários. O Quadro 8 traça o perfil e codifica a amostra teórica.

Quadro 8.

Perfil e codificação amostra teórica

Codificação	Profissão	Idade	Escolaridade	Participação nas <i>lives</i> juninas e festejos presenciais
Usuário 1	Professor	34 anos	Mestrado	✓
Usuário 2	Empresário	29 anos	Mestrado	✓
Usuário 3	Estudante	22 anos	Ensino Superior	✓
Usuário 4	Professor	38 anos	Mestrado	✓
Usuário 5	Estudante	40 anos	Mestrado	✓
Usuário 6	Policial Penal	39 anos	Ensino Superior	✓
Usuário 7	Médico Veterinário	22 anos	Ensino Superior	✓
Usuário 8	Autônomo	39 anos	Ensino Superior	✓
Usuário 9	Docente	33 anos	Doutorado	✓

²² Plataforma *online* que oferece uma variedade de ferramentas de pesquisa para profissionais de *design* de experiência do usuário (UX). Essas ferramentas ajudam a planejar, executar e analisar pesquisas de UX, como testes de usabilidade, testes de informações, mapas de jornada do usuário, entre outros.

Usuário 10	Professor	43 anos	Mestrado	☒
------------	-----------	---------	----------	-------------------------------------

Durante o processo, os participantes tiveram a oportunidade de relacionar suas experiências nos eventos virtuais e presenciais às lacunas identificadas na teoria emergente. Dessa forma, estabeleceu-se como categorias as dimensões da experiência que não foram adequadamente explicadas ou compreendidas pela teoria em desenvolvimento e, como temas colocados nos cartões, introduziu-se sentenças afirmativas derivadas das questões que referenciam tais dimensões e estão disponibilizadas no questionário (Apêndice E)

As categorias foram organizadas em um alinhamento que considerou o impacto nas experiências vivenciadas nos eventos. Os cartões eram inseridos em cada categoria que representava o contexto da sentença contida nele e distribuídos em uma escala que expressava a relevância, indo do mais ao menos significativo. Os resultados foram expostos em formatos diversos, sendo identificada a matriz de similaridade como a mais apropriada para subsidiar a análise.

A Figura 11 apresenta a interface da ferramenta com as 9 categorias e 20 temas determinados. Uma lista contendo todos os cartões, assim como as questões aplicadas está disponibilizada no Apêndice E.

Figura 11.

Interface do Card Sorting da plataforma Optimal Workshop

Fonte: <https://www.optimalworkshop.com> (2022).

Com a presente ferramenta ainda foi possível lançar questões que buscaram contextualizar as percepções sobre as experiências vivenciadas em cada contexto e fornecer dados adicionais sobre as razões por trás dos agrupamentos percebidos. O material resultante seguiu os moldes já citados para a conversão em corpus textual e assim possibilitar uma análise comparativa entre elas. Após a devida apresentação das ferramentas de coleta de dados que foram empregadas nesse estudo, o próximo passo crucial reside no processo de análise dessas informações.

3.4 Análise dos dados

A abordagem analítica dada a presente pesquisa conduziu à análise dos dados com base na Teoria Fundamentada dos Dados (TFD), em sua face Straussiana ou Relativista, que repousa no pragmatismo e interacionismo simbólico e permite o uso de um arcabouço teórico que sirva para explicar o fenômeno estudado. Aqui, o pesquisador é reconhecido como agente ativo que se envolve em reflexões ao passo que acessa os dados, reconhecendo que o conhecimento é construído socialmente e que a interpretação dos dados é influenciada pelas experiências e perspectivas dos pesquisadores (Charmaz, 2009).

O método, que se concentra na geração de teoria a partir dos dados coletados, foi reconhecido como adequado para desvendar a influência do método de *design* de eventos como ferramenta eficaz para a otimização e aprimoramento da experiência do usuário, considerando as dinâmicas distintas entre o universo virtual e presencial. Logo, buscou-se alinhar a TFD relativista, intencionado fortalecer constructos teóricos que estimulem a reflexão e, consequentemente, possibilitem a incorporação empírica.

Em consonância com a abordagem delineada por Strauss e Corbin (1997), a análise dos dados seguiu o procedimento delineado no Quadro 9.

Quadro 9.

Desenho da análise dos dados ancorada na TFD

FASE	PROCEDIMENTOS
Codificação Aberta	<i>Iramuteq</i> ajudou na atribuição de códigos aos segmentos de texto com base nos temas ou conceitos emergentes sem impor uma estrutura prévia; Na Planilha <i>Google</i> e no <i>Card Sorting</i> a codificação inserida foi realizada previamente com a definição das

	dimensões da experiência e seus respectivos conceitos;
Codificação Axial	Alinhado ao olhar da pesquisadora, com seu embasamento prévio da teoria, e com a observação participante, relacionou categorias e subcategorias para entender as relações entre elas e acrescentar uma ideia de dimensões, que são variações dentro de uma categoria;
Codificação Seletiva	A estrutura refinada permitiu uma análise mais detalhada e específica das diferentes facetas envolvidas na experiência do usuário nos festejos juninos, considerando as dinâmicas únicas entre os ambientes virtual e presencial. Cada propriedade e dimensão contribuíram para uma compreensão mais rica e contextualizada da influência do <i>design</i> de eventos nesse contexto específico.
Método Comparativo Constante	Durante a análise, a pesquisadora fez uma comparação contínua entre os dados produzidos em cada grupo antes mencionado. Nesse contexto, também foram incorporados os resultados provenientes da Planilha <i>Google</i> , bem como do <i>card sorting</i> , permitindo a integração de todos os resultados obtidos para identificar padrões emergentes.
Amostragem Teórica	Aqui, foram selecionados atores da pesquisa que exemplificavam os padrões emergentes identificados e, ao fornecer suas diferentes percepções, ajudaram a desenvolver e refinar a teoria. Importante ressaltar que para tal, a amostragem teórica passou por todo processo aqui contextualizado.
Emergência da Teoria Ancorada nos Dados	Após a codificação, categorização, refinamento, comparação e mais um refinamento, os dados emergentes foram alinhados resultando em memorandos que forneceram detalhes específicos sobre o que foi observado, fazendo assim emergir a Teoria Ancorada nos Dados.

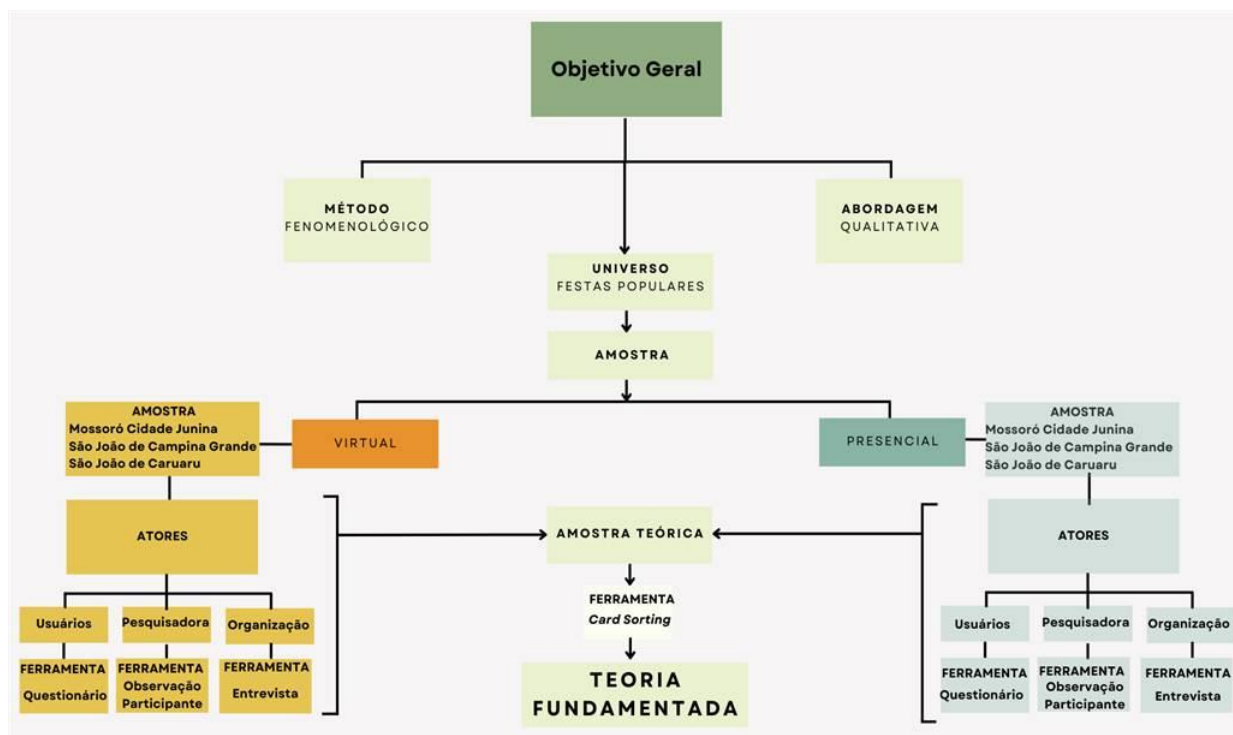
Ao apresentar o quadro que compreende as fases da análise ancorada na Teoria Fundamentada nos Dados (TFD), estabelece-se uma conexão necessária com cada ferramenta de coleta de dados utilizada no estudo. Esse quadro não apenas delineia os passos essenciais da TFD, mas também serve como um guia estruturado para compreender como foi desenvolvido o método de pesquisa no contexto pesquisado.

Isso posto, observa-se que processo de análise iniciou com a separação dos *corpus* textuais em três grupos, onde o primeiro trazia referências ao universo virtual (entrevista, comentários do *chat* e diário da experiência), o segundo, ao presencial (entrevista e diário da experiência) e o terceiro, a junção dos dois contextos (questionário do *Card Sorting*). Assim, cada grupo foi submetido isoladamente ao aplicativo de análise qualitativa Iramuteq (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*) - um *software* gratuito capaz de fracionar os dados textuais e codificá-los.

Em um segundo momento, a análise se debruçou sobre a tabulação dos dados provenientes dos questionários aplicados com os usuários dos festejos no contexto presencial. Na *Planilha Google*, a codificação inserida foi realizada previamente com a definição das dimensões da experiência e seus respectivos conceitos. Com os dados devidamente alocados em tabelas que seguiam a categorias determinadas, aplicou-se fórmulas no intuito de verificar a frequência de ocorrência de diferentes códigos ou categorias. Para melhor visualização dos dados, foram feitos gráficos de barra, de pizza e radar. A referida ferramenta também forneceu por meio de gráficos um panorama sobre o perfil dos respondentes que foi integrado ao processo de análise.

A análise da matriz de similaridade do *Card Sorting*, por ser um processo iterativo, adequou-se como meio para a amostragem teórica e assim proporcionar uma compreensão mais profunda das relações entre os itens. Na presente conjuntura a análise foi efetuada considerando organizar os itens em *clusters* para assim identificar as dimensões da experiência que estão frequentemente juntas ou que possuem relações mais fracas, demonstrando os seus padrões de agrupamentos não evidentes inicialmente.

Por ter sido criada em relação a categorias pré-definidas, foi possível comparar os resultados com essas categorias iniciais revelando novas perspectivas. Por fim, a apresentação gráfica permitiu representar os resultados de maneira mais acessível e interpretável, completando a etapa de análise dos dados e fazendo emergir organicamente a Teoria Ancorada nos Dados que será apresentada e discutida na seção a seguir. A figura 12 apresenta um esquema referente ao processo metodológico da pesquisa.

Figura 12.*Quadro metodológico*

Antes de seguir para o capítulo seguinte, considera-se importante enfatizar o uso ético, coerente e adequado da inteligência artificial, ora representada pelo *Chat GPT*²³ e *Gemini*²⁴, para a construção e adequação da presente pesquisa. Sua aplicação auxiliou na sugestão de teóricos e pesquisadores complementares, orientação sobre etapas da pesquisa, revisão textual e formatação das referências.

4. Explorando Estratégias e Experiências: Análise e Discussão dos Resultados em Eventos Juninos Virtuais e Presenciais

²³ Modelo de linguagem desenvolvido pela *OpenAI*, baseado na arquitetura GPT (Transformador Generativo Pré-treinado). Projetado para conversar e interagir com os usuários de forma natural, respondendo a perguntas, fornecendo informações e auxiliando em uma variedade de tarefas.

²⁴ Modelo de linguagem de última geração desenvolvido pela *Google AI*, que se destaca por sua capacidade de processar e gerar linguagem natural de forma complexa e sofisticada.

No âmbito da presente pesquisa, uma análise abrangente dos resultados é apresentada, organizada em quatro tópicos essenciais que constituem as descobertas desta investigação. O primeiro tópico aborda a exploração das estratégias organizacionais empregadas nos eventos, tanto virtuais quanto presenciais, com foco na modelagem das experiências dos participantes. O segundo tópico direciona a atenção para o exame da experiência do usuário, considerando as dinâmicas inerentes a cada contexto, seja virtual ou presencial.

Subsequentemente, no terceiro tópico, uma análise aprofundada é conduzida sobre a influência dos diversos componentes do *design* de eventos sobre dimensões específicas, contribuindo significativamente para a formação da experiência do usuário. Por fim, o quarto tópico consiste em uma análise comparativa das dinâmicas resultantes da aplicação das estratégias de *design* de eventos nos contextos virtual e presencial, destacando de maneira objetiva as nuances, diferenças e semelhanças emergentes no universo pesquisado.

Este capítulo, caracterizado por rigor metodológico e fundamentado em uma abrangente revisão teórica, visa fornecer uma contribuição significativa ao entendimento da influência do *design* de eventos na otimização da experiência do usuário. A abordagem adotada, pautada na imparcialidade e na objetividade, estabelece as bases para uma compreensão detalhada dos resultados, pavimentando o caminho para as conclusões que se seguirão.

4.1 Entre bastidores e experiências: Explorando Estratégias Organizacionais para Modelagem da Experiência em Eventos Virtuais e Presenciais: Uma Abordagem pelo Método de *Design* de Eventos

A evolução das tecnologias tem desempenhado um papel significativo na transformação do setor de eventos, proporcionando novas oportunidades, melhorias na experiência do usuário e maior eficiência operacional. Ao se olhar para esse cenário, torna-se evidente a presença de elementos que têm contribuído para essa transformação. Embora algumas dessas alternativas estejam em aplicação desde o início do século XXI, sua influência se destaca de maneira mais efetiva na era atual, especialmente com a realização de eventos digitais, a adoção de aplicativos, a integração de códigos QR²⁵ e tecnologias de RFID²⁶, o uso de ferramentas para pagamento, a implementação de realidade aumentada, realidade virtual, inteligência artificial, a presença em

²⁵ Tipo de código de barras bidimensional que pode ser escaneado usando a câmera de um *smartphone* ou *tablet*. Ele armazena informações, como texto, URLs, informações de contato ou outras informações, em um formato que pode ser facilmente lido por dispositivos eletrônicos.

²⁶ Tecnologia de identificação por radiofrequência que usa sinais de rádio para identificar de forma única e rastrear *tags* ou etiquetas.

redes sociais, o avanço da tecnologia 5G²⁷, o gerenciamento de *big data* e as preocupações crescentes com segurança cibernética e privacidade.

Diante da premissa exposta, emergiu a necessidade de verificação da amplitude de aplicação de tais tecnologias, considerando aqui, a festas culturais, buscando entender até que ponto tais tecnologias foram implementadas no sentido de fornecer experiências envolventes aos usuários. Para isso, buscou-se acessar a compreensão da organização dos festejos juninos quanto a relevância dada a incorporação dessas tecnologias, assim como, sobre o que realmente foi efetivado nesse cenário de virtualização dos eventos.

A popularidade crescente das *lives*, formato também apropriado pelos festejos juninos do nordeste brasileiro, conduziu ao recorte dos festejos juninos Mossoró Cidade Junina Virtual 2021, São João de Campina Grande - Circuito Mundial de *Lives* e Eventos Juninos 2021 e São João de Caruaru, como base para o desenvolvimento da presente pesquisa.

No cenário brasileiro, as transmissões ao vivo apresentavam *shows* de cantores de renome nacional, bem como de artistas independentes e de alcance limitado. Além disso, contavam com apresentações culturais, ativações com comediantes e influenciadores digitais. Sorteios eram promovidos e incentivava-se a interação direta, com postagens de fotos e vídeos nas redes sociais usando as *hashtags*²⁸ do evento. As mensagens enviadas pelo público eram exibidas em tempo real, uma tática para reter os espectadores até o final do evento.

Com base nas considerações apresentadas e com a intenção de confrontar elementos para, posteriormente, refletir sobre a experiência do usuário nos eventos, impulsionada pelos estímulos gerados pelo *design* de evento, torna-se imperativo investigar as estratégias organizacionais utilizadas nos festejos em seus cenários virtuais e presenciais. O enfoque central será na modelagem da experiência dos participantes, seguindo os princípios do método de *design* de eventos. A análise terá início pelo contexto virtual, conforme discutido no tópico subsequente.

4.1.1 Estratégias para adequação na entrega de experiências virtuais das *Lives* Juninas

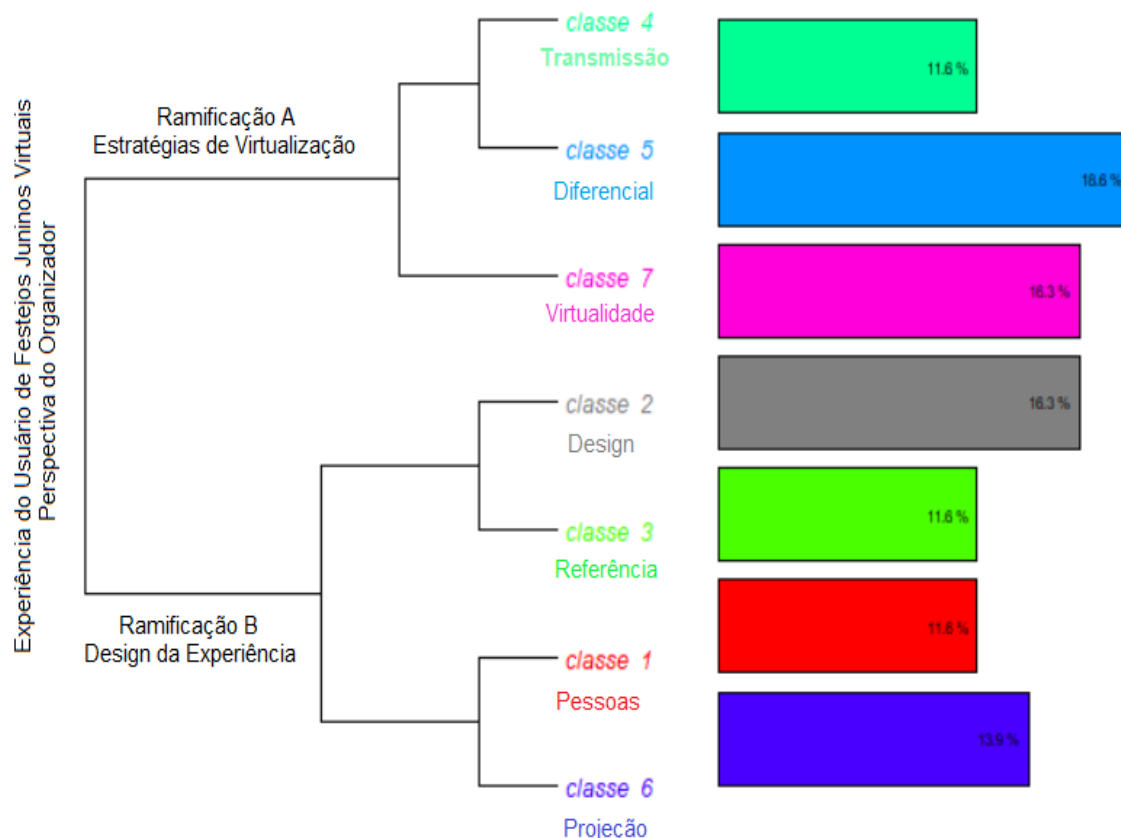
²⁷ Quinta geração de tecnologia de comunicação sem fio, oferecendo velocidades de dados mais rápidas, menor latência e maior capacidade em comparação com as gerações anteriores.

²⁸ Palavras ou frases precedidas pelo símbolo "#" (conhecido como "jogo da velha" ou "hash" em algumas regiões), usadas principalmente em redes sociais para categorizar mensagens e facilitar a sua descoberta por outros usuários interessados no mesmo tema.

Na contemporaneidade, a migração de eventos presenciais para o ambiente virtual representa um desafio marcante, especialmente para celebrações como os festejos juninos, que buscam oferecer experiências autênticas e envolventes. Nesse contexto, examinou-se a abordagem adotada pelas organizações para se adaptarem a esse cenário digital, explorando estratégias e esforços direcionados à entrega de experiências significativas. A transição para o virtual, desencadeou reflexões sobre como preservar a essência festiva e cultural dos eventos juninos.

Após a realização das entrevistas com os respectivos representantes da organização de cada festejo e com o auxílio do *Iramuteq*, identificou-se que o corpus geral foi constituído por 2 textos, em que um representa a transcrição da entrevista com o representante do MCJ e, o outro, trouxe também exposição da representação do São João de Caruaru quanto a não realização do evento no formato virtual e a sua análise quanto a importância das tecnologias para os eventos.

Em seguida, emergiram 1.921 ocorrências (palavras, formas ou vocábulos) que foram separados em 49 Segmentos de Texto (ST), com aproveitamento de 43 ST (87,76%). Considerando apenas verbos, adjetivos e substantivos como formas ativas para análise, chegou-se em 491 palavras que se repetem durante o texto e 277 com uma única ocorrência. O conteúdo analisado gerou duas ramificações, sendo estas nomeadas como Ramificação A - Estratégias de Virtualização e Ramificação B - Design da experiência. A Figura 13 expõe esta classificação.

Figura 13.*Dendograma da Classificação Hierárquica Descendente (CHD)*

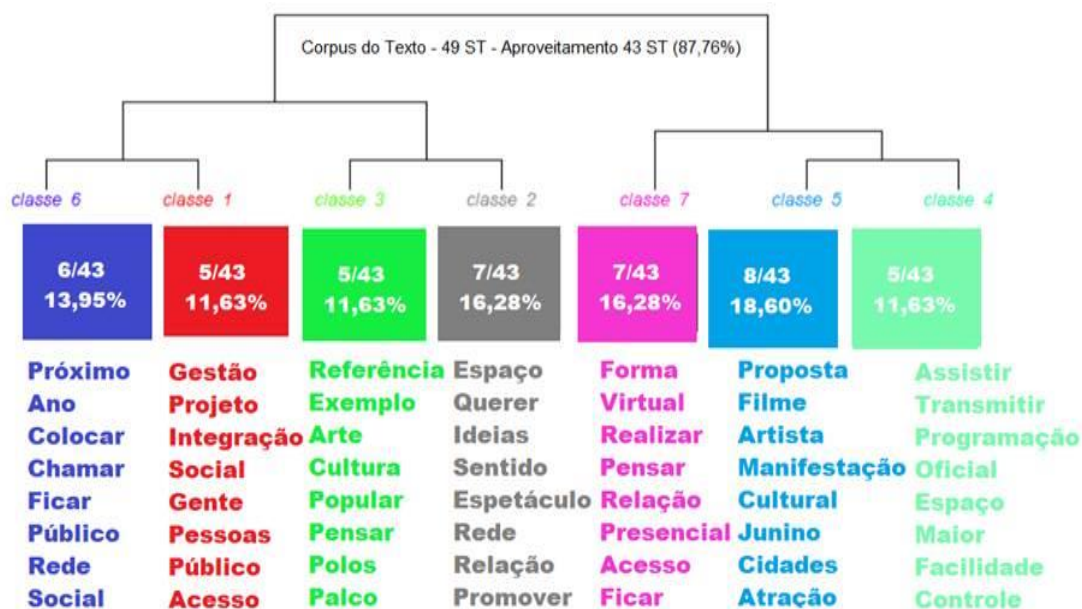
Fonte: Elaborado via *software* Iramuteq (2022).

Tais ramificações subdividiram-se e geraram classes que, ao considerar a Teoria Fundamentada, observou-se o que se alinhava ao constructo teórico e o que surgiu fora deste cenário, resultando assim, nas nomenclaturas aqui propostas. A classe 1 - Pessoas - com 5 ST (11,63%), revela a centralidade dada às pessoas, aqui representadas pelos usuários do evento, nas ações elaboradas pela organização do evento. A classe 2 - Design - com 7 ST (16,28%), demonstra a atenção na incorporação de ações e elementos capazes de aprimorar a experiência do usuário. A Classe 3, "Referência", com 5 ST (11,63%), destaca a importância de referências culturais na criação de experiências memoráveis. A Classe 4, "Transmissão", também com 5 ST (11,63%), aborda a nova maneira de fornecer conteúdo e entretenimento por transmissões ao vivo. A Classe 5, "Diferencial", com 8 ST (18,60%), realça o elemento que distinguiu cada evento dos demais. A Classe 6, "Projeção", com 6 ST (13,95%), refere-se à preocupação com a organização de futuros eventos e os elementos tecnológicos que poderiam ser mantidos para melhorar a experiência. Finalmente, a Classe 7, "Virtualidade", com 7 ST (16,28%), discute a

virtualização de eventos, incluindo seus benefícios e desafios. A Figura 14, desvela não apenas o que aqui foi exposto, como mostra os principais vocábulos de cada classe.

Figura 14.

Organograma de vocábulos por classe.



Fonte: Elaborado via *software* Iramuteq (2022).

O primeiro achado, considerando a Ramificação B - *Design* da Experiência - Classe 6 - Projeção, aponta que, antes de tudo, há de se considerar que o São João de Caruaru Oficial não disponibilizou uma versão virtual do festejo e o empenho em projetar o evento para um futuro próximo. Essa decisão foi embasada, principalmente, em questões financeiras. Diante da crise sanitária, econômica e social, que prevaleceu para além do tempo imaginado, grande parte dos municípios brasileiros deixaram de receber suas arrecadações, não existindo um canal a recorrer. Nesse sentido e de forma prioritária, o orçamento disponível à época foi aplicado na ampliação de hospitais, abertura de novos leitos, incluindo aqui os de Unidade de Terapia Intensiva, na capacitação de equipes de saúde no enfrentamento à doença.

De maneira complementar, a prefeitura investiu esforços no apoio a uma *live* solidária, organizada pela Comissão de Retomada dos Eventos junto à TV Asa Branca, G1 Caruaru e Região e Rádio CBN Caruaru. A *live* tinha os moldes das demais, todavia, focou na apresentação de artistas da terra e contou com a solidariedade da população que fez suas doações em alimentos ou em recursos financeiros. Quanto ao papel da prefeitura nesse cenário,

foi o de agir como canal intermediador para alcançar os patrocinadores do São João de Caruaru e assim, colaborar em ações na qual não priorizava o entretenimento e sim, o assistencialismo. A fala da Coordenadora de Eventos valida o que foi exposto.

“Não teve versão virtual, só teve o solidário. Teve iniciativas privadas, mas do São João, não teve! Na verdade, foi uma decisão da prefeita daqui na época relacionado ao financeiro! Claro que o artista também tinha que receber, mas no lugar de se investir em live e entretenimento, vamos dar o assistencialismo [...]” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

O presente contexto sugere uma maior preocupação com o enfrentamento à pandemia, em que as ações foram majoritariamente dedicadas para esse fim. Mas, mesmo assim, identificou-se um viés assistencialista e solidário, que buscava dar subsídios aos mais afetados, financeiramente, no período em questão.

Em um segundo momento, aponta para a ênfase dada a rede social *Instagram* como meio de comunicação direta com os usuários, demandando uma atenção em alocar um profissional que ficasse à frente desse processo. De fato, é percebido que, mesmo aqueles que não disponibilizaram o festejo no formato virtual, depositam na rede social o suporte para o desenvolvimento do evento, a configurando como ferramenta fundamental para o gerenciamento, comunicação, estratégias de *marketing*, vendas e estreitamento de relações com o usuário. O que de fato, é! Mas também é importante destacar a existência de outras tecnologias que são descartadas para a entrega do evento e das experiências provenientes delas. Sendo esse, o primeiro achado a corroborar com os apontamentos de Ryan *et al.* (2020) sobre a imaturidade digital dos eventos.

“[...] Esse ano focamos em especial no Instagram, antes mesmo de começar o evento, este foi o canal de contato com o público. Tínhamos uma assessora em tempo integral à frente deste processo!” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

Ainda considerando a Ramificação B - *Design* de Eventos - Classe 2 - *Design*. Aqui indica o não conhecimento do método de *design* de eventos, demonstrando surpresa quanto ao método, como mostra o texto abaixo.

“Eu não sabia, de jeito nenhum! Mas é bem interessante, é outro viés que eu nunca vi e nem tinha ouvido. Se tem alguém lá que tenha pensado em algo nesse sentido, eu desconheço!” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

Nesse mesmo sentido, o representante do MCJ revela:

“[...] Design [...] eu confesso que é uma palavra nova para mim! Realizamos bastante coisa que está vinculada ao termo, mas o design de eventos a gente não conhecia, estou

nessa idade e não tinha conhecimento, vou até anotar agora! Mas é importante ressaltar que a gente pensa o projeto em função do outro, no nosso público-alvo!” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

Aqui, visualizou-se um entendimento superficial quanto ao método, mas que mesmo na ausência desse conhecimento mais aprofundado, existia uma preocupação em querer pensar o espaço no sentido de promover o espetáculo que é demandado pelo público, o que fica claro é que a incorporação do *design* de eventos pode balizar todo esse processo e, à medida que fornece subsídio para a compreensão da entrega de experiências aos usuários, possibilita a potencialização dos resultados desejados, reafirmando os constructos de Brown e James (2004); Berridge (2007; 2012b; 2015; 2020) e Moreira (2010).

Outro fator relevante identificado, relaciona-se com a adequação para a transição dos festejos para o ciberespaço, que se debruçou sobre a Ramificação A - Estratégias de Virtualização. Os vocábulos identificados apontam para um processo de adequação, considerando o contexto momentâneo da pandemia, que exigiu um aprofundamento sobre a transmissão ao vivo, todavia, tudo o que foi necessário apreender aconteceu de forma orgânica em que o aprendizado foi acontecendo simultaneamente a aplicação e os erros corrigidos no momento ou logo em seguida às exposições.

“[...] Num primeiro momento foi um grande desafio, não sabíamos o que estava por vir, não sabíamos nem se sobreviveríamos aquele caos! Parte da população temerosa, outra querendo ir pra rua. Quando começaram as lives e vimos o sucesso que estava sendo, fizemos um modelo piloto em 2020, tipo um teste. Mas em 2021 conseguimos realizar o projeto com a cara do MCJ.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

O *cluster* 4, referenciado com Transmissão, revelou os meios utilizados para a difusão dos eventos, que se apoiou nas redes sociais, plataformas digitais e em um elemento mais tradicional: a TV a cabo. O objetivo era expandir o alcance dos festejos ao máximo e garantir o acesso de todo um público, preocupando-se também em garantir a segurança dos envolvidos na organização e entrega do evento, diante de um cenário de perdas e incertezas quanto à solução do problema pandêmico.

Complementa afirmando que:

“[...] A grande preocupação era quanto à possibilidade de contaminação, por isso nós fizemos os espaços fechados no Teatro Municipal, com os três polos. O palco principal foi associado à Estação das Artes, nós montamos no outro, o de Cultura Popular. Os artistas que entraram no palco teriam que fazer todos os testes diariamente e a programação foi toda virtual [...] acabou que o virtual se torna mais fácil diante da

possibilidade maior de controle. Quando a gente compara com o presencial, a gente não tem dimensão do que é essa coisa grandiosa. Literalmente a gente vê que é um distanciamento gigantesco entre o virtual e o presencial” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

O que há de se destacar nesse panorama é que, apesar do papel inovador da entrega virtual dos eventos, o que se identificou foi uma transmissão nos moldes que já acontecia em momentos anteriores, a exemplo da exposição de festivais reconhecidos mundialmente ou até mesmo das aberturas e encerramentos de eventos esportivos tais como os Jogos Olímpicos e a Copa do Mundo. Assim, a própria configuração dos festejos não se mostrou tão inovadora, replicando os elementos que estavam sendo reiteradamente aplicados por outras *lives*, tais como apresentação de artistas, sorteios e promoção de interação entre participantes via *chat*.

Nesse sentido, ao se alcançar o *cluster* 5, denominado Diferencial, distinguiu-se os elementos que agiam como atributos exclusivos. Nesse sentido, o que foi verificado é que a cultura da localidade e suas manifestações possuíam esse potencial diferenciador e foi bem utilizado pela organização como estratégia atrativa, a exemplo do Chuva de Bala no país de Mossoró, que foi transformado em filme, alcançando assim um público ainda maior. Estratégia apresentada no texto abaixo.

“Ao pensar no MCJ virtual, foi feita uma análise conjunta com os artistas e optou-se por considerar a relevância cultural do MCJ e sua principal atração que o diferencia dos demais festejos juninos, o espetáculo Chuva de Bala no País de Mossoró e fazer um filme. Essa estratégia foi bem sucedida quando nos deparamos com o número grandioso de visualizações, que hoje conta com o maior número de acessos no canal do Youtube da Prefeitura de Mossoró, levando assim a nossa cultura e história para outros lugares antes não alcançados.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

Ao unir ambas as vertentes, observou-se que, tendo como pano de fundo a transmissão e diferenciação, ocorre a virtualização dos eventos e, por conseguinte, da experiência planejada para o usuário. Nesse contexto, foi possível compreender a visão da organização em relação ao papel central do *ciberespaço* na realização de eventos em um momento de desafios significativos, instigando uma reflexão sobre o que será incorporado para o planejamento futuro das celebrações. Diante disso, o posicionamento da organização indica que:

“Sabemos dos problemas que afetaram a cadeia produtiva do turismo e dos eventos nesse período tão desafiador, de toda forma, os eventos conseguiram dar continuidade às suas atividades no cenário virtual, sendo esse um grande passo para a evolução dos eventos. Por podermos unir os traços culturais de nosso evento e levá-lo a locais que

nunca havia chegado, é de fato um motivo para se celebrar.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

Após desvendar os tópicos ora mencionados, a conjunção entre virtualidade e *design* de eventos norteou às respostas que delineiam as estratégias aplicadas na promoção da experiência do usuário, demonstradas pelos trechos abaixo:

“[...] nós realizamos o Mossoró Cidade Junina Virtual, algo que nunca havia se realizado. Então, devido a pandemia nós tivemos um trabalho muito articulado com a questão de valorizar o artista da terra. Como na pandemia existiu uma dificuldade na geração de emprego, renda e investimento para classe artística, então nós pensamos o projeto do Mossoró Cidade Junina Virtual exatamente para gerar possibilidades de renda aos artistas locais.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

Ademais, a acessibilidade foi elemento considerado primordial a entrega do MCJ, mais uma vez reiterado o objetivo de democratizar a festa e levá-la para todos os públicos.

“[...] Tivemos a preocupação de incluir todas as pessoas para que fossem contempladas com todas as atividades. Inserimos os tradutores de libras para que pudéssemos chegar às pessoas com deficiência auditiva. Interagimos diretamente com o usuário nos chats de bate-papo, incentivamos o uso de hashtags. E outro ponto forte da transmissão virtual foi a possibilidade de ampliação do público, saímos do regional e alcançamos o global, a divulgação do evento foi potencializada.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

Por último, no que diz respeito à visão da organização, constatou-se que as estratégias e elementos digitais integrados para a aprimoração da experiência virtual têm o potencial de contribuir para proporcionar experiências positivas em eventos futuros, sejam eles híbridos ou presenciais. Ambos os eventos convergem para a aceleração tecnológica, indicando que é relevante continuar utilizando as tecnologias que demonstraram êxito na oferta de eventos cada vez mais personalizados.

“Mesmo cientes que os retornos do evento virtual não se aproximam dos eventos presenciais, eles serviram de vitrine para o MCJ. Alcançamos um público gigantesco que agora sabe o que é o nosso evento, despertando assim o interesse de vir a edições presenciais futuras. As redes sociais foram indispensáveis, por meio delas conseguimos chegar a todos os cantos, todos os lugares, todos os estados e países que queriam um canal de contato direto com o evento! Com certeza fortaleceremos o uso destas, garantiremos a continuidade da transmissão ao vivo e virtual para quem não puder estar presente, ampliaremos também o uso dos intérpretes de libras em mais espaços.”

A tecnologia, em verdade, é algo que precisa ser incorporada não só à organização do evento.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

Por fim, apesar da não entrega do evento virtual por parte do São João de Caruaru, a organização corrobora com a limitação digital na formatação do evento, assim como na entrega da experiência ao usuário, voltada apenas para a transmissão ao vivo do festejo e o uso das redes sociais.

“Fizemos transmissão sim! Os camarotes não são vendidos, eles são camarote de imprensa, radialista e os patrocinadores. Tem uma área específica dentro do camarote que é uma sala só de imprensa e uma área externa lá na frente do palco que é para todo tipo de imprensa e radialista. As redes sociais são bem trabalhadas, porque elas estão aí e não dá para viver sem elas. Mas algo que eu posso dizer de inovador no âmbito da tecnologia, não enxergo.” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

Certamente, o que foi identificado nesta seção sugere que sob a perspectiva da organização dos festejos, a transição para o meio virtual durante o período pandêmico revelou uma série de desafios e limitações nas estratégias adotadas. Embora tenham sido empregados esforços para manter a continuidade das celebrações por meio de plataformas *online*, a predominância da transmissão ao vivo e do uso das redes sociais caracterizou uma abordagem que, em certa medida, demonstrou uma limitação na exploração integral das potencialidades tecnológicas disponíveis.

O uso de estratégias que não avança no quesito evolução tecnológica para a promoção de interações mais significativas e consequentemente não resulta em uma experiência inteligente, além de memorável e única, vão de encontro ao que pregam Seo e Green (2008), Brodie e Hollebeek (2011a), Gretzel *et al* (2015a), Tussyadiah *et al.* (2017), Ryan *et al.* (2020) e Kharouf *et al.* (2020), que defendem o uso de tecnologias para a promoção de uma participação ativa que permita o envolvimento do público com as atividades disponibilizadas em um cenário virtual de eventos e assim, propicie o surgimento de um engajamento *online*.

Em muitos casos, as estratégias de digitalização utilizadas pelas organizações se concentraram, primordialmente, na adaptação do formato presencial para o virtual, com uma ênfase considerável na logística necessária para a transmissão ao vivo dos eventos. Esta abordagem, embora tenha permitido a participação remota do público e alcançado resultados dentro do esperado, como expõe a Figura 15, não explorou completamente o vasto leque de ferramentas tecnológicas disponíveis para enriquecer e inovar a experiência do espectador.

Figura 15.*Resultados MCJ Virtual 2021*

Fonte: Canal Instagram Prefeitura de Mossoró (2021).

A restrição das estratégias digitais culminou na realização de eventos *online* que aderiram a uma estrutura tradicional. Esse cenário é associado à demanda por profundos conhecimentos técnicos, os quais nem sempre estão prontamente disponíveis nesse domínio, corroborando as conclusões de Teevan (2021). A ausência da incorporação de tecnologias mais avançadas, como realidade virtual, interações personalizadas e participação ativa do público, capazes de proporcionar uma experiência mais robusta e envolvente, destaca uma lacuna na exploração do potencial transformador advindo da digitalização.

Além disso, as estratégias muitas vezes foram restritas à promoção da acessibilidade por meio da presença de intérpretes de Libras, o que já é um avanço a ser celebrado, e à expansão do alcance do evento para além das fronteiras regionais. Embora esses esforços sejam louváveis, há uma oportunidade de expandir ainda mais as possibilidades, aproveitando as inovações tecnológicas para criar experiências mais dinâmicas e inclusivas. A Figura 16 apresenta os principais resultados desta seção.

Figura 16.

Principais achados das estratégias organizacionais no cenário virtual



Com base no exposto, sugere-se uma reflexão para as organizações de eventos sobre a necessidade de repensar as estratégias digitais, ultrapassando a simples transposição do presencial para o virtual. A busca por abordagens mais inovadoras e a incorporação de tecnologias emergentes podem abrir novos horizontes, criando experiências digitais que vão além da mera replicação *online*, proporcionando aos participantes uma vivência única e enriquecedora.

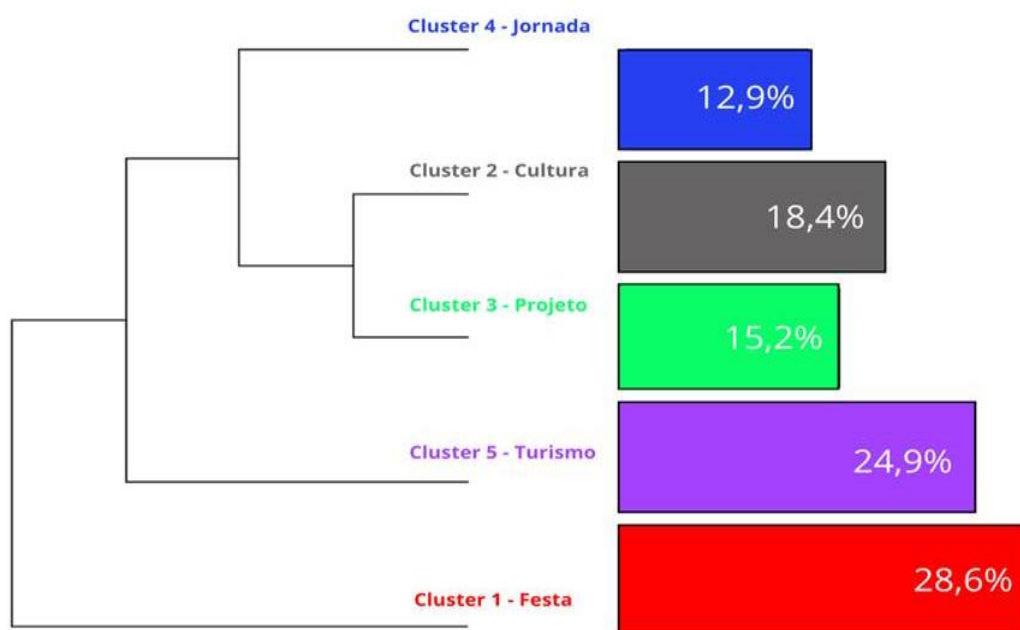
Com o objetivo de avançar no desenvolvimento do constructo, torna-se crucial analisar, em âmbito virtual, a experiência do usuário, explorando os vários elementos do design de eventos e suas interações com dimensões específicas. Essa abordagem é essencial para conduzir aos resultados que responderão ao propósito geral da pesquisa.

4.1.2 Estratégias aplicadas nos eventos presenciais: Moldando experiências para um engajamento significativo

Assim como no universo virtual, para se compreender a construção e vivência de experiência no cenário dos eventos presenciais, torna-se determinante considerar, num primeiro momento, o entendimento da organização dos festejos quanto aos métodos aplicados na construção da experiência do usuário desses eventos. O desenvolvimento desta seção toma como certo a falta de conhecimento acerca do *design* de eventos por parte da organização, já identificada no contexto virtual. Nesse sentido, aqui será exposto algumas considerações que extrapolaram o contexto das *lives* e alcançaram o cenário presencial dos festejos, de forma a conduzir a uma concepção que integra os contextos estudados.

A análise realizada pelo *Iramuteq* forneceu base para a construção de significados, desse modo, identificou-se que o corpus geral foi constituído por 2 textos, em que cada um representa a transcrição da entrevista com o representante do MCJ e do São João de Caruaru. Na sequência, emergiram 10.224 ocorrências (palavras, formas ou vocábulos) que foram separados em 276 Segmentos de Texto (ST), com aproveitamento de 217 ST (78,62%). Considerando apenas verbos, adjetivos e substantivos como formas ativas para análise, chegou-se em 1.214 palavras que se repetem durante o texto e 557 com uma única ocorrência.

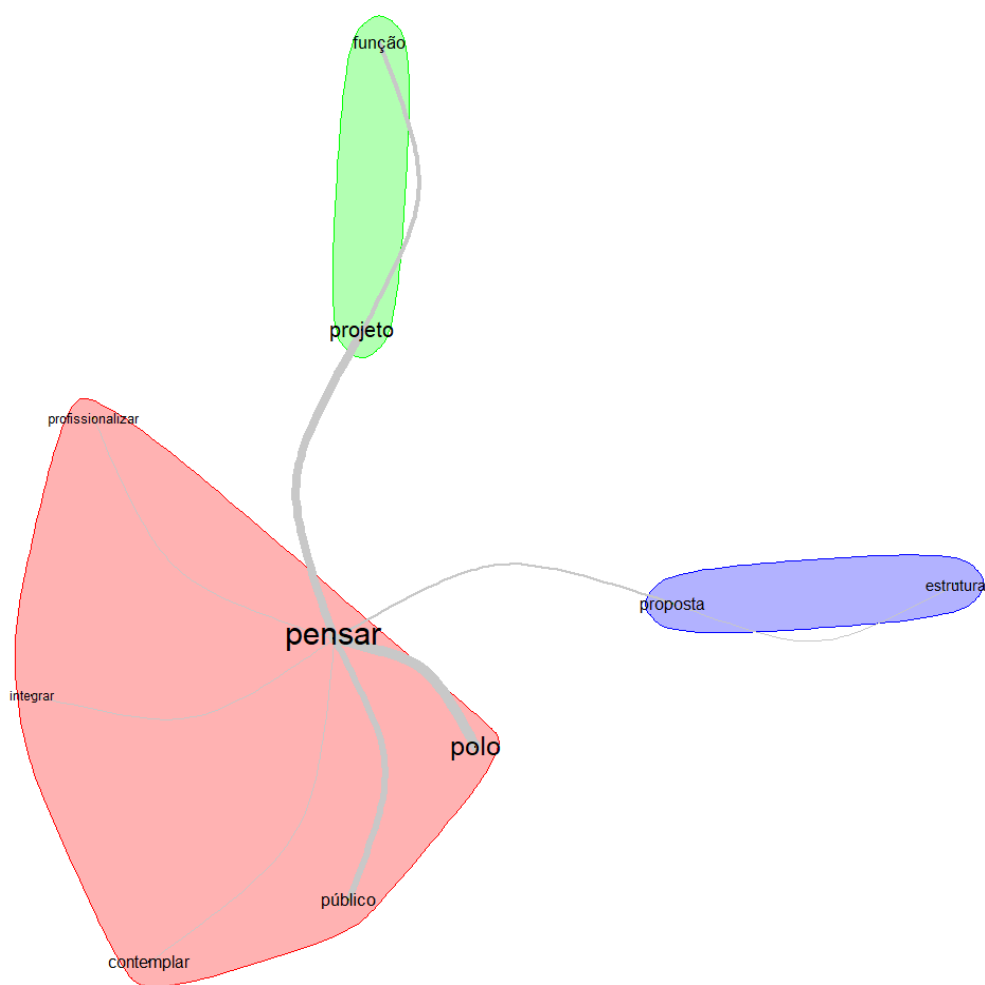
A codificação fornecida gerou uma sequência de *clusters*, nomeados considerando a teoria fundamentada - sendo parte orientada pela teoria aplicada e outra emergente em campo. Tais achados traz na centralidade uma paridade entre Projeto e Cultura que, mesmo apresentando divergências, detém conteúdo em comum os dispendo em um *cluster* único envolto por um grupo maior denominado Jornada que, por sua vez, está imerso na categorização Turismo. Todos eles constituem um *cluster* principal, intitulado Festa, que inclui elementos que refletem a materialização dos eventos aqui analisados. A Figura 17 delinea a relação dos *clusters* gerados.

Figura 17.*Relação entre clusters de similitude de vocábulos*

Fonte: Elaborado via *software* Iramuteq (2022).

O caminho determinado pela pesquisa levou a uma análise progressiva do dendograma que considerou seguir de uma abordagem interna para uma externa, ou seja, se iniciou pelos subtemas até formar o todo, consubstancializando o tema principal, aqui representado pelo *cluster* 1 - Festa. Assim sendo, optou-se por seguir, em ordem crescente, a sequência apresentada pelo *Iramuteq* e descortinar, inicialmente, o *cluster* 3 que toma como base o entendimento sobre a aplicabilidade de projetos que conduzem o desenvolvimento dos eventos analisados.

O *cluster* 3, denominado Projeto, contempla 33 dos 217 ST. Aqui, potencializa-se as nomenclaturas Projeto, Função, Profissionalizar, Pensar, Integrar, Polo, Público, Contemplar, Proposta e Estrutura, como é visto na Figura 18.

Figura 18.*Gráfico do Cluster 3: Projeto*

Fonte: Elaborado via *software* Iramuteq (2022).

O princípio dessa construção volta-se para a ratificação da inexistência de um documento formal que oriente a organização dos festejos. Diante de um cenário comum à gestão pública no Brasil, é insólito se deparar com transições de governos que possibilitem a continuidade de projetos. Desse modo, no contexto da organização dos festejos, ocasiona uma contínua readequação do evento que incorpora, de maneira incipiente, traços identificados em momentos anteriores, não garantindo uma evolução fluida e dificultando a formatação de um evento capaz de subsidiar vivências de experiências envolventes.

A fala do representante da organização do MCJ ressalta a ausência do documento e revela a aplicação de documentos descritivos dos eventos antes realizados que serviram de base para a construção do formato contemporâneo do festejo.

“[...] não encontramos registros de como se organizava e de como se estruturava o MCJ [...] nós encontramos um acervo que nos deu suporte para que pudéssemos pensar o projeto do MCJ virtual e o presencial, então, não houve uma transição de gestões anteriores.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

De forma similar, a representação do São João de Caruaru demonstrou a aplicabilidade logística do documento utilizado, afirmando que todo o processo de planejamento e organização do evento é algo que está na memória dos poucos envolvidos que ainda permanecem à frente da projeção do festejo.

“O que a gente tem aqui é o projeto Master Plan que é o que as empresas de montagem usam o mesmo modelo e que segue para o projeto de decoração [...] o que tem no edital são os quantitativos para cada Polo [...] porque a gente não tem um projeto de serviço de fato. Tudo está na memória!” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

A necessidade de introduzir uma mudança nesse cenário emerge da ausência dos projetos que direcionem as atividades festivas. O contexto apresentado favorece para a inquietação dos representantes que propõem, cada qual em seu âmbito, a implementação de um documento estruturado, baseado em princípios sólidos e diretrizes claras; e que sirva como referencial para o planejamento futuro das atividades relacionadas ao evento, independentemente das mudanças no cenário político. Uma especulação apresentada nas transcrições a seguir:

“Nosso legado está ligado a duas linhas: primeiro é pensar a política de cultura do município de Mossoró como a política pública de estado, deixando tudo regulamentado através de leis para que essa política pública ultrapasse gestões e a segunda é fazer uma transição do que se foi trabalhado durante o período da nossa gestão para que as pessoas deem sequência e aprimorem [...] para que isso aconteça, está faltando elaborar o plano municipal de cultura do município de Mossoró.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

“Decidimos então fazer um manual do São João, pois quando chegamos lá, as pessoas que tinham trabalhado anteriormente não deixaram uma pasta, a gente não tinha memória!” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

Isso posto, a condição de não existência de um documento que oriente a construção dos festejos, reflete sobre uma maior exigência no direcionamento de esforços para a entrega dos eventos. Trata-se de um processo que se inicia sem referências materiais, quando se trata de gestões distintas, entretanto, dentro de um cenário de continuidade, parte-se do princípio de replicar o que foi feito em períodos em que o evento foi gerido pelo mesmo grupo, atentando para as fraquezas, potencialidades e novas oportunidades identificadas. À vista disso, a organização do MCJ preocupou-se em profissionalizar e qualificar a entrega do evento, promovendo o usuário para a centralidade das ações.

“[...] esse ano foi o primeiro ano presencial e a gente trabalhou pensando em profissionalizar o MCJ para que o público participante fosse contemplado com essa ação se sentisse bem no ambiente ou nos polos onde estava sendo realizado o MCJ, desde a parte das estruturas (palco, som, iluminação, segurança), seja em função de uma proposta de programação artística cultural.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

O presente resultado acaba por reverberar sobre uma preocupação em trazer o indivíduo à centralidade das ações assim como prega a própria metodologia de *design* de eventos, revelando uma predisposição para uma abordagem focada no ser humano - enfatizando aqui os usuários dos festejos - objetivando envolvê-lo e conquistá-lo ao considerar suas preferências e desejos. Os resultados aqui encontrados, trazem uma perspectiva gerencial que lança o olhar sobre os usuários dos festejos. Tais constatações iluminam e fortalecem as ideias de Vianna *et al.* (2012), Tussyadiah (2014), McLoughlin (2015), Stickdorn *et al.* (2020); Smith e Melissen (2020). Em verdade, essa centralização das ações voltada à pessoa perpassa por todos os *clusters*, não causando estranhamento ao se deparar com tal tema nos grupos subsequentes. Por intermédio do texto seguinte, observa-se o ponto inicial do princípio retratado.

“A primeira coisa a deixar claro é que quando a gente pensa o MCJ, a gente pensa em função do público a ser contemplado com esse projeto, para que todas as pessoas pudessem participar e se sentissem parte do evento. O MCJ foi pensado em seis polos, o Polo Estação das Artes, que é o polo onde tem os shows principais com a participação dos artistas nacionais; o Polo de Cultura Popular, onde trabalhamos com os artistas da cultura popular, especialmente os cantadores de violas, os emboladores de coco, os repentistas, o projeto Brinquedos e Brincadeiras Populares e o Sorrindo no São João. O terceiro foi o Polo da Arena das Quadrilhas Deodete Dias, onde trabalhamos com quadrilhas municipais, regionais, estaduais e interestaduais[...] o Polo Chuva de Bala

que se destaca por sua estruturação, pela sua grandiosidade! [...]” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

De maneira similar, a organização do São João de Caruaru apresenta o modo como o evento é configurado.

“A gente começou a entender que aqui em Caruaru, os Polos tinham público para todos. Tem o Mercado Cultural Casa Rosa que traz a gastronomia dos melhores restaurantes [...] O Alto do Moura era o público de turistas [...] A Estação é um ponto mais turístico e de família [...] O Pátio de Eventos tem uma turma mais adulta, mas que está ali para curtir a festa. A gente colocou o cinema e funcionou [...] a gente fez o Polo instrumental no Monte de Bom Jesus, com apresentação de sax, cavaquinho e funcionava, O que você quisesse curtir, você ia curtir. No Polo Azulão, que é o mais alternativo, fizemos uma grade bem diferente dos outros anos. Ele era cem por cento rock e pop/rock, mas esse ano teve a noite do brega, teve a noite do Pagode e deu certo[...] O São João envolve todas as cadeias, é multicultural.” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

Esse fato é reforçado à medida que se reconhece a intenção de se proporcionar experiências envolventes aos usuários dos festejos. Algo reiterado no discurso, todavia, ausente na prática de apropriação de meios eficazes para essa projeção, assim como para a medição e entendimento do significado da experiência que é alcançada. Foi observado nesse ponto que a avaliação dos resultados toma como certo os meios tradicionais que remetem a alcance de grande público, medição de satisfação e identificação da perspectiva dos usuários quanto as forças e fraquezas dos eventos.

“[...] tomando como referência essa sua definição eu acho que a gente trabalha com uma experiência memorável! Hoje já está se organizando nesse sentido para que a gente possa no próximo ano atingir as expectativas do público. Então no próximo ano nós não podemos fazer menos do que foi feito neste ano! [...] a nossa ideia é exatamente entregar algo que gerasse uma expectativa porque o objetivo principal é a gente potencializar o que temos de arte e cultura para o Brasil inteiro e para o mundo.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

A organização do São João de Caruaru corrobora com o mesmo entendimento.

“[...] a organização se preocupa em promover uma experiência positiva ao usuário do evento. No pré, trans e pós. Aquilo que eu disse, a chegada na festa, como é que vai ser naquele local e o término da festa [...]” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

Ainda assim, observou-se que a não implementação de um projeto mais amplo para o planejamento e organização dos festejos é uma realidade que reflete sobre estratégias de aplicação do método de *design* de eventos, não havendo uma preocupação objetiva quanto a formatação de experiências para o público por serem consideradas um resultado natural da própria participação no evento. Nesse sentido, identifica-se uma lacuna demonstrada por Berridge (2007; 2012b; 2015; 2020) ao defender que se o evento não for intencionalmente planejado para proporcionar experiências específicas, essas vivências ocorrerão de forma aleatória, dificultando o processo de gerenciamento e previsão na entrega do evento. Tal constatação repousa na falta de conhecimento do método aqui analisado por parte daqueles que respondem pela gestão dos festejos, como expõem os trechos abaixo.

“[...] eu não tinha conhecimento desse termo específico. [...] acho que nós realizamos bastante coisa que está vinculada ao termo, mas, o nome em si, design, a gente não tinha conhecimento. [...]” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

Perspectiva compartilhada pela representação do São João de Caruaru:

“Assim, não tem nada escrito tipo formulário ou manual! Não tem de fato! Eu lhe confesso que eu não sabia nem da nomenclatura! Eu não sabia, de jeito nenhum! Mas é bem interessante, é outro viés que eu nunca vi!” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

Embasados na premissa da organicidade das experiências geradas no evento, identificou-se no decorrer do processo investigatório que, apesar da não existência de planos específicos para a formatação de ambientes projetados para a experiência que estabeleça conexões emocionais ou de valor para o usuário do evento, tal como apregoam Collins (2004), Morgan (2008), Lee *et al.* (2008), Getz (2012), Mason e Paggiaro (2012), Richards (2015b), Simons (2019), Carneiro *et al.* (2019), Berridge (2020) e Gonçalves *et al.* (2022), identifica-se nos discursos alguns elementos voltados a esse objetivo, entretanto, vislumbrados apenas como resultado de uma abordagem gerencial que considera métricas tradicionais de satisfação e não do entendimento do significado da experiência.

“Com certeza nós fizemos bastante coisa vinculada ao termo design sem ter conhecimento [...]” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

Embora o cenário seja comum aos dois festejos, ambos demonstraram interesse na futura adequação na forma de se projetar os eventos, incorporando o novo paradigma que considera não apenas a gestão, mas a coaduna ao *design* (Brown, 2005; 2014; Crowther, 2014; Getz, 2012). Tal achado sugere a compreensão por parte das organizações da fundamentalidade do papel do método ora analisado para o sucesso do evento que extrapola sua função estética e

de promoção de conforto por meio da reconfiguração do ambiente e passa a ser enxergado como modelo capaz de nortear o trajeto que conduz aos objetivos por meio da resolução de problemas, sendo uma atividade central que permeia todas as fases e sustenta as decisões de planejamento e gerenciamento do evento, validando assim, os constructos de Brown e James (2004), Berridge (2007), Denis e França (2012) e Orefice (2018).

“A partir de hoje vou adotar esse termo dentro do projeto [...] vou pesquisar para me apropriar, mas, no projeto do MCJ de 2023, eu já vou incluir essa definição para que a gente possa pensar, profissionalizar, aprimorar e qualificar o MCJ.” (Secretário de Cultura do Município de Mossoró, 2022).

“Vou pesquisar sim, na verdade, até anotei tudo aqui para ler mais!” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

Face ao exposto, mesmo que haja o interesse da atual liderança temporária na introdução de métodos inovadores para a concepção dos festejos juninos, esse propósito enfrenta consideráveis desafios diante da transitoriedade de governos, pessoas e funções. A construção de documentos orientadores, apesar de ser um passo significativo, não assegura que a gestão subsequente seguirá a mesma trajetória, configurando-se assim como um desafio substancial na busca pela continuidade e sucesso na implementação de abordagens inovadoras para o evento, tal como o *design* de eventos.

Essa complexidade é particularmente acentuada quando consideramos as festas juninas nas quais envolvem ativamente a participação de órgãos públicos. Ao contrário de eventos de caráter privado, a dinâmica dos festejos, frequentemente apoiados por entidades governamentais, adiciona camadas adicionais de desafios decorrentes das mudanças políticas e administrativas. A natureza colaborativa e interinstitucional desses eventos torna a introdução e manutenção de métodos inovadores ainda mais delicada, demandando uma coordenação eficaz entre os setores público e privado para garantir a continuidade dessas iniciativas em meio à transitoriedade apresentada. Assim, a peculiaridade do festejo junino, como um evento público, amplifica os desafios associados à implementação do *design* de eventos em seu planejamento e execução.

A centralidade desse achado contribui para as teorias desenvolvidas por Amaral (1998), Certeau (2008) Rubim e Miranda (2012), Marques e Brandão (2015), Davel e Dantas (2019) e Fantinel e Silva (2021) que, ao desenvolverem o sentido de festa espetáculo - quando adquire um viés exclusivamente comercial diante dos benefícios econômicos gerados, evidenciam a importância do envolvimento das diversas esferas da sociedade, cada uma desempenhando suas respectivas responsabilidades. Além disso, é crucial implementar métodos eficazes para reiterar

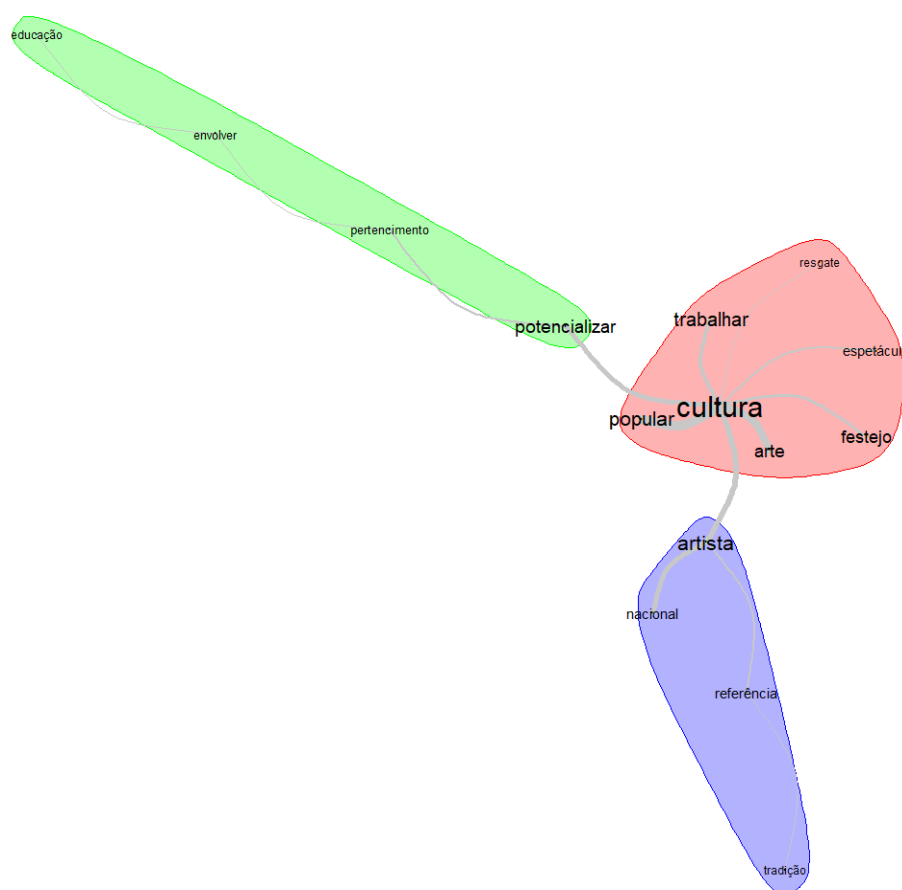
e disseminar o verdadeiro significado da festividade, com a finalidade última de cativar, encantar e envolver aqueles que são a essência de sua existência.

Importante aqui ressaltar que, apesar de se tratar da projeção de experiências presenciais, a tecnologia também é incorporada de forma incipiente, dando ao festejo um caráter híbrido e limitando-se a isso. Nesse sentido, o destaque tecnológico se dá devido a transmissão ao vivo dos eventos por meios de plataformas digitais e redes sociais, mais uma vez convergindo para a limitação digital apregoada por Ryan *et al.* (2020).

Ao se avançar na análise dos dados desta pesquisa foi verificado que dos 217 ST emergentes, 40 encontram-se no *cluster 2* - Cultura, tendo os termos Trabalhar, Potencializar, Arte, Popular, Festejo, Envolver, Resgate, Tradição, Pertencimento, Educação Espetáculo, Artista, Referência e Nacional como destaques. A Figura 19 apresenta tal achado.

Figura 19.

Gráfico do Cluster 2 Cultura



Fonte: Elaborado via *software* Iramuteq (2022).

A codificação oferecida pelo aplicativo conduziu uma maior ênfase da potencialidade cultural no discurso da organização do MCJ que conduz a apropriação de uma importante característica do município de Mossoró, sua vertente cultural e a união de dois pontos fundamentais: a festividade realizada em torno dos três santos juninos e a contextualização histórica e cultural da localidade. Tal junção permite a expansão da aplicação de elementos e manifestações culturais por todo o evento, criando um cenário lúdico que abraça os diferentes públicos presentes.

Entretanto, há de se convir que esse não é um potencial que se limita ao MCJ, de fato, todos os festejos analisados apresentam uma natureza cultural que se expressa por meio da celebração junina. Aqui, validou-se a utilização estratégica, por parte da organização, de elementos culturais por meio do empoderamento dos fazedores locais de arte e cultura e consequente envolvimento da população local, despertando o sentimento de pertencimento.

A presente pesquisa encontrou respaldo nos estudos desenvolvidos por Durkheim (1912; 1995), Carneiro (1974), Castro (2001), Collins (2004), Morgan (2008), Richard e Palmer (2010), Neville e Reither (2011), Cavalcanti (2013), Khan *et al.* (2016), Richards (2015b), Goffman (2019), Simons (2019) e Grebenar (2020), que enfatizam a festa como espaço propício a uma aproximação espontânea entre indivíduos que reconhecem sua pertença a um mesmo grupo, criando oportunidades para interações baseadas em uma fundação de confiança. Nesse contexto, os laços mútuos são permeados por emoções e significados, resultando em estados afetivos compartilhados, identidades partilhadas e desenvolvimento do senso de pertencimento. À vista disso, este ambiente além de se revelar adequado ao desenvolvimento desse fenômeno, atua como um impulsionador para a preservação da identidade e história local.

É crucial ressaltar que a propensão da organização dos eventos em direcionar seus esforços para fortalecer a identidade da população local repercute na intenção de estabelecer significados compartilhados, derivados das interações entre indivíduos que partilham ideologias e preferências afins. A construção desses significados reflete na criação de uma atmosfera que desempenha um papel significativo na concretização da experiência e, mesmo na ausência do domínio sobre esse fundamento, observou-se uma atenção gerencial voltada para assegurar a manutenção dessas relações sociais, sendo esse um processo que pode ser validado mediante a implementação do *design* de evento.

Confirma-se então, as teorias desenvolvidas por Crompton e McKay (1997), Grove e Fisk (1997), Mason e Kerridge (2004), Kim e Kaplan (2004), Bowen e Daniels (2005), Uysal e Li (2008), Gelder e Robinson (2009), Gelder e Robinson (2009), Hsu e Huang (2009), Richards e Palmer (2010), Chang e Yuan (2011), Gibson e Connell (2012), Richards e Brito (2013), Nordvall *et al.* (2014), Rihova *et al.* (2015), Wynn (2016), De Geus *et al.* (2016) e Marques *et al.* (2021), voltadas a desbravar o evento como espaço de interação social e seus desdobramentos, assim como aquelas que apresentam o *design* de eventos como método adequado para a aplicação dessas premissa.

Ademais, conforme mencionado no *cluster* anterior, a centralidade das pessoas nas estratégias de planejamento e organização dos eventos assume agora um sentido de inclusão participativa na execução do evento, considerando o papel da população local e o fortalecimento das relações entre eles e com os eventos. Ao observar que as autoridades governamentais passaram a evocar por uma proposta que busca envolver a população no processo de concepção dos festejos, mesmo diante da perspectiva que revela o crescente interesse dos atores econômicos em exercer um domínio quase exclusivo sobre esses eventos, amplia e adiciona uma nova perspectiva às discussões apresentadas por Davel e Dantas (2019), reconhecendo que essa perspectiva não seja universal, uma vez que se refere apenas ao contexto analisado, mas sugere o desenvolvimento de novas considerações.

Os trechos das entrevistas alocados abaixo demonstram essa perspectiva.

“O objetivo do MCJ é potencializar, a partir das comemorações dos festejos juninos [...] os fazedores de arte e cultura [...] de estar pensando no que temos de potencialidade em termos de cultura popular e ao mesmo tempo fazer com que as pessoas possam participar desse evento artístico e cultural com a ideia de integração e de pertencimento. É pensar arte a partir da cultura popular, mas, que a gente envolva toda a população no sentido de pertencimento e de potencializar a cultura como meio de formação, de integração, de desenvolvimento local e regional [...] (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

A conjuntura da organização do São João de Caruaru também demonstrou, de maneira similar ao MCJ, uma necessidade de inserção e valorização da comunidade local, sendo este ponto demonstrado como primordial em suas ações. Talvez, de forma ainda mais enfática, o presente discurso revela o reconhecimento concedido à pessoa e ressalta a compreensão de um evento centrado nos interesses da comunidade e articulado para adequar os anseios que emergem dela e de todo o público.

“[...] não é apenas uma festa, ele é algo que transforma a vida das pessoas da cidade. Então, é sobre a importância que o São João tem para a cidade e para as pessoas, do plus que dá na vida das pessoas. Então, quanto mais esse São João cresce, mais ele atinge pessoas, A gente defendeu tanto a bandeira de um São João multicultural, sem falar que o artista do entretenimento ele tem um determinado valor, enquanto o do cultural tá bem atrás porque ainda é muito pouco que chega de valorização, é muito pouco! O intuito do São João é ATENDER PESSOAS!” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

A continuidade do percurso investigativo apontou para a relação entre Cultura e Entretenimento. Após evoluir na compreensão de festejos projetados inserindo a comunidade local e fortalecendo os laços entre seus participantes, emerge o papel que o entretenimento desempenha como fator atrativo de uma demanda que, quando potencializada, pode trazer benefícios econômicos para a comunidade. O que se observou é que não é sobre desconsiderar o viés cultural dos festejos, mas entender que seu potencial pode ser amplificado ao concatená-lo ao entretenimento. Nesse sentido, verifica-se uma discussão constante sobre o equilíbrio entre esses elementos para que assim, o festejo possa cumprir seu papel de celebração cultural da comunidade e se desenvolva como uma ferramenta de entretenimento com a inclusão de traços inovadores capazes de ampliar sua projeção além das fronteiras locais. Os desdobramentos desta pesquisa alinham-se de maneira consistente com as conclusões delineadas por Rojek (2009), ressaltando a relevância do entretenimento que transforma os eventos e festas populares em arenas significativas para a expressão cultural, socialização e busca de experiências únicas. Os textos abaixo evidenciam essa constatação.

“[...] Apesar de entendermos que tínhamos uma fala em defesa quanto a um dos festejos juninos mais culturais do mundo, uma vez que o nosso grande diferencial é o espetáculo Chuva de Bala no País de Mossoró [...] penso que o que se destaca nessa proposta é, principalmente, a questão do entretenimento[...] o público vem para o MCJ para promover a integração, para vivenciar um momento de encontro e de confraternização [...] as pessoas se organizam para vir para esse evento ou para se integrar e promover literalmente essa discussão em torno da relação entre a cultura e o entretenimento.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

Nessa mesma linha, a organização do São João de Caruaru enfatiza a transformação que englobou o fomento da dimensão entretenimento respaldado pelos traços culturais da festa.

“Quando começou o processo de um novo modelo, o São João era muito de entretenimento e Caruaru é muito rico em Cultura. [...] O entretenimento precisa ter

porque é ele que nos dá a captação maior. É com o nome dos maiores artistas que a gente consegue a maior captação, porém, ele foi crescendo para o lado realmente cultural da coisa.” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

Neste estágio dos resultados, destaca-se um elemento crucial identificado: a consideração da acessibilidade. O objetivo de incluir acessibilidade nos festejos juninos é promover a participação plena e igualitária de todas as pessoas, independentemente de suas habilidades físicas, sensoriais ou cognitivas. Ao tornar os eventos mais acessíveis, buscou-se garantir que todos possam desfrutar das celebrações juninas, contribuindo para a construção de uma sociedade mais inclusiva e respeitosa. Isso envolve a implementação de medidas que facilitem o acesso físico, a comunicação e a participação ativa de indivíduos com diferentes necessidades, promovendo um ambiente festivo acolhedor para todos.

Uma abordagem outrora aplicada de forma incipiente, há de se considerar que os desafios do período pandêmico foi um divisor de águas nesse quesito e trouxe um novo olhar para uma demanda importante e recorrente, possibilitando que a celebração incorporasse toda a comunidade, refletindo uma preocupação significativa com a inclusão e a participação de diversos segmentos da população nas festividades. Essa decisão estratégica sugere não apenas a ampliação do alcance do evento, mas também fortalece os laços comunitários ao garantir que todos os membros tenham a oportunidade de participar e desfrutar do festejo. Os segmentos subsequentes enfatizam essa descoberta específica.

“[...] a preocupação também com a questão do público-alvo contemplado! Todas as nossas atividades tinham os tradutores de libras para que pudesse chegar aos deficientes auditivos, também fizemos a tradução para Libras a partir das transmissões oficiais [...] pactuamos com conselho de pessoas com deficiência uma reserva de 30 cadeiras, todos os dias, para que pessoas com deficiência pudessem assistir ao espetáculo Chuva de Bala no País de Mossoró [...]” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

A organização do São João de Caruaru MCJ também ratifica a atenção na acessibilidade e inclusão para que o evento possa ser vivenciado pelos mais distintos públicos, destacando as ações para transformar o festejo em um local acessível às pessoas com deficiência.

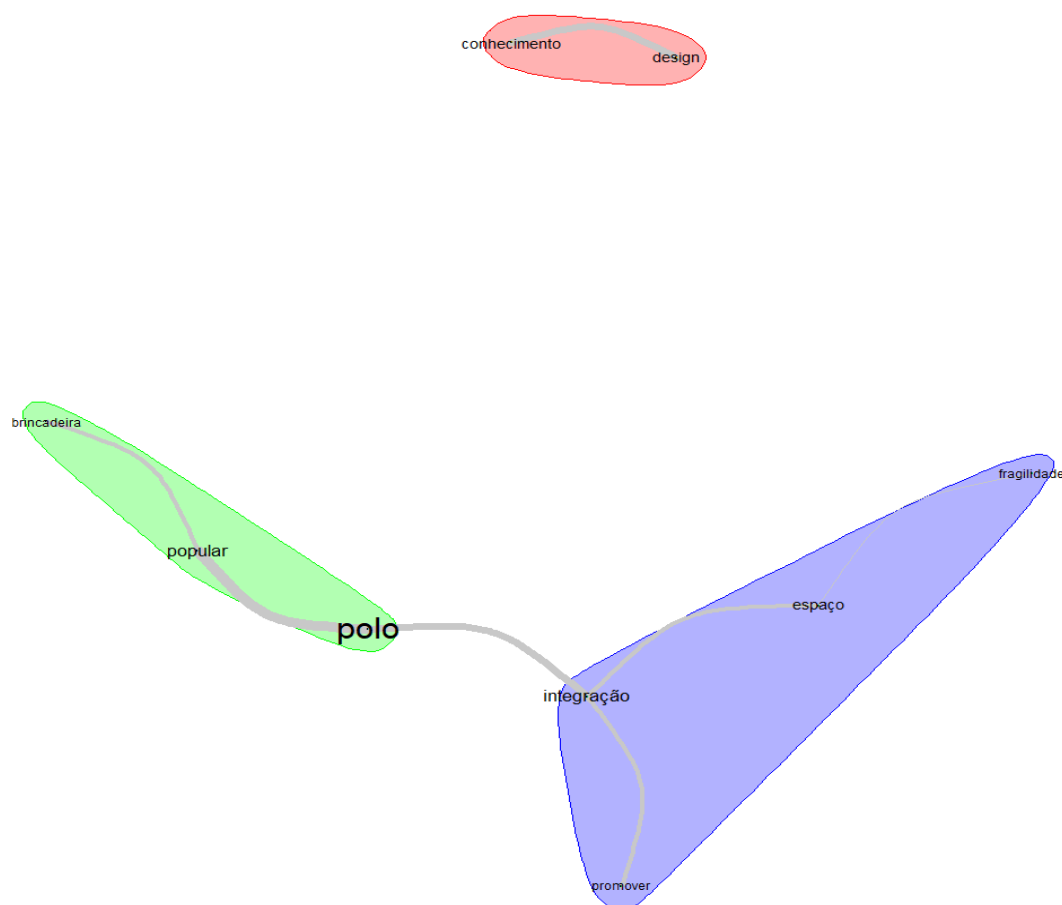
“O modelo sofreu várias mudanças e foi agregado muita coisa como São João na Roça, um evento itinerante que é levado para porta das pessoas [...] a gente decidiu levar para zona rural porque o público de lá é formado em maioria por pessoas com mais idade, que têm limitações de mobilidade de vir para a cidade. Então, a gente levou aquele São João raiz, o da gambiarra, da bandeirinha, fogueira, forró tradicional [...]”

foi um dos ganhos para a cultura porque era festa na porta das pessoas” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

A consideração atenta à participação da comunidade se revela fundamental para o pleno desenvolvimento das festas populares. Ao incorporar a população local nesse projeto, observa-se um potencial significativo para fortalecer laços sociais, ampliar o senso de pertencimento e consolidar a identidade desses indivíduos. Mesmo quando se busca introduzir elementos inovadores que transformem a festa em uma experiência de entretenimento, uma dimensão amplamente discutida pelos teóricos do lazer, é possível alinhar esse viés à promoção cultural, preservando a autenticidade do festejo. Essa abordagem permite que o evento ultrapasse fronteiras regionais, atendendo a uma demanda mais ampla e, por conseguinte, gerando benefícios econômicos para a localidade.

Nesse contexto, a pesquisa evolui para um estágio em que se revela a intenção de proporcionar uma jornada de experiência ao usuário, mesmo sem o conhecimento teórico aprofundado sobre o referido tema. Este enfoque destaca a importância de criar um ambiente festivo que vá além do simples entretenimento, abraçando a riqueza cultural local e fomentando uma conexão mais profunda entre a comunidade e o evento.

Por conseguinte, no presente ponto da pesquisa emerge o *cluster* 4 denominado Jornada, na forma como é apresentado na Figura 20. Esse grupo contempla 28 dos 217 ST e é composto pelos vocábulos Conhecimento, Design, Polo, Espaço, Promover, Integração, Popular, Brincadeira e Fragilidade. Tais achados orientaram o entendimento sobre a tentativa de oferecer uma jornada ao usuário do festejo, à medida que integra e interliga os diferentes polos. Concomitantemente, se valida a inexistência da aplicação do *design* de eventos na configuração desse cenário.

Figura 20.*Gráfico do Cluster 4 Jornada*

Fonte: Elaborado via *software* Iramuteq (2022).

Decerto, a ausência do conhecimento acerca do *design* de eventos e, tampouco de sua aplicabilidade na formatação e entrega dos festejos, acarretou o desmembramento dos nomes design e conhecimento da estrutura formada, sugerindo uma fragilidade na utilização de meios para a promoção da experiência do usuário. Entretanto, a conscientização da importância e da pretensão de adquirir novos fundamentos sobre o método fez com que o grupo se posicionasse acima dos demais elementos, no sentido de lançar luz ao processo e assim alcançar resultados mais assertivos.

Aqui, foi possível compreender a percepção de cada organizador no sentido de fornecer uma jornada, que era entendida como uma integração de polos. Nesse sentido, verificou-se, no contexto do MCJ, a sugestão de distintas jornadas que, por muitas vezes, apresentavam dissonâncias na sua formatação. De toda forma, é importante ressaltar que essa jornada não foi considerada em nenhum plano do evento, sendo apenas uma ideia contemplada pela

organização do festejo. Desse modo, o que se identificou foi o desenvolvimento de uma programação que pudesse sugerir um trajeto no evento - que não contemplou a projeção do cenário, a experiência pensada, os objetivos pretendidos, tampouco o desenho de todas as fases com seus pontos de contato e interação. De fato, se a implementação do *design* de eventos não garante a vivência do público da experiência pensada por parte da organização, a ausência deste amplifica as chances de não se atingir tal propósito.

Essas descobertas colaboram com os constructos de Edvardsson e Olsson (1996), Gupta e Vajic (2000), Pettersson e Getz (2009), Berridge (2012a), Getz (2012), Brown e Hutton (2013) e Crowther (2014), que revelam que os provedores de experiência não podem garantir o que será vivenciado por parte dos usuários, mas podem preparar requisitos que permitem a eles terem as experiências desejadas. Isso posto, se faz notável a necessidade da apropriação do *design* de eventos no intuito de colaborar na implementação de um processo que busque antecipar o cenário de possíveis erros e acertos para assim potencializar os resultados esperados.

Os fragmentos da entrevista apontam o que ora foi exposto.

“[...] Nós chamávamos de integração de polos. [...] A ideia foi promover a integração desses espaços a partir da Estação das Artes. Então, saindo da estação das artes se chegava na praça do teatro onde estava o polo de Cultura Popular, de lá, seguia para o polo Cidadela onde ocorria por volta das 18 horas o projeto Brinquedos e Brincadeiras Populares, na sequência chegava-se ao Chuva de Bala e quando terminava tinha a possibilidade de voltar ao polo Cidadela e a partir dali, dava-se sequência. Passava no memorial e depois as pessoas chegavam na Arena das Quadrilhas, que geralmente finalizava a programação por volta das 5 horas da manhã.”

Em meio a essa discussão, surge uma questão importante a ser destacada quanto ao conceito de festa como espaço que contempla o sagrado e o profano, tal como anuncia a passagem a seguir dita pela representação do MCJ.

“[...] Sim, faltou citar o polo da Igreja São João, polo dos festejos juninos em Mossoró onde tudo começou. Durante muitos anos a festa da igreja São João era a maior festa popular do mês de junho que tinha uma avenida inteira integrando este polo. Com o desenvolvimento do projeto MCJ, todo o público que ia para a igreja São João foi absorvido e assim fragmentou a realização deste local. Ele foi repensado para que possa ser inserido para aqueles voltados à vivência do lado sagrado da festa, com a participação das novenas, e após seguia para o contexto profano, com apresentações de atrações artísticas e culturais” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

A conjuntura delineada converge para a construção teórica de Durkheim (1968) e Biaett (2005) que congregam sobre o aspecto sagrado e profano da festa e, à medida que se evolui, Amaral (1998; 2001; 2008), Costa (2013; 2017), Marques e Brandão (2015) e Davel e Dantas (2019), apontam um processo de descaracterização e inautenticidade a medida que a festa perde seu perfil sagrado e potencializa o lado profano devido a sua formatação para um produto comercial que atende apenas ao capitalismo, isto é, perdendo sua natureza originalmente sagrada e tornando-se profanas. Os achados reforçam e ampliam as teorias expostas.

A fala da organização do MCJ sugere que, mesmo diante de sua função de entreter e gerar diversão - vista sim como elemento catalisador dos aspectos econômicos do festejo -, há uma preocupação constante de se manter as características sagradas da festa. Desse modo, foi identificada a manutenção da programação religiosa que abarca missas, novenas e a tradicional festa da padroeira em homenagem a São João, santo padroeiro de Mossoró.

A presente discussão se desenvolve sobre equilíbrio entre a genuinidade da festa e sua função atrativa e econômica, em que é identificada uma discrepância. O lado sagrado ainda é ínfimo diante da grandiosidade profana e, como foi bem colocado anteriormente pela organização do São João de Caruaru, a festa procura manter seus vieses culturais e religiosos, mas o que de fato garante a materialização e o sucesso dos festejos, é a demanda cada vez maior pelo entretenimento.

Diante do exposto, evidencia-se o desafio gerencial de equilibrar as diversas demandas originadas a partir do perfil dos usuários, visando criar experiências holísticas e, ao mesmo tempo, envolventes. Nesse contexto, é crucial atender às necessidades e desejos emergentes do público. Como resultado dessas decisões, corrobora-se a importância, conforme afirmado por Amaral (1998) e Marques e Brandão (2015), de garantir não só a presença, mas a autonomia e participação da comunidade, assim como reconhecer a necessária contribuição das diferentes esferas da sociedade no planejamento do evento, cada uma cumprindo suas responsabilidades. Além disso, busca-se implementar medidas que reafirmem e difundam o verdadeiro significado da festa. Ao fundamentar-se nesse propósito, busca-se potencializar o poder de sedução, encantamento e envolvimento de um público diversificado (Amaral, 1998; Certeau, 2008; Rubim & Miranda, 2012; Fantinel & Silva, 2021).

Retomando o entendimento sobre a jornada desenhada para a experiência do usuário, a interpretação dada pela organização do São João de Caruaru expressa ações voltadas à aplicação de uma programação itinerante que se centrava em um contexto menor, projetado para se desenvolver no interior de cada polo e não, como meio de integração desses.

“[...] não temos uma jornada definida para todo o festejo, temos por pólo ou espaços, o que chamamos de programação itinerante. A gente procura preencher os espaços com atrações, atividades, jogos itinerantes, que acabam por transitar no interior de cada pólo. A intenção é gerar um efeito surpresa com esse preenchimento inesperado com a cultura e com as ativações culturais. Então, a programação itinerante não objetiva fazer com que os usuários sigam um roteiro.” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

Mesmo diante da falta de familiaridade com o conceito e ciente da não implementação efetiva da jornada do usuário, há de se reconhecer que houve a preocupação de alguns elementos do *design* de eventos, em destaque, o fator surpresa proporcionado pela experiência do evento, que se propõe como elemento crucial e incentiva o organizador a buscar o inesperado (Orefice, 2018; Pine & Gilmore, 1999).

Complementarmente, se faz necessário reiterar neste *cluster* a centralidade conferida à pessoa no cerne do processo de planejamento dos festejos juninos já que, ao contrário da segmentação feita nos grupos anteriormente analisados, aqui reúne-se a comunidade e os usuários do evento em uma só entidade coesa. A integração desses grupos revela-se como um elemento-chave para a criação de celebrações autênticas e envolventes. Ao unificar a comunidade e os participantes do evento, reconhece-se a importância de envolver ambas as partes no delineamento das atividades festivas, buscando fomentar uma abordagem inclusiva e holística que considere atender as necessidades fundamentais de todo o grupo.

“Tudo foi planejado em função das pessoas que estariam participando, desde a estruturação de organização, das estruturas de segurança, o MCJ se evidenciou e se destacou com uma questão significativa de segurança [...] nesse ano montamos uma estrutura de saúde com uma mini UTI no polo de saúde [...]” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

Na esfera discutida, surge um princípio que aprimora o foco atribuído ao indivíduo, buscando assimilar suas peculiaridades. Isso incorpora o conceito de sensibilidade, visando desenvolver habilidades pessoais que permitam a percepção, compreensão e resposta adequada às sutilezas e necessidades específicas da pessoa ou grupo. Isso implica em estar atento aos detalhes, expressando empatia, a fim de gerar uma resposta apropriada e respeitosa. Diante disso, observa-se que o princípio apresentado se alinha de maneira mais congruente a um contexto de festas populares, as quais têm em sua essência a participação de diversos grupos que contribuem para a celebração. Isso contrasta com um cenário comercial de festividades,

onde o desenvolvimento está mais vinculado à quantidade de recursos financeiros investidos. O texto abaixo ratifica a exposição.

“[...] o produtor contratado pela empresa que ganhou a licitação não sabe as particularidades daquele evento, daquele polo, daquele local, daquela comunidade [...] é preciso trabalhar política dentro do evento! Quando falo em trabalhar política é quando se determina uma sensibilidade quanto ao contexto, a realidade das pessoas que serão afetadas de alguma maneira pela materialização do festejo! Nós fazemos a festa para a comunidade e, diferente de uma festa privada, o que vale são os recursos financeiros que movimentam.” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

A aplicação dessa premissa em projetos de *design* de eventos sugere melhorias na oferta de experiências ao possibilitar uma compreensão mais profunda das particularidades e necessidades específicas da comunidade e dos usuários do evento. Essa abordagem propicia a criação de celebrações mais alinhadas às expectativas de ambos os grupos, enriquecendo a experiência de forma autêntica e significativa. Ao incorporar esse princípio, há potencial para um aumento na participação e engajamento da comunidade e dos usuários, promovendo um ambiente mais inclusivo e fortalecendo os laços comunitários, onde as pessoas se sentem genuinamente representadas e valorizadas durante as festividades juninas. Além disso, o reconhecimento desses benefícios pode gerar uma repercussão positiva para a marca do evento, atraindo mais participantes, patrocinadores e apoio da comunidade, contribuindo para o sucesso a longo prazo das festas juninas.

Conforme se avança na análise dos dados, é possível aprofundar-se na complexidade das informações coletadas. A observação dos elementos emergentes nesse *cluster* confirma o desenvolvimento dos festejos ancorado em uma gestão tradicional. Nesse contexto, diante das múltiplas dimensões da experiência abordadas na literatura, como delineadas por Pine e Gilmore (1999) (Educação, Escapismo, Entretenimento e Estética), De Geus *et al.* (2016) (Engajamento Afetivo, Engajamento Cognitivo, Engajamento Conativo e Vivência da Novidade), Marques e Borba (2020) (Práticas de Cocriação e Rituais de Interação), e Grebenar (2020), que acrescenta a dimensão da Individualidade, percebe-se uma limitação nas organizações em compreender a amplitude dessas dimensões. Dessa forma, o que se torna evidente é uma percepção gerencial restrita, indicando que os festejos desenvolvidos se destacam apenas em algumas das dimensões mencionadas, notadamente no entretenimento, educação/engajamento cognitivo, práticas de cocriação (pertencimento) e individualidade (identidade e cultura).

“[...] a gente denomina o Mossoró Cidade Junina como um evento que envolve uma dinâmica vinculada à questão da educação e da cultura, potencializando o sentido de pertencimento dos fazedores de arte e cultura da população como um todo! [...] eu penso também que se destaca nessa proposta, principalmente, a questão do entretenimento [...]” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

Nesse sentido, a organização do São João de Caruaru destaca quesitos similares.

“Mais entretenimento! Ele realmente se destaca porque a maioria das pessoas estão ali por isso, mas tem de tudo! A exemplo, o Polo Infantil teve oficina de barro [...] nem preciso falar da Estação Ferroviária que é um mundo encantado. Quando a gente chega ali você respira cultura para todos os ângulos. [...] e tem o Alto do Moura que é entretenimento e cultura.” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

Essa constatação evidencia uma área de oportunidade a ser aprimorada, considerando que Pine e Gilmore (1999) destacam que a economia da experiência permite agregar valor aos serviços. A falta de compreensão do processo como um todo constitui uma limitação que impede o progresso dos festejos nesse cenário. Logo, a adesão à gestão tradicional acaba por limitar a adoção de novos conceitos capazes de inovar os serviços. A partir dessa perspectiva, nota-se a falta de familiaridade com as práticas do *design* de eventos, o que resulta numa barreira para compreender as experiências elaboradas e as possíveis melhorias e benefícios decorrentes desse processo. Essa lacuna, consequentemente, compromete a capacidade de oferecer valor aos usuários por meio de experiências enriquecedoras.

Em vista disso, ao dialogar com a teoria, Berridge (2007, 2012b, 2015, 2020), Getz (2012), Brown e Hutton (2013), Crowther (2014) e Orefice (2018) convergem ao evocar pela integração do *design*, às decisões do projeto em todas as suas fases, para assim possibilitar o desenvolvimento de experiência alinhada com os objetivos predeterminados, facilitando a avaliação da eficácia e identificação de áreas de aprimoramento.

Frente a lacuna identificada e com o intuito de compreender as ações que transcendem a entrega básica das festas, procurou-se investigar as estratégias que as organizações dos festejos percebiam como excepcionais. Os resultados são expostos por meio dos trechos abaixo.

“[...] Desde 2021 que a gente trabalha com temáticas para que todas as pessoas que pudessem participar se sentissem parte do MCJ. No ano passado foi Tradição e Vida, esse ano foi Tradição e Liberdade, tomando como referência a liberdade de estar presencial, liberdade de evidenciar o que temos de potencialidade e de cultura no âmbito do município de Mossoró.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

Dentre os elementos identificados que se adequam ao *design* de eventos, a temática é um dos que foram identificados no processo de investigação. A percepção quanto a importância deste quesito surge organicamente e evidencia o intuito de agregar ludicidade e criatividade por todo o contexto do festejo, favorecendo a teoria que enfatiza a importância da tematização na criação de experiências sensoriais desejadas, sobretudo em eventos de entretenimento, ideias desenvolvidas por Monroe (2006), Maalouf (1999), Silvers (2004), Getz (2008), Nelson (2009) e Pettersson e Getz (2009). A pesquisa destaca a aplicabilidade prática da teoria, destacando a tematização como um instrumento essencial na construção de experiências envolventes e memoráveis em eventos festivos.

Ainda dentro do domínio das estratégias excepcionais, despontou um componente que demanda reflexão, o engajamento afetivo, nesse caso, por parte da organização em relação ao evento trabalhado. Observou-se então, laços desenvolvidos a partir do significado da festa na história de vida de quem está à frente do processo de materialização dos festejos. É notória uma paixão que suplanta as questões materiais e estabelece, também, um sentimento de pertencimento e identidade, estreitando o vínculo pessoal com a tradição junina e potencializando a entrega desses valores por meio do evento.

“[...] porque eu tenho amor, antes de tudo amor por viver o São João, porque eu tenho minhas memórias de infância. Então, a produção tem que ter amor, porque se não tiver, não tem cachê suficiente para fazer você colocar o que você coloca quando tem amor em algo. Ali é emoção, é cultura, é a história de um povo. É história da gente e eu fico deslumbrada quando vejo a fogueirinha, as senhorinhas na calçada, os ‘pirralhos’ correndo, é muito bom isso!” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

No contexto da organização de eventos, essa conexão emocional e dedicação intensa para transmitir a verdadeira essência do São João não é uma habilidade que pode ser desenvolvida por qualquer pessoa; requer a vivência pessoal e autêntica dessa tradição. Essa experiência única é fundamental para sustentar a autenticidade e o comprometimento necessários na produção de um evento tão significativo como o São João. Aqueles que possuem essa vivência têm uma compreensão profunda das nuances culturais e históricas envolvidas, contribuindo para uma celebração autêntica e rica em significado.

Quando um organizador expressa o sentimento de amor, ele não apenas desempenha uma função profissional, mas também compartilha uma ligação profunda com a tradição, a história e a identidade do povo que representa. O afeto que permeia a produção não se limita à execução de tarefas rotineiras; ao contrário, transforma-se em uma dedicação intensa para comunicar a verdadeira essência do São João. Essa entrega profunda cria uma motivação

intrínseca que impulsiona o trabalho, refletindo um dos fatores fundamentais que sustentam a criatividade individual, conforme destacado por Amabile (1998).

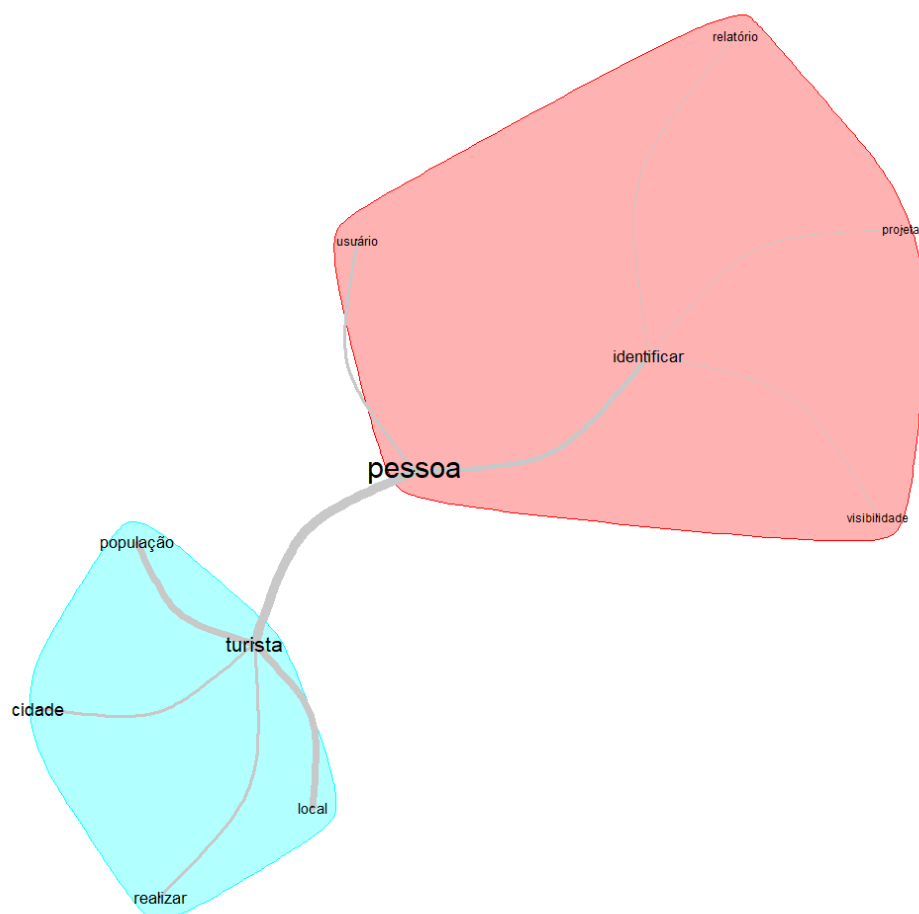
O papel desse sentimento é moldar os festejos juninos em algo mais do que um evento organizado; é transformá-los em uma expressão viva e pulsante da cultura e da identidade de um povo. O engajamento afetivo não apenas orienta as ações práticas, mas enriquece as celebrações com uma energia especial, garantindo que o São João seja vivenciado com paixão, respeito e uma verdadeira celebração da história e da comunidade.

Portanto, os dados aqui analisados desvelaram que a ausência de conhecimento teórico na construção e mapeamento da jornada do usuário em eventos levou a uma abordagem empírica, focalizando a integração dos polos e preenchimento desses espaços com atrações e atividades que proporcionassem o fator surpresa. Nesse processo, foram considerados aspectos básicos, como segurança e saúde, além de um olhar sensível para o contexto de todos afetados pela realização do evento. Contudo, a falta de conhecimento teórico resultou em uma limitação para dominar técnicas essenciais na promoção da experiência do usuário, mitigando os benefícios potenciais.

Por outro lado, é notável que, mesmo diante dessa limitação teórica, a organização envolvida no processo muitas vezes compensa com um engajamento afetivo intrínseco. A motivação surge a partir do afeto genuíno que a equipe tem pela festa, impulsionando um comprometimento e dedicação adicionais. Esse envolvimento afetivo, embora valioso, destaca a necessidade de complementar essa paixão com conhecimentos teóricos sólidos, aprimorando a capacidade de criar experiências mais completas e impactantes.

Um projeto bem elaborado que incorpora a cultura local como um diferencial nas festas juninas e leva em consideração a experiência proporcionada nesse contexto tem o potencial de impactar significativamente a imagem e marca do evento quando inserido no contexto do turismo de eventos. A inclusão da cultura local não apenas enriquece a autenticidade da celebração, mas também cria uma identidade única que pode atrair a atenção de turistas em busca de experiências genuínas e enriquecedoras.

A exemplo do exposto, como cluster mais amplo que incorpora os quesitos até então discutidos emergiu uma nomenclatura que denominou o *cluster* 5 Turismo que detém 54 dos 217 ST. O grupo aqui exposto incorpora as palavras Pessoa, Usuário, Turista, População, Local, Cidade, Visibilidade, Relatório, Projetar, Realizar e Identificar, e reforça a festa como atração turística notável no cenário brasileiro. A Figura 21 apresenta a estrutura do *cluster* Turismo.

Figura 21.*Gráfico do Cluster 5 Turismo*

Fonte: Elaborado via *software* Iramuteq (2022).

Inicialmente, foi diagnosticado pela organização do festejo, em parceria com a Universidade Estadual do Rio Grande do Norte (UERN) e a Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) os impactos socioeconômicos do Mossoró Cidade Junina. O documento resultante dessa pesquisa, trouxe uma seção que referenciou o setor dos meios de hospedagem que demonstrou uma ocupação integral dos leitos de uma amostra de 18 respondentes dos 20 estabelecimentos analisados. Atrrelado a isso, observa-se uma compreensão sobre o reflexo do entretenimento promovido pela festa sobre o quesito atratividade, como mostra a fala a seguir:

“O MCJ toma como referência sua vinculação à questão do entretenimento [...] No Pingo da Mei Dia, por exemplo, os hotéis ocuparam todos os leitos disponíveis para os turistas [...] a população estava locando as suas casas porque era grande a quantidade

de pessoas que se organizam para vir para esse evento.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

O discernimento acerca do poder de atratividade do festejo e os resultados econômicos provenientes do desenvolvimento do turismo de eventos, mesmo que ainda incipientes, desperta para o pensar nas fraquezas e potencialidades e assim desenvolver ações capazes de ampliar a demanda turística que acessa o MCJ.

“[...] o relatório da Universidade apresenta no mapa quais estados nós contemplamos com a presença de turistas! Foi percebido que o MCJ ainda é muito focado no Regional! [...] a gente precisa potencializar para outros estados e levar divulgação do MCJ. Então, inicialmente nos preocupamos em como iremos realizar no próximo ano focando no que foi identificado no ano corrente. A partir dessa avaliação, observamos um retorno positivo, mas temos a consciência de que precisamos aprimorar muitas coisas!” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

O Secretário dá continuidade revelando uma atenção sobre a diferenciação das demandas, local e turística, no sentido de tentar ofertar o serviço adequado a cada anseio, potencializando as estratégias de entrega do evento e consequentemente gerando uma vitrine para a captação de uma demanda maior.

“Quando nós pensamos nesses polos foi para que todas as pessoas pudessem participar! Temos a consciência das exigências da população local! A gente potencializa artistas que são referenciados a nível nacional pensando no público que vem de fora, em atrair um número cada vez maior de turistas. Então, o projeto é pensado em função da sociedade como um todo, do público de Mossoró e dos turistas que virão para Mossoró!”

E acrescenta que, após identificar a distribuição da demanda turística, a intenção é concentrar esforços em estratégias que dispersam esse público de maneira a abranger as diversas atrações do festejo, distribuindo-se ao longo do cronograma.

“Identificamos que temos um pico de turistas no Pingo da Mei Dia [...] a ideia é criar estratégias para distribuir esse número elevado por toda a festa. A ideia é que, no próximo ano, a gente tenha uma participação bem mais significativa de turistas no MCJ [...]” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

Para tal, verificou-se um empenho por parte da organização do MCJ no sentido de capacitar todo o trade turístico para assim, possibilitar o aperfeiçoamento nas estratégias de acolhimento do turista, tentando prover uma experiência mais positiva.

“Nós fizemos também um trabalho anterior com a secretaria de desenvolvimento econômico e turismo voltado a encontros de formação com o trade turístico [...] nós chamamos todo o trade que estava vinculado ao negócio do MCJ para que a gente pudesse fazer um diagnóstico preliminar para assim se pensar o projeto em função das fragilidades e das potencialidades que esse público indicou, e profissionalizar ainda mais toda essa rede produtiva do turismo.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

No cenário apresentado, a contribuição fornecida pela organização do São João de Caruaru repousa no reconhecimento da fragilidade nas iniciativas destinadas aos turistas. Apesar de destacar que ambos os públicos sempre foram considerados no planejamento do festejo, no ano em questão houve negligências no sentido de não previsão do contexto de acolhimento ao turista, que transpuseram os limites do evento e se alastrou pela cadeia produtiva do turismo. De fato, o que foi identificado foi a participação de um número de turistas acima do previsto, que ocasionou problemas nos serviços oferecidos pela infraestrutura turística.

“A organização do evento lança um olhar sobre esses dois públicos, o turista e o morador local. O que eu acho é que nesse momento, nesse ano principalmente, a festa cresceu em uma dimensão que talvez a cidade não tivesse comportando no sentido de oferecer um conforto maior para o turista na questão da infraestrutura turística. Enfim, para o tamanho da festa e para a quantidade de gente que estava chegando, pareceu que a cidade não tinha se preparado. Mas a cidade se preparou sim! Não para o que aconteceu, para o boom que deu.” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

E conclui, apontando um quesito até inusitado quando comparado a incorporação tecnológica nos processos gerenciais e decisórios dos eventos contemporâneos, apresentado uma predisposição analógica nas ferramentas trabalhadas.

“A festa cresceu tanto, mas nessa questão tem um ponto do São João que é uma das coisas que eu queria que tivesse andado que era sobre um trabalho com o turista, um trabalho de mais informação porque muitas vezes a pessoa chegava aqui e não sabia o que a cidade e festa disponibilizavam. Aquele trabalho manual, dentro da festa, dentro do shopping de abordar, dar um panfleto. Mas não conseguimos evoluir nesse trabalho mais voltado ao turista, ficando claro que a gente faz mais a festa para a turma daqui” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

Essa observação traz uma inclinação para a aderência a uma abordagem mais tradicional e tangível para alcançar seu público-alvo, que não exclui a tecnologia do planejamento e entrega do evento, ao contrário, sugere acrescer uma gestão centrada na inclusão daqueles que não tem

fácil acesso ou familiaridade com tecnologias digitais, no apelo estético já que, em alguns casos, elementos analógicos como panfletos podem ser vistos como esteticamente atraentes e agregar um toque artístico ao marketing do evento; e na promoção de uma interação mais pessoal entre a organização do evento e o público, proporcionar uma experiência mais humanizada e afetiva.

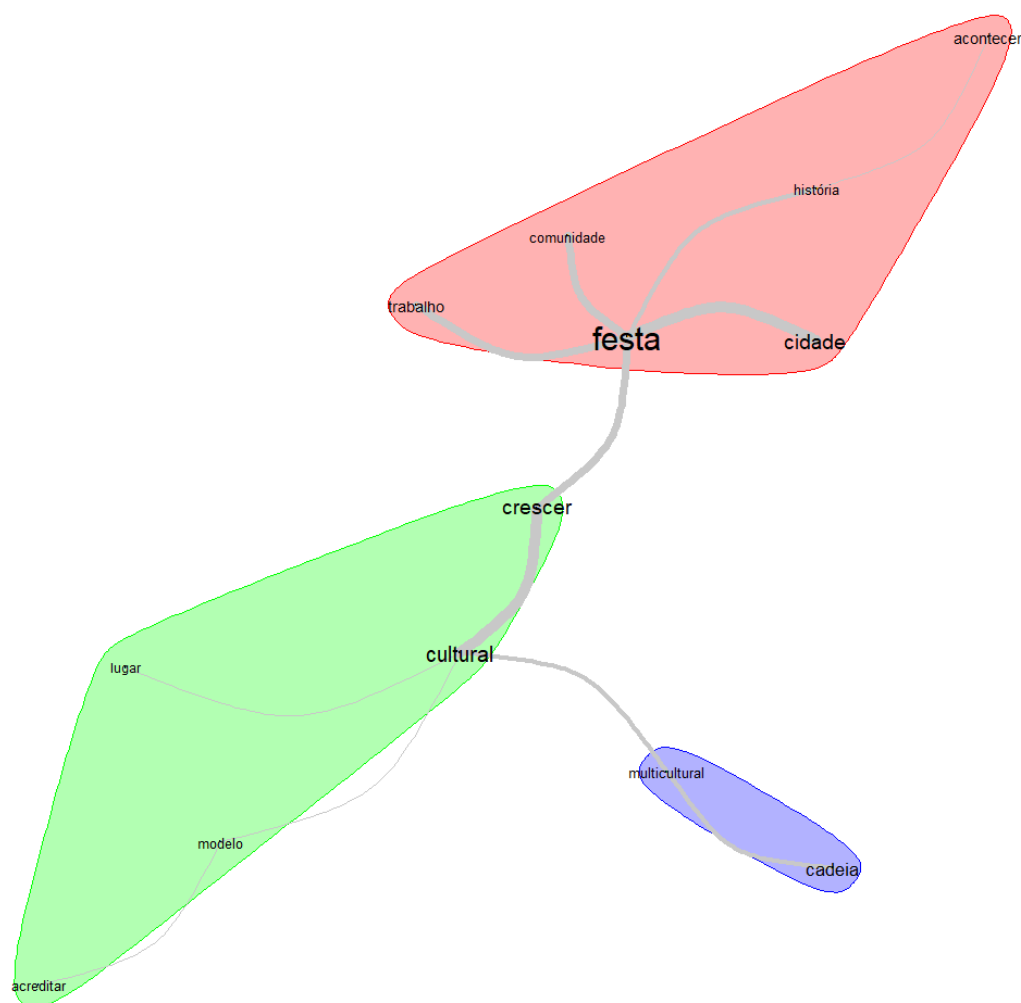
O que pode ser verificado na presente análise se volta à validação da festa como espaço de divulgação das manifestações culturais e tradições de uma localidade, aspecto esse, que age como elemento atrativo de uma demanda que aprecia conhecer e desbravar novos cenários culturais. Há então uma compreensão quanto ao exposto por parte das organizações da ambos os festejos e diante disso, uma preocupação em se adequar ao cenário do turismo de eventos, colocando as necessidades dos turistas no cerne do planejamento do evento.

Dentre os vieses econômicos, o turismo representa uma forte aliança nessa construção, reafirmando o que foi assegurado por Getz e Frisby (1988); Getz e Page (2016) e Yu (2021) que demonstra ser a festa um dos elementos centrais do mercado turístico e apresentando um célere crescimento nesse cenário.

De toda forma, como expôs Getz (1993); Moeran e Pedersen (2012); Getz e Page (2016); Tichaawa (2016) e Davel e Dantas (2019), a economia que é movimentada e se expande por vários setores do local, afetando toda uma cadeia produtiva, reverbera sobre as decisões gerenciais do evento e ratifica o que foi posto por Formica (1998) e Getz (2010) ao constatarem que o aspecto econômico da festa se sobressai quanto aos demais benefícios, levando a negligenciar o fenômeno central dos eventos, que é a experiência, e continuando a focar em uma abordagem predominantemente econômica.

Há então de se considerar uma gestão que equilibre todos os fatores que envolvem a organização de um festejo desse porte, devendo ter uma maior atenção para elementos que vão além do lado puramente econômico, proporcionando um entendimento do real significado, e unindo vozes de todas as esferas envolvidas, sendo assim possível mitigar tantos fatores negativos que poderão emergir a partir da materialização da festa, tal como defendem Virginio *et al.* (2019).

Enfim, se alcança o plano maior que abrange todos os elementos ora discutidos e se expõe como Festa. O *cluster* 5, que possui 54/217 ST, como pode ser visto na Figura 22, revela termos que conecta todos os outros grupos aqui trabalhados e a codificação faz emergir as palavras: História, Cidade, Comunidade, Lugar, Cultural, Multicultural, Festa, Acreditar, Acontecer, Crescer e Modelo.

Figura 22.*Gráfico do Cluster 1 Festa*

Fonte: Elaborado via *software* Iramuteq (2022).

Ao se chegar ao presente ponto, a Festa se materializa e traz em sua composição todos os elementos aqui apresentados que inclui a transição da formatação das festividades - desde as edições de outrora àqueles referentes a contemporaneidade, e agrega uma preocupação sobre a viabilidade de se deixar um legado para as futuras gestões responsáveis pela manutenção do sucesso da festa. Nesse sentido, ratifica-se que o processo de concepção, planejamento, organização e entrega da festa considera elementos alinhados à teoria tais como uma ênfase na historicidade, legado, na relevância - econômica, cultural e social, no fomento da cultura local, na centralidade dada às pessoas envolvidas, em especial, o público.

Entretanto, é visível que a não utilização de projetos, em especial aquele que coloca o *design* de eventos no cerne dos objetivos, resulta em uma desconexão de objetivos e resultados

alcançados, assim como, não fornece uma visão ampla e antecipada dos eventos, que poderia otimizar todo o processo, e perdendo a oportunidade de se tomar decisões mais assertivas.

Os resultados também reforçam a compreensão de que, se os objetivos econômicos estão sendo alcançados, o resultado desejado está sendo obtido, indicando que os festejos estão alcançando o sucesso pretendido. É crucial destacar que o achado mais significativo não está apenas relacionado ao êxito econômico dos eventos, mas, sobretudo, à capacidade de evidenciar, por meio do *design* de eventos, os benefícios que deixam de ser realizados. Ao direcionar o olhar para as lacunas identificadas, que abrangem desde aspectos técnicos, como o *layout* dos espaços, programação, adaptação tecnológica e comunicação eficiente, até a atenção primordial às necessidades dos usuários, esse direcionamento contribui para uma formatação de experiência mais apropriada.

Os festejos juninos, de fato, trazem consigo toda uma tradição constituída por anos e que se mostra como uma janela de exposição da imagem de um local e da história de um povo, que se vê por meio do evento. Isso, por si só, já desenvolve o seu poder de atratividade, porém, ao se incorporar modelos de gestão inovadores, se traz luz às possibilidades de manutenção e ampliação dos festejos, fortalecendo seus laços com a comunidade, ampliando a possibilidade de conjunção entre inovação e manifestações culturais sem afetar a autenticidade destas e, conseqüentemente, potencializando seu fator de atração, seja de uma demanda local ou turística. É sobre revelar meios de potencializar o que se já é forte.

Cientes de que, mesmo não se identificando familiaridade com o método, tampouco, aplicação por parte da organização dos festejos da metodologia de *design* de eventos, as festas disponibilizaram inúmeras vivências que afetaram distintas dimensões da experiência do usuário, sugerindo que uma apropriação sobre essa teoria poderá trazer resultados ainda mais excepcionais aos festejos. Observa-se então uma compreensão sobre a grandiosidade dos festejos e do quanto ainda é possível potencializá-lo. A fala da organização do São João de Caruaru contextualiza tal achado.

“[...] o que você oferece hoje dentro de uma festa gigantesca, como é o São João de Caruaru, não tem em outro lugar, mesmo não tendo manual, não tendo jornada, nada disso definido. [...]eu não acredito no que a gente entregou! Porque realmente ficou muito grande [...] Mas há uma coisa que me preocupa, o cuidado com a pessoa! A gente tem esse cuidado, mas a gente não está mais lá! Então, esse é o São João que apresentei, no próximo ano pode não ter esse cuidado com as pessoas! Já pensou se a gente tivesse um manual que fosse lei? Facilitaria e garantiria tudo o que foi feito até então para o

povo de Caruaru, entendendo até onde ele chegou e manteria o nível a partir disso! [...]” (Coordenadora de Eventos Prefeitura de Caruaru, 2022).

A organização do MCJ acrescenta, de maneira mais técnica, e ciente das fragilidades identificadas, revelando sob seu ponto de vista o seu entendimento sobre entrega de experiências ao usuário do festejo junino.

“Quando terminou MCJ 2022 veio o seguinte questionamento: como vamos aprimorar o MCJ de 2023? Uma vez que a entrega foi tão significativa que se preestabeleceu um padrão de qualidade quanto a realização de festejos populares em Mossoró [...] então, nesse sentido, é que a gente chama o que eu acho ser a experiência memorável, nós já estamos projetando 2023, o que vamos entregar, no que vamos inovar dentro dos polos. [...] Já vimos quais foram as fragilidades. [...] Então a nossa ideia é exatamente entregar algo que gerasse uma expectativa porque o objetivo principal é potencializar o que temos de arte e cultura para o Brasil inteiro e para o mundo.” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

De forma adicional, verificou-se uma adaptação incipiente ao incorporar tecnologias na versão virtual, entretanto, não houve uma continuidade de forma intensa a esse uso nos festejos presenciais de 2022. Enquanto muitas celebrações encontraram nas plataformas *online* uma maneira de manter a tradição viva e conectar as comunidades virtualmente, a transição de volta aos eventos presenciais não parece ter seguido o mesmo ritmo tecnológico.

A percepção por parte da organização do evento quanto a aparente preferência pela experiência direta e sensorial dos festejos tradicionais, pode indicar uma valorização intrínseca à autenticidade e ao calor humano proporcionados pelos encontros presenciais, contrastando com a virtualidade que, embora útil, não se tornou uma característica proeminente nos festejos juninos de 2022. Esse fenômeno evidencia a complexidade na interação entre tradição e tecnologia, sugerindo que, embora as inovações digitais tenham seu papel reconhecido, a essência das festividades juninas ainda encontra sua expressão mais plena no contato direto e na vivência coletiva.

Assim, nesse contexto de festa popular, se fortalece o que foi apregoado por Ryan *et al.* (2020) e demonstra a imaturidade digital dos eventos e refuta a tendência crescente da implementação de tecnologias inovadoras para a entrega de experiências, como defende Singh (2020), uma vez que o que foi vislumbrando foi a incorporação de elementos reconhecidamente fundamentais, mas básicos a construção de eventos, tais como o uso de redes sociais e transmissão ao vivo dos festejos, os convertendo não mais em evento presencial, mas sim, em uma versão híbrida.

“[...] então, principalmente com essa questão do virtual realizado em 2021, a gente percebe que não tem como, a partir dessa vivência posta pela pandemia, de trabalhar só de forma presencial, por isso que fizemos a opção de trabalhar com as duas modalidades. A questão das tecnologias virtuais, dessas relações com as redes sociais, não tem como deixar de lado! É muito forte dentro da nossa gestão relacionada com a questão de acessos e de fazer com que muitas pessoas vivenciem e presenciem. Pensamos na democratização do acesso!” (Secretário de Cultura de Mossoró, 2022).

A Figura 23 resume e expõem os achados voltados às estratégias para a formatação do evento em seu cenário presencial e que corroboram com o desenvolvimento da presente pesquisa.

Figura 23.

Principais achados das estratégias organizacionais no cenário presencial



Ao direcionar a investigação para a análise da concepção e implementação das experiências por parte das organizações envolvidas nos festejos juninos, bem como sua recepção pelos participantes, o presente estudo agora volta-se para a compreensão da festividade enquanto um cenário propício para a vivência dessas experiências. Esta seção

subsequente se propõe a examinar a festa não apenas como um evento isolado, mas como um contexto dinâmico que possibilita a imersão dos participantes em experiências multifacetadas. Busca-se, assim, desvelar as nuances que permeiam a interação entre a proposta elaborada pelas organizações e a efetiva experiência vivenciada pelos usuários, considerando as diversas camadas que contribuem para a complexidade desse processo festivo, visando contribuir para uma compreensão mais abrangente das dinâmicas envolvidas na criação e assimilação das experiências durante os festejos juninos.

4.2 A vivência do usuário nas festas juninas: Um olhar sobre experiências e percepções nos ambientes virtual e presencial

A análise de dados desempenha um papel fundamental na compreensão das vivências durante os festejos juninos. Do ponto de vista dos participantes, essa abordagem visa desvendar nuances emocionais, preferências e interações que moldam a percepção do evento, proporcionando *insights* valiosos para uma experiência significativa. Capturando diversas formas de interação, desde as atrações principais até atividades secundárias, a análise dos dados provenientes dos usuários serve como base para confrontar as perspectivas das organizações.

Diante do exposto, durante a análise da experiência do usuário em eventos realizados nos ambientes virtual e presencial, é fundamental considerar as dinâmicas específicas de cada contexto, juntamente com a implementação das estratégias de *design* de eventos. Destaca-se a importância de observar de que maneira essas estratégias impactam dimensões específicas da experiência do usuário. A capacidade de comparar o planejado com a experiência efetivamente vivenciada viabiliza uma avaliação crítica das estratégias adotadas, proporcionando a identificação de áreas suscetíveis a otimizações.

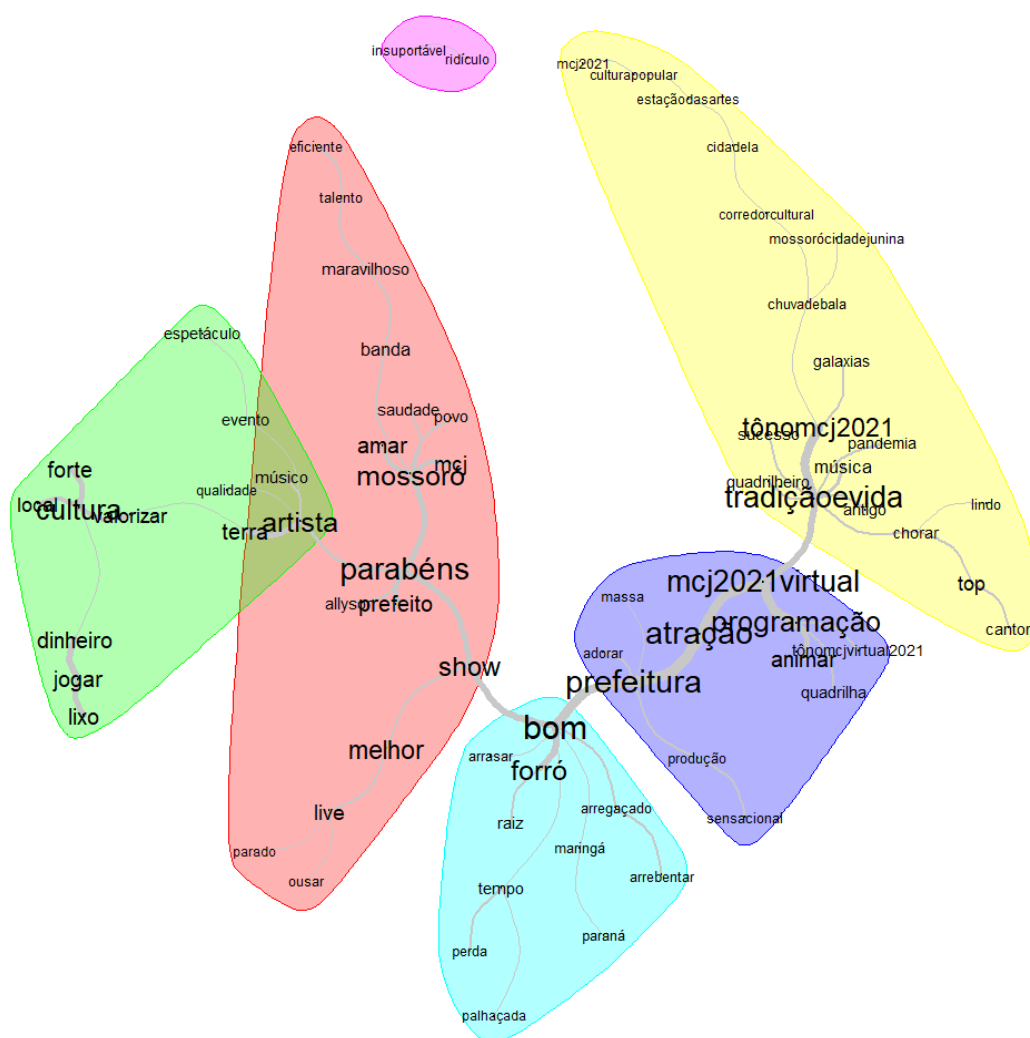
Integrando essas perspectivas, a análise de dados orienta as organizações, contribuindo para a evolução contínua dos eventos e alinhamento preciso com as expectativas do público, promovendo uma experiência mais enriquecedora e gratificante nas futuras edições. A apresentação dos resultados se inicia pelo contexto virtual, como pode ser visto na seção a seguir.

4.2.1 O cenário virtual das festas juninas: Desvendando as múltiplas facetas da experiência do usuário

Compreendidos os posicionamentos quanto à organização dos eventos virtuais, é possível avançar na análise da experiência vivenciada pelo usuário e quais foram as dimensões que agiram ativamente sobre isso. Desse modo, a partir da observação dos festejos e relacioná-las às interações e conteúdo gerado pelo usuário (CGU), se forneceu base para a construção do Gráfico de Similitude apresentado na Figura 24.

Figura 24.

Gráfico de Similitude - Conteúdo Gerado pelo Usuário Mossoró Cidade Junina (MCJ) Virtual 2021



Fonte: Elaborado via *software* Iramuteq (2021).

As indicações da conexidade entre as palavras corroboraram na identificação da estrutura do conteúdo do corpus textual, revelando assim, as partes comuns e as especificidades

em função das variáveis descritivas identificadas na análise. (Marchand & Ratinaud, 2012). É possível, então, verificar o surgimento de seis seções que alinham e determinam as relações entre os vocábulos que emergiram nos *chats*.

O MCJ Virtual 2021, que aconteceu entre os dias 12 e 27 de junho de 2021, contou com a participação direta de mais de 400 pessoas, entre artistas, produtores culturais e profissionais do entretenimento do município. Foram mais de 100 envolvidos no espetáculo Chuva de Bala no País de Mossoró, no formato de filme e mais de 300 outros profissionais do setor de eventos nas demais programações do MCJ Virtual 2021. Os recursos arrecadados foram direcionados ao pagamento de cachê dos artistas dos quatro polos do Mossoró Cidade Junina: Polo Chuva de Bala, Polo Estação das Artes, Polo Cidadela e Polo Cultura Popular (Canal Youtube Prefeitura de Mossoró, 2021).

No intuito de prestigiar o evento no seu formato presencial, a série de *lives* iniciou representando o Pingo da Mei Dia (tradicional bloco junino que abre o MCJ ao som dos artistas no trio elétrico), exibido na Figura 25, e, de forma similar, encerrou com o evento intitulado Boca da Noite. As demais *lives* tiveram uma média de 3 horas de duração e iniciava com um vídeo de apresentação que ressaltava a importância da permanência do isolamento e do novo formato do evento.

Figura 25.

Pingo da Mei Dia MCJ Virtual



Fonte: Canal *Instagram* MCJ (2021)

Com apresentadores caracterizados com figurinos juninos, os setores de apresentação foram nomeados de forma igual aos polos originais. No Polo Estação das Artes e Cidadela havia

um palco principal onde ocorria a apresentação de bandas e cantores dos mais diversos estilos musicais, reafirmando o caráter multicultural do evento. Já no Polo de Cultura Popular, decorado com cenografia que remetia às cidades antigas do interior do nordeste, o destaque eram as quadrilhas juninas que dançavam ao som dos trios de sanfoneiro. Todos esses espaços são expostos na Figura 26.

Figura 26.

Polo Estação das Artes, Cidadela e Polo da Cultura Popular MCJ Virtual



Fonte: Canal Instagram MCJ (2021)

O ápice do festejo ocorreu com a apresentação do filme *Chuva de Bala no País de Mossoró* - encenação teatral que ocorre desde 1977 retratando a história de resistência do povo mossoroense ao bando de Lampião (Figura 27), sob o título de *Espetáculo da Resistência*, na

véspera da noite de São João, 23 de junho de 2021 - que transpôs as barreiras geográficas e levou o espetáculo, que é apresentado no adro da capela São Vicente a ser acessado por pessoas de todo o mundo por meios virtuais.

Figura 27.

Chuva de bala no país de Mossoró - o filme



Fonte: Canal Youtube Prefeitura de Mossoró (2021)

Diante do exposto, a primeira dimensão a se destacar é a Estética, expressa por meio dos elementos decorativos minuciosamente distribuídos pela locação onde se passou o evento. De maneira alinhada, a decoração se expandia pelos espaços, pelos figurinos dos apresentadores, pelos adereços e por toda a cenografia utilizada, incluindo aqui à própria formatação do filme *Chuva de Bala* que, além de embelezar a fotografia do filme, trouxe fortes referências da história da cidade de Mossoró.

Nesse domínio, foi possível acessar reações de um público que se vê representado pela história e cultura do município, onde o orgulho de fazer parte de um grupo maior, estreitava os laços entre eles e potencializava o senso de pertencimento. Em verdade, foi identificado que o papel cultural do evento agiu positivamente sobre a experiência de parte dos usuários, sendo capaz de reafirmar a identidade deste grupo, afetando assim, as esferas das práticas de cocriação e individualidade. Um achado que reafirma a influência do contexto local nas interações, percepções e experiência do usuário durante eventos online como defendem Kaplanidou *et al.* (2012), Yi *et al.* (2018) e Kharoufa *et al.* (2019).

Em sequência, o decorrer das exposições era preenchido por mensagens de acolhimento para aquele momento tão delicado da pandemia demonstrando hospitalidade por parte do festejo, também era disponibilizada a interpretação por libras para garantir maior acessibilidade, permitindo engajar um público diverso. No âmbito promocional para garantir maior divulgação do evento, eram aplicadas estratégias em que se solicitava aos usuários que realizassem *selfies*, postassem nas redes sociais e marcassem o perfil do evento. Além disso, *hashtags* eram amplamente divulgadas para facilitar o acesso ao conteúdo transmitido no festejo.

À medida que o programa era exposto, as interações evidenciavam as preocupações do público, manifestadas no *chat*. Estas se concentravam principalmente na ausência de elementos tradicionais dos festejos juninos e em questões relacionadas à qualidade da transmissão do evento. Essas interações, muitas vezes, assumiam a forma de críticas diretas à organização, refletindo posicionamentos contrários que questionavam a necessidade de realizar a festa naquele momento.

Nesse contexto, é fundamental reconhecer a aproximação que era viabilizada por meio dessa estratégia comunicacional estabelecida, uma vez que as percepções do público eram compartilhadas diretamente no *chat*, proporcionando à organização do evento o acesso simultâneo a essas opiniões, mesmo que nem sempre fossem consideradas. A comunicação direta também se manifestava através das plataformas de redes sociais dos festejos, onde eram compartilhadas sugestões de aprimoramento, identificação de necessidades e desejos, além de críticas àquilo que não encontrava aceitação entre o público. Por outro lado, nesse mesmo cenário, uma figura relevante foi identificada: o *hater*. Este é alguém que acessa a plataforma de transmissão do evento e expressa críticas conforme a transmissão do evento evolui. Essas pessoas, dentro do ambiente livre do *ciberespaço*, são incentivadas a agir contra algo que não gostam, ultrapassando os limites éticos ao proferirem críticas excessivas e, por muitas vezes, disseminarem discursos de ódio (Gray, 2003).

À vista disso, observou-se que, em alguns momentos, os comentários lançados no *chat* não visavam necessariamente propor melhorias, mas, sim, destacar-se entre os demais participantes ao chamar a atenção para si. Tal achado salientou a dicotomia no papel dessa figura, uma vez que parte do público reagia às mensagens e desenvolvia um diálogo a partir daí - amplificando as interações, enquanto outra parte sentia-se incomodada e trazia o resultado inverso, prejudicando o processo de comunicação e troca.

Contrapondo-se às críticas, os elogios à festividade se fortaleciam durante a transmissão, expressando gratidão pela preservação do verdadeiro espírito festivo, pela oportunidade de

emprego para os artistas locais, pela oferta de entretenimento em um contexto em que outras formas de diversão eram escassas, e pela qualidade intrínseca da produção entregue.

Esse posicionamento revela a dicotomia nas motivações e nos perfis do público em um festejo que abraça uma diversidade de pessoas, também refletida pela dualidade dos valores adotados pelo público. Uma parte demonstrava preferência por certas características do evento, enquanto outra parte rejeitava ou negava o mesmo contexto, como exemplificado pela multiculturalidade apresentada pelo MCJ.

Dessa forma, era possível observar indivíduos defendendo a exclusividade de traços tradicionais do festejo, onde o forró pé-de-serra deveria ser o único estilo musical oferecido, enquanto outros aplaudiam a inclusão de diversos estilos musicais, ampliando o alcance de gostos e preferências. Todo esse cenário reflete a complexidade no planejamento, na gestão e na entrega do evento, assim como nas experiências que poderiam se desenvolver lá. Isso fundamenta a abordagem defendida por Forxall e Greenly (1999), Berridge (2007, 2012b, 2015, 2020), Getz (2012), Lee *et al.* (2008), Mason e Paggiaro (2012), Nordvall *et al.* (2014) e Orefice (2018), que enfatizam a importância de uma visão holística para atingir de maneira distinta as expectativas de cada usuário.

A memória foi mais um elemento realçado que emergiu no discurso de muitos participantes do chat. Aqui, observou-se falas que demonstraram os traços e a vivência no evento anterior àquele momento, revelando marcas deixadas de saudosismo e uma grande vontade de vivenciar toda a experiência oferecida pelo festejo.

Tal elemento atua sobre a dimensão afetiva que foi manifestada durante todo o processo de exibição das *lives*. Esse sentimento emergia de uma junção de saudade, fortalecimento de identidade, sensação de pertencimento e, principalmente, pelo cenário pandêmico do momento que gerava solidão, temor e medo. Mesmo que no formato disponibilizado não fosse possível enxergar as reações do público, elas eram sentidas por meio das palavras lançadas ao chat, onde reiteradamente eram vistos vocábulos como choro, alegria, amor, saudosismo e ansiedade por eventos futuros.

Ainda no âmbito da identidade e pertencimento, devido à grande valorização conferida aos artistas locais, à medida que as atrações se apresentavam, a audiência expressava apoio, incentivo e torcida. Isso não apenas resultou em satisfação, mas também gerou um profundo sentimento de pertencimento e fortalecimento da identidade do público presente. Nesse contexto, evidenciava-se um notável engajamento conativo, uma ação que amplificava as trocas de mensagens no *chat*, culminando em uma interação social intensa e revelando a comunhão em torno de interesses similares.

Não obstante, o engajamento conativo, bem como a dimensão do público, oscilava em função da atração apresentada, alternando entre momentos de grande número de espectadores e interações, e períodos de menor audiência. Vale então destacar que, independente da atração em questão, as *lives* perdiam eficácia ao longo do tempo, evidenciando que a manutenção da atenção do usuário tornava-se mais desafiadora à medida que a exibição se prolongava.

Outra constatação destaca a expressiva participação de indivíduos originários de diversas cidades, inclusive de estados distintos. Isso inclui tanto aqueles que já possuíam familiaridade com o festejo quanto os que não tinham, todos marcando presença de maneira virtual. Nesse contexto, era frequente encontrar expressões que indicavam a localidade dessas pessoas, evidenciando a capacidade do evento virtual de transcender fronteiras, reduzindo a distância e o tempo. Essa dinâmica é reforçada pelo fato de que as transmissões ao vivo ainda permanecem disponíveis nos canais de *streaming* por tempo indeterminado.

Uma faceta adicional da experiência que emergiu destacou-se no contexto do entretenimento e lazer. É crucial considerar que, dada a singularidade do período, caracterizado pelo distanciamento e isolamento social, o ambiente virtual desempenhou uma função central na promoção da interação e da diversão. O entretenimento acontecia mediante da exposição das manifestações culturais, tais como trios de sanfoneiros, quadrilhas juninas, *shows* de cantores e bandas locais.

Nesse cenário, um ritual foi estabelecido em torno da transmissão ao vivo, no qual o público não apenas assistia, mas também organizava seus espaços domiciliares com bebidas e petiscos. Além disso, os espectadores divulgavam o evento, coordenavam encontros virtuais com amigos e familiares para assistir à transmissão conjuntamente, interagindo através de aplicativos de mensagens instantâneas em suas respectivas residências. Essa interação estendia-se também a um público mais amplo, composto por desconhecidos nas plataformas de mídia social, que possibilitam o compartilhamento de mensagens curtas. Os participantes ainda utilizavam o *chat* integrado à plataforma de transmissão do evento. Por fim, compartilhavam suas experiências do evento por meio de postagens de vídeos e fotos nas redes sociais.

De forma adicional, verificou-se o fortalecimento da conexão estabelecida com os participantes por meio de uma comunicação direta e concisa, conduzida nas redes sociais, a equipe organizadora conseguiu envolvê-los em todas as etapas do evento, estimulando sua participação ativa, interação e engajamento com o evento. A estratégia contemplou a realização de um evento virtual que engajou o público para a divulgação da programação do MCJ. Nesse espaço, os usuários puderam expor seus posicionamentos durante a apresentação do evento, expondo elogios, críticas e sugestões de melhoria. Vozes que também ecoaram pelas redes

sociais, em que a cocriação se materializou à medida que cada usuário trabalhava em uma divulgação gratuita do evento, convidando seus seguidores a participarem desse momento. A comunicação se efetivou antes, durante e depois do evento, por vezes trazendo o *feedback* antes mesmo do festejo virtual finalizar.

O uso das *hashtags*, uma prática comum em muitas plataformas de mídia social, são utilizadas para categorizar conteúdo e facilitar a descoberta de postagens relacionadas, foi intensamente sugerido e aplicado pelo público, como meio de interação pelos *chats* e redes sociais. Nesse contexto, emergiram: #MossoróCidadeJunina, #ChuvadeBala, #ChuvadeBalaUmFilme, #TôNoMCJ2021, #TradiçãoeVida, #CulturaPopular, #Cidadela, #EstaçãoDasArtes, #CorredorCultural, #ChuvadeBala, #MCJ2021Virtual, #MCJ, #MCJ2021, #EspetáculoChuvadeBala, #ChuvadeBalaNoPaísdeMossoró. Apesar de considerada uma estratégia desatualizada, em especial para a geração Z, esse meio ainda permite estruturar o conteúdo gerado pelo usuário de forma a convertê-la em ferramenta de promoção, aumentar a visibilidade, engajar o público a compartilhar suas experiências, fotos e opiniões nas redes sociais; garantir um monitoramento de *feedback*, identificando áreas de sucesso ou que precisam de melhorias.

Também foi identificado que, apesar da diversidade de equipamentos tecnológicos capazes de promover uma experiência mais interativa ao usuário, o estilo de evento virtual aqui analisado, as *lives*, não se apropriaram intensamente destes elementos, tais como realidade virtual e realidade aumentada, IA, *Internet* das Coisas impossibilitando uma imersão mais efetiva. Certamente o que se averiguou foi um planejamento em que, cada festejo, incorporou elementos distintos, sendo que no MCJ houve uma valorização maior da sua cultura local, enquanto o Circuito Mundial de *Lives* e Festejos Juninos apostaram em artistas renomados no cenário nacional para assim ampliar seu poder de atratividade. Ambos os eventos se limitaram a fazer uma transmissão ao vivo da programação planejada, por meio de plataformas digitais, com espaço para interação via *chat*.

Face ao exposto, o Quadro 10 apresenta e categoriza algumas citações verificadas nos discursos lançados ao *chat* ao vivo, fazendo emergir resultados alinhados à teoria, como outros que só foram identificados em campo e serão discutidos em seção destinada à teoria emergente.

Quadro 10.

Interações Público Mossoró Cidade Junina Virtual

Acessibilidade	Inquietações	Elogios
----------------	--------------	---------

Excelente iniciativa de disponibilizar intérpretes!	A apresentadora não empolga!	Top! Sou fã!!
Parabéns para as intérpretes, estão dando um show!	Falta interação do cantor com o público!	Excelente evento! Além de ajudar os artistas da terra nesse momento difícil!
Super intérprete de libras! Ela é um show!	<i>Live</i> cansada!	Qualidade absurda!
PARABÉNS PELA ACESSIBILIDADE!!!	Coisa paia kkkkkk!	Parabéns ao Prefeito e toda sua equipe, produção tá sensacional!
Parabéns para a organização do evento que proporcionou acessibilidade em Libras!	<i>Live</i> é parada igual essas bandeiras paradas!	Amei o MCJ!
PARABÉNS AS INTÉRPRETES!	Se tivesse bailarinos ficaria mais animado!	Mossoró Cidade junina, está show!!! Parabéns!
Uma transmissão linda e com intérpretes maravilhosos e melhor ainda. Amei demais!	Tem dançarino!!! Coloca essa rainha sem graça pra dançar!	Adoro! Como não amar o mês de junho? Como não amar o São João de Mossoró???
Estou feliz! Agradeço ao MCJ por colocar a interpretação de libras, estou muito feliz!	Ohh banda sem sal!	O novo prefeito de Mossoró é muito eficiente, se ele não tivesse ganhado com certeza não teria o MCJ esse ano!
Poder assistir ao MCJ devido aos intérpretes é satisfatório demais!	Eu não posso emitir minha opinião não?	Parabéns a prefeitura de Mossoró pela realização do MCJ virtual. e parabéns para essa banda maravilhosa!
O grande diferencial da <i>live</i> : intérpretes de libras!!!!	Até agora você só fez criticar de tudo!	Que festa maravilhosa! Arraaaaasa Everaldo!
Enquanto outras <i>lives</i> não se preocupam com a inclusão, o MCJ sai na frente e traz intérpretes de libras! Arrasaram!	Eu sou livre para criticar!	Organização impecável!
Só eu que achei o máximo ter intérpretes???	O espaço do palco está muito pequeno!	Parabéns a toda a equipe do prof. Etevaldo pelo árduo trabalho.
	Estamos no meio da pandemia e tem que haver espaço para respeitar o distanciamento!	Todos envolvidos estão de parabéns! Simbora forrozar!
	Investimento sem futuro esse! O dinheiro deveria ir para a saúde que tá precisando mais!	Está melhor que a <i>live</i> do Safadão!
	Não sei como é que ainda tem gente que goste desta <i>live</i> , negócio sem graça!	Essa festa vai ficar na memória de tão boa que está!

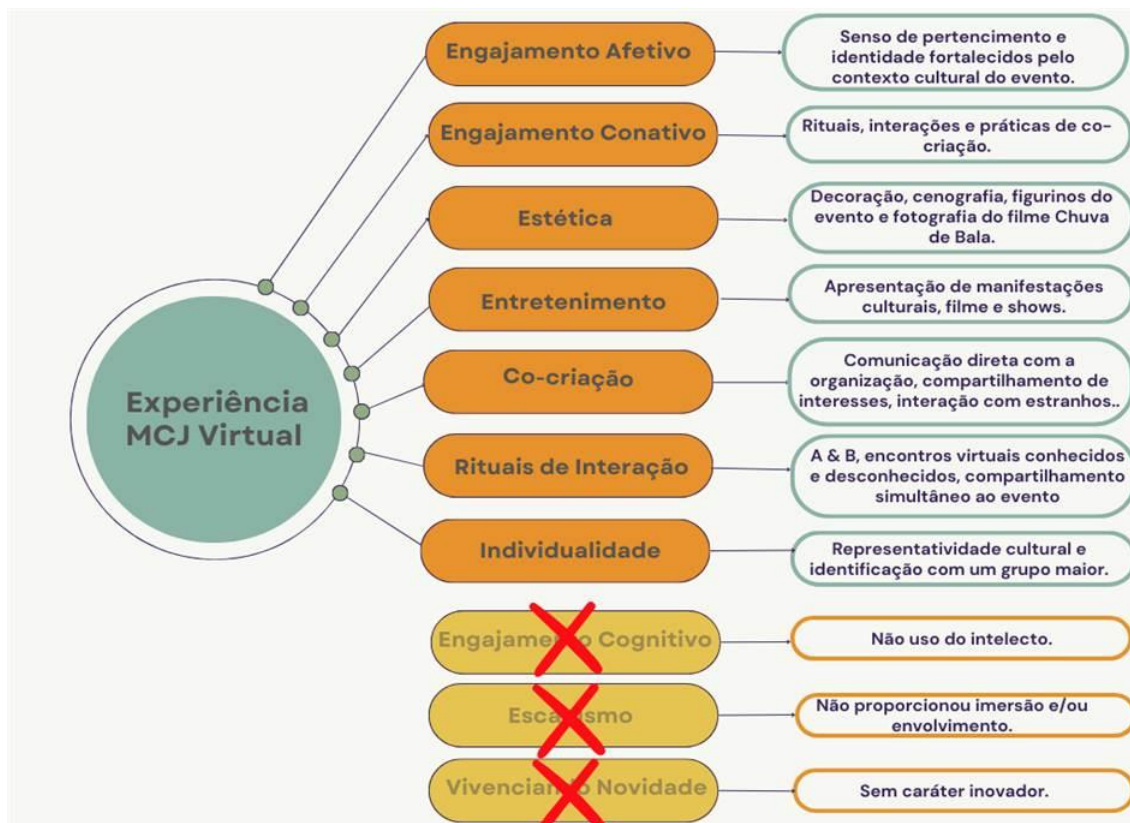
As intérpretes são animadas demais!!! Sentimos a energia daqui!	Nada comparado ao a festa presencial!!!	
Valores Compartilhados	Memória	Identidade e Pertencimento
Tá show esse espetáculo de músicas! Eita, que forró bom! Arrasou só no repertório! Nada a ver essas músicas no arraiá! Avisem aí que arraia é com forró, chote, baião! Cadê os forrós antigos e músicas juninas? Alguém diga a essa banda que a festa é junina! Quero forró pé de serra! Bote uma banda que toque forró! A gente sabe que não é arraiá, mas se é o MCJ tem que ter forró! Tá massa o pagode! Só respeita a ragganorte!! Os caras mandam bem no Reggae! Mexeee ao som do ragga Quando vai ter Rock Pesado???	Saudade de uma festa junina! Choque de emoções! É de arrepiar!!! Impossível não chorar! Chorando rios! Queria viver isso presencialmente! Esse show tá bom demais, ficaria melhor se fosse tudo normal com muita gente! Prévia da cidadela do próximo ano!!!! Saudade de uma festa junina! Meu Deus, que saudades do mcj! Nossa que vontade de arrastar o pé com essas músicas, saudades! Parabéns Nordeste sangrento! Saudade do MCJ nas ruas! Relembrando os momentos que já vivi no MCJ! Bom demais! Saudade de dançar um forró na Cidadela!	“Bora de Dois” botando pra quebrar, show! Aguardando minha “Lume da Fogueira”!!! Parabéns aos nossos artistas e músicos mossoroenses! Vai começar o melhor Regional e a melhor Quadrilha!!! Parabéns para Bia Gurgel, acabou de se classificar no <i>The Voice Kids</i>, representando Mossoró e o RN! Muito orgulho dos nossos artistas da terra! Esse evento valoriza o artista da terra, ficam mais conhecidos e consequentemente terão mais oportunidades! História, cultura e tudo sobre o sertão! Me sinto representada demais por esses artistas! Simbora! Aqui é cultura! Aqui é Mossoró! A gente tem uma cultura muito forte! Viva a Mossoró! Quem não nasceu aqui deve querer ter nascido, ohh terra boa da mulesta!

Certeza que esse sanfoneiro tá tocando uma sanfona?	Passando um filme na memória! Relembrando tanta coisa boa!	Artistas representando nossa cultura em todas as suas formas!
Aumente o som da Sanfona!	Essa era a hora que estaria me juntando com as amigas e indo para a Estação das Artes!	os melhores artistas nós temos!
Controlista aumente o som da Sanfona!		Minha Mossoró é a melhor!

Os resultados exteriorizam elementos que, ao se alinharem com o construto teórico, proporcionam a compreensão detalhada das nuances da experiência vivenciada no contexto do MCJ Virtual. Dessa forma, torna-se importante explorar as relações decorrentes entre os fatores identificados durante a participação no evento e as diversas dimensões dessa experiência. A Figura 28 apresenta as dimensões da experiência afetadas durante o processo.

Figura 28.

Dimensões da experiência MCJ Virtual



Diante da constatação das dimensões da experiência que se destacaram a partir da vivência do evento, torna-se oportuno apontar que no cenário das festas populares desenvolvido no contexto virtual possibilitou a experimentação de uma sensação emocional (Norman, 2018), aqui demonstrada pela experiência específica de evento que pode ser potencializada pela implementação de elementos inovadores, criativos e tradicionais. De fato, o elemento criatividade e tradicionalismo agiram sobre tal achado, ao passo que a inovação não foi bem aplicada. De toda forma, ao se explorar características culturais únicas do município de Mossoró, desenhou-se um cenário propício a vivências ímpares, respaldando os estudos de Pettersson e Getz (2009).

Outro aspecto relevante repousa sobre os conceitos que indicam a capacidade de recorrer à memória para aprimorar os resultados benéficos da experiência, conforme destacado por Talarico e Rubim (2003). Elementos que remetiam às celebrações passadas dos festejos permitiram conectar os usuários a um universo de boas lembranças, possibilitando assim revisitar o formato tradicional da festa com todas as suas nuances e incorporá-las à vivência do virtual. Certamente, a experiência memorável gerada neste contexto vai além do mero desfrute dos momentos, pois agrega o contexto em que se desenvolveu, marcado por um cenário atípico onde a virtualidade se mostrou fundamental para a participação em eventos.

A organização temporal destacou-se em um contexto de celeridade, comprovando sua relevância para proporcionar esclarecimentos sobre o fenômeno da experiência, como foi colocado por Packer e Ballantyne (2016). Desde o início da transmissão, havia uma cobrança rigorosa em relação às atrações, exigindo que tudo ocorresse conforme o planejado. No entanto, a progressão temporal não apresentou estímulos suficientemente robustos para manter a atenção do usuário, resultando em oscilações na presença ao longo de todas as transmissões. Ao final de cada *live*, se observava um número incipiente de espectadores, evidenciando a ineficácia das estratégias de envolvimento e imersão.

Outro elemento que impactou essa questão está relacionado à disponibilidade do evento nas plataformas digitais, permitindo seu acesso em qualquer lugar, momento e número de vezes desejado. Isso dispersou os níveis de engajamento cognitivo, conativo e afetivo, assim como o próprio envolvimento na experiência virtual, legitimando as evidências de Geurtsen (2014).

Somando-se a isso, reparou-se o evento como ferramenta de interação social, em que os usuários compartilhavam significados, representados pela conexão ao festejo e seus traços culturais. Apesar de teorias como as desenvolvidas por Collins (2004), Bowen e Daniels (2005), Gibson e Connell (2012) e Rihova *et al.* (2015) inicialmente se concentrarem em contextos presenciais, foram identificadas nuances que aproximavam pessoas e as estimulavam a interagir

mais nos *chats*, fortalecendo assim sentimentos de desapego, união, pertencimento, amabilidade, conexão e comunhão.

Certamente, pôde-se verificar que a legitimidade do evento, uma característica inerente às festas populares, o fez alcançar seu público cativo de outras épocas, que se fez presente prestigiando os artistas e toda a cultura local. De toda forma, a experiência do usuário foi moldada com base na tradição e no fortalecimento da identidade de uma audiência que se enxerga representada pelo MCJ, proporcionando uma experiência positiva para grande parte do público. O *ciberespaço* se tornou um recurso multifacetado, não apenas de entretenimento, mas também de afetividade, ação, interação social e estética.

Finalmente, a restrição tecnológica na entrega de experiências em eventos virtuais contraria a tendência apresentada na literatura em relação à evolução da experiência inteligente, capaz de criar interações mais significativas, eficientes e adaptadas às necessidades específicas de cada indivíduo. Nesse contexto, a exclusão de elementos tecnológicos que poderiam aprimorar essas experiências, tais como a IoT, NFC e IA, pode ser justificada pela falta de incorporação do *design* em todo o processo de planejamento, gestão e entrega dos festejos, aliada ao elevado custo e à não consagração de alguns desses elementos no cenário dos eventos (Adema & Roehl, 2010; Neuhofer *et al.*, 2020), dificultando o aprimoramento da interação, cocriação de experiências transformadoras, envolvimento e engajamento, como observado à medida que o tempo passava e a audiência diminuía nos eventos virtuais (Gretzel *et al.*, 2015a; Kharouf *et al.*, 2020; Neuhofer & Buhalis, 2013; Neuhofer *et al.*, 2015; Ryan *et al.*, 2020; Tussyadiah *et al.*, 2017).

Nesse processo, também não foi identificado o desenvolvimento de aplicativos que ampliassem a rede de socialização, conferindo ao evento uma dinâmica mais interativa (Buhalis & Amaranggana, 2013; Gretzel *et al.*, 2015b; Luxford & Dickinson, 2015; Wang *et al.*, 2016). Limitando-se apenas ao desenvolvimento das transmissões ao vivo e do *streaming*, corroborando com os estudos de (Buonincontri & Micera, 2016; Estanyol, 2021; Neuhofer *et al.*, 2015).

Esse cenário contradiz a premissa defendida por Bowdin *et al.* (2012), Getz (2012), Robertson *et al.* (2015), Buhalis e Law (2008), Martin e Cazarré (2016) e Solaris (2018), que apontam o setor de eventos como adaptável às transformações ambientais e ativamente envolvido na proliferação e aplicação de tecnologias de vanguarda, inaugurando uma nova era nas tecnologias de eventos.

De toda forma, o que se constatou é que, de acordo com a categorização de Solaris (2018), a progressão das tecnologias nos festejos juninos analisados ainda se limita a elementos

iniciais que já alcançaram o *status* de mercadoria da experiência, representando uma norma essencial para a construção dessas vivências. Observa-se apenas algumas tecnologias de engajamento, como pesquisas e participação ao vivo, não atingindo o registro e emissão de ingressos *online*, nem o desenvolvimento de aplicativos móveis para eventos, tampouco avançando para uma etapa subsequente que introduza outra categoria de um novo ecossistema: a Realidade Virtual (VR), Realidade Aumentada (AR) e Inteligência Artificial (IA).

Portanto, os resultados obtidos na análise da experiência do usuário durante o MCJ Virtual revelam a complexidade e riqueza dos elementos que influenciam a vivência virtual. A memória associada aos eventos passados, a interação fundamentada na partilha de valores culturais contribuiu significativamente para a formação de uma sensação emocional única.

No entanto, a concatenação dos achados ao contexto do momento revelou um cenário passível de vivências, mas não intensas ao ponto de causar um maior envolvimento e imersão. Destaca-se então, que há potencial para aprimoramentos substanciais ao compreender e implementar o *design* de eventos de maneira mais aprofundada assim como a implementação de tecnologias inovadoras, sendo possível antecipar e projetar experiências mais personalizadas, conferindo ao evento uma distinção em relação às diversas opções disponíveis na *web*. Esta abordagem oferece uma oportunidade valiosa para otimizar a interação do usuário, enriquecendo ainda mais a experiência virtual em futuras celebrações juninas e eventos similares.

Com os resultados consolidados do MCJ Virtual, a atenção é direcionada para a análise comparativa trazida pelo Circuito Mundial de *Lives* de Eventos Juninos. Neste novo contexto, ao se examinar os desenhos de experiência implementados pela equipe organizadora e as vivências efetivas dos usuários, busca-se identificar padrões, contrastes e contribuições únicas que possam enriquecer a compreensão das festividades juninas *online*.

Em sequência, tal como indicado pelo *slogan* utilizado pelo festejo São João de Campina Grande, até no universo virtual, ele demonstra ser ‘O Maior São João do Mundo’. Cada *live* foi exposta por uma média de seis horas e as interações aconteciam em números que englobavam as casas dos milhares. De todo modo, os vocábulos identificados nos textos das interações trouxeram resultados adicionais que puderam acrescentar pormenores à pesquisa (Figura 29).

Durante as *lives* foi possível vivenciar a tradição por meio do Concurso Corte Junina na qual foram eleitos a Rainha do Milho, o Casal de Noivos e o Casal Matuto, da Live Zumba, documentários que expuseram a história dos grandes artistas e comunicadores da cidade de Campina Grande - demonstrado na Figura 30 do acender da fogueira, da efetivação do casamento coletivo - que englobou casais héteros e homoafetivos - apresentado na Figura 30, do ensino de receitas da gastronomia regional, das apresentações culturais de quadrilhas juninas, trios de sanfoneiros, banda de pífanos, teatro de mamulengo, declamação de poesias e dos desafios de repentistas, emboladores, violeiros e cantadores.

Figura 30.

Tradicional Casamento Coletivo e Live Zabumba



Fonte: Canal Instagram São João de Campina Grande (2021).

Uma observação relevante reside no Circuito Mundial de *Lives* e Festejos Juninos, que demonstrou uma preocupação em proporcionar uma programação diversificada capaz de atrair uma ampla gama de públicos. Sustentada pela cultura como pilar fundamental e agindo como o conceito orientador de toda a execução do festejo, a programação destacou-se pelos *shows* musicais de artistas renomados no cenário brasileiro como ponto culminante do evento. Antes desse ápice, diversos atrativos foram incorporados, influenciando diversas dimensões da experiência, permitindo a ativação do engajamento cognitivo. Isso se deu por meio da exposição de vídeos que abordavam contextos variados de celebrações juninas em diferentes regiões, além da oportunidade de aprender receitas de alimentos típicos regionais.

De forma oposta ao tradicional festejo de São João de Campina Grande, que detêm como local principal o Parque do Povo (PP), a Vila Sítio São João foi cenário para a transmissão do evento em seu formato virtual. Trata-se de um espaço idealizado pelo cenógrafo, dramaturgo e ativista cultural João Dantas que intencionou reproduzir o cotidiano de outrora em um sítio do interior, remontado os lugares que faziam parte da cultura nordestina, como casa de farinha, roçado de milho, casa de taipa, tipografia e difusora, todos os locais com artigos reais que ornamentavam os espaços (Lucena, 2021). A Figura 31 apresenta o espaço mencionado.

Figura 31.

Vila Sítio São José



Fonte: Canal Instagram São João de Campina Grande (2021)

No contexto exposto, os apresentadores utilizavam-se dos nove cenários da Vila Sítio São João para a criação do pólo denominado ‘Istúdio Laive Arraiá’, exibido na Figura 32, onde ocorria a apresentação dos artistas principais. Já o Museu de Arte Popular da Paraíba (MAPP) ou, como também é conhecido o Museu dos Três Pandeiros, hospedou o ‘Istúdio Laive Muganga’, espaço destinado principalmente à alusão do nome do artista campinense Genival Lacerda. Já próximo à finalização do mês de festejos virtuais, foi gerado um novo espaço denominado Arena Roça *Pop Rapper* e Bodega que trazia uma mistura de inovação e tradicionalidade.

A integralidade desta produção influenciou a dimensão estética, destacando-se pela concepção de um cenário enriquecido por elementos de memória afetiva, os quais transmitiam uma narrativa rica em detalhes do contexto histórico e cultural da ambientação tradicionalmente nordestina.

Figura 32.

‘Istúdio Laive Arraiá’



Fonte: Canal Instagram São João de Campina Grande (2021)

Excetuando as *lives* iniciais, as demais a ocorrerem durante todo o mês de junho de 2021 seguiam um modelo similar. As apresentações alternavam-se entre cantores e outras manifestações artísticas e culturais, em que normalmente, a atração principal era deixada para próximo do encerramento da *live*, estratégia utilizada visando manter a audiência durante toda a exibição. Ao contrário do que ocorreu no MCJ Virtual 2021, a live oficial do São João de Campina Grande apostou na apresentação de artistas renomados, notoriamente, gerou grande expectativa e satisfação por parte do público e agiu sobre o entretenimento. Entretanto, o fato de postergar tal exposição, ocasionou desconforto e constantes reclamações que atuaram de forma negativa sobre a experiência vivenciada pelo usuário.

Em adição, foi observada uma inquietação por parte dos participantes nas interações via *chat* em relação às propagandas excessivas, aos sorteios das loterias da Caixa Econômica Federal realizados durante a transmissão ao vivo e até mesmo em relação às abordagens culturais que precediam as principais atrações. Essa inquietação evidenciou as preferências do público, bem como a pressa e ansiedade por essas apresentações, que, em alguns casos, levavam à desconsideração de toda a programação adicional.

A *live* Oficial do São João de Campina Grande - Circuito Mundial de *Lives* e Eventos Juninos foi um momento ímpar de disseminação da cultura junina para além do contexto regional, demonstrando diferentes formas de celebração e raízes culturais de cada localidade apresentada. Ainda assim, não ofuscou o brilho da tradição nordestina e campinense que obteve destaque durante todo o circuito de apresentações e causou orgulho aos moradores locais, validando o sentimento de pertencimento.

As falhas técnicas foram recebidas com desaprovação por parte do público, que demonstrava uma exigência rigorosa em relação à qualidade dos mecanismos que viabilizavam a observação do evento. A cada imprevisto que surgia, a reação era imediata, estabelecendo um canal direto para sugestões de aprimoramento na transmissão ou para a expressão de julgamentos negativos. Isso ficou evidente, por exemplo, na baixa velocidade da *internet* utilizada, que resultava em quedas frequentes de conexão, nos momentos de ausência de áudio e na ausência de intérpretes de libras.

O reconhecimento de tais adversidades reverberou desfavoravelmente sobre a dimensão do escapismo. Apesar do momento ser oportuno para oferecer eventos virtuais capazes de proporcionar uma fuga do cotidiano, a reação quanto às ações que advém do evento são potencializadas, fazendo a experiência transitar rapidamente dentre um grau positivo ao negativo, ou vice-versa.

De maneira oposta ao MCJ Virtual 2021, não se identificou a disseminação das *hashtags*, entretanto, havia o uso constante de solicitações de compartilhamento do *link* que direcionava para a transmissão ao vivo. Adicionalmente, também foi constatado que, em ambos os eventos, não houve a incorporação de forma substancial de elementos tecnológicos inovadores, de modo que, as *lives* analisadas ocorreram de forma similar a tantas outras desenvolvidas à época, ressaltando características comuns de uma transmissão ao vivo, ratificando a imaturidade tecnológica dos eventos realizados no Brasil.

Walkiria!!!! Posso beijar a noiva? Rapaz, acho que foi desacerto fazer um casamento no começo da <i>live</i>, poderia apenas mostrar as fotos da cerimônia e alguns momentos. Tá bom! Bota o povo para cantar! Não termina nunca isso? Quero lá saber de Safadão e Juliette! Quero Kátia Cilene e Sirano e Sirino!!!! Foi demais!!!! Que maravilha foi Elba com Juliette!!!! Juliette, rainha do mundo todinho!	<i>Live</i> sem futuro! Faltaram os intérpretes de LIBRAS, não consigo ver!!! Sem acessibilidade???? Vocês que só falam mal, vão se lascar! o processo envolve muita gente, uns competentes, outros nem tanto. Aí o bicho pega! 1h de atraso!!! Nem os aviões da Transbrasil atrasavam tanto assim Os organizadores devem estar tendo problemas. Mas são coisas que tinham que ser resolvidas antes. Marcou um horário, estamos aqui! Um evento como esse é terrível para se organizar, pq tem muito ego no meio, gente sem responsabilidade etc. e tal! Tá péssimo! Tá sem som!!!! Está chata essa <i>live</i>! Transmissão fraca viu! Estamos na <i>internet</i>! Tudo era pra ser mais ligeiro! TÁ TRAVANDO MUITOOO!! 10 mil propagandas kkkk!!!!	a equipe que fez com muito carinho! Melhor <i>liveee</i>! Parabéns a todos envolvidos no maior São João do mundo virtual!!! Tudo lindooooooo! Festa linda! Que <i>live</i> boa! Sensacional! Fantástico! Os comentários estão melhor que as músicas. Kkkkkk!!! Muito bem organizado e elaborado! Parabéns aos envolvidos! Campina Grande encerrando o Maior São João do Mundo com chave de ouro. Arrasooo!!!
---	--	---

Valores Compartilhados	Memória	Identidade e Pertencimento
Saco de política, vamos prestigiar a live que é feita com tanto esforço e ainda mais em tempos de pandemia. Se cuidem e cuidem de quem vcs amam. 500 MIL MORTES FORA BOLSONARO A culpa é do presidente kkkk!!! Lula 2022!!! Será possível que até em uma <i>live</i> maravilhosa tenha esta boiada apaixonada levando peia todo dia com a carestia e ainda fala deste senhor. Abriam a porteira do curral, o gado invadiu a <i>live</i> muuuuu bozolandia! PAREM DE FALAR DE POLÍTICA E VÃO CURTIR A LIVEEEE !! Viva a diversidade! viva aos noivos! viva Santo Antônio!! Homem com homem, não! Toda forma de amor é amor! Homem com mulher tá certo! HOMEM COM HOMEM SIM, NÃO TEM PROBLEMA NENHUM!	Era pra essa hora já está no esquentar pra ir para o PP dançar um forrozim na festa da 98! OHHH SAUDADE DO PARQUE DO POVO! Saudades da gota serena do PP! Chega arrepiei de saudades desse São João! Saudades da palhoça com a poeira cobrindo! Tempo que todos nós éramos felizes e não sabíamos! Saudades do PP! SAUDADE DO SÃO JOÃO AQUI EM CAMPINA! Saudades de amanhecer o dia no Parque do Povo! Era hoje que eu só chegava amanhã! Vendo esses repentistas lembro muito do meu pai que cantava muitos repentis e gostava de ouvir. Ô saudade de uma festa!!! Eita saudade de dançar forró no Parque do Povo! EITA QUE NOSTALGIA!	Não deixem a peteca cair. Campina é maior. Não é à toa que tem o nome de Campina Grande, pq as pessoas são gigantescas no coração! O Maior São João do Mundo é em Campina Grande PB! Campina Grande! Paraíba! Nordeste! Brasil! Não deixem a peteca cair! Campina é maior! Vamos valorizar nossa cidade! A única que tem o maior São João do mundo! Campina Grande! Essa é a terra que amo de verdade o melhor são do mundo! Campina grande é pauuuuuuuuu!!! Nordestinos! Povo feliz! Tocou uma sanfona, um triângulo e uma zabumba. Como é que fica quieto? Minha terra maravilhosa! Nem a COVID-19 impede o brilho desse grande evento! SOU PARAIBANA COM MUITO ORGULHO! Campinense, o melhor da Paraíba!

Aqui não cabe discurso de gente atrasada!!!! Vai continuar tendo homem com homem sim!! Tá achando ruim? Se rasgue! Casal de homens vai jogar o quê? Vai jogar o amor e a felicidade que você não tem! Mal-amada!		São João de Campina Grande é o melhor do mundo! Espero que ano que vem já esteja todo mundo no Parque do Povo dançando muito forró! Parabéns, Campina Grande, honrada e merecedora de manter o Melhor São João do Mundo! O NORDESTINO É UM POVO SOFRIDO, GUERREIRO E ACOLHEDOR!
--	--	--

Diante do exposto, foram identificadas similaridades entre alguns aspectos do MCJ Virtual, conforme delineado no quadro 10, que evidencia as preocupações, elogios, memória e identidade e que já foram devidamente discutidos anteriormente no início desta seção. Aqui, torna-se relevante ressaltar o que os diferencia, expresso em um primeiro momento no âmbito dos valores compartilhados, em que emergiu uma distinção relacionada à barreira que separava ou unia os usuários em um mesmo grupo. Enquanto no MCJ Virtual a ênfase recaía sobre questões de multiculturalidade, no Circuito Mundial de *Lives* e Eventos Juninos voltava-se para construções pessoais acerca de valores, moralidade e política, adicionando complexidade à perspectiva organizacional.

Certamente este achado sugere a necessidade de uma atenção minuciosa a três elementos fundamentais: as características inerentes ao evento, o contexto do momento em que ele ocorre e o perfil do público participante. O tipo de evento não apenas orienta, mas proporciona os alicerces para toda a concepção do acontecimento. Este direcionamento não implica uma restrição à criatividade; ao contrário, está intrinsecamente ligado à compreensão dos princípios que fundamentam o planejamento, gestão e execução do evento, identificando tanto os elementos inerentes a ele quanto as possíveis implementações disponíveis. Por sua vez, o contexto do momento oferece *insights* valiosos acerca de elementos contemporâneos que são pertinentes para a construção de significado no evento.

Por fim, a definição do perfil do público não apenas contribui para compreender a motivação, mas requer uma compreensão aprofundada das diversas demandas emergentes desse público. A exemplo disso, a mesma acessibilidade que foi elogiada durante a transmissão ao vivo do MCJ foi criticada pela ausência de intérpretes de Libras (Língua Brasileira de Sinais)

no Circuito Mundial de *Lives* e Eventos Juninos de Campina Grande. Ao longo das apresentações, a presença desses intérpretes foi inconsistente, dificultando a compreensão para o público surdo. Mesmo quando estavam presentes, sua visibilidade era limitada, prejudicando ainda mais a acessibilidade. Nesse sentido, é imperativo dominar meios que permitam a projeção holística de experiências, transmitindo-as ao público com uma abordagem personalizada.

Outra faceta intrigante volta-se para a temporalidade, mais precisamente para o contexto acelerado no qual as pessoas estão imersas. Durante as transmissões ao vivo, foi evidenciada uma sensação de urgência e um desejo iminente de chegar rapidamente à atração principal, sugerindo que a programação inicial não estava suficientemente cativante. Mesmo considerando esses aspectos, juntamente com a concorrência simultânea de outras transmissões ao vivo e a conscientização de que a gravação estaria disponível para visualização posterior, no Circuito de *Lives* e Eventos Juninos - São João de Campina Grande, o público permanecia sintonizado até a chegada da grande atração da noite, mesmo quando a transmissão se estendia por várias horas.

Tal como feito com os resultados do MCJ Virtual, torna-se oportuno demonstrar as dimensões da experiência afetadas a partir da vivência do Circuito Mundial de *Lives* e Eventos Juninos - São João de Campina Grande, nesse sentido, a Figura 33 exprime os principais elementos que viabilizaram tal resultado.

Figura 33.

Dimensões da experiência Circuito Mundial de Lives e Eventos Juninos



Tal cenário indica que, mesmo na ausência de domínio teórico e técnico de métodos que projetem e ofereçam experiências envolventes ao público, alguns fatores se sobrepuseram a esta constatação. Nesse sentido, destacam-se: o contexto do momento que limitava a vivência de experiências mais expressivas, a força da marca e a representatividade do evento para um público específico, os rituais desenvolvidos à época em torno do auto exposição por meios das redes sociais e a própria interação social viabilizada a partir do evento.

Uma vez mais, essa complexa interligação reconhece a experiência como uma construção pessoal e singular, moldada por características psicológicas, históricas, culturais e sociais do indivíduo ao mesmo tempo que permanece permeável aos efeitos das interações sociais e ambientais, adicionando camadas de complexidade à sua formação, embasando assim, os estudos de Zuckerman (1971), Belk (1975), Hirschman e Holbrook (1982), Gardner (1985), Lee *et al.* (1994), Hull *et al.* (1996), Wood (2009) e Richards (2019).

A complexidade da formatação de experiências em eventos (Pettersson & Getz, 2009) reforçam a perspectiva da necessidade de uma abordagem projetada, sob risco de serem entregues ao acaso, ampliando o potencial de gerenciamento daquilo que se almeja proporcionar ao público do evento. Nesse contexto, torna-se imperativo a aplicação de métodos

que possam compreender essas particularidades, visando potencializar os resultados previamente delineados. Mais uma vez, o *design* de eventos se mostra como uma ferramenta promissora para superar essas dificuldades e orientar de maneira mais assertiva as decisões relacionadas ao envolvimento do público do evento, respaldando assim a construção teórica construída por Getz (2005; 2012), Brown e James (2004), Berridge (2007; 2012b; 2015; 2020), Nelson (2008), Brown e Hutton (2013), Crowther (2014) McLoughlin (2015) e Orefice (2018).

Intencionando condensar e expor os resultados por meios gráficos que induzem a uma melhor compreensão, a Figura 34 sintetiza os principais achados do presente tópico.

Figura 34.

Síntese das experiências dos usuários nas lives juninas



Ao relacionar e unificar as principais conclusões sobre as estratégias aplicadas pelas organizações com as experiências identificadas e vivenciadas no contexto virtual do Mossoró Cidade Junina (MCJ) e do Circuito Mundial de *Lives* e Eventos Juninos - São João de Campina Grande, é possível obter uma visão holística da modelagem da experiência dos participantes, destacando a ausência do método de *design* de eventos e suas implicações.

Em ambos os contextos, a falta de uma abordagem estratégica e orientada para o *design* de eventos resultou em experiências do usuário subótimas. Tanto no MCJ Virtual quanto no Circuito Mundial de *Lives*, observou-se uma desconexão entre as expectativas dos participantes e a entrega efetiva do evento, juntamente com lacunas significativas na ambientação, interação e satisfação geral dos usuários.

No MCJ Virtual, embora tenha havido um compromisso com a acessibilidade e uma tentativa de criar uma experiência mais inclusiva e participativa, a falta de uma concepção planejada e estruturada da experiência, aliada à limitação tecnológica, limitou o potencial de criação de experiências envolventes e memoráveis. Por outro lado, o Circuito Mundial de *Lives* e Eventos Juninos - São João de Campina Grande enfrentou problemas semelhantes, como falhas técnicas durante as transmissões e debates políticos constantes durante as interações via *chat*, afetando negativamente a qualidade geral da experiência.

No entanto, há diferenças na forma como esses eventos lidaram com a falta de uma abordagem estratégica para o *design* de eventos. Enquanto o MCJ Virtual demonstrou uma tentativa de promover a experiência do usuário por meio de iniciativas como interpretação em Libras e interação nas redes sociais, o Circuito Mundial de *Lives* não se destacou pela promoção específica da experiência do usuário.

Em resumo, os resultados destacam a importância de uma abordagem mais integrada e estratégica para a promoção da experiência do usuário em eventos virtuais. Essa abordagem deve abranger não apenas a diversidade de conteúdo oferecido, mas também a gestão de tempo, a qualidade técnica das transmissões, o envolvimento do público em atividades interativas e a promoção de uma experiência mais imersiva e satisfatória. A aplicação do método de *design* de eventos pode ser fundamental para preencher as lacunas identificadas e criar experiências mais significativas e impactantes para o público no ambiente virtual.

Diante das conclusões extraídas da análise acima, delineia-se um contexto fundamental para a compreensão das dinâmicas relacionadas à participação remota. Contudo, para uma abordagem holística e aprofundada, a transição agora direciona-se à investigação das experiências dos usuários em eventos presenciais. Neste novo segmento da pesquisa, busca-se explorar as complexidades e as nuances das interações que caracterizam as vivências físicas. Em tal perspectiva, almeja-se desvelar os elementos distintivos e as dinâmicas que moldam a imersão dos participantes nas celebrações presenciais.

4.2.2 Reconexão Festiva: Explorando as Experiências do Usuário nas Festas Juninas com o Retorno ao Ambiente Presencial.

Na sequência da pesquisa, adentra-se em uma etapa destinada à apresentação dos dados provenientes das experiências diretas nos eventos presenciais das festas juninas. Este capítulo tem como objetivo fornecer uma compilação objetiva e detalhada das percepções e vivências dos participantes, oferecendo uma visão das dinâmicas envolvidas nessas celebrações.

Considerando que a experiência se constitui com características psicológicas que flutuam em conformidade com a singularidade do indivíduo e revelam-se como construções pessoais (Pettersson & Getz, 2009; Richards, 2019; Wood, 2009), se fez necessário um olhar pormenorizado para as particularidades dos indivíduos envolvidos. O método de aplicação do questionário adaptou-se ao contexto da pesquisa, permitindo o estreitamento da relação com os participantes. Estes passaram a reconhecer e interagir com a pesquisadora em momentos posteriores e locais distintos dos festejos.

Embora os três eventos apresentem similaridades em termos das características de seus públicos, o grau de escolaridade emerge como um elemento diferenciador. Observa-se um nível educacional mais elevado entre os participantes do MCJ em comparação aos demais eventos. Essa discrepância sugere que os traços culturais amplamente divulgados como elementos distintivos do MCJ, de fato, atraem um público particularmente interessado em aspectos mais cognitivos e reflexivos da festa. A figura 35 evidencia o perfil dos usuários dos eventos que colaboraram com a presente pesquisa.

Figura 35.*Perfil dos participantes da pesquisa*

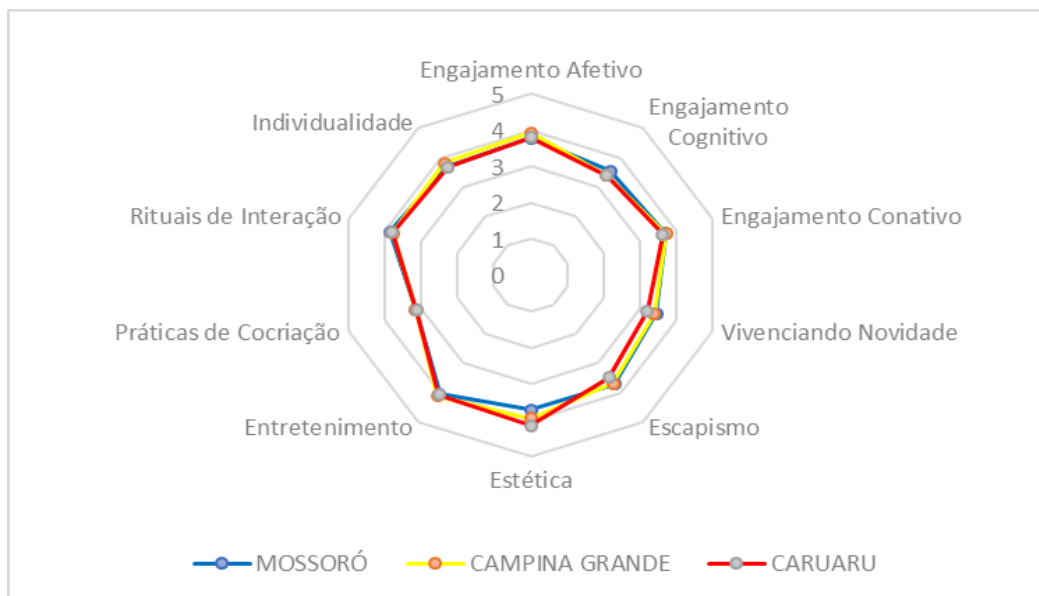

	MCJ	SÃO JOÃO CAMPINA GRANDE	SÃO JOÃO CARUARU
CIDADE DE RESIDÊNCIA	Mossoró 65,8%	Campina Grande 39,8%	Caruaru 49,6%
IDENTIDADE DE GÊNERO	Feminino 70,7%	Feminino 56,8%	Feminino 62,4%
FAIXA ETÁRIA	25 a 34 anos 32,2%	25 a 34 anos 36,8%	25 a 34 anos 48,3%
ESTADO CIVIL	Solteiro 49,1%	Solteiro 53,7%	Solteiro 59,5%
GRAU DE ESCOLARIDADE	Pós-Graduação Completa 25,9%	Médio Completo 32,3%	Superior Completo 25,7%
RENDA FAMILIAR	Entre 1 e 3 salários mínimos 51,4%	Entre 1 e 3 salários mínimos 49,3%	Entre 1 e 3 salários mínimos 54,2%

Ao mesmo tempo, a observação participante entrelaça as percepções, não apenas complementando, mas exacerbando a materialidade natural do instrumento inicialmente aplicado. A observação participante desempenhou um papel fundamental na compreensão da experiência experimentada pelos usuários. Essa abordagem qualitativa proporcionou uma perspectiva mais rica, permitindo uma imersão mais profunda nas nuances da vivência dos participantes durante os eventos, contribuindo significativamente para a abrangência e complexidade da análise.

Nesse cenário, os resultados obtidos por intermédio dos questionários, contribuíram para as médias alcançadas nas dimensões da experiência do usuário que, ao serem interseccionadas, relacionou os dados dos três festejos analisados nesta categoria: Mossoró Cidade Junina, São João de Campina Grande e São João de Caruaru, apresentados na Figura 36.

Figura 36.

Interseção das Dimensões da Experiência MCJ, São João de Campina Grande e São João de Caruaru



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A dialética decorrente da interação dos dados evidencia a proximidade de valoração atribuída a cada dimensão da experiência do usuário em eventos, com algumas alternâncias pontuais ao estruturar tais números de forma hierárquica. Os resultados sublinham a complexidade e a diversidade das percepções dos participantes em cada dimensão, fornecendo informações essenciais para a compreensão dos fatores que moldam a vivência nesses eventos.

A estética e o entretenimento foram dimensões fortes em todos os festejos, mas com nuances distintas. São João de Caruaru foi o festejo que se destacou no domínio da estética que, por meio de elementos decorativos, permite uma experiência mais contemplativa e passiva, como afirmam Pine e Gilmore (1999). Entretanto o que foi averiguado, amplia esse senso contemplativo e demonstra aplicações coordenadas que vão ao encontro à premissa apresentada por Nanay (2023) em que a experiência estética representa uma forma de interação entre sujeito, objeto e outros indivíduos que se encontram ativamente envolvidos na tentativa de se aproximar do objeto estético. Nesse sentido, permite a criação de espaços que interagem com o usuário e o torna protagonista de suas vivências (Goldblatt, 1997).

A inserção de elementos decorativos e estéticos desempenha um papel significativo nos festejos juninos, contribuindo para a riqueza cultural e tradição associadas a essas celebrações. Vários aspectos podem ser considerados ao explorar a função desses elementos nos festejos juninos. Os elementos decorativos, como bandeirinhas coloridas, balões e outros adornos típicos, ajudam a preservar e transmitir a identidade cultural. Eles refletem a herança regional, proporcionando uma conexão visual imediata com as tradições locais. Por terem suas raízes em tradições religiosas e folclóricas, elementos como fogueiras, altares e símbolos religiosos desempenham um papel na expressão da religiosidade e conexão com mitos e lendas populares.

Além disso, a estética junina é conhecida por sua alegria e vitalidade. Elementos decorativos contribuem para a criação de um ambiente festivo, estimulando os sentidos e promovendo a atmosfera de celebração. A conexão desses elementos permite o fortalecimento do sentimento de comunidade, estimulando a participação, a cooperação e o engajamento entre os membros da comunidade e reforçando os laços sociais e culturais.

Ao se comparar os três festejos, o MCJ exibiu elementos decorativos que não estiveram à altura da expressividade cultural que o evento demanda. Efetivamente, era possível avistar apenas algumas bandeirinhas e balões juninos dispersos pelos polos, destacando-se mais expressivamente no interior da Arena Deodete Dias, além da apresentação no palco principal que revelou beleza e elementos inovadores. Entretanto, é crucial ressaltar que, em face de um evento tão significativo, a articulação coesa desses elementos se torna crucial, visto que a experiência do usuário é construída pela integração de diversas dimensões. A negação de qualquer uma delas pode impactar negativamente a experiência como um todo. Intencionando servir uma referência estético-simbólica acerca da experiência plástica vivenciada em cada festejo, aplicou-se aqui painéis semânticos como ferramenta imagética. A Figura 37 apresenta os detalhes dispensados à ornamentação junina do MCJ.

Figura 37.*Painel semântico decoração MCJ*

Fonte: Acervo da pesquisa (2022)

Enquanto o MCJ evidenciava uma limitação quanto ao investimento em elementos decorativos, o São João de Campina Grande é reconhecido por apresentar uma ornamentação vistosa e alinhada à representatividade da cultura local. No entanto, apesar de ter contemplado uma média positiva na avaliação do público, no ano em questão percebeu-se um descontentamento, especialmente entre os moradores locais, que não visualizaram a mesma beleza de anos anteriores.

Eles enfatizaram a falta de zelo por parte da organização em relação a um evento de tamanha representatividade nacional. Na perspectiva deles, a fogueira gigante - símbolo do São João de Campina Grande - pareceu estar inacabada, e as bandeirinhas, que normalmente preenchem todo o espaço do Parque do Povo, foram dispostas de maneira insignificante. Outra crítica foi direcionada à utilização do letreiro na parte lateral superior externa à Pirâmide, que ostenta a frase 'Maior São João do Mundo'. No ano de 2022, esse espaço foi convertido em área de propaganda para os patrocinadores e parceiros do evento, causando inquietação entre o público fiel do evento, conforme evidenciado pela Figura 38.

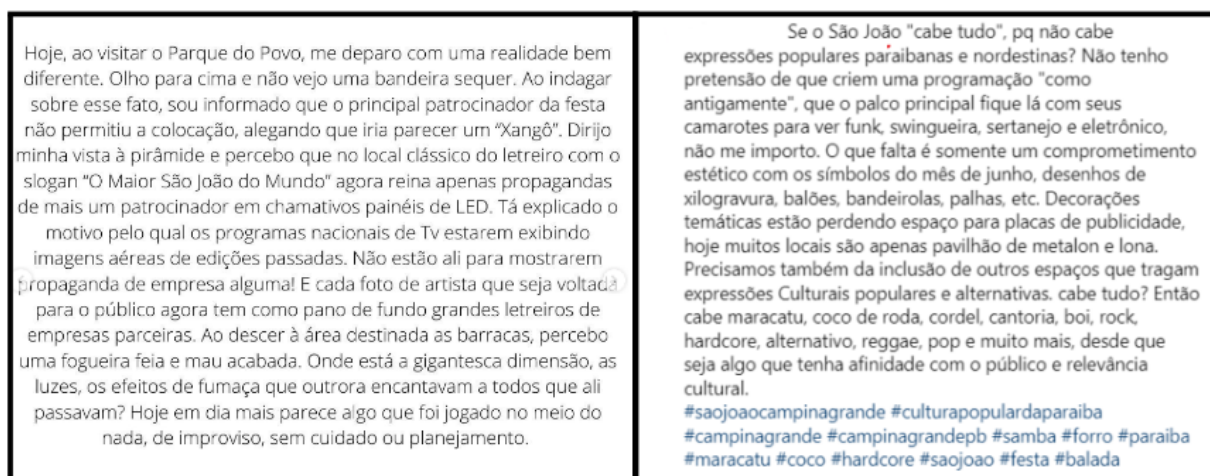
Figura 38.

Letreiro Parque do Povo São João de Campina Grande



Fonte: Elaborado pela autora a partir de imagem disponível no Instagram do São João de Campina Grande (2022)

Ao vincular essa constatação à insatisfação resultante da substituição de representantes da cultura local por atrações que se afastam desse contexto, percebe-se um impacto significativo na reafirmação do senso de identidade por meio do evento e dos elementos culturais nele aplicados. Isso provoca uma divisão recorrente entre aqueles que advogam pela preservação da autenticidade e manutenção dos moldes tradicionais do evento e aqueles que buscam uma expansão do festejo através da incorporação de elementos contemporâneos. O ponto de equilíbrio, sem dúvida, reside em ponderar sobre as transformações, garantindo ao mesmo tempo a centralidade dos valores e tradições do festival, conforme retratado pela Figura 39, que apresenta o posicionamento de dois usuários nas redes sociais.

Figura 39.*Posicionamento usuários do São João de Campina Grande*

Fonte: Post em rede social de usuário com perfil aberto e comentário no Instagram do São João de Campina Grande, respectivamente (2022)

De toda forma, tornou-se evidente que a interpretação do turista difere daquela identificada pelos residentes, uma vez que a decoração utilizada e a espetacularização do festival impactam positivamente esse público. É incontestável que a beleza da cenografia desperta admiração, visto que as reproduções de algumas construções da cidade são praticamente idênticas aos originais, e a Pirâmide colore o cenário junino com as cores intensas de suas bandeirinhas. Além disso, a combinação de elementos que transformam o evento em um grande espetáculo tende a agradar ao criar um cenário lúdico para aqueles que vêm de outras cidades. Essas observações podem ser identificadas na Figura 40.

Figura 40.*Painel semântico decoração do São João de Campina Grande*

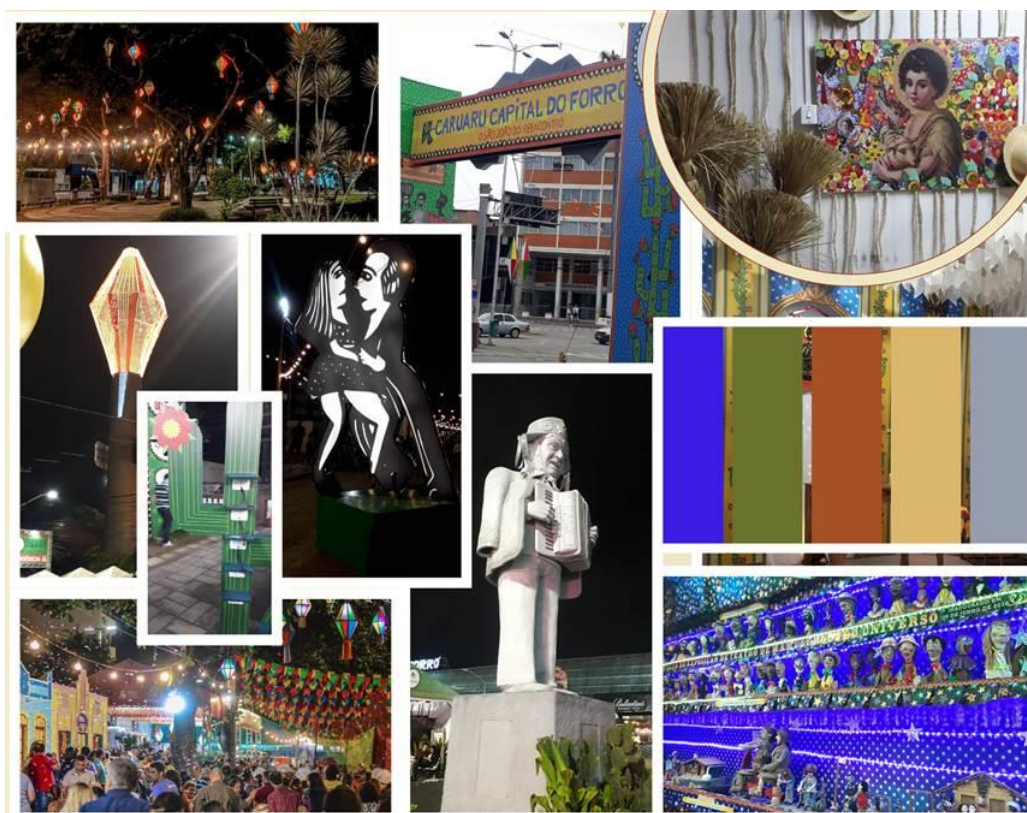
Fonte: Acervo da pesquisa (2022)

Concluindo a trajetória estética, o São João de Caruaru revelou-se como um cenário singular, destacando-se entre os demais festejos. Ao adentrar no evento, seja por qualquer um dos polos, era notável o zelo dispensado à decoração, com detalhes que se harmonizavam ao contexto, proporcionando uma experiência contemplativa. O Pátio de Eventos, que abriga dois monumentos imponentes, o balão e a estátua de Luiz Gonzaga, estava ricamente ornamentado com bandeirinhas coloridas e contava com um palco de *design* inovador. O percurso em direção ao Polo Juarez Santiago era envolto por luzes, bandeirinhas e balões juninos de diferentes dimensões. Ao chegar ao Polo Cultural Estação Ferroviária, observava-se uma interconexão de símbolos com um conceito fundamentado na xilogravura.

Todos esses elementos encontravam-se cuidadosamente distribuídos pelo espaço, agregando valor desde a sinalização básica até os elementos decorativos. Em alguns momentos, era possível perceber a funcionalidade integrada à decoração, como nos cenários de cactos estrategicamente posicionados próximos aos bancos de praça, que ofereciam tomadas para o carregamento de baterias de celular. Na proximidade, havia um local que apresentava um cenário de bonecos em movimento, representando figuras populares da cultura nordestina. A coreografia sincronizada dos bonecos guiava o espectador por uma dança envolvente, proporcionando uma experiência imersiva. O conceito do evento pode ser contemplado na Figura 41.

Figura 41.

Painel semântico decoração do São João de Caruaru



Fonte: Acervo da pesquisa (2022).

As respostas encontradas em campo denotam que a beleza estética dos festejos pode ser aprimorada para assim elevar o patamar de mera contemplação. Decerto, o que vem sendo feito nesta área incorpora beleza, mas há espaço para ir além e oferecer uma experiência esteticamente agradável e permitindo esse espaço adquirir características liminoides, como prega Tinsley *et al.* (1993).

A falta de atenção a uma decoração mais atraente nos grandes festejos juninos pode ser atribuída a diversos fatores, muitos dos quais estão relacionados a aspectos econômicos, culturais e organizacionais. Alguns eventos, mesmo os de grande porte, podem enfrentar restrições orçamentárias significativas. Outro fator que pode ser considerado é que a realização de grandes eventos ao ar livre pode demandar desafios logísticos e de infraestrutura. Nesse sentido, a alocação de recursos para a decoração pode ser vista como secundária em comparação com outras necessidades operacionais, como segurança, acessibilidade, acomodação do público, infraestrutura e atrações principais.

Ainda é possível afirmar que em algumas regiões, a simplicidade da decoração pode ser uma escolha deliberada para manter a autenticidade das tradições locais. Algumas comunidades valorizam uma estética mais modesta como parte integrante da autenticidade das tradições populares juninas e de sua identidade cultural.

De toda forma, os achados indicam que alguns organizadores podem não estar plenamente conscientes dos benefícios potenciais de uma decoração mais atraente, tanto em termos de atração de público quanto na promoção do espírito comunitário. Para resolver essa questão, seria útil uma abordagem equilibrada, considerando a importância da autenticidade cultural, mas também reconhecendo o potencial de uma decoração atraente para enriquecer a experiência dos participantes e atrair um público mais amplo. Sensibilizar os organizadores sobre o cuidado com o ambiente festivo, estabelece base para a criação de uma atmosfera esteticamente agradável, tal como alegam Malouf (1999); Silvers (2004), Monroe (2006), Getz, (2008) e Nelson (2009). Nesse contexto, o São João de Caruaru demonstrou equilíbrio, entregando beleza, funcionalidade e autenticidade cultural.

Adicionalmente, destaca-se a ênfase atribuída à dimensão de Entretenimento na qual obteve a maior pontuação em dois festejos - MCJ e São João de Campina Grande - e apontada como a segunda mais relevante no São João de Caruaru. Certamente, a presente constatação ocorre uma vez que todos os elementos e estratégias convergem para a promoção da diversão, sendo esse, o objetivo primordial dos festejos juninos analisados. Reiterando o que foi exposto em seções anteriores, o poder de atratividade derivado do entretenimento, atrelado a uma visão que analisa os eventos sob um enfoque econômico, reverbera sobre a vivência dos festejos.

O entretenimento se entrelaça com outras dimensões destacadas na pesquisa e se expõe por meio dessas relações. Distintas foram as opções e formas para a vivência da diversão, permeando os espetáculos das atrações renomadas à energia compartilhada meio à multidão, da dança embalada pelos trios de sanfoneiros nas ilhas de forró, das exhibições repletas de entusiasmo e criatividade das quadrilhas juninas estilizadas e tradicionais, da encenação teatral que envolve, ensina e divulga a história e tradição local, da gastronomia que incorpora do tradicional ao global, das manifestações culturais variadas e expressadas por cantorias, performances autênticas de mamulengos, da recitação melodiosa e cadenciada dos cordéis, a dança entre tiros dos bacamarteiros, das ativações instagramáveis, inovadoras e tecnológicas de marcas, da maçã do amor degustada na roda gigante dos parques de diversões, do apelo estético da cenografia cheia de vida, da interação social possível em cada espaço do festejo e do reencontro com o evento após anos sem realização.

A organicidade foi uma característica proeminente em todas as fases, desde a concepção até a entrega dos eventos festivos. Esse elemento unificador refletiu uma abordagem organizacional fundamentada em aspectos tradicionais, onde a experiência proporcionada aos participantes surge de maneira natural, baseada na satisfação proporcionada. Os resultados decorrentes disso revelam vivências que são possíveis, mas não premeditadas. Dessa forma, as experiências a serem compartilhadas aqui estão enraizadas em um cenário desafiador, onde a imprevisibilidade dificulta o controle da narrativa que guia as experiências dos participantes.

Partindo de um termo do *design* de evento, há de se evidenciar a ausência de uma jornada definida que leva o público a definir uma rota aleatória dentro dos festejos o que, em parte, é visto de forma positiva por aqueles que valorizam a espontaneidade e a liberdade nas interações. É reconhecido que eventos que abraçam a imprevisibilidade como parte integrante da experiência reconhecem que o valor está na jornada autêntica e não apenas nos resultados predefinidos. Essa abordagem pode criar momentos únicos e significativos, mas também requer uma abertura para lidar com o inesperado e uma aceitação de que os resultados podem ser mais fluidos e subjetivos.

O primeiro ponto em comum demonstra um investimento em atrações de grande repercussão no cenário nacional, responsáveis pela ampla captação de público. No MCJ 2022, o Bloco Pingo da Mei Dia abriu o percurso de pontos de contato e interação disponibilizados ao usuário durante todo o festejo. Criado no ano de 2009 pelo então secretário chefe de gabinete Gustavo Rosado, que teve a inusitada ideia de realizar uma festa no calor do meio-dia quando o sol a pino, o bloco logrou tanto sucesso que ultrapassou a barreira dos duzentos mil participantes na edição de 2022. Importante frisar, que o evento ocorre no Corredor Cultural da avenida Rio Branco no mesmo formato do encerramento, o Boca da Noite, onde as pessoas circulam, ocupam todo o percurso e são guiadas pelos artistas que se apresentam nos trios elétricos. A Figura 42 apresenta o *layout* do percurso feito no Pingo da Mei Dia e no Boca da Noite e a Figura 43 revela a grandiosidade da festa.

Figura 42.

Layout Pingo da Mei Dia



Fonte: Instagram Mossoró Cidade Junina (2022)

Figura 43.

Bloco Pingo da Mei Dia edição 2022



Fonte: Instagram Mossoró Cidade Junina (2022)

No ano em questão, o bloco que abre o MCJ ocorreu no dia 04 de junho. Apesar de fazer jus ao seu nome e iniciar ao meio-dia, as pessoas começaram a se concentrar no local do evento nas primeiras horas do sábado, vestindo sua roupa a caráter e com uma alegria aparente. A chuva que caía não diminuía a vontade de estar presente no retorno do bloco, após dois anos de versões virtuais, além de aumentar a temperatura e energia compartilhada em meio à multidão. As atrações de menor impacto seguiam se apresentando à medida que a multidão se agigantava para o apogeu da apresentação do cantor Bell Marques, podendo ser vistas da pista ou dos camarotes montados pelo trajeto. De fato, esse é daqueles momentos em que as trocas de calor humano podem promover uma experiência positiva para uns e negativa para outros. Aos que apreciam desse instante, é inegável a intensidade de energia emocional, excitação, prazer e efervescência gerados, conduzindo as pessoas para uma realidade para além da vivenciada corriqueiramente. Tal constatação sugere afetar diretamente dimensões da experiência como o engajamento afetivo, o escapismo e as práticas de cocriação - todas subsidiadas pela efetivação do entretenimento. No entanto, na parcela de usuários que repulsam tal aglomerado, emerge sensações claustrofóbicas, de insegurança, de desconforto, de medo, agorafobia e resulta em uma experiência desagradável, que pode ser superada ao encontrar espaços mais distantes e devolutos ou ao desistir de sua permanência no local em questão.

A multidão também se fez presente durante todo o evento e, ao contrário dos moldes do Pingo da Mei Dia e do Boca da Noite, a Estação das Artes Eliseu Ventania, principal polo do festejo, possui uma área de 48 mil metros quadrados, uma estrutura fechada que comporta até 465 mil pessoas (Prefeitura de Mossoró), demonstrada na Figura 44.

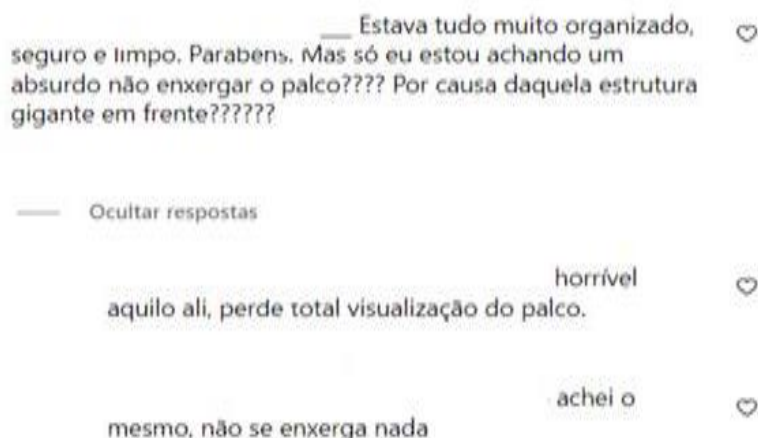
Figura 44.

Vista aérea Polo Estação das Artes Eliseu Ventania MCJ



Fonte: Instagram Mossoró Cidade Junina (2022)

A limitação do espaço amplia a efervescência partilhada na multidão, mas também aumenta o desconforto de estar lá. Alguns elementos necessários à efetivação dos *shows*, como a mesa e torres de transmissão, acabam por interferir na experiência do usuário por impedir a visão do palco, mesmo disponibilizando telões na parte posterior, a vivência não se compara a de ver a performance do artista ao vivo. A Figura 45 denota a inquietação do usuário.

Figura 45.*Crítica à localização da mesa de transmissão*

Fonte: Instagram MCJ (2022)

Para além, há o inconveniente de, alcançado seu limite de usuários, não mais há a possibilidade de adentrar no recinto, deixando muitas pessoas de fora do espaço de shows.

É possível observar então, que gradativamente a essência da cultura nordestina vem sofrendo uma transformação orgânica e significativa que divide a opinião do público. Parte da população defende a permanência do formato tradicional em que os festejos costumavam ocorrer nas praças e áreas públicas, entretanto, agora testemunha um aumento notável da importância de elementos que refletem uma tendência de maior sofisticação e diversificação, demandado por outra parcela de indivíduos. Este fenômeno se manifesta por meio da introdução do que muitos intitulam de ‘camarotização’, caracterizada pela criação de espaços VIPs e uma atmosfera festiva semelhante à de um festival.

No MCJ, há também de considerar que, os camarotes que ficam na lateral do palco principal, que prometem mais conforto, segurança, visão privilegiada e espaço amplo, são acessados a partir da compra de ingressos e acaba enfatizando seu viés segregador. A Figura 46 apresenta o espaço onde ocorrem os *shows* principais e instiga a reflexão acerca da experiência dos que estão no camarote e dos que se encontram no espaço denominado pista.

Figura 46.*Estação das Artes Eliseu Ventania MCJ 2022*

Fonte: Elaborado pela autora a partir de imagem disponível no Instagram do Mossoró Cidade Junina (2022)

No que se refere ao São João de Campina Grande, se destaca a dissemelhança de sua configuração espacial, onde seu polo principal é um ambiente fechado de 42,5 mil metros quadrados, dimensão próxima ao da Estação das Artes Eliseu Ventania do MCJ e do Pátio Luiz Gonzaga no São João de Caruaru, que concentra todos os atrativos no seu interior. Nesse contexto, a jornada pelo Parque do Povo (PP) se inicia ao adentrar pelo portão principal que dá acesso ao espaço de shows, camarotes e palco no qual as atrações renomadas proporcionaram recordes de público e multidões com energia intensa durante todos os dias do festejo.

Tal característica propicia a compactação do público em um espaço de dimensões reduzidas, fazendo com que toda experiência em meio à multidão seja potencializada positiva ou negativamente. O show do cantor Gustavo Lima foi um dos que apresentou maior público na edição de 2022 e fez com que as entradas do PP fossem bloqueadas cerca de uma hora antes da apresentação, causando indignação por muitos que não puderam adentrar. Ao todo, 118 mil pessoas foram ao local e no show o público foi de 70 mil pessoas (G1 Paraíba, 2022²⁹). A Figura 47 delinea o momento.

²⁹ Link de acesso: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/sao-joao/2022/noticia/2022/06/20/show-de-gusttavo-lima-no-sao-joao-2022-de-campina-grande-tem-portoes-fechados-apos-bater-recorde-de-publico-incrivel.ghtml>

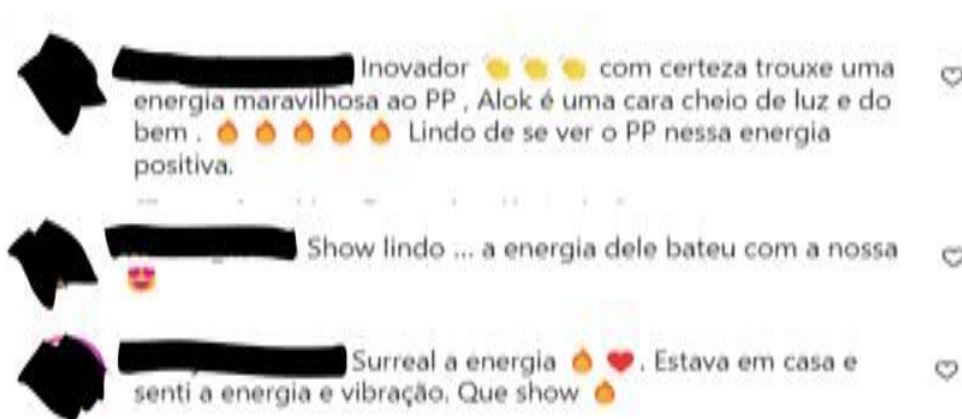
Figura 47.*Vista aérea do público no Parque do Povo 2022*

Fonte: Elaborado pela autora a partir de imagem disponível no Instagram do São João de Campina Grande (2022)

Aqui, foi possível presenciar, mais uma vez, uma troca acentuada entre os participantes, pessoas conhecidas, ou não, partilhando um momento significativo. Existia alegria, entusiasmo, paixão, admiração, nostalgia, satisfação e encantamento, uma junção de emoções que se materializava em forma de uma energia contagiante que pode ser sentida e identificada por intermédio das reações vislumbradas no próprio espaço do evento, como das declarações reiteradas nas redes sociais, como transparece a Figura 48.

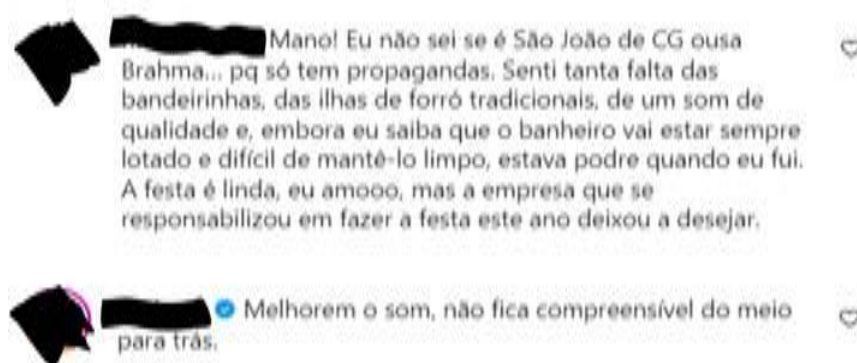
Figura 48.

Conteúdo Gerado pelo Usuário do São João de Campina Grande 2022



Fonte: Instagram São João de Campina Grande (2022)

Contudo, o evento também propiciou momentos capazes de gerar vivências negativas, começando pela própria lotação excessiva, como já foi mencionada a privação da participação daqueles que não conseguiram adentrar no PP. Outros pontos prejudicaram a fluência para uma experiência positiva: o sistema de som não era capaz de chegar com qualidade àqueles que ficaram distantes do palco principal, os banheiros eram próprios do espaço, amplos, mas extremamente sujos. Existia no local a opção de utilização de um banheiro container de luxo no qual, ao se pagar um valor por cada utilização ou uma taxa que permitia inúmeros acessos até à 1h da manhã, era possível adentrar em um ambiente refrigerado, limpo, com aromatizadores de ar e disponibilização de produtos de higiene tais como enxaguante bucal, fio dental, absorventes íntimos, entre outros. Essa configuração, reafirma o papel de um sistema que exclui e separa quem pode e não pode pagar, abrindo espaço para a reflexão do porquê da não disponibilização de um serviço de qualidade para todos. A Figura 49 enfatiza tal percepção compartilhada, enquanto a Figura 50 expõe os banheiros disponibilizados no interior do PP.

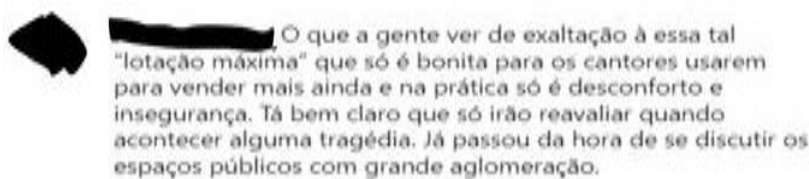
Figura 49.*Reclamação sobre banheiro e som*

Fonte: Instagram São João de Campina Grande (2022)

Figura 50.*Banheiros público e privado no PP*

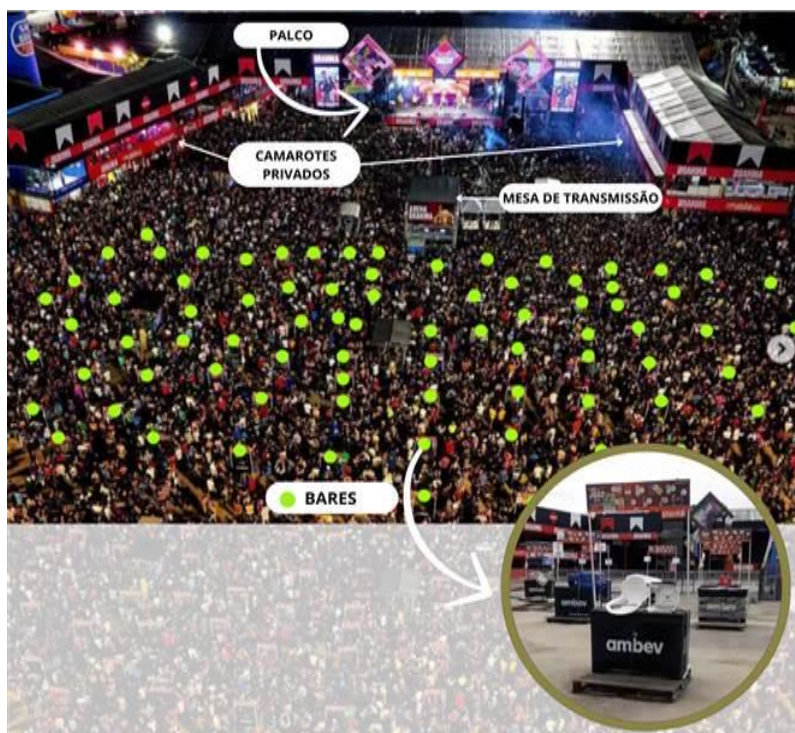
Fonte: Acervo da pesquisadora (2022)

Adicionalmente, brigas ocorreram em alguns momentos e, mesmo com uma equipe de segurança atuante, a sensação de insegurança prevalecia por não ter espaço suficiente para se distanciar daquelas situações específicas de violência. A Figura 51 aponta o posicionamento de um usuário nas redes sociais.

Figura 51.*Reclamação sobre superlotação*

Fonte: Instagram São João de Campina Grande (2022)

Além da densidade da multidão já mencionada, no espaço final da área de *shows* havia estruturas em que o propósito era funcional, já que foram pensadas para a comodidade da compra de bebidas sem a necessidade de deslocamento para fora do local, entretanto, o *design* das estruturas, juntamente a mesa de transmissão - que possibilitava o acesso *online* de quem não estava lá, gerava uma poluição visual e obstruía a visão do palco para aqueles que não conseguiam ir mais a frente, privilegiando aqueles que pagaram para estar em camarotes, que além de disponibilizar um espaço com piso superior, ainda ocupava parte da pista em frente ao palco, justamente onde não havia alocação de tais estruturas, como pode ser visto na Figura 52.

Figura 52.*Estruturas de bar e camarotes alocadas no espaço de show do PP*

Validando a magnitude dos três festejos, a multidão se fez constante no Pátio de Eventos Luiz Gonzaga no São João de Caruaru, sendo normalmente um dos últimos pontos de contato da jornada diária, uma vez que os shows encerravam na madrugada do dia seguinte. Aqui, se contempla um espaço que abriga a grandiosa estátua de Luiz Gonzaga, o Espaço Cultural Tancredo Neves e os Museus do Forró, do Barro e da Antiga Fábrica de Caroá. Trata-se de uma área de 41,5 mil metros quadrados divididos em pista, camarotes, espaço gastronômico e galeria de ativações, e, no ano em questão, alcançou um recorde de público de 85 mil pessoas. A amplitude do local permite a vivência de uma experiência mais positiva, além de que, o delineamento do solo também aumenta o campo de visão, já que o palco se encontra um pouco mais abaixo da pista do evento.

Outro fator que agrega positivamente remete ao fato da distância entre a mesa de transmissão e o palco ser maior do que a dos outros festejos analisados, permitindo assim uma maior visibilidade dos shows. Mesmo assim, os camarotes, que apesar de estarem mais afastados, ocupam parte da pista em frente ao palco, também são figuras presentes. Ao contrário dos outros eventos, aqui eles são destinados para a imprensa e o acesso é feito mediante cadastramento prévio. A Figura 53 exibe a configuração mencionada.

Figura 53.

Vista aérea Pátio de Eventos Luiz Gonzaga

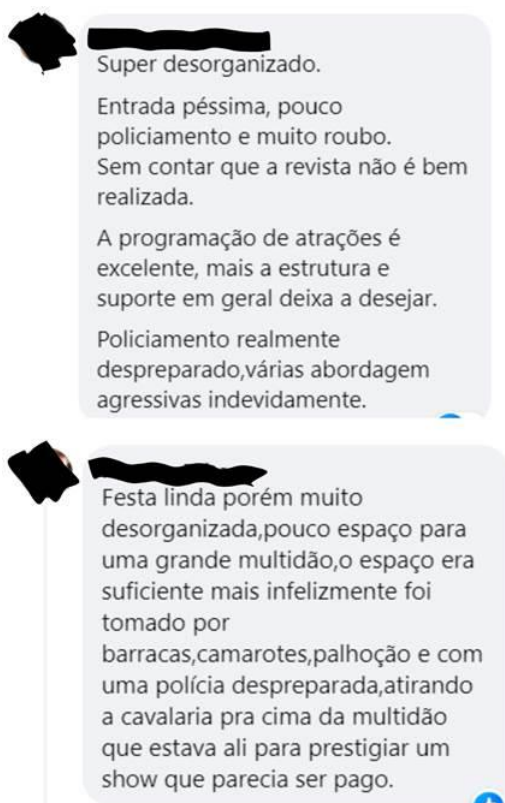


Fonte: Elaborado pela autora a partir de imagem disponível no Instagram do São João de Caruaru (2022)

Ademais, os pontos que foram questionados por uma parcela significativa do público, que se localizaram na pista durante as apresentações dos shows no Pátio de Eventos, demonstraram insegurança diante do cenário de superlotação onde não foi identificada uma revista eficaz capaz de reprimir a possível entrada de artefatos proibidos e que incitam a violência, sendo constatado assim, diversos episódios de assaltos e furtos e um visível despreparo por parte dos agentes que ali trabalhavam para coibir tais ações. Tudo isso, refletiu sobre a avaliação quanto à organização do evento como um todo e afetou a experiência do usuário, que não se eximiu ao expor suas opiniões nas redes sociais, como comprova a Figura 54.

Figura 54.

Posicionamento do usuário do São João de Caruaru (Pátio de Eventos Luiz Gonzaga)



Fonte: Facebook São João de Caruaru (2022)

Os resultados expostos sobre o elemento multidão, trouxe à tona reflexões significativas quanto a experiência vivenciada nesse contexto, uma vez que a dicotomia gerada expõe a legitimidade de conexões e interações possíveis em meio a muitas pessoas que partilham gostos e valores semelhantes, ao passo que essa mesma grande massa é capaz de gerar situações desfavoráveis a vivência de momentos envolventes.

Certamente, foi possível identificar uma energia partilhada entre as pessoas que faziam parte da multidão. A efervescência era resultado dos estímulos que vinham especialmente daqueles que regiam a grande massa de pessoas, do locutor que fazia a apresentação até os próprios artistas que se apresentavam no palco. Também foi possível sentir essa interação a partir das diferentes apresentações culturais dispostas pelos festejos.

Esse contexto permitia extrapolar a materialidade do momento e conduzir a espaços liminoide onde o escapismo era gerado a partir da troca acentuada entre os integrantes e os rituais compartilhados. Decerto, esse resultado atuou para que as pessoas se sentissem parte de um grupo maior, afetando positivamente no senso de pertencimento, fortalecendo as práticas de cocriação, os rituais de interação e a individualidade.

Na contramão do que ora foi exposto, esse ambiente desvelou pontos importantes, expostos abaixo, que precisam ser contemplados em um processo de desenho da festa, uma vez que afetam negativamente as vivências no evento:

- A limitação do espaço pode aumentar o desconforto dos participantes, especialmente quando há superlotação;
- A falta de espaço para acomodar todos os participantes pode ser um problema em alguns festejos juninos, deixando muitas pessoas de fora das áreas de shows;
- A falta de atenção à segurança e à organização pode levar a episódios de violência, assaltos e furtos, afetando negativamente a experiência dos participantes;
- A multidão pode gerar sensações claustrofóbicas, de insegurança, de desconforto, de medo, agorafobia e resultar em uma experiência desagradável para alguns participantes;
- A poluição visual causada pela estrutura inadequada do evento, como a presença de mesas e torres de transmissão que interferiam na visualização dos shows, prejudicando a experiência dos participantes;
- Condições inadequadas dos banheiros, com relatos de sujeira e falta de higiene, o que impactou negativamente a experiência dos participantes;
- A segregação ocasionada pela cobrança de valores para serviços de melhor qualidade, como acesso a banheiros adequados e camarotes, resultando em uma prática conhecida como ‘camarotização’, resultando na oferta de uma experiência desigual para os participantes.

Os resultados apresentados neste contexto evidenciam as teorias relacionadas ao escapismo e ao liminoide, destacando que certos eventos, especialmente festas, adquirem significado e conexões capazes de proporcionar momentos catárticos e excitantes. Esses momentos transportam o indivíduo para uma vivência de um estado com forças excepcionalmente intensas, um lugar distante da vida cotidiana. Tal constatação respalda os estudos de Tinsley *et al.* (1993), Pine e Gilmore (1999), Turner (2012), Marques e Brandão (2015), Goffman (2019), Liu *et al.* (2019) e Richards (2020).

Ainda na conjuntura das apresentações das grandes atrações, se constatou uma segmentação de posicionamentos quanto ao multiculturalismo de cada festejo, algo semelhante ao que foi encontrado no contexto virtual. O MCJ enfatiza em suas estratégias de divulgação o seu forte apelo cultural que abarca tradições e manifestações que vão além das fronteiras da cidade. Estando atento ao que é demandado pelo público, destina o palco principal ao domínio quase que integral dos artistas de representatividade nordestina e pelo forró.

Assim ocorreu no Polo Estação das Artes, que em toda sua programação apresentou apenas um *show* fora do estilo típico dos festejos juninos. Os palcos do Polo Cidadela são dedicados a estilos mais ecléticos, indo do tradicional forró pé de serra ao *rock*, *brega*, *reggae*, entre outros. Assim, foi possível contemplar uma maior satisfação perante o público que enxerga o evento como meio de fortalecimento de sua identidade mesmo que ofereça uma programação diversa. A Figura 55 apresenta o espaço em questão.

Figura 55.

Palco 1 Polo Cidadela



Fonte: Instagram do MCJ (2022)

De forma similar, o São João de Caruaru disponibiliza o palco do Polo Azulão, que se localiza a aproximadamente 700 metros do Pátio de Eventos, para *shows* alternativos, principalmente de bandas de rock, como expõe a Figura 56.

Figura 56.

Palco Azulão



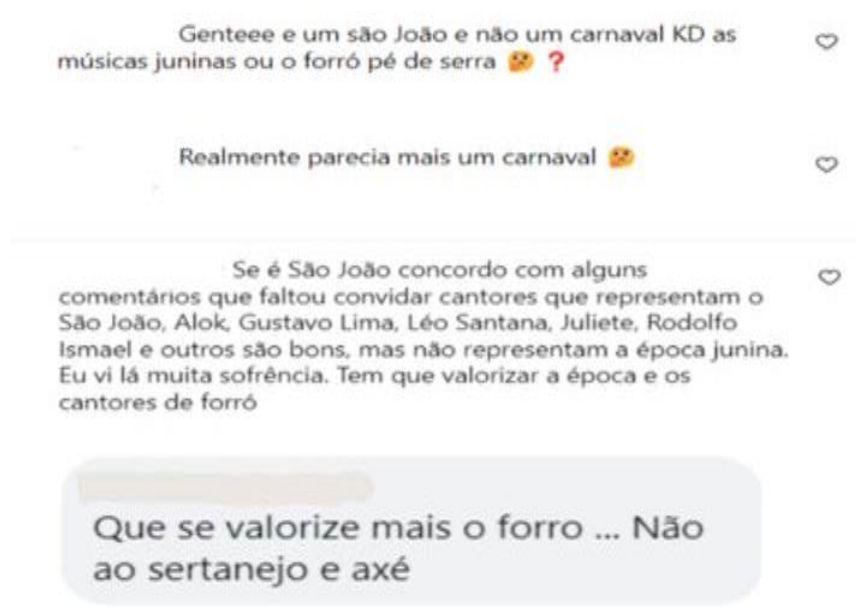
Fonte: Instagram do São João de Caruaru (2022)

Todavia, assim como o São João de Campina Grande, há uma utilização mais ampla do palco principal por artistas de outros estilos musicais, tais como o sertanejo, *gospel* e a música eletrônica. De fato, essas atrações demonstram alto poder de atração de um público que ali está com o objetivo principal de vivenciar experiências que se adequem aos seus anseios e, principalmente, se divertir. Para eles, não é sobre desconsiderar suas raízes, mas é sobre a diversidade de atrações disponibilizadas pelos festejos e a liberdade de escolha de estar onde se quer estar. Muitos reconhecem que a transformação do evento é orgânica uma vez que os elementos culturais se sobrepõem aos demais e permanecem na centralidade do objetivo do festejo, a inclusão de apresentações extraordinárias atua então como elemento que amplia a atratividade do evento, de tal maneira que a própria multidão identificada nos *shows* comprova esse fato.

Por outro lado, a indagação de uma parcela minoritária, porém significativa, da audiência acerca da inclusão de expressões que possam descaracterizar a riqueza da cultura local revela-se legítima e desempenha um papel orientador crucial na concepção do evento. Na análise dos festejos examinados, observou-se que a apreensão do público mais conservador não está restrita apenas à concessão do palco principal a artistas que não têm vínculos com o cenário cultural nordestino. Ela se estende ao aprofundamento das apresentações em áreas periféricas do evento, resultando na exclusão de artistas locais reconhecidos e tradicionalmente relevantes na cultura local, relegando-os a papéis secundários. Essa preocupação foi manifestada em plataformas de redes sociais dos eventos, conforme evidenciado pela Figura 57.

Figura 57.

Posicionamento do usuário do evento quanto a utilização de estilos musicais fora do contexto cultural nordestino



Fonte: Redes sociais do MCJ, São João de Campina Grande e São João de Caruaru, respectivamente (2022)

Nos espaços de *shows* dos festejos, o engajamento conativo era elemento constante que se desenvolvia conforme as músicas eram entoadas com entusiasmo pela multidão, o movimento de braços era orquestrado pelos cantores, as lanternas acesas dos celulares bailavam e criavam um espetáculo à parte e a coreografia da dança se expressava por meio dos signos do movimento individual, a dois, ou em grupo, como visto na Figura 58. Tal engajamento exerce ação recíproca com as dimensões Rituais de Interação, Individualidade e Práticas de Cocriação.

Figura 58.

Re(ação) do público nos shows e apresentações musicais dos festejos



Fonte: Instagram do MCJ, São João de Campina Grande e São João de Caruaru respectivamente (2022)

Dentro do contexto de participação ativa, o forró, enquanto gênero musical - uma expressão artística e cultural amplamente difundida no nordeste brasileiro - destaca-se notavelmente, mesmo diante da presença de elementos multiculturais que incorporam outros estilos musicais nos festejos juninos. Nesse sentido, o forró, enquanto dança, é uma prática que frequentemente requer a interação entre dois ou mais indivíduos, independentemente de sua familiaridade (sendo a geração Z do *TikTok*³⁰ um exemplo contemporâneo que desafia essa norma). Além disso, é um ritual que se reveste de significados culturais ao enraizar-se em tradições e narrativas nordestinas, conferindo à dança uma representatividade cultural que inspira a reafirmação do senso de identidade do indivíduo. A Figura 59 proporciona uma visão esclarecedora desse contexto.

³⁰ Plataforma de mídia social que permite aos usuários criar, compartilhar e descobrir vídeos curtos, geralmente com música de fundo.

Figura 59.*Casais dançando forró nos festejos juninos*

Fonte: Instagram do MCJ, São João de Campina Grande e São João de Caruaru respectivamente (2022)

Ao expandir o foco espacial, a jornada continuava a se desdobrar, oferecendo uma crescente variedade de opções de entretenimento que revelavam distintas possibilidades para uma vivência ativa e divertida. Conforme previamente mencionado, o MCJ se concretiza por meio da integração de vários polos, cada um deles caracterizado por traços distintivos, os quais são reforçados pela programação disponibilizada. Além dos *shows* realizados na Estação das Artes Elizeu Ventania, uma gama de atividades é oferecida em todo o Polo Cidadela, abrangendo espaços de A & B, área *kids* com oficinas de pinturas, *slime*³¹ e jogos, feira de artesanato, e ativações de marcas geralmente acompanhadas de brindes ao término da ação. A diversidade de tal magnitude é vividamente retratada na Figura 60.

³¹ Substância viscosa e maleável, semelhante a uma massa de modelar, que é frequentemente usada como brinquedo sensorial ou para atividades de relaxamento.

Figura 60.

Ações de entretenimento disponibilizadas no Polo Cidadela MCJ



Fonte: Acervo da pesquisa (2022)

As ativações se estendiam até o Corredor Cultural, uma área situada na Avenida Rio Branco que conecta os diversos polos do festejo. Nesse contexto, o percurso não apenas proporcionava os atrativos permanentes, como um complexo de prédios temáticos e o Memorial da Resistência - um museu a céu aberto que aborda parte da história da cidade por meio de exposição de fotos e documentos históricos, conforme ilustrado na Figura 61, mas também incluía ativações estrategicamente distribuídas ao longo do trecho.

Figura 61.

Construções temáticas e elementos pertencentes ao acervo do Memorial da Resistência



Fonte: Acervo da pesquisa (2022)

Neste ponto, as ativações proporcionaram não apenas a experiência de giro interativo em 360°, mas também disponibilizavam molduras destinadas a fotos "instagramáveis". Além disso, os participantes tiveram a oportunidade de se deparar com um caminhão ricamente ornamentado com elementos juninos, oferecendo a experiência de percorrer alguns dos locais mais significativos do festejo ao ritmo do forró pé de serra. Para atender às necessidades básicas, foram disponibilizados banheiros químicos em áreas específicas ao longo do evento. Além disso, os participantes tinham a opção de utilizar banheiros particulares oferecidos por empreendedores locais mediante o pagamento de taxas, variando entre R\$2,00 e R\$5,00. A Figura 62 intenta desenhar a experiência ofertada nesses espaços.

Figura 62.*Experiências ofertadas no Corredor Cultural do MCJ*

Fonte: Acervo da pesquisa (2022).

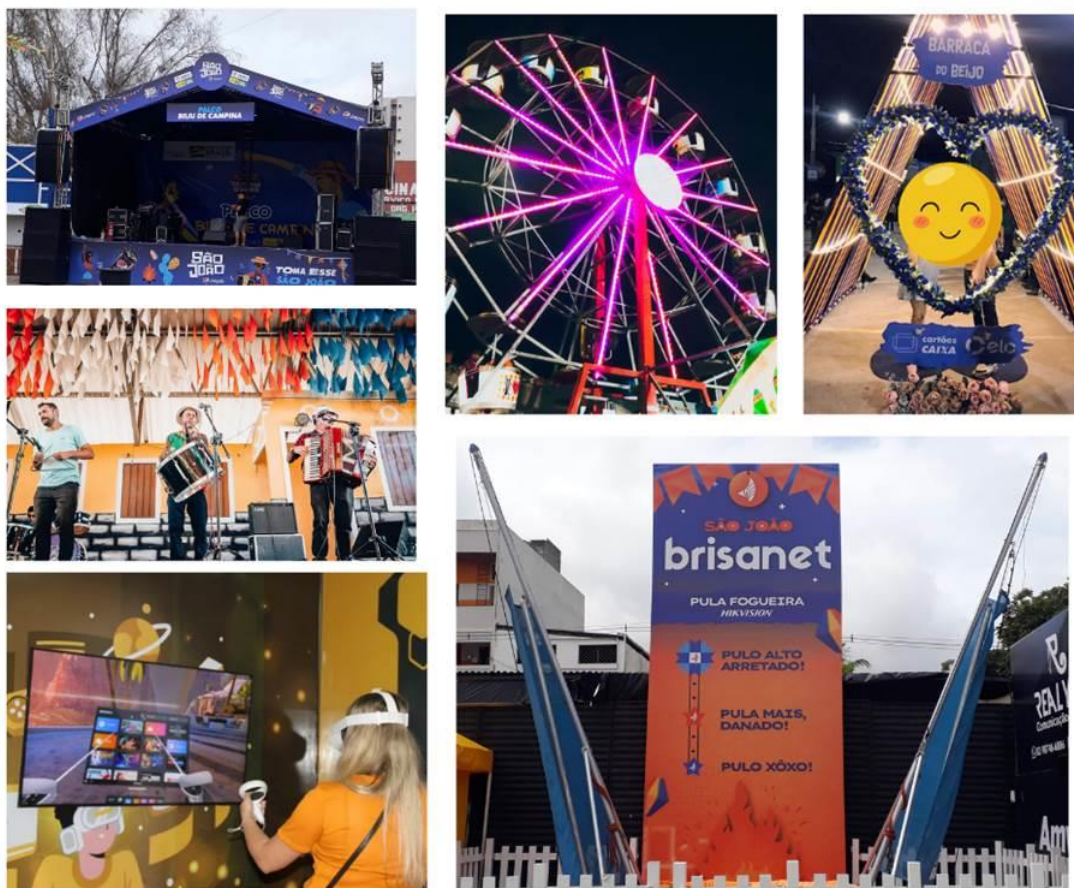
Retornando ao cenário do São João de Campina Grande, a exploração prossegue pelo interior do Parque do Povo. Ao adentrar a região dos espetáculos, alcança-se a Pirâmide, local que abriga apresentações culturais e competições de quadrilhas juninas. Imediatamente após, depara-se com a área gastronômica, repleta de barracas e restaurantes adornados com motivos juninos, como evidenciado pela Figura 63.

Figura 63.*Barracas e restaurantes no PP*

Fonte: Acervo da pesquisa (2022)

Em seguida, há uma área mais expansiva que abriga postos elevados de policiamento, proporcionando uma sensação mais robusta de segurança. Nesse espaço, encontram-se as ilhas de forró, destinadas à dança do autêntico forró pé de serra ao som dos trios de sanfoneiros. Além disso, há um parque de diversões que cativa tanto crianças quanto adultos, diversos restaurantes e numerosas ativações de marcas. Destas, destacam-se os ambientes "instagramáveis", o espaço Metaverso³², onde os participantes utilizam óculos de realidade virtual para mergulhar em um universo junino virtual, especialmente popular entre a geração Z. Após a participação, os usuários têm a oportunidade de girar uma roleta e concorrer a brindes. Destaque também para o eurobungy, uma estrutura que prende a pessoa em elásticos e permite pulos a uma altura considerável, proporcionando, de forma lúdica, uma alusão à brincadeira tradicional de 'pular fogueira'. Essas atrações são apresentadas de maneira visual na Figura 64.

³² Espaço virtual tridimensional e imersivo, que existe além do nosso mundo físico, onde os usuários podem interagir entre si e com objetos digitais de maneira semelhante à realidade.

Figura 64.*Atividades de entretenimento no PP*

Fonte: Acervo da pesquisa (2022)

Ao mencionar o Pátio de Eventos Luiz Gonzaga é relevante destacar as atividades oferecidas além da gastronomia e dos *shows*. Como mencionado anteriormente, no Pátio do Forró, um corredor era dedicado a ativações de marcas, seguindo a mesma estratégia adotada em outros locais festivos, incentivando os participantes a interagirem com diversas marcas por meio de ações lúdicas. Vale ressaltar o destaque para a Rádio Devassa, um *lounge* que reproduzia a atmosfera de um boteco, com almofadas espalhadas pelo chão, acesso *Wi-Fi*, tomadas para carregamento de celulares e um diferencial notável: a disponibilização de cabos de carregador compatíveis com celulares da *Apple*, *Samsung* e *Motorola*. Além disso, o espaço apresentava cenários instagramáveis e um palco para performances especiais durante os intervalos dos *shows*.

Outra ativação que se destacou foi realizada pela marca de cosméticos O Boticário, denominada 'Barraca do Xêro'³³. Nessa experiência, o participante se posicionava atrás de uma bancada, aguardando a oportunidade de receber um 'xêro' de alguém que adentrava o espaço. Enquanto essa ativação acontecia no Pátio do Forró, no Polo Estação, foi implementado um correio elegante, uma versão virtual da tradicional prática de enviar mensagens, anônimas ou não, aos entes queridos. Nessa versão, os participantes acessavam um dispositivo semelhante a um *tablet* e escolhiam mensagens predefinidas para serem exibidas no telão ao lado do palco principal.

Ainda no Polo Estação, a cenografia concebida para evocar as antigas cidades do interior do nordeste transcende o mero aspecto estético e contemplativo. Por meio de atores ou mesmo personagens reais, possibilitou a interação e a vivência de experiências autênticas da cultura local. A Figura 65 busca ilustrar essas experiências.

Figura 65.

Atividades e ativações ofertadas no São João de Caruaru



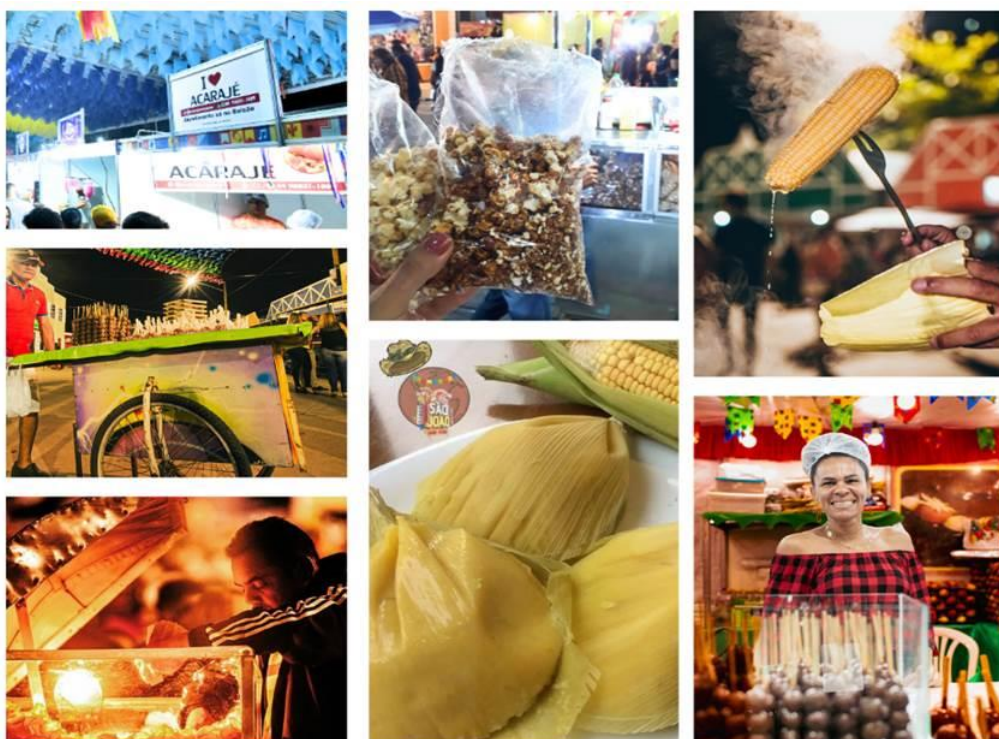
Fonte: Acervo da pesquisa (2022).

³³ Expressão coloquial da língua portuguesa, principalmente utilizada no Nordeste do Brasil, que significa "cheiro" ou "odor". É comumente usado de forma carinhosa e afetuosa para se referir a um cheiro agradável. Também remete ao beijo.

Para concluir a explanação sobre elementos emergentes da Dimensão Conativa, é crucial abordar a gastronomia presente nos festejos, que carrega significados culturais e se entrelaça com características contemporâneas. Nesse contexto, observa-se uma predominância na oferta de uma culinária que vai além dos pratos típicos juninos, sendo possível encontrar facilmente alimentos de outras culturas nacionais, como acarajé, e até mesmo da gastronomia internacional, como sushi e *fast food*. Identificou-se, entretanto, uma certa resistência em relação à presença de comidas regionais à base de milho e outros ingredientes tradicionais, que pareciam perder destaque diante da conveniência proporcionada pelos alimentos antes mencionados. De toda maneira, a comida junina tradicional estava presente, mesmo que de forma incipiente, como evidenciado pela Figura 66.

Figura 66.

Comidas típicas juninas disponibilizadas nos festejos



Fonte: Instagram do MCJ, São João de Campina Grande e São João de Caruaru (2022)

O MCJ brindou o público com uma rica programação cultural, tendo como estrelas o Festival de Quadrilhas Juninas e o Polo da Cultura Popular. O Festival, realizado no Polo Arena Deodete Dias, reuniu mais de 90 grupos em diversas categorias, desde as tradicionais até as estilizadas e cômicas, em um verdadeiro espetáculo de cores, cultura e tradição que encantou a todos. Já o Polo da Cultura Popular, em um ambiente acolhedor e familiar, ofereceu uma rica variedade de manifestações culturais, como teatro de bonecos, festival de cordel e encontros de violeiros e violões, atraindo um público diverso e promovendo a valorização da cultura popular.

A análise das apresentações demonstra a importância de eventos que incentivam a participação da comunidade e promovem a cultura popular. O Festival de Quadrilhas Juninas, com seu concurso de rei e rainha, disputa entre grupos juninos e apresentações contagiantes, e o Polo da Cultura Popular, com suas diversas manifestações, proporcionaram momentos de alegria, integração e aprendizado para um público diversificado, consolidando o MCJ como um importante espaço de difusão cultural e um verdadeiro celeiro de talentos e tradições. A Figura 67 delinea tal contexto.

Figura 67.

Apresentações culturais do Polo Arena Deodete Dias e Polo da Cultura Popular do Mossoró Cidade Junina



Fonte: Facebook Mossoró Cidade Junina (2022)

No entanto, o ponto culminante da programação cultural e capaz de diferenciar o MCJ dos outros festejos é a apresentação teatral *Chuva de Bala no País de Mossoró*. A encenação representa a resistência do povo mossoroense à invasão do temido bando de Virgulino Ferreira da Silva, vulgo Lampião, em 13 de junho de 1927. O espetáculo, aqui visto como forma de manutenção e propagação de uma história que denota orgulho aos filhos dessa cidade, mantém a tradição da utilização do texto original, à medida que os elementos inovadores são aplicados na cenografia, figurinos, músicas e coreografia. Trata-se então, de um orquestramento de elementos artísticos que convergem para a criação de significados capazes de evocar uma ampla gama de sentimentos, narrar uma história, promover identificação e preservar momentos importantes. Decerto, o espetáculo é rico em beleza para os criadores, diretores, *backstage*, intérpretes e, sobretudo, para a audiência, como tenta expressar a Figura 68.

Figura 68.

Encenação do espetáculo Chuva de Bala no País de Mossoró



Fonte: Facebook Mossoró Cidade Junina (2022).

Importante ressaltar que a experiência vivida nesse espaço envolveu uma gratificante aproximação entre o público que, comumente chegava cedo intencionando encontrar melhores lugares para a visualização do palco. Caso existisse uma determinação de jornada do usuário, certamente essa iniciaria nesse polo, mesmo ocorrendo manifestações artísticas e culturais em outros locais do festejo. Aqui, ocorria uma apresentação cultural, que abria o evento, seguida pela atração principal, a encenação teatral.

A audiência era diversa, composta em sua maioria por profissionais da educação e da cultura, grupos de alunos, famílias, idosos, crianças, casais, moradores locais ou turistas, que interagiam entre si na espera pelo início do espetáculo. A troca também se dava junto aos comerciantes que utilizavam o local para a venda de doces, guloseimas e pipocas. Uma inquietação identificada na plateia, na noite em questão, revelava uma insatisfação devido à reserva das primeiras filas de cadeiras para um público determinado pela organização do evento, completando assim, as nuances da experiência identificada e vivenciada no presente polo.

Em relação à Campina Grande, sua configuração - aqui já mencionada, demonstra que muitas das manifestações culturais de contemplação são expostas em polos que não foram alcançados pela pesquisa, configurando o PP como espaço destinado ao engajamento conativo. Desse modo, a experiência no local conduziu a visualização de apresentações que se concentraram na Pirâmide, onde ocorreu o tradicional casamento coletivo em que aproximadamente 100 casais héteros e homoafetivos selaram a união à frente de uma juíza de paz e ao som da Orquestra Filarmônica de Campina Grande e outras atrações culturais. O público, composto em sua maioria por amigos e familiares dos noivos, contemplaram com emoção a celebração do amor. Ainda no cenário contemplativo, as apresentações de grupos culturais, principalmente no cenário da dança, se expuseram durante o festejo, com destaque ao Festival de Quadrilhas Juninas que aconteceu em dois dias específicos. A Figura 69 destaca tais manifestações.

Figura 69.*Manifestações culturais na Pirâmide do PP São João de Campina Grande*

Fonte: Facebook e Instagram São João de Campina Grande (2022)

Sem dúvida, o contexto do São João de Caruaru permite mesclar as atividades conativas com a contemplação estética de maneira mais orgânica. Primeiro, ao observar que a decoração se dispõe pela cidade e, principalmente, entre os polos - que não são distantes entre si e nem estão inseridos dentro de um único espaço, criando uma jornada fluida e com um cenário que permite uma maior imersão no universo junino. Segundo, que as atividades e apresentações, mesmo as que concorrem no mesmo horário, são distribuídas por uma programação diária e com horários mais extensos. Sendo assim, mesmo que se escolha uma atração específica, é factível se deparar no transcurso com outras manifestações culturais que causem admiração.

E por fim, considerando que há um número mais expressivo de manifestações culturais ocorrendo simultaneamente, por isso, cria-se uma atmosfera festiva e intimista ao se deparar com danças típicas da cultura nordestina sendo desenvolvidas ao lado da cenografia com seus atores e figuras de representatividade da cultura local, seguidas de exposições de artefatos de barro com uma trilha sonora de recitações de cordéis e poesias. Crianças correndo no entorno, brincando com balões, soltando bombinhas e comendo pipoca, de milho ou *gourmet*, churros e milho cozido. Ao segui-las, se alcança um cenário repleto de cores e luzes onde ocorre apresentações de bonecos e mamulengos. O cenário da estação original de Caruaru também comporta vendedores ambulantes ou aqueles que se concentram em um mercado em que se vende desde a arte regional à alternativa. A Figura 70 comprova tal cenário.

Figura 70.

Disposição de manifestações culturais nordestinas no Polo estação Cultural do São João de Caruaru



Fonte: Instagram São João de Caruaru e acervo da pesquisa (2022)

O que foi discutido anteriormente lança luz sobre um ponto crucial no processo de modernização das festas que, mesmo sendo um desdobramento natural da evolução da sociedade, é uma questão que requer atenção, considerando todo o significado intrínseco a essas celebrações.

O evento, concebido com uma abordagem de entretenimento, carrega consigo uma tonalidade de passividade que destoa da natureza intrinsecamente interativa da festa. A celebração, de fato, engloba espaços que transcendem a mera contemplação, inserindo-se em um processo dinâmico de trocas e interações. O que outrora era destinado à mera admiração transformou-se em uma arena de vivências que se entrelaçam com a participação ativa.

Inicialmente, se observou uma parcela significativa dos participantes que não se dedica inteiramente ao vasto conteúdo oferecido durante a vivência da festa, tal como expuseram Lefebvre (2014) e Pine e Gilmore (1999) ao questionarem a concepção do entretenimento como uma atividade passiva que dispensa reflexão para seu desenvolvimento. Certamente, a maioria dos frequentadores está presente em busca de entretenimento, evitando esforços intelectuais, como evidenciado pelo questionário em que o engajamento cognitivo não recebeu respaldo substancial, assim, sugere-se que a intensidade dada a dimensão do entretenimento é inversamente proporcional ao engajamento cognitivo.

O destaque do caráter comercial do evento não ocorre por acaso, visto a significativa importância atribuída ao entretenimento, que atua como um elemento atrativo, satisfazendo necessidades anteriormente inexistentes e ultrapassando fronteiras, influenciando assim a demanda turística. Nessa perspectiva, as festas se convertem em oportunidades de investimento, impulsionando as economias locais (Boorstin, 1961; Getz & Frisby, 1988; Getz, 1993; O'Sullivan & Jackson, 2002; Derret, 2003; Jamieson, 2014; Jackson, Houghton, Russel, & Triandos, 2005; Adorno & Horkheimer, 2006; Davies *et al.*, 2010; Moeran & Pedersen, 2010; Costa, 2013, 2017; Biaett, 2015; Tichaawa, 2016; Getz & Page, 2016; Souza, 2017; Davel & Dantas, 2019; Nair & Babu, 2022). Nesse cenário, a festa se limita e se desvincula do seu propósito genuíno, assumindo assim, um papel desprovido de significado comumente voltado para um público passivo e não reflexivo (Marques & Brandão, 2015).

Não obstante, ao respaldar os estudos de Amaral (1998), Souza (2017) e Davel e Dantas (2019), é possível afirmar que as raízes tradicionais da festa revelam seu valor, diferenciando-a de outros eventos (Virginio *et al.*, 2019). Neste contexto, é crucial ponderar que o autêntico significado da celebração, arraigado em sua longevidade, está fundamentado em sua autenticidade, acentuada pela comunidade, e até mesmo turistas, que demandam elementos culturais e tradições locais (Liu *et al.*, 2019; Yu, 2021; Deng & Zhang, 2022). Esse apreço pela autenticidade, impulsionado pela participação ativa da comunidade, contrapõe-se à ênfase exclusiva no espetáculo, evidenciando uma demanda que não apenas reflete, mas também influencia o que é imposto, decidindo como e o que consumir, preservando assim a integridade do evento.

Os resultados desta pesquisa reforçam a festa como arenas significativas para práticas de entretenimento e lazer, expressão cultural, socialização, busca por experiências únicas e formação de identidades individuais e coletivas. Elas representam uma fusão de cultura, criatividade, protagonismo, luta, subversão e inversão. Além disso, desempenham um papel crucial na construção de experiências históricas e culturais relevantes, gerando símbolos, materiais, identidades, afetos, valores e sociabilidades que preenchem as lacunas do nosso cotidiano (Certeau, 2008; Rojek, 2010; Rubim & Miranda, 2012; Fantinel & Silva, 2021).

A construção da festa moderna assume uma importância crucial ao fundamentar-se em alicerces que promovam a coesão entre a comunidade, a organização do evento e todos os envolvidos, ao mesmo tempo em que incorpora inovações de maneira coerente com a tradição. Esse enfoque não apenas assegura a preservação do verdadeiro significado da festa, mas também permite a adaptação a novas demandas emergentes em uma sociedade em constante transformação.

O entretenimento, longe de sobrepujar a essência da festa, deve atuar como elemento equilibrador, potencializando os resultados sociais, econômicos e culturais, ao mesmo tempo em que baliza estratégias capazes de minimizar possíveis prejuízos decorrentes da organização e implementação do evento. Essa abordagem, que busca harmonizar tradição e inovação, é fundamental para garantir que a festa não apenas perdure, mas também evolua de maneira sustentável e significativa ao longo do tempo.

Um ponto importante a ser destacado e coerente com o que apregoeou a organização do MCJ, trata-se da acessibilidade em eventos culturais, como festas juninas, que desempenha um papel crucial na promoção da inclusão e na garantia de que todas as pessoas, independentemente de suas habilidades ou características individuais, possam participar plenamente das celebrações. Além de ser um direito fundamental, a acessibilidade contribui para a criação de um ambiente mais diversificado e acolhedor, onde todos se sintam valorizados e respeitados. Ao priorizar medidas de acessibilidade, como a presença de intérpretes de Libras, rampas de acesso para cadeirantes e sinalização inclusiva, os organizadores de eventos não apenas atendem às necessidades específicas de diferentes grupos, mas também enriquecem a experiência coletiva ao permitir que mais pessoas compartilhem das tradições e da alegria das festas juninas. As figuras 71 e 72 expressam tal achado.

Figura 71.

Acessibilidade nas festas juninas



Fonte: Instagram MCJ e São João de Campina Grande (2022)

Figura 72.*Inclusão nas festas juninas*

Fonte: Acervo da pesquisa - São João de Caruaru (2022)

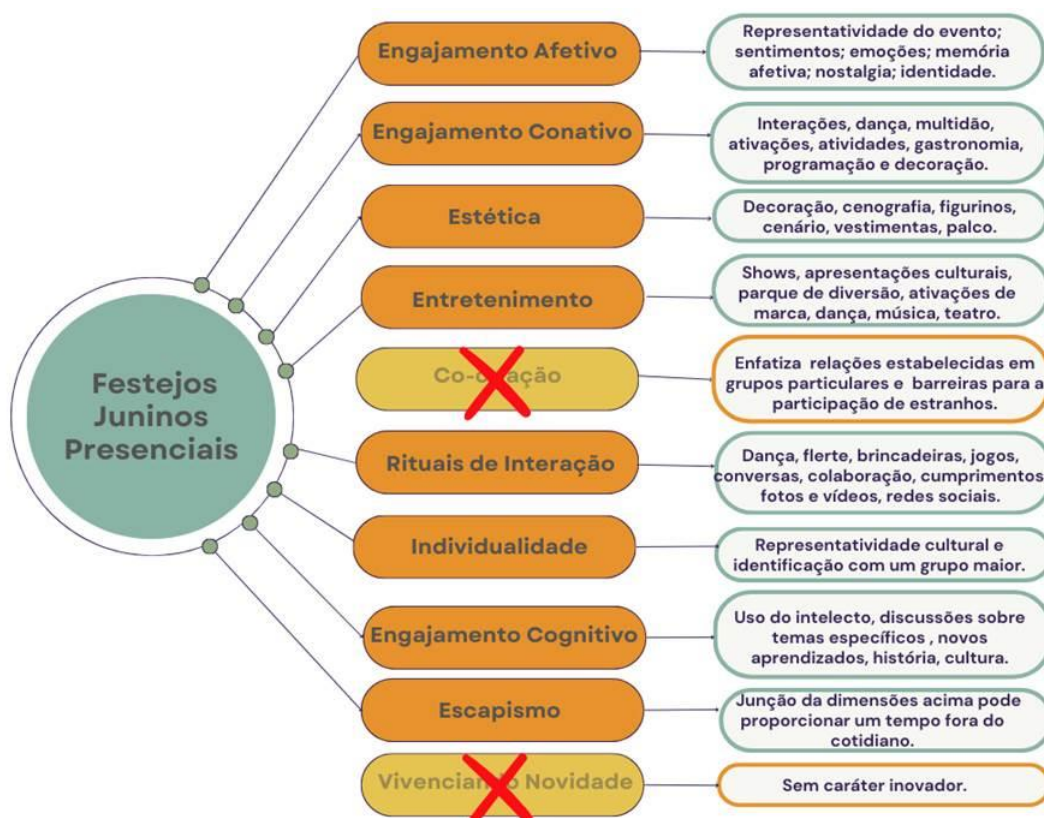
Frente a todos os achados, acredita-se assertivamente que a festa moderna, assim como uma variedade de outros tipos de eventos, é marcada por uma expressiva capacidade de influenciar as dimensões da experiência, fornecendo possibilidades de vivências que estão de acordo com o que se foi antecipadamente projetado. No contexto exposto, a preponderância das dimensões estética e de entretenimento se respalda na essência do evento, tradicionalmente concebida entre cores e animação. Para além, demonstrou uma influência substancial sobre outras dimensões, mesmo que suas manifestações não sejam imediatamente evidentes.

Ao examinar minuciosamente a similaridade nos dados provenientes das dimensões da experiência encontradas nos três festejos juninos analisados, percebe-se uma correlação que transcende a simples padronização e comoditização, conceitos previamente abordados por Getz (2012) e Virginio *et al.* (2019). Essa análise revela uma unificação na abordagem dos festejos que seguem os moldes tradicionais de se fazer festa junina no nordeste brasileiro, uma vez que as três cidades analisadas estão localizadas nessa mesma região, embora ainda realcem as características distintivas de cada localidade.

Nesse contexto, as festas analisadas emergem como ambientes propícios para a vivência de experiências que afetam as dimensões investigadas neste estudo, conforme ilustrado na Figura 73. Notavelmente, a vivência da novidade se mostra de forma mais tímida, uma vez que, apesar do histórico de interrupção das festas em períodos anteriores, o que estava sendo experimentado naquele momento não apresentava aspectos excepcionais em relação ao que havia sido vivenciado anteriormente. Além disso, as práticas de cocriação revelaram uma integração mais intensa entre pessoas conhecidas, as quais priorizavam as relações estabelecidas em seus grupos particulares, o que acabava por criar barreiras para a participação de estranhos.

Figura 73.

Dimensões da experiência festas juninas do nordeste brasileiro



Portanto, constatou-se que a carência de um amplo domínio sobre métodos capazes de modelar e aprimorar a entrega de experiências aos participantes, não anula o potencial para vivências orgânicas em festas presenciais, em contraste com o ambiente virtual. Isso se deve à interação face a face e à atmosfera festiva que só podem ser plenamente apreciadas em um contexto físico. É essencial reconhecer a importância do *design* de eventos como uma ferramenta necessária para potencializar essas vivências.

Por meio deste método, é viável acessar percepções valiosas sobre os participantes, o engajamento da comunidade, a esfera do entretenimento, os benefícios sociais, econômicos e culturais, além do verdadeiro significado da celebração. Ao equilibrar todos esses elementos de forma harmoniosa, é possível diferenciar e destacar a festa em meio às demais, proporcionando experiências memoráveis e enriquecedoras para todos os envolvidos. Como forma de consolidar os achados mais significativos desta seção, a Figura 74 oferece um resumo do contexto identificado.

Figura 74.

Resultados das experiências do usuário – Formato Presencial



Ao se alinhar tais achados a ausência de estratégias voltadas para a promoção da experiência do usuário nos eventos presenciais descritos, revela-se a importância do *design* de eventos nesse processo. Os resultados indicam que, embora haja uma preocupação genuína com a experiência dos participantes, a ausência de uma abordagem estratégica e orientada para o método aqui analisado pode limitar o potencial de criação de experiências significativas e memoráveis.

As estratégias organizacionais nos eventos presenciais refletem uma abordagem tradicional de gestão, muitas vezes baseada na intuição e na tradição do festejo. Embora haja tentativas de criar experiências envolventes e memoráveis, a falta de implementação efetiva de meios eficientes para a promoção da experiência resulta em lacunas significativas na ambientação, interação e satisfação geral dos usuários.

Apesar da ausência de métodos específicos, se vislumbra aspectos positivos das experiências vivenciadas pelos usuários nos eventos presenciais, como expressividade cultural, interatividade e entretenimento oferecidos. Isso porque, a experiência do usuário nos festejos juninos presenciais é profundamente enraizada na riqueza cultural e na identidade local, refletida na estética, nas tradições mantidas e na diversidade de manifestações culturais.

A interatividade e comunicação durante o evento proporcionam um ambiente de participação ativa, onde o entretenimento se entrelaça com outros aspectos da experiência, como a gastronomia típica e as atividades culturais. No entanto, questões de gestão inclusiva e estruturada, influências comerciais, segurança, acessibilidade e diferenciação das demandas entre moradores locais e turistas também moldam essa vivência, evidenciando a complexidade envolvida na organização de um evento tão emblemático.

A dicotomia entre os interesses dos moradores locais e dos turistas, assim como a preocupação com a preservação da autenticidade em meio à comercialização, destaca a importância de encontrar um equilíbrio delicado entre tradição e inovação. Em última análise, os festejos juninos presenciais representam um verdadeiro encontro entre a história, a comunidade e a celebração, onde valores compartilhados e o envolvimento da comunidade convergem para criar uma experiência culturalmente enriquecedora e socialmente significativa.

Diante disso, entende-se que uma abordagem mais integrada e estratégica para o *design* de eventos é fundamental para otimizar e aprimorar a experiência do usuário. A consideração das dinâmicas específicas de cada contexto, juntamente com a adoção de estratégias mais direcionadas, pode contribuir significativamente para criar experiências mais significativas e impactantes para todos os participantes.

Após a identificação e análise dos resultados obtidos nos ambientes virtuais e presenciais dos festejos juninos, a teoria emergente revelou nuances e padrões que delinearam uma compreensão mais profunda da experiência do usuário. Este processo culminou na obtenção da saturação teórica, indicando que não foram observadas novas contribuições significativas para o desenvolvimento da teoria.

Diante do exposto, uma nova fase foi iniciada, denominada amostragem teórica. Nesta etapa, busca-se desenvolver e aprofundar a compreensão teórica dos fenômenos investigados durante a fase inicial da pesquisa, adotando uma abordagem mais estruturada e focada. A amostragem teórica representa, portanto, uma síntese dos principais conceitos e ideias emergentes, proporcionando uma base sólida para a continuidade da investigação e a construção de um modelo mais abrangente da experiência do usuário nos festejos juninos.

4.3 Entre dois mundos Festivos: Uma análise comparativa da experiência do usuário nos festejos juninos virtuais e presenciais através de uma amostra teórica

Diante da necessidade de um desenvolvimento iterativo do arcabouço conceitual, a presente pesquisa optou pela aplicação da amostra teórica. Tal escolha se justifica pela capacidade dessa ferramenta em propiciar a revisão e o refinamento contínuos do conjunto de ideias emergente à medida que novos dados são coletados e analisados. Essa característica singular contribui significativamente para o desenvolvimento progressivo do esquema explicativo, permitindo que ele se ajuste e se refine à luz de novas evidências empíricas.

Superada a fase de emergência de novos dados, considerou-se pertinente aplicar tal método visando ir além da identificação das estratégias organizacionais e das experiências vivenciadas pelos usuários em âmbito virtual e presencial, mas sim, também realizar uma análise comparativa das dinâmicas resultantes da aplicação das estratégias de design de eventos nos contextos virtual e presencial das festas juninas, com o objetivo de destacar as diferenças e semelhanças nas experiências vivenciadas pelos usuários em cada ambiente.

Em um primeiro momento, tendo em vista a necessidade de ratificação das dimensões da experiência mais destacadas durante a vivência das festas juninas nos dois contextos estudados, partiu-se para análise do *Card Sorting* em que, por meio da matriz de similaridade, pode-se identificar padrões visuais, como grupos de itens que detém tonalidades mais fortes que os demais, que foram frequentemente agrupados juntos ou itens que são consistentemente classificados como semelhantes, como demonstra a Figura 75.

Figura 75.**Matriz de similaridade - dimensões da experiência do usuário nas festas juninas**

Com base na matriz de similaridade e na análise do mapa de calor, identificaram-se diversos conjuntos que apresentaram variações conforme os participantes os relacionavam. Observou-se que quanto maior o valor atribuído a um grupo específico, mais frequentemente essa relação foi estabelecida pelos usuários. Portanto, para fins de análise, foram considerados os agrupamentos que alcançaram valores mais elevados, situados entre 40 e 50. O Quadro 12 destaca os *clusters* mais relevantes.

Quadro 12.**Agrupamentos destacados na matriz de similaridade**

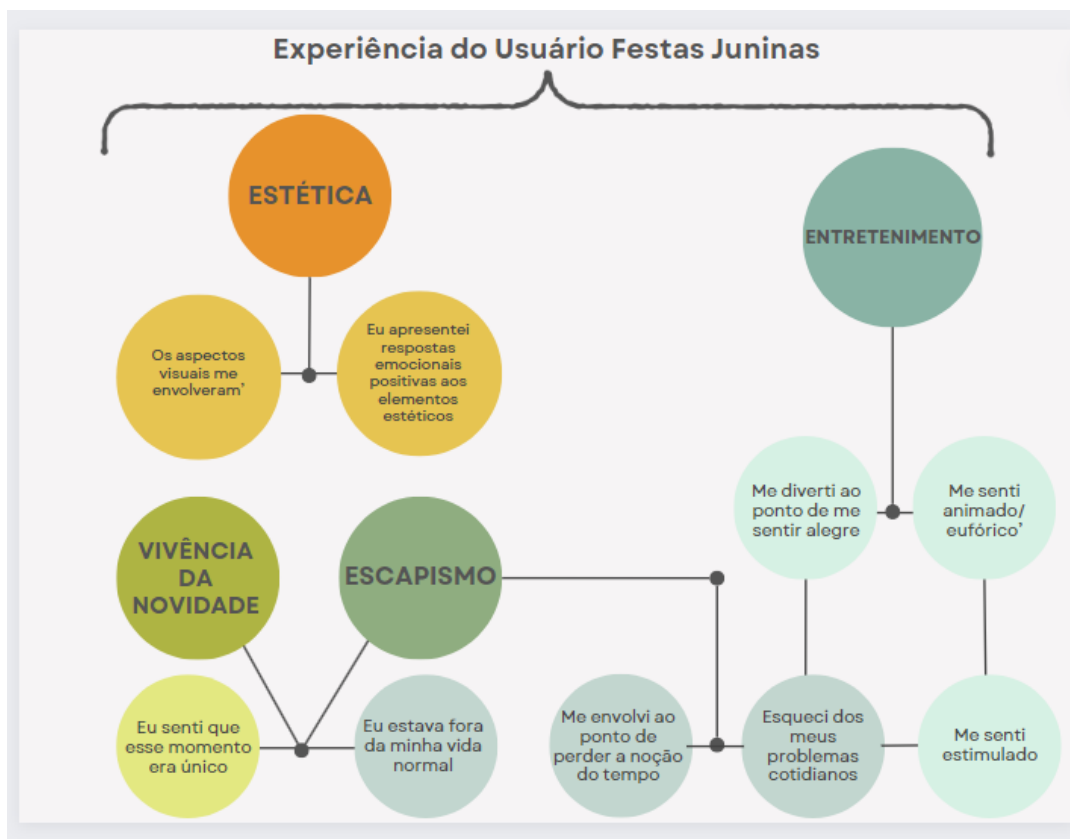
AGRUPAMENTO	RELAÇÃO	VALOR
1	‘Os aspectos visuais me envolveram’ ‘Eu apresentei respostas emocionais positivas devido aos elementos estéticos’	50
2	‘Eu me diverti ao ponto de me sentir alegre’ ‘Eu me senti animado/eufórico’	40

3	‘Eu me senti animado/eufórico’ ‘Senti-me estimulado’	40
4	‘Eu me diverti ao ponto de me sentir alegre’ ‘Esqueci dos meus problemas cotidianos’	40
5	‘Esqueci dos meus problemas cotidianos’ ‘Me envolvi ao ponto de perder a noção do tempo’	40
6	‘Eu senti que esse momento era único’ ‘O que foi experimentado era desconhecido para mim/eu estava fora da minha vida normal’	40

Ao registrar os resultados ora expostos, constata-se que os agrupamentos destacados acabam por se correlacionar entre si, possibilitando a construção de uma relação que faz emergir diferentes dimensões da experiência como denota a Figura 76.

Figura 76.

Relações que afetam as dimensões da experiência do usuário das festas juninas



A relação identificada reforça o destaque dado aos aspectos visuais que agem diretamente sobre a dimensão estética. De fato, o apelo estético foi amplamente preconizado pelo público. As alegorias e decoração de ambos os eventos demonstraram representatividade dos elementos culturais comumente disseminados nos festejos presenciais. As vestes juninas e símbolos aplicados como fogueiras, balões, bandeirinhas deram autenticidade, cor e beleza aos eventos, proporcionando contemplação e saudosismo como revela a fala do Usuário 1.

“Um dos pontos de destaque apresentado pelos eventos foi a decoração que remetia às cidades do interior nordestino. Um show de cores e memórias afetivas desbloqueadas!” (Usuário 1).

Além disso, o impacto estético dos festejos foi ampliado pela representatividade histórica e cultural incorporada nos elementos decorativos, capazes de narrar uma história na qual os usuários se sentiam integrados. Isso provocou sentimentos de nostalgia, memorabilidade, orgulho e reforço de identidade, aumentando assim sua atratividade.

“O entretenimento fornecido, a fuga da realidade, as boas atrações apresentadas, o cuidado e os detalhes nos elementos estéticos foram grandes atrativos.” (Usuário 6).

Seguindo o escalonamento sugerido, evidencia-se os agrupamentos 2, 3 e 4 que se conectam diretamente à dimensão de entretenimento. Essa relação sugere que os participantes experimentaram uma forte sensação de prazer e diversão durante as festas juninas, à medida que se envolviam em atividades festivas que os deixavam animados e eufóricos, resultando assim em uma experiência de entretenimento positiva. Isso indica uma influência significativa da participação nas *lives* juninas na dimensão de Entretenimento. Seguramente, a ênfase nessa dimensão consolidou as *lives* como forma distinta de diversão e lazer, como revela os discursos dos Usuários 3 e 6.

“Achei bem interessante, pois era algo novo, que não acontecia, fazendo com que as pessoas que estavam presas em suas casas pudessem se divertir, aproveitar, e curtir dentro do ambiente familiar, em casa.” (Usuário 3).

O Usuário 6 fortalece tal percepção por meio da afirmativa seguinte:

“Os eventos virtuais foram válvulas de escape, que proporcionaram a fuga de uma realidade triste e desgastante vivida no período da pandemia, através de momentos de entretenimento e lazer que nos aproximaram de boas experiências anteriormente vividas.” (Usuário 6).

A afirmação "Esqueci dos meus problemas cotidianos", ao ser associada à relação 4, adquire um contexto de entretenimento. Por outro lado, ao gerar a relação 5, evoca o sentido de escapismo. Portanto, é possível inferir a existência de um fluxo que conduz a experiência de

entretenimento a sensação de vivência de um tempo e espaço fora da realidade cotidiana, alcançado somente por meio de um estado de extrema alegria.

Como parte do processo resultante da construção de experiências, o grupo 6 estabelece conexões que exploram o domínio da novidade. Isso é evidenciado pelo contexto que exigiu adaptações urgentes tanto dos provedores quanto dos usuários, os quais tiveram que se integrar a uma nova vertente tecnológica para participar de eventos. As afirmações a seguir buscam delinear tal vivência.

“Vivenciamos tempos difíceis em 2021, onde uma nova realidade se transformou em ambientes virtuais, situações que nos adaptamos ao “novo” de uma forma repentina e inesperada.” (Usuário 8 - Autônomo - 39 anos).

“O evento virtual para o momento que tivemos foi de grande importância” (Usuário 5).

“[...] tivemos que nos contentar com o virtual, e foi ótimo por que no meio de tanto sofrimento durante a pandemia, esquecer um pouco e se deliciar com o show de forma nostálgica” (Usuário 7).

“Foram interessantes diante da realidade que estava sendo vivenciada, sem dúvidas, uma ótima alternativa para mobilizar econômica e socialmente diversos grupos envolvidos nas festividades.” (Usuário 4).

No entanto, foi observado que essa novidade perdeu seu caráter inovador ao longo do tempo, resultando em consequências contraditórias no ano seguinte. Assim, as transmissões ao vivo que se destacaram em seu formato no ano de 2020 tornaram-se obsoletas em um curto espaço de tempo. Essa tendência é corroborada por um alto grau de concordância entre os usuários, conforme indicado pelas alegações abaixo.

“No ano de 2020 foram novidades, então, foram muito boas. Assistia a todos, mas já em 2021 não tinha mais “saco”. (Usuário 10).

“[...] depois de um tempo se tornou algo “comum” e sem graça, devido ao grande fluxo de lives existente, pois tudo na época realizava ao vivo, então acabou ficando algo cansativo, e não se tornando algo “novo”. (Usuário 3).

Dentre os motivos destacados que contribuíram para esse desgaste, destaca-se uma forte inclinação negativa em relação ao uso das *lives* para a propaganda de marcas parceiras, as quais desempenharam um papel crucial na realização do evento. Apesar de reconhecerem a importância desses acordos, os usuários expressaram a preocupação de que isso consumisse excessivamente o tempo disponível, prejudicando assim a fluidez de uma experiência positiva, como revelam os trechos abaixo.

“Mas a quantidade de anúncios e as longas falas dos apresentadores deixaram por vezes o evento muito cansativo, o mais interessante, de fato, era vivenciar as apresentações dos artistas.” (Usuário 4).

“[...] muito tempo destinado às propagandas que, em algum momento, se torna exaustivo.” (Usuário 5).

“[...] muitas propagandas que tornavam cansativas.” (Usuário 9).

Ao encerrar o ciclo de relações decorrentes das experiências da amostra teórica, o grupo 6 transita de um estágio de novidade para o escapismo, sugerindo que, apesar da falta de continuidade inovadora das transmissões ao vivo, estas se mostraram essenciais no contexto em questão. Assim, a combinação de elementos estéticos, momentos de diversão e a vivência de algo novo foram capazes de proporcionar momentos liminoides e de escapismo quando necessário. É importante ressaltar que, embora este contexto tenha sido fundamental para essas vivências, essas respostas podem ser aplicadas a outros cenários quando devidamente adaptados.

Para concluir a presente análise, as percepções dos participantes forneceram subsídios para uma investigação comparativa das dinâmicas resultantes da aplicação das estratégias de design de eventos nos ambientes virtual e presencial das festas juninas. Suas observações, que reiteraram a importância da estética, do entretenimento, da inovação e do escapismo, levam à constatação de que, mesmo diante dessas experiências, o cenário presencial se destaca por proporcionar vivências mais genuínas, ancoradas na interação social, nos sentidos aguçados e na atmosfera festiva que permeia todo esse contexto, exteriorizados por meio das falas a seguir..

“Eu e minha família estávamos todos reunidos assistindo, de fato foi algo inovador e que nos fez esquecer a pandemia por um tempo, foi muito positivo as atrações presentes, repertório, e por ser gravado, foi possível assistir e reassistir quando quiséssemos, como ponto negativo, citando a saudade de poder estar presente em um show, sentir o calor da multidão e vivenciar presencialmente, quanto ao vivo.” (Usuário 7).

“Vivenciar o que muitas vezes não se consegue presencialmente, por diversos motivos pessoais, mas o ambiente virtual não substitui o presencial, apenas agrega valor a este.” (Usuário 10).

“O evento virtual desperta muitas das sensações vivenciadas no evento presencial, porém por não ter o calor humano a interação torna-se limitada. Limita a vivência do evento, por não proporcionar o encontro das pessoas, os abraços, os cheiros e a experiência dos sabores, a viagem para os turistas que vivenciam a cultura local de forma prática” (Usuário 6).

“O evento virtual para o momento que tivemos foi de grande importância, mas o evento presencial possui características singulares que não me fariam trocar um pelo outro”
(Usuário 5).

O cenário identificado valida os estudos desenvolvidos por Richards (2022), Simons (2019) e Mueser e Vlachos (2018) que apontam que o crescimento da digitalização de eventos apresenta desafios e oportunidades para audiências e organizadores. Enquanto os eventos virtuais podem oferecer experiências únicas, eles podem não replicar totalmente as interações sociais e os níveis de satisfação dos eventos físicos. Além disso, confirma que as experiências virtuais ainda não alcançaram o mesmo nível de envolvimento observado *in loco*, destacando a relevância das práticas sociais específicas dos eventos presenciais e da atmosfera festiva conseguida a partir disso, dependentes da presença física para pleno desenvolvimento.

Os resultados obtidos da amostra teórica confirmam a relevância dos estudos anteriores sobre a digitalização de eventos, destacando tanto os desafios quanto às oportunidades que essa tendência apresenta. A análise comparativa também revelou diferenças significativas nas experiências dos participantes nos eventos juninos virtuais e presenciais, evidenciando que, embora os eventos virtuais possam oferecer experiências únicas, há uma clara distinção em relação às interações sociais e ao nível de satisfação proporcionado pelos eventos presenciais.

Em suma, os resultados da pesquisa confirmam a relevância de considerar cuidadosamente as dinâmicas sociais e emocionais na organização de eventos, tanto físicos quanto virtuais. Embora os eventos virtuais ofereçam experiências únicas, eles ainda não alcançaram o mesmo nível de envolvimento observado nos eventos presenciais. Portanto, é essencial buscar uma abordagem integrada e estratégica para promover uma experiência do usuário mais significativa e impactante, independentemente do ambiente em que o evento ocorra.

Em face das conclusões extraídas da análise comparativa entre os festejos juninos virtuais e presenciais, é evidente a necessidade de explorar mais profundamente os princípios teóricos subjacentes a essa dicotomia de experiências. Nesse contexto, a próxima seção deste estudo se dedicará a examinar a teoria emergente resultante da análise dos dados coletados, com o objetivo de proporcionar uma compreensão mais abrangente e aprofundada dos fatores que influenciam a experiência do usuário em eventos juninos, seja no ambiente virtual ou presencial. A análise da teoria emergente permitirá uma reflexão crítica sobre as estratégias de *design* de eventos e sua eficácia na otimização e aprimoramento da experiência do usuário, contribuindo assim para o avanço do conhecimento nesta área e para o desenvolvimento de diretrizes práticas para a organização de futuros eventos juninos.

4.4 Tecendo Experiências: A Emergência da Teoria do Aprimoramento da Experiência do Participante por meio do *Design* de Eventos

A condução da pesquisa resultou na emergência de uma teoria que visa elucidar a influência do método de *design* de eventos na otimização e aprimoramento da experiência do usuário, considerando as nuances entre os ambientes virtual e presencial. A presente seção destina-se à apresentação desta teoria emergente, que se desenvolveu a partir de uma análise cuidadosa dos dados coletados durante o estudo. Por meio desta abordagem metodológica, identificaram-se padrões, relações e mecanismos anteriormente subestimados, agora delineados para preencher lacunas na literatura existente e proporcionar uma compreensão mais completa do fenômeno em análise. Dessa forma, esta seção não apenas contribui para o avanço teórico no campo do *design* de eventos, mas também oferece informações relevantes para profissionais e pesquisadores interessados na otimização da experiência do usuário em ambientes virtuais e presenciais.

Partindo da perspectiva organizacional, o padrão identificado para a projeção de experiências dos usuários, seja no contexto do evento virtual ou no presencial, revela uma gestão com características tradicionais em que a projeção da experiência dos participantes não é contemplada em projetos, evidenciando uma limitação de conhecimento sobre as dimensões da experiência. Ademais, não há implementação do *design* de eventos e um uso limitado de tecnologias inovadoras, que repousa sobre uma comunicação e estímulo a cocriação por intermédio das redes sociais, refletindo em uma compreensão ainda em desenvolvimento sobre a necessidade de incorporação tecnológica para aprimorar a entrega dos eventos.

Entretanto, apesar da ausência de métodos voltados para a otimização na entrega de experiências nas festas juninas, há o reconhecimento da importância da incorporação destes para aprimorar a entrega dos eventos, bem como um desejo de desenvolver e disseminar projetos que buscam integrar tradição e inovação. De toda forma, observou-se uma ênfase turística e no entretenimento em que os resultados são medidos em termos de satisfação e impacto econômico quantitativo. Há também uma relação de afeto desenvolvida entre a organização e o festejo que acaba por reverberar nas estratégias focadas na valorização da pessoa, hospitalidade e acolhimento, promoção da acessibilidade, uma sensibilidade em relação à comunidade e uma clara apropriação dos traços culturais e históricos locais - destacando a tentativa de manutenção da sacralidade da festa, visando moldar a experiência dos participantes com base na tradição, cultura e representatividade do festejo.

Ao identificar que, no contexto analisado, a experiência do usuário é concebida como um resultado intrínseco da própria vivência do evento, torna-se evidente a presença de estruturas distintas em cada ambiente que contribuem para a formulação de uma teoria emergente. Além disso, nota-se demandas que transcendem a natureza orgânica da experiência e demandam a implementação de métodos que otimizem o processo de concepção de experiências em eventos.

Em seu processo construtivo, a teoria emergente considerou o devido alinhamento das estratégias organizacionais, das vivências experimentadas e os elementos de *design* de eventos, como antecipação, chegada, atmosfera, oferta gastronômica, programa, entretenimento, comodidade, serviços, interação, tecnologia e inovação, para oferecer uma compreensão abrangente e holística da experiência do usuário em eventos, destacando sua importância social, econômica e cultural.

Nesse sentido, a Teoria do Aprimoramento da Experiência do Participante por meio do *Design* de Eventos destaca a importância de construir experiências sobre os pilares culturais, priorizando a valorização da autenticidade e das tradições para fomentar uma identidade e senso de pertencimento mais robustos. Isso implica na criação de rituais específicos para cada ocasião, além de estabelecer uma comunicação direta com a organização e fomentar a interação entre os participantes, facilitando o processo de cocriação e estimulando a participação ativa, com ênfase no uso das redes sociais como ferramenta subsidiária. Também se ressalta a importância de garantir uma acessibilidade que assegure a inclusão de toda a diversidade de pessoas.

A estética do evento transcende sua mera contemplação, assumindo um papel interativo que impulsiona o engajamento ativo dos participantes. Isso significa que, além de proporcionar uma experiência visual agradável, a estética também incita a ação por meio da interação entre o usuário e os elementos decorativos. Um exemplo claro disso são os espaços instagramáveis, que convidam o público a tirar fotos e compartilhar suas experiências nas redes sociais. A configuração espacial deve ser cuidadosamente elaborada para proporcionar a acomodação adequada à experiência, enquanto o entretenimento deve estar alinhado com o propósito genuíno do evento, incorporando a participação comunitária desde sua concepção até sua realização, e atendendo às diversas demandas provenientes de distintos públicos, especialmente da comunidade local e dos turistas.

Adicionalmente, é crucial garantir a equidade na entrega de serviços, evitando fenômenos de segregação e favorecimento de determinados grupos. A adoção de novas tecnologias acessíveis, ou mais sofisticadas por meio de ativações de marca, visa proporcionar

experiências mais imersivas, sem comprometer o significado autêntico da celebração e permitindo uma evolução orgânica na experiência dos eventos.

A introdução de mapas de jornada de experiência do usuário permite antecipar e planejar as experiências de forma mais eficaz, ampliando as chances de sucesso na projeção das mesmas. Esse processo demanda a implementação de métodos, tal como o próprio *design* de eventos, que visem engajar emocionalmente os participantes, transmitir mensagens específicas, promover interações significativas e deixar uma impressão duradoura.

Em última análise, é imperativo considerar elementos fundamentais na configuração de eventos, tais como saúde, segurança e hospitalidade, os quais desempenham um papel essencial na garantia de experiências excepcionais, envolventes e memoráveis. Ao ponderar sobre todos esses aspectos, torna-se viável conceber a entrega de experiências liminóides aos participantes de eventos, resultando em benefícios significativos nos âmbitos social, econômico e cultural, fortalecendo, assim, o verdadeiro propósito das celebrações. Como resultado da unificação dos elementos expostos, a Figura 77 apresenta o modelo teórico proposto.

Figura 77.

Teoria do Aprimoramento da Experiência do Participante por meio do Design de Eventos



Destarte, ressalta a importância da abordagem proposta por Berridge (2007, 2012b, 2015, 2020) que implementa o *design* de eventos na configuração e na integração das experiências dos participantes. Ao colocar a experiência do usuário como ponto central, direciona a atenção para a concepção deliberada de cada elemento do evento, desde a sua criação até a sua execução. Dessa forma, ao considerar todos os aspectos do design e da experiência do participante, é possível criar eventos mais coesos, significativos e memoráveis. Essa perspectiva não apenas amplia nosso entendimento sobre os eventos, mas também oferece uma estrutura sólida para a criação de experiências que atendam às necessidades e expectativas dos participantes de maneira eficaz e impactante.

5. Discussão e Implicações

O próximo capítulo abordará os resultados da pesquisa realizada no campo de eventos, um setor em crescente destaque. A inclusão da perspectiva da experiência do usuário do evento na pesquisa tem o potencial de contribuir significativamente para o avanço teórico e para subsidiar decisões gerenciais na concepção, planejamento e execução de eventos. Será apresentado um compilado dos resultados principais, seguido por uma análise crítica, a identificação das limitações do estudo e, por fim, as perspectivas futuras. Esta discussão busca fornecer uma visão detalhada e reflexiva da pesquisa, destacando sua relevância para o campo de eventos e sugerindo possíveis direções para futuras investigações.

5.1 Análise Reflexiva da Pesquisa

A área de eventos está ganhando crescente reconhecimento, especialmente à medida que estudos interdisciplinares se intensificam. Tanto em ambientes virtuais quanto presenciais, a experiência do usuário é elemento determinante para a entrega de vivências que se embasam em pilares do lazer e entretenimento.

Memoráveis, extraordinárias, de pico ou transformadoras (Maslow, 1962; Packer & Ballantyne, 2016; Simons, 2019; Neuhofer *et al.*, 2020) a experiência conota emoção (Schmitt, 1999; Pine & Gilmore, 1999; Boswijk *et al.*, 2007; Wood, 2009; Geurtsen, 2014; De Geus *et al.*, 2016; Norman, 2018; Richards, 2019) e, face a dificuldade exposta de sua materialização e medição (Pettersson & Getz, 2009), o *design* de eventos emergiu como uma possível ferramenta facilitadora para a promoção de vivências que excedam as expectativas dos participantes.

Ao se centrar nas festas juninas, sejam elas em seu formato presencial ou virtual, os resultados desta pesquisa revelam que, apesar da ausência da implementação do *design* de eventos não ofuscar o brilho delas, que são grandiosas por si só, algumas lacunas foram identificadas. Embora haja uma preocupação genuína com a experiência dos participantes, a falta de uma abordagem estratégica e orientada para o método analisado pode limitar o potencial de criação de experiências significativas e memoráveis (Berridge, 2020).

Ao considerar a experiência do usuário, destaca-se inicialmente que aquela experimentada em eventos presenciais é frequentemente caracterizada por uma maior interatividade e conexão emocional, atributos que tendem a ser mais desafiadores de serem reproduzidos em eventos virtuais. A presença física em um ambiente de evento proporciona uma oportunidade única para interações sociais mais profundas e uma experiência sensorial mais rica, elementos que contribuem significativamente para uma experiência mais envolvente e memorável em comparação com eventos virtuais (Mueser e Vlachos, 2018; Simons, 2019; Richards, 2022).

Embora as vantagens da experiência presencial sejam evidentes, é crucial ressaltar que a análise comparativa reconhece as particularidades e os desafios inerentes a cada cenário. Nesse sentido, há de se considerar toda a celeridade e urgência na implementação de eventos virtuais para suprir necessidade emergentes durante o cenário pandêmico, não permitindo o aperfeiçoamento das estratégias para a entrega de experiência virtuais.

Todavia, a partir dessa análise, é possível extrair nuances específicas que foram utilizadas no desenvolvimento do presente estudo. Dessa forma, torna-se relevante considerar a interseção das experiências benéficas e refletir sobre os elementos que atuam de forma consistente em ambos os contextos, visando proporcionar resultados adaptados a um universo maior de eventos.

A unificação dos contextos analisados corroborou com o cenário desenhado por Ryan *et al* (2020) que destaca a imaturidade digital de todo setor dos eventos, assim como, a não apropriação coerente de tecnologias inovadoras por esse campo (Craig, 2013; Lincaru, 2021; Mowad, 2017; Olya *et al.*, 2018; Simons, 2019; Tussyadiah *et al.*, 2017; Vum Winkle *et al.*, 2016; Wreford *et al.*, 2019, Teevan, 2021), revelando-se como um desafio não apenas exclusivo a tais festas, mas a todo um cenário de eventos.

O que pode ser visto foi um esforço para ir ao encontro ao que foi definido pelos autores supracitados e a busca em se aplicar tecnologias viáveis e alinhadas ao propósito do evento visando ampliar as experiências ofertadas. Um exemplo disso é a adaptação do tradicional correio elegante por uma marca específica, que se destacou das demais ativações. Também se destacou uma ênfase dada as redes sociais que ampliam o processo comunicativo, sendo uma ferramenta de fácil acesso e amplamente adotada pela população. Isso representa um primeiro passo, ainda que incipiente, rumo à incorporação de ferramentas que não eram utilizadas em um passado mais distante. Uma abordagem que visa fortalecer o processo comunicativo e estreitar a relação entre organização e usuários, bem como entre os próprios usuários.

Em um sentido macro, a experiência promovida ao usuário no cenário festivo considera um foco que se desloca do participante que apenas comparece, desfruta e parte, para todos os envolvidos no planejamento da festa. Esse reconhecimento começa desde o início do processo de concepção e permeia todas as etapas do evento, até se alcançar a edição seguinte. A relação entre a festa e os envolvidos deve ir além do período festivo, fortalecendo-se e perdurando ao longo do tempo.

Nesse contexto, a festa junina, em todas as suas versões, é compreendida como uma celebração cultural e histórica que combina festividade, representatividade e transmissão de valores e tradições culturais, diferenciando-se de outras celebrações genuinamente comerciais, assim, a participação comunitária torna-se essencial para o planejamento completo da festa.

A cultura desempenha um papel fundamental na festa junina, conferindo-lhe uma identidade única que a distingue de outras celebrações. Embora todas as festas analisadas se enquadrem na mesma categoria de eventos culturais, foi possível observar que cada uma apresenta elementos distintos que a tornam singular em relação às demais. Nesse sentido, fica evidente que ao enfatizar uma característica marcante do evento, cria-se uma motivação no público para experimentar vivências que correspondam ao que é prometido.

Ao direcionar o olhar para a comunidade, compreendendo suas demandas, aspirações e desejos, e proporcionando voz e participação, é viável profissionalizá-la e, conseqüentemente, refletir esses benefícios na festa. A festa, que pertence ao povo, emana do povo e deve ser realizada pelo povo, para o povo (Marques & Brandão, 2015).

Isso posto, compreende-se que a gestão municipal deve dar atenção ao seu papel mediador, incorporando a comunidade no processo para potencializar os recursos que possui e ampliar a audiência e a demanda turística. Isso deve ser feito equilibrando a autenticidade e os benefícios que a festa pode gerar, sem comprometer seu verdadeiro sentido ou descaracterizá-la, sobrepujando fenômenos de espetacularização e camarotização (Debord, 1997; Certeau, 2008; Fantinel & Silva, 2021; Rubim & Miranda, 2012).

Trata-se de reconhecer os benefícios econômicos, culturais e sociais decorrentes da festa e buscar equilibrar a tradição com o processo orgânico de transformação que ocorre na sociedade como um todo. Nesse sentido, a pesquisa destaca a participação comunitária como indispensável em contextos de festas culturais, com a gestão pública atuando como mediadora do processo (Marques & Brandão, 2015).

O turismo, reflexo dessas ações, destaca a importância das festas juninas como eventos culturais de alto valor atrativo. Ao reconhecer a festa como uma celebração que une festividade, representatividade e transmissão de valores culturais, percebe-se o potencial desses eventos em atrair turistas interessados em vivenciar e conhecer de perto essas tradições. A participação comunitária e a incorporação de elementos tecnológicos, aliadas à gestão adequada e a coerente aplicação do *design* de eventos, tendem a potencializar ainda mais esse valor atrativo, tornando as festas juninas não apenas um evento local, mas também um destino turístico de destaque (Yu, 2021).

Voltando-se para um nível mais específico, concentrando-se no núcleo onde ocorre a festa, é importante destacar a centralidade necessária do usuário em todo o processo, incluindo aqui comunidade e turistas de diferentes classes sociais. É preciso pensá-lo em cada e toda ação, sendo este visto como um dos elementos identificados que se aproxima da adoção do *design* de eventos para a projeção de experiência, como defende Berridge (2007; 2012b; 2015; 2020) e aqueles que apregoam não apenas gestão, mas também *design* em todas as esferas e fases que seguem desde a concepção do evento ao estreitamento de relação com o público (Brown, 2005, 2014; Crowther, 2014; Getz, 2012).

Diante de tal observação, se considerou a equidade na entrega dos serviços nas festas juninas como um aspecto crucial a ser considerado ao analisar a experiência do usuário e o que foi projetado pela organização. O objetivo é garantir que todos os participantes, independentemente de seu poder aquisitivo, tenham acesso a serviços de qualidade e uma experiência positiva no evento.

Aqui há de se ponderar que, o viés comercial da festa não postula pela entrega de marcas similares para todos os públicos, o capitalismo é nocivo e cruel ao ponto de nos fazer, talvez não entender - isso caberia em outra discussão ainda mais profunda, mas considerar que, o poder aquisitivo é diretamente proporcional ao acesso à produtos e serviços mais sofisticados, transformando essa esfera em um nicho específico e lucrativo que acaba por beneficiar os envolvidos na organização do evento – incluindo a comunidade (Davel & Dantas, 2019).

Todavia, diante da identificação de espaços segregadores, ao se projetar o evento, aqui representado pela festa junina, a organização deve considerar a diversidade econômica dos participantes e buscar oferecer obrigatoriamente serviços de qualidade que atendam às necessidades de todos. Isso inclui a disponibilização de serviços básicos, como saúde, segurança e infraestrutura adequada, de forma equitativa em todas as áreas do evento. Além disso, os preços dos produtos e serviços oferecidos devem ser justos e acessíveis a cada grupo, garantindo que todos os participantes possam desfrutar da festa sem restrições financeiras.

Apesar de uma face obscura, os recursos são necessários para o desenvolvimento das comunidades e consequente elevação da qualidade de vida daqueles que lá residem, outrossim, perante sua capacidade de desencadear a dinâmica do mercado ao mobilizar recursos, criar oportunidades de emprego e renda, influenciar as economias, as festas podem ser identificadas como oportunidades de investimento e um campo fértil para o empreendedorismo, emergindo como impulsionador das economias locais (Davies *et al.*, 2010; Getz, 1993; Getz & Page, 2016; Moeran & Pedersen, 2010; Tichaawa, 2016; Davel & Dantas, 2019).

A promoção da equidade também busca envolver a criação de espaços e atividades inclusivas, que atendam às necessidades e interesses de diferentes grupos sociais. Isso pode incluir áreas de lazer acessíveis a pessoas com deficiência, programação cultural diversificada e a promoção de práticas sustentáveis que beneficiem toda a comunidade.

Em uma sociedade em constante evolução e que intenta abraçar e incluir todos, a acessibilidade ganhou respaldo na festa moderna uma vez que essa celebração postula pela inclusão de uma ampla variedade de indivíduos. Como mencionado anteriormente, a festa busca ser espaço para todos, então sugere a não existência de limitações, mas sim estratégias que ampliem a inclusão de pessoas com deficiência, de todas as raças, etnias, gêneros, idades, crenças e grupos sociais. A experiência ocorre de forma diferente para cada indivíduo e isso proporciona camadas de complexidade que precisam ser consideradas e melhor compreendidas para assim ampliar a forma de se pensar a entrega de experiências (Richards & Biaett, 2020).

Os serviços básicos, especialmente os relacionados à saúde, segurança e hospitalidade, são essenciais na criação de experiências. Embora sua importância seja óbvia, a pesquisa reforçou esses elementos como parte fundamental, servindo como alicerce para a construção de experiências no cenário festivo.

Destaca-se então a importância de implementar métodos que meçam e analise as experiências projetadas, pois "Aquilo que não pode ser medido, não pode ser melhorado!" (William Thomson). Quando se trata sobre experiências, mostra-se relevante o que é defendido por Berridge (2007) ao afirmar que se o evento não estiver sendo projetado para oferecer experiências específicas, essas vivências ficarão entregues ao acaso.

Nesse sentido, o desenho de experiências centra-se em estudos e análises que buscam compreender o cenário a ser desenvolvido e assim buscar aprimorar as vivências positiva. Tal estratégia possibilita o conhecimento profundo de um cenário que está sendo trabalhado e desenvolvido, assim, o alinhamento de quesitos importantes que facilitam a condução de respostas mais assertivas que poderão ser convertidas em satisfação, encantamento, estreitamento de relação com o evento, identidade e conseqüentemente, em recursos econômicos.

O resultado distintivo desta pesquisa vai além da mera avaliação de eficácia, integrando o *design* de eventos com elementos essenciais para garantir uma entrega de experiência eficaz aos usuários. O alinhamento adequado do método analisado com os elementos promotores da experiência, mesmo em um contexto que não considerou sua implementação, possibilitou a elaboração de um modelo direcionador.

Esse modelo se compromete em fornecer suporte a todo o processo de concepção, planejamento e execução de eventos, visando potencializar a atmosfera festiva na qual os participantes se envolvem, proporcionando experiências que transformam a festa em um espaço liminóide e afetam não apenas as dimensões da experiência ora identificadas, mas amplia seu alcance para aquelas que não receberam o respaldo suficiente diante do contexto analisado.

Destarte, a modernização da festa está em constante evolução, refletindo as mudanças rápidas da sociedade contemporânea. Esse processo, irreversível por natureza, pode ser gerenciado de maneira coerente para integrar adequadamente todos os elementos mencionados. Essa festa equilibra a tradição e inovação, incorpora a participação comunitária, considera as demandas de públicos distintos, se apropria devidamente de elementos tecnológicos e preza pela experiência inteligente, sem negligenciar os elementos básicos e fundamentais de sua construção.

Nesse sentido, é possível potencializar a festa como um todo, garantindo que o método de *design* de eventos seja efetivamente utilizado como uma ferramenta para otimizar e aprimorar a experiência do usuário. Ao considerar as dinâmicas distintas entre o universo virtual e presencial, é possível adaptar estratégias e abordagens que criem experiências significativas e memoráveis para os participantes. Assim, o *design* de eventos se revela não apenas como uma ferramenta eficaz, mas como um elemento essencial para o progresso e aprimoramento contínuo das festas, garantindo que elas continuem a evoluir em um mundo em contínua transformação.

5.2 Contribuições Teóricas, Sociais, Metodológicas e Gerenciais

A multidisciplinaridade da pesquisa oferece contribuições teóricas, metodológicas, sociais e gerenciais significativas para distintos campos, incluindo aquele que contempla o *design* de eventos, especialmente ao considerar as nuances entre os ambientes virtual e presencial na experiência do usuário. A partir da análise das teorias destacadas, diversas implicações práticas e conceituais surgem para aprimorar a concepção e execução de eventos.

Nesse sentido, a pesquisa ofereceu contribuições teóricas importantes ao campo do *design* de eventos, especialmente ao considerar as nuances entre os ambientes virtual e presencial na experiência do usuário. Ela ampliou os escopos teóricos por meio da interação de diferentes constructos, desenvolvendo teorias sobre experiência do usuário que enfatizam a necessidade de gestão sensível às necessidades e expectativas dos participantes.

Além disso, a pesquisa associou a experiência emocional e elementos inovadores para criar experiências memoráveis e impactantes. Trabalhou também o conceito de memória, mostrando como a valorização da experiência passada dos participantes contribui para uma conexão mais profunda com o evento. Outro ponto relevante foi a ênfase na importância da interação social e compartilhamento de significados para fortalecer o sentido de comunidade e pertencimento entre os participantes. Adicionalmente, explorou a economia da experiência na agregação de valor aos serviços oferecidos em eventos.

De forma mais enfática, a teoria do *design* de eventos foi enriquecida ao incorporar a participação da comunidade, o significado cultural dos eventos, a concepção do entretenimento para além do viés comercial e alienante, a integração de elementos tecnológicos para uma experiência inteligente, além da consideração da acessibilidade e da equidade na entrega de serviços, garantindo que todos os participantes tenham acesso a uma experiência de qualidade. Além disso, foi dado substância ao escopo ao validar a importância de ações fundamentais na formatação de um evento, como a garantia da segurança e saúde, e a entrega adequada da hospitalidade e acolhimento. Essa abordagem resultou em um modelo que transcende o âmbito teórico, podendo ser aplicado como uma ferramenta de *design* em todas as esferas do evento.

No aspecto gerencial, a pesquisa destacou o modelo como uma ferramenta aplicável em todas as fases do evento, desde a concepção até a entrega, abrangendo etapas anteriores e posteriores à realização efetiva da festa. Nesse sentido, ele facilita a comunicação direta entre os envolvidos de forma contínua, fortalecendo os relacionamentos e criando laços afetivos com a festa.

Além disso, ao fornecer elementos que permeiam todo o processo de formatação do evento e que colocam a pessoa no centro das ações, ou seja, ao compreender suas demandas e desejos para projetar uma experiência, o modelo permite identificar lacunas relacionadas à promoção da experiência do usuário. Isso ocorre tanto antecipadamente, devido à sua capacidade preditiva, quanto fornecendo subsídios para resolver problemas emergentes no momento da entrega do evento.

Como contribuição social, a pesquisa reconhece a festa como espaço que viabiliza interações sociais e compartilhamento de significados entre os participantes. Por trazer o indivíduo ao cerne das decisões estratégicas do evento, acaba por dar voz aos envolvidos, considerando seus anseios, desejos e necessidades, fornecendo assim, vivências agradáveis.

A pesquisa também intenciona empoderar a comunidade ao envolvê-la no processo decisório da formatação da festa, considerando o significado original da celebração e assegurando a autenticidade e a disseminação de uma cultura legítima. Além disso, destacou a importância do *design* de eventos como modelo para orientar o sucesso do evento, garantindo que a comunidade se beneficie com o aumento do atrativo da festa. Esse aumento de atratividade faz com que a festa, em virtude de suas particularidades, atraia um número maior de turistas, os quais também necessitam de estratégias que considerem suas demandas específicas.

Do ponto de vista metodológico, o desafio de aplicar a teoria fundamentada abriu espaço para futuras pesquisas que se aprofundem nesse método. Ao buscar incorporar elementos inovadores, como o uso do *card sorting* - uma ferramenta comumente empregada na área de *design* - foi possível extrair significados mais específicos, os quais foram validados por meio da amostra teórica, contribuindo para a elaboração do modelo final. Outro elemento adaptado foi o uso do *Iramuteq* para a codificação do conteúdo obtido, tarefa geralmente realizada com ferramentas mais específicas. De toda forma, o resultado obtido foi condizente com as expectativas, ampliando a funcionalidade do *software* mencionado.

Com base nas contribuições teóricas, gerenciais, sociais e metodológicas apresentadas, é possível reconhecer o impacto significativo da pesquisa no campo do *design* de eventos. No entanto, é importante considerar algumas limitações que podem influenciar os resultados ou a aplicabilidade prática das conclusões. Além disso, é crucial identificar direcionamentos futuros para a pesquisa, a fim de expandir e aprofundar o conhecimento nessa área. Neste sentido, esta seção discutirá as limitações do trabalho e sugerirá possíveis direcionamentos para pesquisas futuras, visando contribuir ainda mais para o avanço do campo do *design* de eventos.

5.3 Limitações e Direcionamentos da Pesquisa

A pesquisa enfrentou algumas limitações que dificultaram sua plena realização, exigindo assim algumas adequações. Em um primeiro momento, destaca-se a dificuldade de acessar as pessoas em meio à multidão. Apesar das tentativas de coletar os dados dessa circunstância, a complexidade e as características inerentes a ela restringiram esse processo à imersão da pesquisadora neste universo, impossibilitando um maior entendimento acerca da efervescência.

Uma outra limitação significativa foi a condução da pesquisa por apenas uma pesquisadora, o que restringiu seu alcance, especialmente em relação às diversas fases do evento, conforme sugerido por autores estudados. A falta de acesso à representação da organização de um determinado evento também limitou a amplitude dos resultados, impedindo a obtenção do ponto de vista de todas as partes envolvidas nos eventos analisados.

Adicionalmente, o cenário de transformações rápidas teve impacto na pesquisa, uma vez que as inovações que inicialmente pareciam promissoras no ambiente virtual rapidamente caíram em desuso, levando a decisões de implementações voltadas para o cenário presencial. Essas limitações ressaltam a complexidade e os desafios envolvidos na pesquisa sobre *design* de eventos, especialmente em um contexto dinâmico e desafiador. De toda forma, as limitações mencionadas e a interdisciplinaridade da pesquisa conduziram aos direcionamentos subsequentes que serão apresentados.

A pesquisa realizada proporcionou um escopo que certamente abrange diversas disciplinas e áreas de conhecimento, conforme demonstrado no Quadro 1 - Disciplinas e suas contribuições para os principais temas dos estudos de eventos, como sugerido por Getz (2012). Ao explorar cada tema proposto, surgem diversas possibilidades e direções que podem levar a novas descobertas no campo do *design* de eventos.

Neste contexto, limita-se a sugerir perspectivas baseadas nos resultados obtidos neste estudo. Dessa forma, ao considerar o modelo proposto, cada um de seus tópicos indica um estudo a ser aprofundado, a fim de proporcionar percepções mais detalhadas sobre como esses elementos influenciam a experiência do usuário em eventos.

Recomenda-se, inicialmente, um aprofundamento nas limitações tecnológicas que podem ter dificultado a incorporação de elementos tecnológicos inovadores para melhorar a experiência do usuário em eventos, envolvendo analisar detalhadamente as barreiras e desafios encontrados na adoção e implementação dessas tecnologias e buscando identificar soluções e estratégias para superar tais limitações. Torna-se pertinente também estudar como a tecnologia pode ser mais bem integrada ao *design* e à organização de eventos para aprimorar a experiência do usuário e proporcionar benefícios tangíveis aos organizadores e participantes.

Outro ponto que requer detalhamento é o estudo do papel das pessoas no centro das estratégias que concebem a experiência dos eventos, atentando-se a uma análise do envolvimento tanto daqueles que organizam o evento quanto daqueles que participam e recebem os estímulos que moldam a experiência.

Nesse contexto, mostra-se relevante investigar como as diferentes perspectivas e interações das pessoas podem influenciar a concepção e a entrega de experiências significativas em eventos, bem como identificar maneiras de melhorar a interação e a comunicação entre os organizadores e os participantes para criar experiências mais envolventes.

Sugere-se também, uma investigação mais aprofundada dos temas de entretenimento e estética em eventos, indo além de seu sentido contemplativo, sendo essencial explorar como essas dimensões podem transcender a passividade e o consumismo, proporcionando experiências que incentivem a participação ativa e reflexiva dos participantes. Tal abordagem incluiria a investigação de como diferentes elementos de entretenimento e estética, como performances artísticas, instalações interativas e *design* visual, podem ser utilizados para criar experiências mais significativas, considerando investigar como elas podem influenciar a percepção dos participantes sobre o evento e como podem contribuir para o seu engajamento e satisfação geral.

Uma linha de pesquisa relevante consiste na expansão dos estudos sobre acessibilidade em eventos, considerando não apenas a inclusão de pessoas com deficiência, mas também de outros grupos. Aqui, revela-se fundamental desenvolver uma análise das práticas e políticas de acessibilidade em eventos diversos, assim como a avaliação da eficácia dessas medidas na inclusão e participação de todos os públicos.

Para mais, é importante investigar a integração mais abrangente da acessibilidade no *design* e na organização de eventos, levando em conta não apenas as necessidades físicas, mas também as sensoriais, cognitivas e emocionais do público em geral, visando proporcionar uma experiência inclusiva para todos os participantes.

Investigar mais a fundo o papel da hospitalidade na transformação dos eventos em espaços acolhedores, propiciando a construção de ambientes propícios à experimentação de vivências únicas também se expõe como uma linha de pesquisa promissora. Esse estudo contemplaria a análise de como a hospitalidade é percebida e experimentada pelos participantes de eventos, considerando diferentes aspectos, como a qualidade do serviço, a personalização da experiência e a sensação de pertencimento. Adicionalmente, sugere-se explorar como a hospitalidade pode ser incorporada de forma eficaz no *design* e na organização de eventos, a fim de melhorar a experiência dos participantes e criar memórias duradouras.

Ao se pensar na amplitude e diversidade de eventos, julga-se importante investigar como a implementação de um significado inerente aos eventos contribui para o desenvolvimento de relacionamentos afetivos entre os participantes e o evento. Tal pesquisa seria centrada na análise de como diferentes eventos incorporam elementos significativos, como tradições culturais, valores comunitários ou narrativas emocionais, e como esses elementos influenciam a forma como os participantes se envolvem e se conectam com o evento. Ademais, seria interessante explorar como esses relacionamentos afetivos impactam a experiência geral do evento, a satisfação dos participantes e sua propensão a participar de eventos futuros.

Também é possível explorar a influência do *design* de eventos em festivais reconhecidos por proporcionar experiências únicas em relação ao seu potencial para atrair turistas, incorporando uma avaliação de como o *design* de eventos contribui para a criação de uma identidade distintiva para esses festivais, tornando-os destinos turísticos mais atrativos.

Por fim, analisar a funcionalidade do modelo proposto é de fundamental importância, uma vez que ao se testar a sua viabilidade é possível preencher lacunas que não tenham sido identificadas durante o processo de construção da pesquisa. Aqui, também se mostra relevante incorporar uma abordagem quali-quantitativa visando extrair dados ainda mais precisos.

Referências

- Adema, K. L., & Roehl, W. S. (2010). Environmental scanning the future of event design. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2):199-207
DOI:10.1016/j.ijhm.2009.10.017
- Albar, I. O. (2014). *La gestión de eventos y productos turísticos*. Madrid: Síntesis.
- Almendra, R. A. (2010). *Making in the conceptual phase of design processes*. A descriptive study contributing for the strategic adequacy an overall quality of design outcomes. [Tese de Doutorado]. Universidade de Lisboa.
- Amabile, T. M. (1998). How to kill creativity. *Harvard Business Review*, 77-87. DOI:10.4135/9781446213704.n2
- Amaral, R. (1998). *Festa à Brasileira: sentidos do festejar no país que “não é sério”*. [Tese de Doutorado]. Universidade de São Paulo.
- Amatuzzi, M. M. (2007). Experiência: um termo chave para a Psicologia. *Memorandum: Memória E História Em Psicologia*, 13, 8–15.
<https://periodicos.ufmg.br/index.php/memorandum/article/view/6699>
- Aquino, C. A. B., & Martins, J. C. (2007). Ócio, lazer e tempo livre na sociedade do consumo e do trabalho. *Revista Mal Estar e Subjetividade*, 7(2), 479-500.
http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482007000200013&lng=pt&tlng=pt.
- Araujo, M. T. M., & Cipiniuk, A. (2020). O entretenimento online-A sociedade espetacular das lives nos tempos de pandemia. *Revista interdisciplinar internacional de artes visuais-art&sensorium*, 7(2), 193-206. <https://doi.org/10.33871/23580437.2020.7.2.193-206>
- Associação Brasileira de Normas Técnicas NBR 16004, de 30 de agosto de 2016. *Eventos — Classificação e terminologia*. Rio de Janeiro: Associação Brasileira de Normas Técnicas.

- Badiou, A. (2002). *O ser e o evento*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Barceló, J. (2005). El Sentido Religioso de la Fiesta em el Mundo Antiguo. In: Grammatico, G. et al. (Eds.). *La Fiesta como el Tiempo del Dios*. Santiago: CEC. (pp. 77-86).
- Belk, R. W. (1975). Situational Variables and Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*, 2(3), 157–164. <http://www.jstor.org/stable/2489050>
- Benneworth, P., & Dauncey, H. (2010). International Urban Festivals as a Catalyst for Governance Capacity Building. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 28(6), 1083-1100. <https://doi.org/10.1068/c09136>
- Berridge, G. (2007). *Events Design and Experience*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Berridge, G. (2012a). Event Experience: A case study of diferences between the way in which organizers plan an event experience and the way in which guests receive the experience. *Journal of Park and Recreation Administration*, 30(3), 7-23. <https://js.sagamorepub.com/jpra/article/view/2805>
- Berridge, G. (2012b). Event experience: A case study of differences between the way in which organizers plan an event experience and the way in which guests receive the experience. *Journal of Park and Recreation Administration*, 30 (3), 7-23.
- Berridge, G. (2015). *Event experiences: design, management and impact*. [Tese de Doutorado]. University of West London.
- Berridge, G. (2020). Designing event experiences. In Page, S. J., & Connell, J. (Eds). *The Routledge Handbook of Events*. London: Routledge (pp. 273–288)
- Bessa, V. R. M., & da Silva, E. S. (2022). Turismo e evento cultural: um estudo sobre as estratégias de marketing do Mossoró Cidade Junina. *AGRESTE-Revista Acadêmica de Administração e Turismo*, 1(1). <https://periodicos.apps.uern.br/index.php/AGRT/article/view/4802/3585>

- Best, K. (2006). *Design Management: Managing Design Strategy, Process and Implementation*. Londres: AVA Academia
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71. <https://doi.org/10.1177/002224299205600205>
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and methods*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Boag, P. (2015). *All you need to know about customer journey mapping*. Smashing Magazine. Recuperado de: <https://www.smashingmagazine.com/2015/01/all-about-customer-journey-mapping/>
- Boorstin, D. J. (1961). *The Image: A guide to pseudo-events in América*. New York: Atheneum
- Bowdin, G., O'Toole, W., Allen, J., Harris, R., & McDonnell, I. (2012). *Gestão de Eventos*. (2a. ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080457154>
- Bowdin, G., O'Toole, W., Silvers, R. J., & Nelson, K. B. (2005). Towards an International Event Management Body of Knowledge (EMBOK), *Event Management*, 9(4), 185-198. DOI:10.3727/152599506776771571
- Bowen, H. E., & Daniels, M. J. (2005). Does the music matter? Motivations for attending a music festival. *Event Management*, 9(3), 155-164. DOI:10.3727/152599505774791149
- Bradley, C., Oliveira, L., Birrell, S., & Cain, R. (2021). A new perspective on personas and customer journey maps: Proposing systemic UX. *International Journal of Human-Computer Studies*, 148. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2021.102583>.
- Branton, N. (2009). Landscape Approaches in Historical Archaeology: The Archaeology of Places. In: Gaimster, D., & Majewski, T. (eds). *International Handbook of Historical Archaeology*. Springer, New York, NY. https://doi.org/10.1007/978-0-387-72071-5_4

- Britto, J., & Fontes, N. (2002). *Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo*. São Paulo : Aleph.
- Brodie, R., & Hollebeek, L. (2011). Response: Advancing and consolidating knowledge about customer engagement. *Journal of Service Research*, 14(3), 283–284. DOI: 10.1177/1094670511415523
- Brown, A., & Sharpley, R. (2019). Understanding Festival-Goers and Their Experience at UK Music Festivals. *Event Management*, 23(4), 699-720. DOI: 10.3727/152599519X15506259855733
- Brown, G. (2019). *Eventscapes: Transforming Place, Space and Experiences*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315105000>
- Brown, S., & Hutton, A. (2013). Developments in the real-time evaluation of audience behaviour at planned events. *International Journal of Event and Festival Management*, 4 (1), 43-55. DOI: 10.1108/17582951311307502
- Brown, S. (2005). *Event design – an Australian perspective*. In: 2nd International Event Management Body of Knowledge Global Alignment Summit, Johannesburg. Recuperado de: www.flinders.edu.au/ehl/fms/hums_research/ERDN/Brown-Event-Design.pdf
- Brown, S. (2014). Emerging professionalism in the event industry: a practitioner perspective. *Event Management*, 18 (1), 15-24. DOI:10.3727/152599514X13883555341760
- Brown, S., & James, J. (2004). Event design and management: ritual sacrifice?. *Festival and Events Management*, 53-64. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-5872-0.50009-0>
- Bruce, M., & Bessant, J. (2002). *Design in business – strategic innovation through design*. Harlow: Pearson Education Ltda.

- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: Twenty Years on and 10 Years after the Internet: The State of Etourism Research. *Tourism Management*, 29, 609-623. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Buhalis, D., Amaranggana, A. (2013). *Smart Tourism Destinations*. In: Xiang, Z., Tussyadiah, I. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2_40
- Buonincontri, P., & Micera, R. (2016). The experience co-creation in smart tourism destinations: a multiple case analysis of European destinations. *Information Technology & Tourism*. 16. 285-315. 10.1007/s40558-016-0060-5.
- Bustard, J., Bolan, P., Devine, A., & Hutchinson, K. (2018). The Emerging Smart Event Experience: An Interpretative Phenomenological Analysis. *Tourism Review*, 74(1), 116-128. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2017-0156>
- Bruwer, J. (2014). Service Quality Perception and Satisfaction: Buying Behaviour Prediction in an Australian Festivalscape. *International Journal of Tourism Research* 16(1). 10.1002/jtr.1901
- Canclini, N. J. (2013). *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. (4a. ed.). São Paulo: Edusp.
- Carbone, L. P., & Haeckel, S. H. (1994). Engineering Customer Experiences. *Marketing Management*, 3(3). https://www.researchgate.net/publication/265031917_Engineering_Customer_Experiences
- Carneiro, E. (1974). *Festas tradicionais*. Rio de Janeiro: Conquista.
- Carneiro, M. J., Eusébio, C., Caldeira, A., & Santos, A. C. (2019). The influence of eventscape on emotions, satisfaction and loyalty: The case of re-enactment events. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 112-124. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.025>

- Carvalho, B. F. C. B., & Costa, C. D. S. (2022). Festas de São João: Das Origens à Atualidade. In Ribeiro, R., Araújo, E., Silva, M., & Fernandes, A. (Eds.). *Festividades, Culturas e Comunidades: Patrimônio e Sustentabilidade*. (pp. 73-83). Braga: UMinho Editora. <https://doi.org/10.21814/uminho.ed.73.6>
- Castelli, G. (2006). *Gestão hoteleira*. São Paulo: Saraiva.
- Castro, J. R. B. (2012). *Da casa à praça pública: a espetacularização das festas juninas no espaço urbano*. Salvador: EDUFBA. Recuperado de: https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/16713/1/da_casa_a_praca_publica.pdf
- Chang, W., & Yuan, J. (2011). A taste of tourism: Visitor's motivations to attend a food festival. *Event Management*, 15(2), 13–23. [10.3727/152599511X12990855575024](https://doi.org/10.3727/152599511X12990855575024)
- Charmaz, K. (2009). *A Construção da Teoria Fundamentada: guia prático para análise qualitativa*. [Tradução de Joice Elias Costa]. Porto Alegre: Artmed.
- Chen, P. J. (2006). The attributes, consequences, and values associated with event sport tourists' behavior: A meansend chain approach. *Event Management*, 10(1), 1–22. [10.3727/152599506779364651](https://doi.org/10.3727/152599506779364651)
- Clawson, M., & Knetch, J. L. (1966). *Economics of outdoor recreation*. Baltimore: The John Hopkins Press.
- Collins, R. (2004). *Interaction ritual chains*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400851744>
- Conrad, L. Y., & Tucker, V. M. (2019). Making it tangible: Hybrid card sorting within qualitative interviews. *Journal of Documentation*, 75(2), 397–416. [10.1108/JD-06-2018-0091](https://doi.org/10.1108/JD-06-2018-0091)
- Costa, C. L. (2008). As festas e o processo de modernização do território goiano. *Raega-O Espaço Geográfico em Análise*, 16. <http://dx.doi.org/10.5380/raega.v16i0.12679>

- Costa, J. H. (2013). A atualidade da discussão sobre a indústria cultural em Theodor W. Adorno. *TRANS/FORM/AÇÃO: Revista De Filosofia Da Unesp*, 36(2), 135–154. <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/transformacao/article/view/3103>
- Costa, X. (2017). Festividade: Formas modernas e tradicionais de sociabilidade. *Ponto Urbe*, 20. Recuperado de <http://journals.openedition.org/pontourbe/3379>
- Craig, A. B. (2013). *Understanding Augmented Reality*. Morgan Kaufmann. <https://doi.org/10.1016/C2011-0-07249-6>
- Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events, *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439, [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80010-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80010-2).
- Crowther, P. (2014). Strategic event creation. In: Sharples, L. et al. (Eds). *Strategic Event Creation*. Oxford: Goodfellows. (pp. 3-20).
- Crowther P., & Orefice, C. (2015), Co-creative events: Analysis and illustrations, In Richards, G. et al. (Ed). *Event Design: Social Perspectives and Practices*, Routledge, London. (pp.122-136)
- Cruz, F. B. (2020). *Queda de quase 70% nas buscas por lives sinaliza cansaço com a fórmula*. Recuperado de <https://veja.abril.com.br/cultura/queda-de-quase-70-nas-buscas-por-lives-sinaliza-cansaco-com-a-formula/>
- Csikszentmihalyi, M., & Csikszentmihalyi, I. S. (1992). *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511621956>
- Davel, E., & Dantas, M. (2019). Festas Populares na Bahia: Gestão e Dinâmica Identitária. *PragMATIZES - Revista Latino-Americana De Estudos Em Cultura*, 9(17), 203-224. <https://doi.org/10.22409/pragmatizes.v9i17.28284>

- Davel, E., & Fantinel, L. (2019). Festa, Organização e Cultura: Uma Introdução. *Pensamento & Realidade*, 34, 1-2. 10.23925/2237-4418.2019v34i1p1-2.
- Davies, B., Ward, P., & Kooijman, D. (2003). Ambient smell and the retail environment: Relating olfaction research to consumer behavior. *Journal of Business and Management*, 9(3), 289-302. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2003.9728228>
- de Andrade Lima, E. C. (2020). A festa de São João e a invenção da cultura popular. *Revista Internacional de Folkcomunicação*, 11(23), 13-29.
- De Geus, S., Richads, G., & Toepoel, V. (2015). Conceptualisation and Operationalisation of Event and Festival Experiences: Creation of an Event Experience Scale. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/15022250.2015.1101933>
- Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Denis, R. C. (2016). *Design para um mundo complexo*. Ubu Editora.
- Denzin, N. (1978). *The research act: a theoretical introduction to sociological methods*. (2a ed). New York: Mc Graw-Hill.
- Derrett, R. (2003). Making Sense of How Festivals Demonstrate a Community's Sense of Place. *Journal of Event Management*, 8, 49-58. <https://doi.org/10.3727/152599503108751694>
- Dimock, M. (2019) *Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins*. Recuperado de: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins>
- Dumazedier, J. (1973). *Lazer e cultura popular* (M. L. S. Machado, Trad.). São Paulo: Perspectiva.
- Dumazedier, J. (1979). *Sociologia empírica do lazer*. São Paulo: Perspectiva.

- Durkheim, E. ([1912] 1996). *As Formas Elementares da Vida Religiosa*. [Tradução de Paulo Neves]. São Paulo, Martins Fontes.
- Edvardsson, B., & Olsson, J. (1996). Key Concepts in New Service Development. *Service Industries Journal*, 16, 140-164. 10.1080/02642069600000019.
- Estanyol, E. (2021). Traditional Festivals and COVID-19: Event Management and Digitalization in Times of Physical Distancing. *Event Management*, 26. 10.3727/152599521X16288665119305.
- Experimental Trends. (2021). *Research: 15 data points on the state of experiential and where it's headed*. Recuperado de <https://www.eventmarketer.com/article/15-data-points-state-of-experiential/>
- Falassi, A. (1987) Festival: Definition and morphology. In: Falassi, A. *Time out of Time*, University of New Mexico Press, Albuquerque.
- Fantinel, L. D., & Silva, N. B. P. (2021). Desigualdades e Resistências no Organizar de Práticas Festivas Marginalizadas. *Revista Organizações & Sociedade*, 28(96), 112-134. 10.1590/1984-92302021v28n9605PT
- Faria, M. (2010). Card Sorting: noções sobre a técnica para teste e desenvolvimento de categorizações e vocabulários. *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 7(1). 10.20396/rdbci.v7i2.1953.
- Ferreira, F. L., Christino, J. M. M., Cardoso, L. de O., & Noronha, A. L. S. (2022). A ascensão e decadência do consumo de lives musicais durante a pandemia: uma análise sob o prisma da teoria da prática. *Cadernos EBAPE.BR*, 20(3), 401–416. DOI: 10.1590/1679-395120210014.
- Field, S. (2005). *Screenplay: The Foundations of Screenwriting*. Rev. ed. New York: Delta.
- Forgas, J. P. (1979). *Social episodes: The study of interaction routines*. San Diego, CA: Academic Press

- Formica, S. (1998). The Development of Festivals and Special Events Studies. In Getz D., & Wicks, B. (Eds.). *Festival Management and Event Tourism*, 5(3). New York, Cognizant Communication Corporation, pp. 131-137.
- Foxall, G. R., & Greenley, G. E. (1999). Consumers' emotional responses to service environments. *Journal of Business Research*, 46(2), 149–158. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(98\)00018-6](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(98)00018-6)
- Fu, X., Zhang, W., Lehto, X., & Miao, L. (2017). Celebration of heritage: linkages between historical re-enactment festival attributes and attendees' value perception. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35, 1-16. 10.1080/10548408.2017.1350618.
- Gardner, R.C. (1985). *Social psychology and second language learning: the role of attitudes and motivation*. London: Edward Arnold.
- Gelder, G., & Robinson, P. (2009). A Critical Comparative Study of Visitor Motivations for Attending Music Festivals: A Case Study of Glastonbury and V Festival. *Event Management*, 13, 181-196. 10.3727/152599509790029792.
- Getz, D. (1993). Corporate culture in not-for-profit festival organizations: concepts and potential applications. *Festival Management & Event Tourism*, 1(1), 11-17.
- Getz, D. (2005). *Event management and event tourism*. (2a. ed.). New York: Cognizant.
- Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, 403-428.
- Getz, D. (2009). Policy for sustainable and responsible festivals and events: institutionalization of a new paradigm. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1(1), 61-78.
- Getz, D. (2010). The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management Research*, 5(1), 1–47. <https://doi.org/10.1108/17852951011029298>

- Getz, D. (2012a). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. (2a. ed.). Abingdon: Routledge.
- Getz, D., & Frisby, W. (1988). Evaluating management effectiveness in communityrun festivals. *Journal of Travel Research*, 27(1), 22-27.
- Getz, D., & Page, S. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52. 10.1016/j.tourman.2015.03.007.
- Geurtsen, M. (2014). *The Multi-Phase Nature of Event and Festival Experiences*. Tilburg: Tilburg University.
- Giacaglia, M. C. (2003). *Organização de Eventos: Teoria e Prática*. São Paulo: Pioneira.
- Gibson, C., & Connell, J. (2012). *Music festivals and regional development in Australia*. Aldershot: Ashgate Publishing.
- Gibson, H. J., Kaplanidou, K., & Kang, S. J. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport management review*, 15(2), 160-170. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.08.013>
- Gleick, J. (2000). *Acelerado: a velocidade da vida moderna: o desafio de lidar com o tempo*. Rio de Janeiro: Campus.
- Global Consumer. (2019). *Global consumer Insights Survey 2019*. Recuperado de <https://www.pwc.com.br/pt/estudos/setores-atividade/produtos-consumo-varejo/2019/global-consumer-insights-survey-2019.html>
- Goffman, A. (2019). Go to More Parties? Social Occasions as Home to Unexpected Turning Points in Life Trajectories. *Social Psychology Quarterly*, 82(1), 51-74. <https://doi.org/10.1177/0190272518812010>
- Goffman, E. (1959). *A apresentação de si mesmo na vida cotidiana*. Dia duplo.

- Goldblatt, J., & Lee, S. (2020). *Special Events: The Brave New World for Bolder and Better Live Events*. John Wiley & Sons Incorporated
- Gonçalves, A. T. M. (2009). A festa como fronteira: Repensando o ordenamento do poder na Roma Imperial. In *Anais do XXV Simpósio Nacional de História da ANPUH*, Fortaleza. Recuperado de : https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548772006_293d2a2ae4b437d44a57e1b992d96cf2.pdf
- Gonçalves, O., Camprubí, R., Fons, C., & Solonandrasana, B. (2022). Image, eventscape, satisfaction and loyalty: a case study of a wine tourism event. *International Journal of Event and Festival Management*, 13(1), 18-37. DOI:10.1108/IJEFM-09-2020-0054
- Grand View Research (2021). Digital Transformation Market Size, Share & Trends Analysis Report By Solution, By Deployment, By Service, By Enterprise Size, By End-use, By Region, And Segment Forecasts, 2024 - 2030. Recuperado de: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/digital-transformation-market>
- Gray, J. (2003). New audiences, new textualities: Anti-fans and non-fans. *International Journal of Cultural Studies*, 6(1), 64-81. <https://doi.org/10.1177/1367877903006001004>
- Grebenar, A. (2020). Lost in music: mapping the 21st century house music event experience. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. DOI: 10.1080/19407963.2020.1727604
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electron Markets*, 25, 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015b). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558-563 <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.043>

- Grewal, D., & Roggeveen, A. L. (2020). Understanding Retail Experiences and Customer Journey Management, *Journal of Retailing*, 96(1), 3-8, <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2020.02.002>.
- Grove, S., & Fisk, R. (1997). The impact of other customers on service experiences: A critical incident examination of getting along. *Journal of Retailing*, 73, 63-85. 10.1016/S0022-4359(97)90015-4.
- Gupta, S., & Vajic, M. (2000). The Contextual and Dialectical Nature of Experiences. In: Fitzsimmons, J., & Fitzsimmons, M. (Eds.). *New Service Development*, Sage, Thousand Oaks, 33-51. <http://dx.doi.org/10.4135/9781452205564.n2>
- Haeckel, S. H., Carbone, L. P., & Berry, L. L. (2003). How to Lead the Customer Experience. *Marketing Management*, 12, 18-23. https://www.researchgate.net/publication/281994011_How_to_Lead_the_Customer_Experience
- Hands, D. (2009). *Vision and values in design management*. Bloomsbury Publishing.
- Harris, L. C., & Reynolds, K. L. (2003). As consequências do comportamento disfuncional do cliente. *Jornal de Pesquisa de Serviços*, 6(2), 144-161. <https://doi.org/10.1177/1094670503257044>
- Haybron, D. (2000). Two philosophical problems in the study of happiness. *Journal of Happiness*, 1(2), 207-225. DOI:10.1023/A:1010075527517
- Haybron, D. (2008). Happiness, the self and human flourishing. *Utilitas*, 20 (1), 21-49. DOI: 10.1017/s0953820807002889
- Hickman, H. K., & Harjit, S. (2020). An omnichannel approach to retailing: demystifying and identifying the factors influencing an omnichannel experience. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 30(3), 266-288. DOI: 10.1080/09593969.2019.1694562

- Hjalager, A. M. (2009). Cultural Tourism Innovation Systems - The Roskilde Festival. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9. 10.1080/15022250903034406.
- Hoffman, K. D., & Turley, L. W. (2002). Atmospherics, service encounters and consumer decision making: an integrative perspective. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10(3), 33–47. <http://www.jstor.org/stable/41304272>
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132–140. <http://www.jstor.org/stable/2489122>
- Hsu, C., & Huang, S. (2009). Effects of Travel Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, and Attitude on Revisit Intention. *Journal of Travel Research*, 48, 29-44. 10.1177/0047287508328793.
- Hull I., Stewart, W., Hull, R., & Yi, Y. (1996), Experience patterns: Capturing the dynamic nature of a recreation experience, *Journal of Leisure Research*, 24(3), 240. DOI: 10.1080/00222216.1992.11969891
- Jackson, J., Houghton, M., Russell, R., & Triandos, P. (2005). Innovations in Measuring Economic Impacts of Regional Festivals: A Do-It-Yourself Kit. *Journal of Travel Research*, 43, 360-367. 10.1177/0047287505274649.
- Jamieson, N. (2014). Sport Tourism Events as Community Builders—How Social Capital Helps the Locals Cope. *Journal of Convention & Event Tourism*, 15, 57-68. 10.1080/15470148.2013.863719.
- Khan, S. S., Hopkins, N., Reicher, S. D., Tewari, S., Srinivasan, N., & Stevenson, C. (2016). Explaining effervescence: Investigating the relationship between shared social identity and positive experience in crowds. *Cognition and Emotion*, 30(1), 20-32, DOI: 10.1080/02699931.2015.101

- Kharouf, H., Biscaia, R., Garcia-Perez, A., & Hickman, E. (2020). Understanding online event experience: The importance of communication, engagement and interaction, *Journal of Business Research*, 121. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.037>.
- Kantar (2019). *Índice de experiência do cliente*. Recuperado de <https://www.kantar.com/campaigns/brazil/brasil>
- Kaplanidou, K., Jeremy, J., Funk, D., & Rindinger, L. L.(2012). Recurring Sport Events and Destination Image Perceptions: Impact on Active Sport Tourist Behavioral Intentions and Place Attachment. *Journal of Sport Management*, 26, 237-248. 10.1123/jsm.26.3.237.
- Kim, J., & Kaplan, R. (2004). Physical and Psychological Factors in Sense of Community: New Urbanist Kentlands and Nearby Orchard Village. *Environment and Behavior*, 36(3), 313–340. <https://doi.org/10.1177/0013916503260236>
- Laville, C., & Dionne, J. (1999). *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Belo Horizonte: UFMG.
- Lee, Y., Dattilo, J., & Howard, D. (1994). The Complex and Dynamic Nature of Leisure Experience. *Journal of Leisure Research*, 26, 195-211. 10.1080/00222216.1994.11969956.
- Lee, Y.-K., Lee, C.-K., Lee, S.-K., & Babin, B. J. (2008). Festivalscapes and patrons' emotions, satisfaction, and loyalty. *Journal of Business Research*, 61(1), 56–64. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.05.009>
- Lee, J.-S., Lee, C.-K., & Choi, Y. (2011). Examinando o papel dos valores emocionais e funcionais na avaliação do festival. *Journal of Travel Research* , 50 (6), 685-696. <https://doi.org/10.1177/0047287510385465>
- Lee, T. H., & Chang, P. S. (2017). Examining the relationships among festivalscape, experiences, and identity: evidence from two Taiwanese aboriginal festivals. *Leisure Studies*, 36(4), 453-467. DOI: 10.1080/02614367.2016.1190857

- Lefebvre, H. (2014). *O Direito à Cidade*. (R. E. Frias, Trad.). Editora Moraes.
- Lengieza, M., Hunt, C.A., & Swim, J. (2019). Measuring eudaimonic travel experiences. *Annals of Tourism Research*, 74(2). DOI:10.1016/j.annals.2018.05.002
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. [Tradução de Costa, C.]. São Paulo: Editora 34.
- Levy, J. (1959). Symbols for Sale. *Harvard Business Review*, 37, 117-124.
- Liu, C. R., Lin, W. R., Wang, Y. C., & Chen, S. P. (2019). Sustainability indicators for festival tourism: A multi-stakeholder perspective. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(3), 296–316. 10.1080/1528008X.2018.1530165
- Li, L., Su, F., & Zhang, W. (2018) Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal*, 28: 1129-1157. doi:10.1111/isj.12153
- Liu, W., Sparks, B., & Coghlan, A. (2017). Event experiences through the lens of attendees. *Event Management*, 21(4), 463-479. <https://doi.org/10.3727/152599517X15015178156222>
- Lincaru, C. (2021). Measuring and delivering social inclusion: Leave no one behind in the digital transformation journey. *Academia Letters*.. <https://doi.org/10.20935/AL532>
- Llanasas, R. (2019). *How 5G will revolutionize the event industry*. Corbin, Ball & Co. <https://www.corbinball.com/article/36-mobile-and-wireless-technology/262-how-5g-will-revolutionize-the-event-industry>
- Luxford, A., & Dickinson, J. (2015). The Role of Mobile Applications in the Consumer Experience at Music Festivals. *Event Management*, 19. 10.3727/152599515X14229071392909.
- Maffesoli, M. (1988). *O tempo das tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

- Malouf, L. (1999). *Behind the Scenes at Special Events*, Wiley: Hoboken.
- Marques, L., Borba, C., & Michael, J. (2021). Grasping the Social Dimensions of Events Experiences: Introducing the Event Social Interaction Scale (ESIS). *Event Management*, 25, 9-26. 10.3727/152599520X15894679115448.
- Marques, L. M., & Brandão, C. R. (2015). As festas populares como objeto de estudo: contribuições geográficas a partir de uma análise escalar. *Ateliê Geográfico*, 9(3), 7–26. 10.5216/ag.v9i3.33822
- Marques, P. C. L. (2009). Que festa é essa? Analisando as Festas Juninas de Caruaru e Campina Grande. In *Anais do VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*. Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, SP. Recuperado de: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/6/81.pdf>
- Martin, V. (2014). *Manual prático de eventos*. São Paulo: Atlas.
- Martin, V., & Cazarré, L. (2016). *Technology and Events: Organizing an engaging event*. Goodfellow Publishers Ltd.
- Martin, V., & Lisboa, R. (2020). *Eventos digitais: híbridos e virtuais*. Recuperado de <https://mkt.midiacode.com/eventosdigitais>
- Maslow, A. (1962). Lessons from peak experiences. *Journal of Humanistic Psychology*, 2, 9–18. DOI: 10.1177/002216786200200102
- Mason, M. C., & Paggiaro, A. (2012). Investigando o papel da paisagem festiva no turismo culinário: o caso dos eventos gastronômicos e vínicos. *Gestão de Turismo*, 33(6), 1329–1336. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.12.016>
- Mason, P., & Kerridge, J. B. (2004). Attitudes of visitors and residents to the Sidmouth International Festival. *Festival and Events Management*, 311-328. 10.1016/B978-0-7506-5872-0.50025-9.

- Masterman, G., & Wood, E. (2008). Event Marketing: Measuring an Experience? In *7th International Marketing Trends Congress*. Venice. Recuperado de http://archives.marketing-trends-congress.com/2008/Materiali/Paper/Fr/Wood_Masterman.pdf
- Matias, M. (2013). *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. São Paulo: Manole.
- Mattila, A., & Wirtz, J. (2001). Congruency of scent and music as a driver of in-store evaluations and behaviour. *Journal of Retailing*, 77(2), 273-89. 10.1016/S0022-4359(01)00042-2
- McDonnell, I., Allen, J., & O'Toole, W. (1999). *Festival and special event management*. John Wiley & Sons Incorporate.
- McGoldrick, P. J., & Pieros, C. P. (1998). Atmospheric, pleasure and arousal: the influence of response moderators. *Journal of Marketing Management*, 14(1/3), 173-197. 10.1362/026725798784959372
- McLellan, H. (2000). *Experience design*. *Cyberpsychology & Behavior*. 3(1).
- McLoughlin, A. (2015). The future of event design and experience. In: Yeoman, I. *et al.* (Eds), *The Future of Events and Festivals*. London: Routledge, (pp. 236-250). <https://doi.org/10.4324/9780203370391>
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Mendes-Filho, L., Mills, A. M., Tan, F. B., & Milne, S. (2018). Empowering the traveler: an examination of the impact of user-generated content on travel planning. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(4), 425–436. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1358237>

- Miettinen, S., Valtonen, A., & Markuksela, V. (2015). Service design methods in event design. In: Richards *et al.* (Eds). *Event Design: Social Perspectives and Practices*. London: Routledge, p. 25-35.
- Ministério do Turismo. (2023). *Movimentação econômica das festas juninas cresce e ultrapassa os R\$ 3,4 bi*. Recuperado de: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/movimentacao-economica-das-festas-juninas-cresce-e-ultrapassa-os-r-3-4-bi>
- Mitchell V., Schlegelmilch, B, & Mone S. (2016). Why should I attend? The value of business networking events. *Industrial Marketing Management*, 52, 100-108. DOI: 10.1016/j.indmarman.2015.05.014
- Monroe, J. C. (2006). *Art of the Event: Complete Guide to Designing and Decorating Special Events*, Oxford: Wiley.
- Moreira, B. (2010). *Eventos de moda: experiência e emoção através do uso dos sentidos*. [Dissertação de Mestrado]. Universidade do Vale do Rio dos Sinos.
- Morgan, M. (2008). What makes a good festival? Understanding the event experience. *Event Management*, 12 (2), 81-93. DOI: 10.3727/152599509787992562
- Moss, J. (2014). *The Experience of Events: A New Journey in a New Direction*. Paper presented at the ATLAS Events Group Meeting, Sheffield Hallam University
- Mowad, A. (2017). *Virtual reality—The future of customer service*. <https://vhctx.com/blog/virtual-reality-futurecustomer-service/>
- Mueser, D., & Vlachos, P. (2018). Almost like being there? A conceptualisation of live-streaming theatre. *International Journal of Event and Festival Management*, 9. 10.1108/IJEFM-05-2018-0030.
- Munné, F. (1980). *Psicosociologia del tiempo libre: Un enfoque crítico*. México, DF: Trilhas.

- Nair, B. V. T., & Babu, A. (2022). Socio-cultural and economic impacts of religious festivals on sustainable local community livelihoods in Kerala: The case of Palakkad. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 10(1). <https://doi.org/10.21427/sy7k-sg89>
- Nakane, A. (2020). *Eventos de entretenimento ao vivo & marcas: uma aliança de repertórios comunicacionais de impacto e consolidaçãp de imagens*. [Tese de Doutorado]. Universidade Metodista de São Paulo. Recuperado de <http://tede.metodista.br/jspui/bitstream/tede/2052/2/Andrea%20Nakane2.pdf>
- Nanay, B. (2023). Aesthetic Experience as Interaction. *Journal of the American Philosophical Association*. 1-13. 10.1017/apa.2023.21.
- Nelson, K. B. (2009). Enhancing the attendee's experience through creative design of the event environment: Applying Goffman's dramaturgical perspective. *Journal of Convention & Event Tourism*, 10(2), 120-133. DOI: 10.1080/15470140902922023
- Nenonen, S., Kärnä, S., Rasila, H., & Junnonen, J-M. (2008). *Customer journey – a method to investigate user experiences*. In book: CIB W111 Research Report, Usability of Workplaces, Phase 2. Chapter: Customer journey – a method to investigate user experiences Publisher: CIB Publications Editors: Alexander
- Neuhofer, B. (2016). An Exploration of the Technology Enhanced Tourist Experience. *European Journal of Tourism Research*. 12. 220-223.
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2013). Tourism and Global Change: On the Edge of Something Big. In *CAUTHE 2013 Conference Proceedings: Experiences, Co-Creation and Technology: A Conceptual Approach to Enhance Tourism Experiences* (p. 546). Bournemouth University, UK. Recuperado de: https://www.academia.edu/2703085/Neuhofer_B_Buhalis_D_and_Ladkin_A_2013_Experiences_Co_creation_and_Technology_A_conceptual_approach_to_enhance_tourism_experiences

- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Technology as a Catalyst of Change: Enablers and Barriers of the Tourist Experience and Their Consequences. In Tussyadiah, I., & Inversini, A. (Eds.). *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 789-802). Lugano, Switzerland: Springer Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_57
- Neuhofer, B., Celuch, K., & To, T. (2020). Experience design and the dimensions of transformative festival experiences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 10.1108/IJCHM-01-2020-0008.
- Neuhofer, B., Magnus, B., & Celuch, K. (2020). The impact of artificial intelligence on event experiences: a scenario technique approach. *Electronic Markets*, 31, 1-17. 10.1007/s12525-020-00433-4.
- Neville, F., & Reicher, S. (2011). The experience of collective participation: Shared identity, relatedness and emotionality. *Contemporary Social Science*, 6, 377-396. 10.1080/21582041.2012.627277.
- Nordvall, A., Pettersson, R., Svensson, B., & Brown, S. (2014). Designing Events for Social Interaction. *Event Management*, 18(2). <https://doi.org/10.3727/152599514X13947236947383>
- Norman, D. (2018). *Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Nunes, J., & Quaresma, M. (2018). A construção de personas e do mapa da jornada do usuário: a delimitação de modelos mentais para o design centrado no usuário ou da interação usuário-notícia. *Estudos em Design*, 26(2), 3-27. <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/620>
- O'Sullivan, D., & Jackson, M. J. (2002). Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development? *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 325-342. 10.1080/09669580208667171

- O'Toole, W. (2011). *Event Feasibility and Development*. Oxford: Elsevier.
- Olya, H., Jung, T. H., Tom Dieck, M. C., & Ryu, K. (2020). Engaging visitors of science festivals using augmented reality: Asymmetrical modelling. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2), 769–796. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2018-0820>
- Orefice, C. (2018). Designing for events – a new perspective on event design. *International Journal of Event and Festival Management*, 9(1), 20-33. DOI: 10.1108/IJEFM-09-2017-0051
- Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). Conceptualizing the visitor experience: A review of literature and development of a multifaceted model. *Visitor Studies*, 19(2), 128–143. 10.1080/10645578.2016.1144023
- Panetta, K. (2017). *Top Trends in the Gartner Hype Cycle for Emerging Technologies, 2017 Enterprises should explain the business potential of blockchain, artificial intelligence and augmented reality*. Recuperado de http://blogs.gartner.com/smarterwithgartner/files/2017/08/Emerging-Technology-Hype-Cycl-for-2017_Infographic_R6A.jpg
- Perdigão, J. G. L., & Leão, A. L. M. S. (2015). Dos costumes ao espetáculo: a transformação da festa junina campinense em o maior São João do mundo. *Caderno Virtual de Turismo*, 15(1), 52-68. <https://www.redalyc.org/pdf/1154/115441060004.pdf>
- Pettersson, R., & Getz, D. (2009). Event experiences in time and space: A study of visitors to the 2007 World Alpine Ski Championships in Åre, Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9 (2-3), 308-326. DOI: 10.1080/15022250903119504
- Phillips, D. (2006). *Quality of Life: Concept, Policy and Practice*. Routledge, London.
- Pieper, J. (1999). *In Tune with the World: A Theory of Festivity*. St. Augustine's Press.

- Pine, J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experiency economie*: work is the art & every business a stage. Boston: Havard Business School.
- Pullman, M., & Gross, M. (2004). Ability of Experience Design Elements to Elicit Emotions and Loyalty Behaviors. *Decision Sciences*. 35, 551-578. 10.1111/j.0011-7315.2004.02611.x.
- Quincey, E. J., & Mitchell, J. (2022). Card Sorting for User Experience Design. *Interacting with Computers*, 33(4). 442-457. <http://dx.doi.org/10.14236/ewic/HCI2021.26>
- Ramsbottom, O., Michopoulou, E., & Azara, I. (2018). Guest Introduction: Making Sense of Event Experiences. *Event Management*, 22, 1-8. 10.3727/152599517X15111988553946.
- Rêgo, G., Barros, A., & Lanzarini, R. (2021). Turismo de eventos e COVID-19: aportes dos protocolos de segurança e estratégias para a retomada do setor. *Ateliê do Turismo*, 5(1), 89-118. <https://periodicos.ufms.br/index.php/adturismo/article/view/12183/8880>
- Reicher, S., & Haslam, S. A. (2009). *Beyond Help: A Social Psychology of Collective Solidarity and Social Cohesion*. The Psychology of Prosocial Behavior: Group Processes, Intergroup Relations, and Helping. Oxford, UK: John Wiley and Sons. (pp. 289-309). <https://doi.org/10.1002/9781444307948.ch15>
- Richards, G. (2013). Creativity and tourism in the city. *Current Issues in Tourism*. 17. 10.1080/13683500.2013.783794.
- Richards, G. (2015a). Developing the eventful city: Time, space and urban identity. In Mushatat, S., & Al Muhairi, M. (Eds). *Planning for Event Cities*. Ajman: Municipality and Planning Dept. of Ajman, (pp. 37-46). Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/276284121_Richards_G_2015_Developing_the_eventful_city_Time_space_and_urban_identity_In_Mushatat_S_and_Al_Muhairi_M_eds_Planning_for_Event_Cities_Ajman_Municipality_and_Planning_Dept_of_Ajman_pp_37-46

- Richards, G. (2015b). Events in the Network Society: The Role of Pulsar and Iterative Events. *Event Management*, 19(4), 553-566. DOI: <https://doi.org/10.3727/152599515X14465748512849>
- Richards, G. (2019). Event Experience Research Directions. In: Armbrrecht, J., Lundberg, E., & Andersson, T. D. (Eds.). *A Research Agenda for Event Management*. (pp. 79-93). DOI: <https://doi.org/10.4337/9781788114363.00015>
- Richards, G. (2022). *Physical and digital events: virtually the same? An examination of the digital pivot in events*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/360630892_Physical_and_digital_events_virtually_the_same_An_examination_of_the_digital_pivot_in_events
- Richards, G. (2020). Measuring the dimensions of event experiences: applying the Event Experience Scale to cultural events. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 12(3), 422-436. DOI:10.1080/19407963.2019.1701800
- Richards, G., & Biaett, V. (2020). Event experiences: measurement and meaning. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 12(3), 277-292. DOI: 10.1080/19407963.2020.1820146
- Richards, G., Brito, M., & Wilks, L. (2013). *Exploring the Social Impacts of Events*. London: Routledge.
- Richards, G., & Jarman, D. (2021). Events As Platforms, Networks, and Communities. *Event Management*, 25 (1), 1-7. <https://doi.org/10.3727/152599520X15894679115420>
- Richards, G., Marques, L., & Mein, K. (Eds.). (2017). *Design de eventos: Perspectivas e práticas sociais*. Routledge.
- Richards, G., & Vernos, B. (2020). Event experiences: measurement and meaning. *Journal of Policy Research in Tourism Leisure and Events*. DOI: 10.1080/19407963.2020.1820146

- Rihova, I., Buhalis, D., Moital, M., & Gouthro, M. B. (2015). Conceptualising customer-to-customer value co-creation in tourism, *International Journal of Tourism Research*, 17(4), 356-363. DOI:10.1002/jtr.1993
- Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa social: métodos e técnicas* (3a ed.). São Paulo: Atlas.
- Roberts, K. (2004). *Lovemarks: The Future beyond Brands*. Powerhouse Books, New York.
- Robertson, M., Yeoman, I., Smith, K. A., & McMahon-Beattie, U. (2015). Technology, society, and visioning the future of music festivals. *Event Management*, 19: 567-587. DOI: <https://doi.org/10.3727/152599515X14465748774001>
- Rocha, C. de S., & Bandeira, W. (2014). A fenomenologia como método de investigação do design de experiência. *Anais do 11 Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*. 1, 1167-1177.
- Rojek, C. (2010). *The Labour of Leisure: The Culture of Free Time*. 10.4135/9781446269206.
- Rosário, M. (2020). *Isolamento social cai 41%, mas casos e mortes se mantêm em queda*. Recuperado de <https://veja.abril.com.br/saude/isolamento-social-cai-41-mas-casos-e-mortes-se-mantem-em-queda/>
- Rossman, J. R. (1993). Program design through imagery. *The Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 64(8), 30-33
- Rossman, J. R., & Schlatter, B. E. (2003). *Recreation programming: Designing leisure experiences* (3a ed.). Urbana, IL: Sagamore.
- Rubim, L., & Miranda, N. (2012). *Estudos da festa*. Salvador: EdUFBA.
- Ryan, C. (2012). The Experience of Events. In Page, S., & Connell, J. (eds.), *Routledge Handbook of Events*, Routledge: Oxon. pp. 248-259.

- Ryan, C., & Trauer, B. (2005). Sport Tourist Behaviour: The Example of the Masters Games. In: Higham, J. *Sport Tourism Destinations*, Elsevier, Oxford, 177-187. <http://dx.doi.org/10.1016/b978-0-7506-5937-6.50020-1>
- Ryan, W. G., Fenton, A., Ahmed, W., & Scarf, P. (2020). Recognizing Events 4.0: the digital maturity of events. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(1). 47-68. doi: 10.1108/IJEFM-12-2019-0060
- Sá, M. J., Ferreira, C. M., & Serpa, S. (2019). Virtual and face-to-face academic conferences: Comparison and potentials. *Journal of Educational and Social Research*, 9(2), 35–47. <https://doi.org/10.2478/jesr-2019-0011>
- Schmitt, B. H. (2003). *Customer Experience Management. A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customer*. John Wiley & Sons, New York.
- Schmitt, B. H. (1999). Marketing Experiencial. *Jornal de Gestão de Marketing*, 15, 53-67. <http://dx.doi.org/10.1362/026725799784870496>
- Schüssler, E., & Müller-Seitz, G. (2013). From Event Management to Managing Events. *Managementforschung*. 23. 193–226. 10.1007/978-3-658-02998-2_6.
- Seo, W., & Green, C. (2008). Development of the Motivation Scale for Sport Online Consumption. *Journal of Sport Management*. 22(82). 10.1123/jsm.22.1.82.
- Shedroff, N. (2001). *Experience Design 1*, Prentice Hall: NY.
- Silva, P., Lima, D., & Couto, E. (2020). Lives de festas nos tempos da COVID-19: arranjos, vínculos e performances. *Revista Brasileira de Pesquisa (Auto)biográfica*, 5, 1503-1517. 10.31892/rbpab2525-426X.2020.v5.n16.p1503-1517.
- Silvers, J. (2004). *Professional Event Coordination*. Nova Jersey: Wiley Hoboken.

- Smit, B., Melissen, F., Font, X., & Gkritzali, A. (2020). Designing for experiences: a meta-ethnographic synthesis. *Current Issues in Tourism*, 24, 1-19. 10.1080/13683500.2020.1855127.
- Simmel, G. (1971). *On individuality and social forms Selected writings*. Edited by Donald N. Levine. Chicago/Londres, The Univerisity of Chicago Press.
- Simons, I. (2019). Events and online interaction: the construction of hybrid event communities. *Leisure Studies*, 38(2), 145–159. 10.1080/02614367.2018.1553994.
- Singh, N. (2020). Sustainability, Social, and Technology Development Trends in Events. *Events and Tourism Review*, 3(1), 1-6. doi:10.18060/24221
- Solaris, J. (2018). *The new era of event technologies*. Event Manager Blog. Recuperado de: <https://www.eventmanagerblog.com/the-new-era-of-event-technology>
- Son, I., Arcodia, C., & Lee, T. J. (2012). Key Characteristics of Multicultural Festivals: A Critical Review of the Literature. *Event Management*, 16. 10.3727/152599512X13264729827758.
- Souza, M. (2017). *Sociologia do consumo e indústria cultural*. Curitiba: Intersaberes.
- Sousa, M. (2012). *Design de serviços: seu cliente vivenciando uma notável experiência de atendimento*. São Paulo: Inovaplan
- Stikdorn, M., Hormess, M., Lawrence, A., & Schneider, J. (2020). *Isto é design de serviço na prática: como aplicar o design de serviço no mundo real – Manual do praticante*. Porto Alegre: Bookman
- Strauss, A. L., & Corbin, J. M. (Eds.). (1997). *Teoria fundamentada na prática*. Sábio Publicações, Inc.
- Talarico, J. M., & Rubin, D. (2003). Confidence, not consistency, characterizes flashbulb memories. *Psychological Science*, 14, 455–461. DOI: 10.1111/1467-9280.02453

- Teevan, D. (2021). Online and on land: an examination of Irish arts festivals' response to Covid-19. *Irish Journal of Arts Management and Cultural Policy*, 8(2020-21), 133–157. <https://ojs.tchpc.tcd.ie/index.php/ijamcp/article/view/2424>
- Tenan, I. P. S. (2002). *Eventos*. São Paulo: Aleph.
- Tichaawa, T. (2016). Guest expectations and experiences within selected hotels in Nelspruit, Mpumalanga Province of South Africa. *African Journal for Physical Activity and Health Sciences*, 22, 1185-1197.
- Tinsley, H. E., Hinson, J. A., Tinsley, D. J., & Holt, M. S. (1993). Attributes of leisure and work experiences. *Journal of Counseling Psychology*, 40(4), 447–455. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.40.4.447>
- Tonini, H. (2009). Economia da experiência: o consumo de emoções na Região Uva e Vinho. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 3(1), 90-107. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v3i1.138>
- Tribe, J. (2004). Knowing about tourism – epistemological issues. In: Goodson, L., & Phillimore, J. (Eds.). *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies*. London: Routledge. (pp. 46–62)
- Turner, V. (2012). Liminal ao liminoide: em brincadeira, fluxo e ritual - um ensaio de simbologia comparativa. *Mediações - Revista de Ciências Sociais*, 17(2), 214–257. DOI: 10.5433/2176-6665.2012v17n2p214.
- Tussyadiah, I. (2014). Toward a Theoretical Foundation for Experience Design in Tourism. *Journal of Travel Research*, 53, 543-564. 10.1177/0047287513513172.
- Tussyadiah, I. P., Wang, D., Jia, C. (2017). Virtual Reality and Attitudes Toward Tourism Destinations. In: Schegg, R., Stangl, B. (Eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2017*. Springer, Cham. (pp 229–239) https://doi.org/10.1007/978-3-319-51168-9_17

- Universidade Estadual do Rio Grande do Norte - UERN (2022). *Impactos Socioeconômicos do Mossoró Cidade Junina - MCJ*. Recuperado de: <https://portal.uern.br/wp-content/uploads/2022/08/RELATORIO-FINAL-MCJ-2022-1.pdf>
- Uysal, M., & Li, X. (2008). Trends and critical issues in festival & event motivation. In A. Aktas, M. Kesgin, E. Cengiz, & E. Yenidip (Eds.). *International Cultural & Event Tourism: Issues and Debates*. Ankara, Turkey: Detay Yayıncılık. (pp. 10–20)
- Van Winkle, C. M., Cairns, A. J., MacKay, K. A., & Halpenny, E. (2016). Mobile device use at festivals: Opportunities for value creation. *International Journal of Event and Festival Management*, 7(3), 201–218. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-04-2016-0025>
- Vianna, M., Vianna, Y., Adler, I. K., Lucena, B., & Russo, B. (2012). *Design thinking: inovação em negócios*. Rio de Janeiro: MJV Press. Recuperado de: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4874163/mod_resource/content/1/Leit%2007%20-%20VIANNA%20et%20al%20-%20livro_dt_MJV.pdf
- Virgínio, D. F., Moreira, Y. S., Lima, P. M. da P., & Chacon, L. S. (2019). Interface entre Municípios, Turismo e Eventos: Um olhar para a Microrregião do Litoral Sul Potiguar e impactos possíveis. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 7(1), 49–70. DOI: 10.21680/2357-8211.2019v7n1ID16931.
- Wang, Y., Hsiao, S-H, Yang, Z., & Hajli, N. (2016). The impact of sellers' social influence on the co-creation of innovation with customers and brand awareness in online communities. *Industrial Marketing Management*, 54, 56-70. 10.1016/j.indmarman.2015.12.008
- Wood, E. H. (2009), Evaluating event marketing: experience or outcome? *Journal of Promotion Management*, 15 (1-2), 247-268. doi: 10.1080/10496490902892580
- Wreford, O., Williams, N. L., & Ferdinand, N. (2019). Together alone: an exploration of the virtual event experience. *Event Management*, 23(4–5), 721–732. <https://doi.org/10.3727/152599519X15506259855625>

- Wu, C. (2007). The impact of customer-to-customer interaction and customer homogeneity on customer satisfaction in tourism service - The service encounter perspective. *Tourism Management*, 28, 1518-1528. 10.1016/j.tourman.2007.02.002.
- Yi, X., Fu, X., Jin, W., & Okumus, F. (2018). Constructing a model of exhibition attachment: Motivation, attachment, and loyalty. *Tourism Management*, 65, 224–236.
- Yoon, Y. S., Lee, J. S., & Lee, C. K. (2010). Measuring festival quality and value affecting visitors' satisfaction and loyalty using a structural approach. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 335–342. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.002>
- Yu, S. (2021). *The features of festival tourism as a component of event tourism*. The scientific heritage, (66-3), 23-32. Recuperado de <https://cyberleninka.ru/article/n/the-features-of-festival-tourism-as-a-component-of-event-tourism>
- Zanella, L. C. (2004). *Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização*. São Paulo: Atlas.
- Zomerdijs, L., & Voss, C. (2010). Service Design for Experience-Centric Services. *Journal of Service Research*, 13, 67-82. 10.1177/1094670509351960.
- Zuckerman, M. (1971). Dimensions sensation of seeking. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 36, 45-52. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0030478>

Apêndices

Apêndice A - Roteiro de Entrevista Semiestruturada

ROTEIRO ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA ORGANIZADORES FESTEJOS JUNINOS DO NORDESTE

Evento: _____

Representante da organização: _____

1. Conte-me um pouco da sua trajetória à frente da organização do festejo junino de sua cidade.
2. Defina como era toda equipe envolvida na organização do festejo nos anos de 2021 (virtual) e 2022 (presencial). Houve alguma empresa contratada/licitada para trabalhar diretamente na organização do festejo? Qual o nome dela? E o que coube a cada parte no processo de organização do evento?
3. Qual o principal objetivo da festa junina que o/a senhor(a) representa?
4. Quem é o cliente principal do evento e o que se busca entregar a ele? Há uma persona definida?
5. Há uma preocupação em entender as motivações do seu público-alvo? Como isso é feito?
6. Existe algum projeto de planejamento e organização do festejo? Há determinação de prazo para sua atualização?
7. O Design (Thinking, de serviços ou de Eventos) faz parte do projeto ou já foi pensado como método a ser incorporado?
8. Promover uma experiência positiva/memorável ao público faz parte dos objetivos do evento e está determinado no projeto?

9. Quais são as dimensões da experiência que são pensadas na organização do evento (Educação, Entretenimento, Escapismo, Estética, Engajamento Afetivo, Engajamento Cognitivo, Engajamento Conativo, Rituais de Interação, Vivência da Novidade, Práticas de Cocriação e Individualismo)?
10. Elementos que enaltecem a Cultura, Sensação de Pertencimento e Fortalecimento de Identidade são considerados no projeto? De qual maneira?
11. A experiência do usuário é pensada em todas as fases do evento? Há alguma estratégia organizacional voltada para isso? Descreva.
12. Existe uma jornada do usuário pré-determinada para o festejo?
13. Dentro do festejo, quais os principais elementos considerados na promoção da experiência do usuário?
14. É utilizada alguma métrica da experiência do usuário dentro do evento, ou até mesmo da sua satisfação? Qual seria?
15. O projeto aplicado diferencia a percepção do morador local do turista? As indicações/sugestões do morador local são consideradas no projeto do evento?
16. Você acredita que o festejo que o/a senhor(a) representa é fonte de promoção de experiências positivas ou memoráveis? Destaque os pontos que contribuem e os que impedem a concretização de tal objetivo (caso haja).
17. Você acredita que a promoção da experiência do usuário seja relevante para o fortalecimento da imagem do evento?
18. Durante a Pandemia da Covid 19 houve uma aceleração do uso de Tecnologias, principalmente no setor de eventos, quais foram os desafios e as facilidades encontradas durante o processo de transição dos eventos presenciais para os virtuais?
19. Como foi idealizada a live que representou o festejo junino de sua cidade?
20. No formato virtual foi utilizado algum projeto de Design para a promoção da experiência do usuário online? O que foi considerado nessa jornada?

21. A interação do usuário online é imediata. Suas falas via chat foram consideradas durante a transmissão do evento virtual?
22. Qual foi a principal estratégia para a imersão do usuário na transmissão da live?
23. Qual foi o grande diferencial da live que foi concebida, planejada e entregue ao usuário final?
24. Superada a pandemia, o que permaneceu do virtual e continua sendo aplicado no contexto do festejo presencial?
25. Qual será a relevância dada ao método de Design de Experiência em Eventos na organização da festa de São João daqui pra frente?

Apêndice B - Diário da Experiência em Eventos

Diário da Experiência em Eventos

Evento:
Data:
Descrição do Evento

1 | Design de Eventos →

2 | Dimensões da Experiência →

3 | Observações Adicionais →

4 | Descrição da Vivência ✓

Apêndice C - Questionário de Medição da Experiência Pré-Teste Piloto

Dimensões da Experiência	Item do Conceito	Durante o evento	DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO	INDIFERENTE (NEUTRO)	CONCORDO	CONCORDO TOTALMENTE
Engajamento Afetivo (De Geus, Toepel & Richards, 2016; Pine & Gilmore, 1999)	Excitação	Eu me senti animado/eufórico					
	Prazer	Eu esqueci dos meus problemas cotidianos					
		Eu experimentei a felicidade					
		Eu me senti realizado e feliz por meio de meus valores éticos e morais					
		Eu me senti recarregado emocionalmente					
	Energia Emocional	Eu experimentei intimidade					
Engajamento Cognitivo (De Geus, Toepel & Richards, 2016; Pine & Gilmore, 1999)	Intimidade	Eu estava ciente da importância dos meus valores					
	Valores de criação	Eu queria reviver isso mais tarde, falar sobre e mostrar fotos para outras pessoas					
	Lembrança	Eu conseguia explicar e interpretar o que acontecia no meu entorno					
	Interpretação	Eu estava pensando (aprendendo conteúdo/combinando ideias)					
	Cognição/Pensamento	Eu usei meu intelecto					
	Inelecto	Eu aprendi algo					
Engajamento Conativo – Físico (De Geus, Toepel & Richards, 2016; Pine & Gilmore, 1999)	Aprendizado	Eu adquiri novos conhecimentos					
	Aquisição de novos conhecimentos	Eu refleti nas ideias que eu tenho e discuti isso com os outros					
	Reflexividade	Eu era ativo					
	Comportamento	Eu não participei ativamente					
	Participação ativa	Eu não estava sendo criativo					
	Criatividade	Todos os meus sentidos estavam estimulados (paladar, olfato, audição, visão e tato)					
Vivenciando Novidade (De Geus, Toepel & Richards, 2016)	Elementos Multissensoriais	Eu tive a impressão que o evento foi diferente de outros					
	Distinção do Evento	O que foi experimentada era desconhecido para mim/ eu estava fora da minha vida normal					
		Eu me senti em um momento único					
	Desconhecimento						
	Singularidade	Eu me senti completamente imerso/envolvido					
		Eu me senti longe de minha rotina/fuigi da minha realidade					
Estética (Pine & Gilmore, 1999)	Imersão	Eu gostei de apreciar os elementos estéticos					
	Escapismo	Eu atribui significados e compreendi o contexto estético					
	Prazer Estético	Eu apresentei respostas emocionais positivas devido aos elementos estéticos					
		Eu me diverti ao ponto de me sentir feliz					
	Significado						
	Emocional						
Entretenimento (Pine & Gilmore, 1999)	Diversão						

Práticas de Co-Criação (Marques, Borba & Michael, 2020; Grebenar, 2020)	Pertencimento	Segui o código de comportamento do meu grupo (hábitos, rituais, etc.)							
		Eu senti uma sensação de pertencimento							
		Eu me senti parte de um grupo maior/comunidade							
		Estar em uma multidão afetou positivamente a minha experiência							
	Exposição	Eu compartilhei informações com as pessoas em meus grupos							
		Evitei contato com estranhos							
		Eu conversei apenas com as pessoas em meus grupos							
	Destaque								
		Eu desenvolvi atividades com estranhos							
	Comunhão	Eu senti que poderia confiar em estranhos no evento							
Rituais de interação de grupos conectados Marques, Borba & Michael (2020)		Conectando com outras pessoas, ajudei quem precisava							
	Conexão	No evento, compartilhamos os mesmos interesses							
		Eu gostei de conhecer novas pessoas							
	Anabilidade	Fiz novos conhecidos / amigos							
		Tivemos nossos próprios rituais no evento							
	Rituais de grupo								
	Momento simbólico	Vimos este evento como um momento de encontro significativo							
	Identidade	O evento reafirmou meu senso de identidade							
		Meu senso de identidade pessoal foi fortalecido por minhas vivências individuais							
Individualidade Grebenar(2020)		Meu senso de identidade foi fortalecido pela multidão							
		O meu senso de identidade ampliou o meu envolvimento com a experiência disponível							
	Cultura	Os elementos culturais reforçaram minha identidade pessoal							
		Os elementos culturais agiram positivamente sobre minha experiência							
	Aspectos Contemporâneos	A pandemia da COVID 19 agiu diretamente para uma experiência positiva							
		Não superei a pandemia da COVID 19 e ainda não consegui viver uma experiência positiva							
	Satisfação	Eu me senti satisfeito							
	Experiência	Eu tive uma experiência positiva							
		Eu tive uma experiência memorável							
	Intenção de retorno	Eu pretendo voltar nas próximas edições							
Indicativos	Indicação	Eu indicarei o evento para outras pessoas							
	Jornada	Eu tive uma jornada positiva							

Perfil do Entrevistado

Nacionalidade: _____

Naturalidade: _____

Qual a sua faixa etária?

☐ 18 a 24 anos

☐ 25 a 34 anos

☐ 35 a 44 anos

☐ 45 a 54 anos

☐ 55 a 64 anos

☐ Acima de 65 anos

Qual sua identidade de gênero?

☐ Feminino

☐ Masculino

☐ Transgênero

☐ Não- Binário/ Gênero Queer

☐ Agênero

☐ Gênero Fluido

☐ Outro

Qual seu estado civil?

☐ Solteiro(a)

☐ Casado(a)

☐ Divorciado (a)

☐ União de facto/estável

☐ Viúvo (a)

☐ Outro

Qual seu grau de escolaridade?

☐ Ensino Fundamental Incompleto

☐ Ensino Fundamental Completo

☐ Ensino Médio Incompleto

☐ Ensino Médio Completo

☐ ensino Superior Incompleto

☐ Ensino Superior Completo

☐ Pós-graduação Incompleta

☐ Pós-graduação Completa

Qual a sua profissão? _____

Qual a sua renda familiar?

☐ Abaixo de um salário mínimo

☐ Entre 1 e 3 salários mínimos

☐ Entre 4 e 6 salários mínimos

☐ Acima de 6 salários mínimos

Apêndice D - Questionário de Medição da Experiência Pós-Teste Piloto

Durante o evento	1	2	3	4
Eu me senti animado				
Eu esqueci dos problemas cotidianos				
Eu experimentei a felicidade				
Eu me senti recarregado emocionalmente				
Eu experimentei proximidade com outras pessoas				
Eu queria reviver isso mais tarde, falar sobre o evento e mostrar fotos para outras pessoas				
Eu conseguia explicar e interpretar o que acontecia em minha volta				
Eu estava pensando (apreendendo conteúdo/combinando ideias)				
Eu aprendi algo novo				
Eu era ativo				
Eu estava sendo criativo				
Todos os meus sentidos estavam estimulados (paladar, olfato, visão, audição e tato)				
Eu tive a impressão que o evento foi diferente de outros				
O que foi experimentado era desconhecido para mim				
Eu me senti longe de minha rotina/eu estava fora da minha vida normal/eu fugi da minha realidade				
Eu me senti em um momento único				
Eu me senti completamente imerso/envolvido				
Eu gostei de apreciar os elementos estéticos/decoração				
Eu me diverti ao ponto de me sentir feliz				
Eu senti uma sensação de pertencimento				
Estar em uma multidão afetou positivamente minha experiência				
Eu conversei aenas com as pessoas em meus grupos				
Eu evitei contato com estranhos				
Eu gostei de conhecer novas pessoas				
Eu fiz novos conhecidos/amigos				
Eu vi este evento como um encontro significativo				
O evento afirmou meu sendo de identidade				
Os elementos culturais agiram positivamente sobre minha experiência				

Perfil do Entrevistado

Nacionalidade: _____

Naturalidade: _____

Qual a sua faixa etária?

- ☐ 18 a 24 anos
- ☐ 25 a 34 anos
- ☐ 35 a 44 anos
- ☐ 45 a 54 anos
- ☐ 55 a 64 anos
- ☐ Acima de 65 anos

Qual sua identidade de gênero?

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino
- ☐ Transgênero
- ☐ Não- Binário/ Gênero Queer
- ☐ Agênero
- ☐ Gênero Fluido
- ☐ Outro

Qual seu estado civil?

- ☐ Solteiro(a)
- ☐ Casado(a)
- ☐ Divorciado (a)
- ☐ União de facto/estável
- ☐ Viúvo (a)
- ☐ Outro

Qual seu grau de escolaridade?

- ☐ Ensino Fundamental Incompleto
- ☐ Ensino Fundamental Completo
- ☐ Ensino Médio Incompleto
- ☐ Ensino Médio Completo
- ☐ ensino Superior Incompleto
- ☐ Ensino Superior Completo
- ☐ Pós-graduação Incompleta
- ☐ Pós-graduação Completa

Qual a sua profissão? _____

Qual a sua renda familiar?

- ☐ Abaixo de um salário mínimo
- ☐ Entre 1 e 3 salários mínimos
- ☐ Entre 4 e 6 salários mínimos
- ☐ Acima de 6 salários mínimos

Apêndice E – Cartões e Categorias *Card Sorting*

Cards?

1. Sentimento próximo de estar presencialmente no evento
2. Os aspectos visuais me envolveram.
3. Envolvi-me na experiência
4. Senti-me estimulado
5. Me envolvi tanto que não fiquei ciente das coisas que aconteciam ao meu redor
6. Me envolvi ao ponto de perder a noção do tempo
7. Eu julgo o ambiente virtual como prático é prático
8. Achei esse ambiente virtual emocionante
9. Achei esse ambiente virtual agradável
10. Gostei tanto da experiência que me sinto energizado
11. Foi tão emocionante que poderia ficar no ambiente virtual por horas
12. Me distraí ao ponto de diminuir minha ansiedade.
13. Eu senti que esse momento era único
14. Eu me senti animado/eufórico
15. Esqueci dos meus problemas cotidianos
16. Eu estava pensando (apreendendo conteúdo/combinando ideias)
17. Eu era ativo
18. O que foi experimentada era desconhecido para mim/ eu estava fora da minha vida normal
19. Eu apresentei respostas emocionais positivas devido aos elementos estéticos
20. Eu me diverti ao ponto de me sentir alegre

Categories

1. Imersão - a tecnologia do ambiente virtual substitui os estímulos sensoriais do presencial
2. Julgamento - julgamento geral da experiência no ambiente virtual
3. Engajamento Conativo - ação/comportamento face à estímulos
4. Engajamento Cognitivo - aquisição de conhecimento/aprendizado
5. Engajamento Afetivo - emoções e sentimentos de alegria, prazer, satisfação, frustração, decepção, ansiedade, do usuário no ambiente virtual
6. Vivenciando a Novidade - algo nunca experimentado
7. Escapismo - fuga da rotina
8. Entretenimento
9. Estética - apreciação dos elementos decorativos