

UM ESTUDO SOBRE EVENTOS VIRTUAIS NO CENÁRIO PANDÊMICO

Carla Botelho de Souza ¹
Margibel Adriana de Oliveira ²

Resumo

Este artigo tem como objetivo apresentar os resultados da pesquisa de Monitoria de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação, desenvolvida na FATEC Barueri, cujo tema retrata um estudo sobre eventos virtuais no cenário pandêmico. O trabalho tem como objetivo principal compreender como se deu a passagem dos eventos presenciais para o formato on-line, apresentando uma pesquisa bibliográfica sobre conceito, classificação e tipologia de eventos, seguindo uma ordem cronológica. Para complementar a pesquisa, foi elaborado um questionário, disponibilizado em formato virtual, com perguntas acerca do assunto, que propiciaram uma análise e interpretação dos dados obtidos. A pandemia do coronavírus afetou intensamente o segmento de eventos, que apesar de todas as dificuldades, precisou se reinventar para sobreviver e criar alternativas para manter aquecido um setor tão importante economicamente. E, apesar de modificar a maneira de viver e de conviver do ser humano, é possível retirar um aprendizado de toda situação. Enxergar oportunidades em tempos difíceis é um dos poucos aspectos positivos deste momento de crise.

Palavras-chave: Eventos. Formato virtual. Cenário pandêmico. Novas oportunidades.

Abstract. A study on virtual events in the pandemic scenario.

This article aims to present the results of the research on Initiation Monitoring in Technological Development and Innovation, developed at FATEC Barueri, whose theme portrays a study on virtual events in the pandemic scenario. The main objective of the work is to understand how the transition from in-person events to the online format happened, presenting bibliographical research on the concept, classification, and typology of events, following a chronological order. To complement the research, a questionnaire was prepared, available in a virtual format, with questions about the subject, which provided an analysis and interpretation of the data obtained. The coronavirus pandemic has intensely affected the event segment, which, despite all the difficulties, needed to reinvent itself to survive and create alternatives to keep such an economically important sector warm. And, despite modifying the human being's way of living and living, it is possible to learn from any situation. Seeing opportunities in difficult times is one of the few positive aspects of this moment of crisis.

Keywords: Events. Virtual format. Pandemic scenario. New opportunities.

¹ Graduanda do Curso Superior de Tecnologia em Eventos pela FATEC Barueri. *E-mail:* profcarlabotelho@gmail.com

² Professora de Ensino Superior da FATEC Barueri. *E-mail:* margibel.oliveira01@fatec.sp.gov.br

1 Introdução

O setor de turismo e eventos sempre influenciou positivamente na geração de negócios, empregos, rendas e impostos, sendo considerado uma área importante do ponto de vista econômico. De acordo com a Associação Brasileira de Empresas e Eventos, ABEOC, (Terra, 2020), a área de eventos corporativos movimentou, em 2018, 4,3% do PIB brasileiro, e em 2019 esse setor atingiu a expectativa de crescimento anual de 14%, tido como um ano promissor. Seguindo esse pensamento, a maioria das empresas esperava manter ou aumentar o crescimento no ano de 2020.

Mas, o ano de 2020 chegou e, com ele, também a Pandemia do coronavírus. Para conter o índice de contágio, foram desenvolvidas medidas sanitárias, dentre as quais o isolamento social. Diante dessa situação, o setor de eventos sofreu drasticamente, indo de encontro ao crescimento tão esperado para esse setor. Um levantamento feito pelo Sebrae (2020) mostrou que a pandemia do Coronavírus afetou 98% do setor de eventos.

Certamente, foi um ano desafiador, mas também um ano para se reinventar e criar alternativas para manter aquecido um setor tão importante economicamente. O artigo em questão tem como tema eventos virtuais e o cenário pandêmico, e a partir desse tema, formulou-se a seguinte questão: O segmento de eventos precisou se reinventar para sobreviver à pandemia do coronavírus, e com isso, mudou o formato e antecipou um crescimento previsto futuramente. Dessa forma, como são vistos os eventos virtuais antes e depois da pandemia?

Devido à mudança drástica e em pouco tempo, não houve uma evolução planejada, e o setor precisou se adaptar rapidamente. Portanto, esta pesquisa teve como objetivo compreender como se deu essa passagem dos eventos presenciais para o formato on-line. E para que tal objetivo fosse atingido, foi necessário analisar o conceito e a classificação de eventos cronologicamente; identificar a presença de eventos virtuais desde 1999; consultar pesquisas selecionadas sobre o assunto tratado; traçar um comparativo entre as pesquisas estudadas relacionadas às épocas em que foram feitas; e relatar como os eventos são vistos pelo público atual.

Vale destacar que este artigo se originou a partir do relatório apresentado como resultado da pesquisa de Monitoria de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação³, cujo Projeto de Pesquisa citou o tema da hospitalidade de forma abrangente. Todavia, neste momento, devido à pesquisa de campo, não serão apresentados referenciais sobre esse assunto visto que será abordado na etapa seguinte. Foram priorizados nesta pesquisa os conceitos e classificações de eventos, e também a execução de um questionário com a análise e interpretação. Sendo assim, o tópico sobre hospitalidade, por ser considerado de extrema relevância, principalmente quando se trata de hospitalidade virtual, poderá ser objeto de estudo na próxima etapa.

Como metodologia definida para o trabalho, além da pesquisa bibliográfica, realizada em livros, artigos científicos e sites especializados, foi elaborado um questionário por meio de um formulário on-line (*Google Forms*) direcionado ao público geral, com perguntas sobre eventos virtuais.

Diante disso, esta pesquisa se torna extremamente importante para o setor de eventos, pois devido à pandemia do coronavírus, o segmento precisou mudar o formato sem um planejamento

³ Bolsa de Monitoria de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação, com periodicidade semestral – 2021/1, pela Faculdade de Tecnologia de Barueri, vinculada ao Centro Paula Souza.

adequado. A relevância se dá também na medida em que haverá a necessidade de estudos aprofundados sobre a nova tendência do mercado. Estudos esses, de caráter científico, relacionados não só à tipologia e à hospitalidade virtual, assim como a regras de convivência nesse formato, leis que passarão a vigorar, entre outros assuntos que ainda poderão surgir de acordo com as novas necessidades.

2 Desenvolvimento

2.1 Referencial Teórico

O homem sempre teve a necessidade de interagir socialmente, estabelecer relações, conviver com pessoas. Essa necessidade foi ampliando à medida que diversos espaços de convivência foram surgindo, possibilitando a troca de conhecimentos e novas vivências. Dentro desse contexto, as inter-relações foram se expandindo e ganhando formatos diferentes, gerando definições variadas para esses encontros, que também podem ser chamados eventos.

Do ponto de vista geral, evento pode ser definido como um acontecimento; fenômeno; festa; espetáculo com objetivos institucionais, comunitários, promocionais. Acontecimento inesperado; eventualidade (HOUAISS, 2008). Etimologicamente, o vocábulo vem do latim, *Eventus*, e está relacionado a acontecimento, sucesso, resultado.

Sob o olhar específico de alguns autores da área, o conceito de evento pode ter visões variadas de acordo com determinado ponto de vista. A primeira definição selecionada é mais abrangente, e considera um evento qualquer acontecimento que não faça parte da rotina.

No sentido geral, evento é sinônimo de acontecimento não rotineiro; fato que desperta a atenção. [...] Para os profissionais que atuam na área, o termo adquiriu valor semântico próprio, significando acontecimento especial, antecipadamente planejado e organizado, que reúne pessoas ligadas a interesses comuns. Eventos têm nome, local determinado e espaço de tempo predefinido (TENAN, 2004, p. 13-14).

Pode-se destacar também nesse conceito a diferença de uso do termo “Evento” por parte do público em geral, qualquer pessoa, e por parte dos profissionais que atuam na área, ou seja, pessoas que possuem um olhar mais técnico e específico. Independente disso, há a necessidade de planejamento e organização prévia para que o evento seja realizado com sucesso.

Muito mais que um acontecimento de sucesso, festa, linguagem de comunicação, atividade de relações públicas ou mesmo estratégia de marketing, o evento é a soma de esforços e ações planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos junto ao seu público-alvo (BRITTO E FONTES, 2006, p.20).

Em outra definição abordada, com foco no marketing, as autoras vão além do evento em si, do acontecimento com data, local e horário preestabelecidos, e valorizam todos os esforços e ações que acontecem antes, durante e após o evento (pré-evento, trans evento e pós-evento). Trata-se de um ponto de vista do Gestor de eventos que possui essa visão ampliada de todas as partes que contemplam a realização de um evento, considerando inclusive o público-alvo.

Sob o enfoque hoteleiro, evento pode ser definido como “[...] o fenômeno multiplicador de negócios, pelo seu potencial de gerar novos fluxos de visitantes ou níveis de consumo. Ou, ainda, todo fenômeno capaz de alterar determinada dinâmica da economia”. (ANDRADE, 2007, p. 99-100).

Do ponto de vista das relações públicas, foram elencados dois conceitos: “(...) evento é a execução do projeto devidamente planejado de um acontecimento, com o objetivo de manter, elevar ou recuperar o conceito de uma organização junto a seu público de interesse”. (CESCA, 2008, p. 20). “Evento, ao lado da propaganda, da publicidade, do marketing institucional, é um dos elementos componentes do mix de comunicação, mas possui características que o diferem dos demais, pois depende de maior participação do receptor”. (GIÁCOMO, 1997, p. 17). Em relação a um evento ocorrer num mesmo tempo e lugar, a autora faz uma interessante constatação em uma época em que eventos virtuais não faziam parte do cotidiano da maioria das pessoas:

Ressalva deve ser feita no conceito quanto à variável lugar, uma vez que o avanço da tecnologia é tão veloz no que diz respeito ao uso de satélites e computadores que a definição pode tornar obsoleta no mesmo instante em que está sendo formulada. Pode-se esperar que os eventos sejam efetivados na próxima década, na sua maioria, em lugares distintos, conservando o poder sinérgico da comunicação que têm hoje (GIÁCOMO, 1997, p. 54).

Para finalizar, foi selecionado o conceito de uma autora que evidencia, em 1999, a possibilidade de um evento virtual, não priorizando em nenhum momento o evento em formato presencial, deixando ambos no mesmo patamar, e considerando, inclusive, que há uma aproximação de pessoas em eventos no formato virtual.

Evento é um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrerem num único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia (MEIRELLES, 1999, p. 21).

Assim como o conceito, a classificação de eventos também não apresenta um padrão único. Cada autor adota a sua classificação de acordo com os critérios que julga relevantes. Entendendo o setor de eventos em sua amplitude, seria difícil mesmo elencar uma classificação que padronizasse algo tão diversificado.

Segundo Britto e Fontes (2006), a classificação de eventos é necessária para o melhor entendimento da sua dinâmica. As autoras classificam os eventos em: categoria, área de interesse, localização, características estruturais, espacialidade e tipologia.

Do ponto de vista da categoria, os eventos podem ser classificados em Institucionais (ligados à empresa) e Promocionais/Mercadológicos (ligados ao produto). Em relação à área de interesse, as autoras apontam as seguintes: artística, científica, cultural, educativa, cívica, política, governamental, empresarial, lazer, social, desportiva, religiosa, beneficente e turística. Quanto à localização, os eventos podem ser locais, distritais, municipais, regionais, estaduais, nacionais e internacionais.

No que diz respeito às características estruturais, algumas especificidades são levadas em consideração. Em relação ao porte, o evento pode ser pequeno (com até 200 participantes), médio (com número de participantes estimado entre 200 e 500) e grande (com 500 participantes ou mais). Referindo-se à data, o evento pode ser fixo, ou seja, com data de realização invariável; móvel, quando o evento sempre se realiza, porém em data variável; e esporádico, que se refere àqueles eventos de realização temporária, que acontecem em função de um fato extraordinário, mas que são previstos e programados. E pelo perfil dos participantes, o evento pode ser geral, que significa um evento organizado para uma clientela em aberto, limitado apenas em função da capacidade do local onde será realizado; dirigido, que abrange eventos restritos ao público que possui afinidades com o tema; e específico, que caracteriza o evento destinado para o público claramente definido pela identidade de interesse pelo assunto.

Outro item da classificação adotada é a espacialidade, que classifica o evento como interno, realizado em ambientes fechados ou semifechados; e externo, realizado “a céu aberto”. Nesse quesito, os procedimentos para a realização do evento também são importantes e se referem a instalações, infraestrutura, segurança, estrutura de comunicação e facilidade de acesso ao local.

A Classificação de eventos é um item abordado por vários autores, mas o foco deste trabalho não está na classificação, portanto o item citado foi apresentado apenas para embasamento e contextualização do assunto principal.

Em relação à tipologia, Meirelles (1999) divide os tipos de eventos em quatro grupos: reuniões dialogais, reuniões coloquiais sociais, eventos competitivos e eventos demonstrativos e expositivos. Caracterizam-se como reuniões dialogais, segundo a autora, reunião, brainstorming (sessão de criatividade), conferência, palestra, colóquio, videoconferência ou teleconferência, *workshop*, seminário, simpósio, congresso, encontro, convenção, semana (acadêmica/empresarial), debate, mesa-redonda, painel, fórum, entrevista coletiva e curso. Como reuniões coloquiais sociais, Meirelles (1999) considera: *brunch*, *coffee-break*, *coquetel*, *happy hour*, café da manhã, chá da tarde, almoço ou jantar. Concurso e torneio são considerados eventos competitivos. E como eventos demonstrativos ou expositivos, a autora aponta: excursão, show, festival, desfile, desfile cívico, noite de autógrafos (lançamento de livro), inauguração, pedra fundamental, galeria de personalidades, visitas empresariais, feira, salão, exposição, mostra, *roadshow*, *showcasing* e leilão.

É necessário destacar que essas tipologias diferem de acordo com os autores, e que o mais importante para esta pesquisa são as tipologias referentes a eventos virtuais. Diante disso, foram selecionados, por ordem cronológica, alguns conceitos de eventos virtuais. Meirelles descreve Videoconferência ou Teleconferência da seguinte maneira:

Caracteriza-se pela apresentação de um tema a grupos de pessoas, que tem interesse sobre o assunto, estando eles dispostos em espaços diferentes e distantes. Essa apresentação é feita por meio de recursos audiovisuais e eletrônicos, que permitem a interação entre os participantes.

Trata-se da mais recente das criações no setor de eventos e tem sua origem na dinâmica do mundo globalizado, que visa encurtar as distâncias, racionalizar diálogos, reduzir investimentos e acelerar a troca de informações entre pessoas e empresas.

Além das vantagens acima, apresenta algumas desvantagens:

- a participação do público assistente é limitada;
- a interação entre os participantes é relativa, não havendo entre eles a contiguidade física.

Para a montagem de uma videoconferência são necessários os equipamentos: câmera, codificador e painel de controle, que emitem os sinais por meio de satélites, que são decodificados nas salas especiais de recepção.

A videoconferência é cada vez mais aceita e utilizada pelas organizações (MEIRELLES, 1999, p. 34-35).

A videoconferência também é caracterizada assim: “utilizando-se de recursos audiovisuais e eletrônicos, a reunião pode ser compartilhada por participantes de diferentes locais, cidades ou até países simultaneamente” (MARTIN, 2003, p.58).

Tenan utiliza as nomenclaturas Teleconferência ou Videoconferência e define: “[...] conferência feita por meio de telefonia, televisão e computador; permitindo a participação de pessoas que estão em locais diferentes e distantes” (TENAN, 2004, p.34).

Britto e Fontes abordam esse tipo de evento com mais detalhes.

Variação bastante atual da conferência é a **videoconferência**, que, no Brasil, ainda não é muito praticada. Também chamada **teleconferência**, depende exclusivamente das bancas de comunicação utilizadas pela internet e tem como tendência a popularização, por meio de bandas largas e acessos rápidos à rede, via cabo. Favorece a periodicidade das discussões em grupos e disseminação de informações vitais de forma bastante econômica, como também a objetivos motivacionais, largamente usados por empresas para apresentação de novos produtos, serviços, tecnologias e novos procedimentos, criando oportunidades de interação entre grupos. Para sua implantação são necessárias providências vitais como:

- Produção televisiva;
- Promoção;
- Divulgação;
- Sinais de acesso;
- Inscrição
- Seguros.

Os formatos utilizados para a videoconferência são, geralmente:

- **Estúdio** – realizada em estúdios de televisão ou outro, com participantes especialistas no assunto em pauta, em que são geradas discussões sobre o mesmo. As perguntas da audiência são recebidas e respondidas por telefone (utiliza-se igualmente o e-mail como instrumento de respostas).
- **Transmissão ao vivo** – evento transmitido ao vivo para uma audiência externa.

Ambos os formatos devem produzir vídeos ou DVDs de gravação do evento, oferecendo diversificação de oportunidades para o material gravado (BRITTO E FONTES, 2006, p. 150).

Andrade, ao citar a teleconferência, reforça o destaque especial que deve ser dado a esse assunto:

Teleconferência - normalmente um sistema tecnológico utilizado em todas as situações nominadas como eventos. Quando ela se tornar um “instrumento-fim”, segundo os analistas, colocará em perigo grande número de situações que atualmente provocam fluxos de pessoas (ANDRADE, 2007, p. 120).

Com o passar do tempo e diante do avanço tecnológico, outros tipos de eventos em formato virtual foram surgindo, e diante disso o setor precisava de novas tipologias para dar conta de tal situação. Percebeu-se que a definição, em princípio, era igual a de outros eventos, diferindo apenas o meio nos quais eram realizados, em ambiente físico ou virtual, e na maioria das vezes, o que se fazia era acrescentar o termo on-line à tipologia já existente.

Nakane (2012), em seu artigo, investiga de que forma o Brasil está em sintonia com outros países no uso de eventos virtuais, traçando um histórico da atividade de eventos, que acompanha o desenvolvimento da humanidade, buscando encontrar formas novas e mais ágeis de ter acesso às informações. Nessa época o Brasil ainda não estava inserido nessa realidade, mas já havia a expectativa de ascensão dos eventos virtuais, acompanhando o avanço da tecnologia.

Ainda segundo Nakane (2012), inicialmente esse tipo de evento só era utilizado em grandes corporações devido ao seu alto custo e elevados investimentos, mas posteriormente, com a queda desses custos, houve a democratização do uso de eventos pela plataforma *web*.

De acordo com Lisboa e Martin (2020), a transformação digital dos eventos é uma realidade, até como uma demanda do próprio público, que está cada vez mais conectado e digital. Em seu E-book, verificam-se três tipos de eventos: presenciais, híbridos e virtuais. Ainda segundo os autores, os eventos digitais não substituirão os eventos presenciais, mas vieram para ficar e crescerão muito.

Eventos digitais compreendem o híbrido e o virtual, são aqueles que utilizam as tecnologias digitais, *streaming* e internet. Enquanto o evento virtual é totalmente baseado na *web*, com pessoas interagindo isoladamente em todas as pontas da conexão, ou seja, com 100% dos participantes em formato virtual; o evento híbrido, que está cada vez mais sendo utilizado, tem como característica parte das pessoas em formato presencial e parte em formato virtual.

Ambos têm como pontos positivos melhor relação custo-benefício, acesso fácil através de aparelhos, acesso ao conteúdo a qualquer momento, maior sustentabilidade, pois evita o uso de papéis e resíduos sólidos, entre outros. Os eventos digitais ainda podem ser síncronos ou assíncronos, ou seja, ao vivo ou gravado.

Lisboa e Martin (2020) apontam também como principais características dos eventos virtuais: ter o conteúdo como atração principal, conteúdos mais curtos, precisos, densos e práticos, facilidade de acesso (sem deslocamentos), flexibilidade de tempo e maior alcance, podendo chegar a milhares de pessoas.

Os autores ressaltam a importância da seleção da plataforma, apontando os principais fatores que devem determinar essa escolha: tamanho do evento, mercado, tipo de público, objetivos do cliente e complexidade de execução, que envolvem gravação e engajamento. Importante destacar que o

profissional da área deve sempre levar em conta esses fatores, e não escolher a plataforma com a qual mais se identifica e tem habilidade; havendo a necessidade de um estudo prévio sobre o assunto.

Dentre as novas tipologias de eventos virtuais, Pereira (2021) destaca os *Webinars*, que são eventos realizados de forma totalmente digital, podendo se apresentar em moldes de conferências, palestras e Workshops, ou ainda reuniões. Os *Meetups* também são citados, a palavra em inglês significa o verbo encontrar, e são eventos que têm como principal objetivo promover networking entre profissionais e empresas de uma área específica. Alguns eventos, como já foi dito, mantêm o mesmo nome e acrescenta-se apenas o termo “on-line”.

Assim, após ter apresentado e discutido sobre o referencial teórico da área de eventos, será feita a análise dos dados coletados no item seguinte.

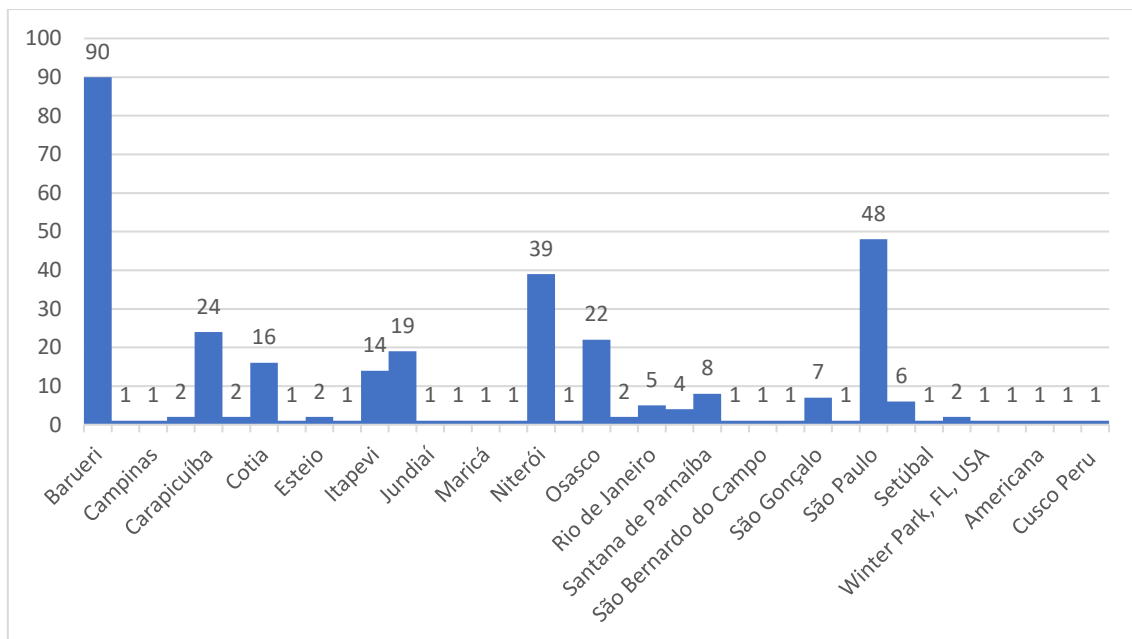
2.2 Análise da Coleta de Dados

Com o intuito de avaliar algumas questões levantadas neste trabalho, foi elaborada uma pesquisa de campo no período de 22 de abril a 06 de maio de 2021, que teve como instrumento um questionário com 10 perguntas, do qual foram obtidas 331 respostas. A pesquisa foi realizada em formato virtual, *Google Forms*, e veiculada pelas principais redes sociais, como E-mail, Facebook, Instagram e WhatsApp.

Algumas perguntas do referido questionário foram selecionadas para identificar o perfil dos participantes, dentre elas o nome e o e-mail, cujas respostas serão mantidas em sigilo, de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados.

Ainda relacionado ao perfil dos participantes, constatou-se que eles eram residentes, em sua maioria, de algumas cidades da região metropolitana do Estado de São Paulo, ou seja, um polo econômico bastante significativo para o setor de turismo e eventos. A maior concentração dos participantes ocorreu no município de Barueri – SP (90 respostas), no município de São Paulo (48 respostas), e no município de Niterói-RJ (39 respostas). Apesar de destacar os três municípios com maior representatividade, o formulário contou com participantes de várias regiões do país, incluindo duas localidades internacionais, Flórida-EUA e Peru, como mostra a Figura 1.

Figura 1. Cidade de Residência dos Participantes.

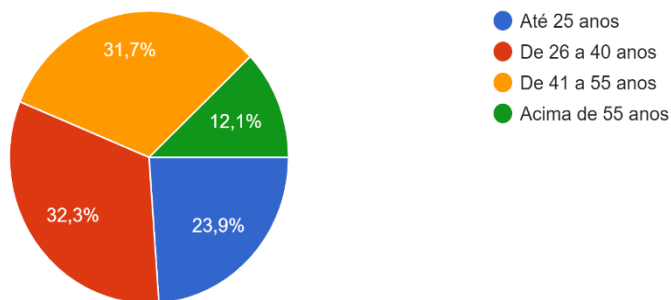


Fonte: As autoras (2021).

A faixa etária dos respondentes foi bem diversificada. Foram obtidas 107 respostas (32,3%) de pessoas com idade entre 26 e 40 anos, 105 respostas (31,7%) de pessoas entre 41 e 55 anos, 79 respostas de pessoas com até 25 anos, e 40 respostas de pessoas acima dos 55 anos. Com isso, a grande maioria das respostas foi do público adulto, como pode ser observado na Figura 2.

Figura 2. Faixa Etária dos Participantes.

4 - Idade
331 respostas



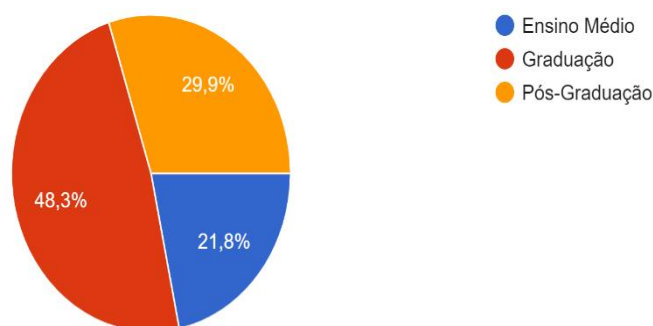
Fonte: As autoras (2021).

Em relação ao Grau de Escolaridade, foram recebidas 160 respostas (48,3%) de pessoas que possuem a Graduação, 99 respostas (29,9%) de pessoas com algum tipo de Pós-Graduação, e 72 respostas (21,8%) de pessoas que possuem o Ensino Médio. Concluiu-se que a grande maioria dos respondentes (78%) tinha algum tipo de formação superior, demonstrando, com isso, uma maturidade acadêmica, e conseqüentemente, pleno entendimento das questões levantadas no questionário. A Figura 3 comprova o que foi dito.

Figura 3. Grau de Escolaridade dos Participantes.

5 - Grau de Escolaridade

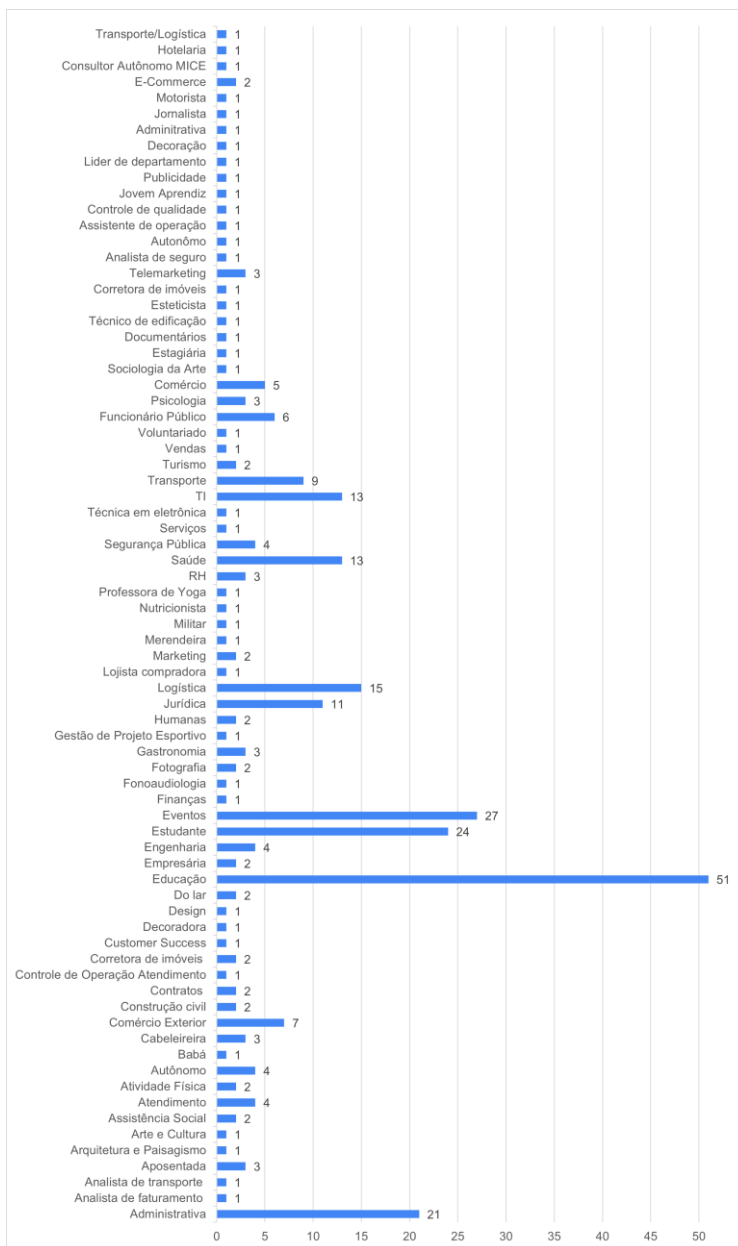
331 respostas



Fonte: As autoras (2021).

Como a pesquisa que serviu de estudo para este trabalho não foi direcionada ao profissional do setor de turismo e eventos, exclusivamente, a Figura 4 apresenta a área de atuação profissional dos entrevistados. Diante do cenário da pandemia do coronavírus, entendeu-se que todas as pessoas, independente da sua área de atuação profissional, de uma forma geral, tiveram que recorrer ao formato virtual para conseguir manter as suas atividades. A maioria dos participantes atuava na área educacional, mas houve uma grande diversidade de profissionais distribuídos nos mais variados setores do mercado.

Figura 4. Área de Atuação Profissional dos Participantes.

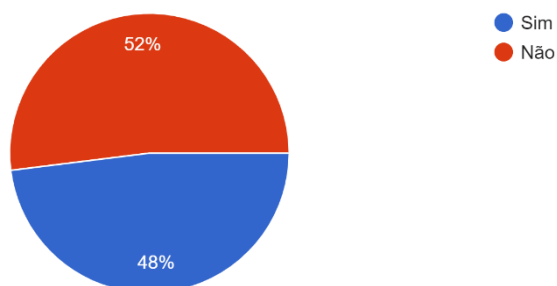


Fonte: As autoras (2021).

Além das informações referentes ao perfil dos participantes, havia quatro perguntas diretamente relacionadas ao tema da pesquisa em questão. Quando foi perguntado sobre a participação em algum evento no formato virtual, 172 pessoas (52%) responderam que nunca haviam participado desse tipo de evento, enquanto 159 pessoas (48%) responderam positivamente, ou seja, que já haviam participado de algum evento virtual antes da pandemia. Nesse item, percebe-se que as respostas ficaram equilibradas, e ainda que, alguns dos participantes, talvez, não reconheçam determinados eventos como virtuais. A Figura 5 ilustra o que foi dito.

Figura 5. A Participação em Eventos Virtuais antes da pandemia.

7 - Antes da pandemia, você já participou de algum evento virtual?
331 respostas

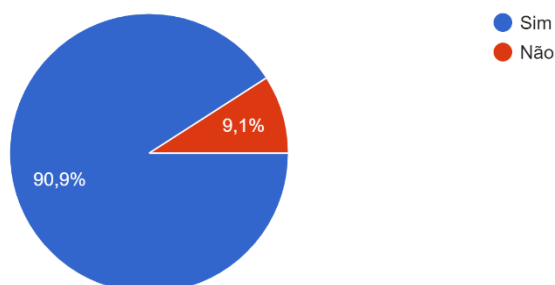


Fonte: As autoras (2021).

A pergunta seguinte abordou a permanência dos eventos virtuais no período de pós-pandemia do coronavírus. Nesse contexto, como mostra a Figura 06, 301 pessoas (90,0%) responderam que acreditam na permanência desses eventos, mesmo depois do fim da pandemia, e somente 30 pessoas (9,1%) responderam que os eventos virtuais não devem permanecer depois da pandemia. Com esse percentual de resposta, pode-se perceber que os eventos virtuais vieram para ficar, e que mesmo com o retorno dos eventos em formato presencial, os eventos digitais, sejam eles híbridos ou virtuais, ainda terão adeptos, e em muitos casos devido a vários pontos positivos, que serão analisados a seguir.

Figura 6. A Permanência dos Eventos Virtuais depois da Pandemia.

8 - Depois da pandemia, os eventos virtuais permanecerão?
331 respostas



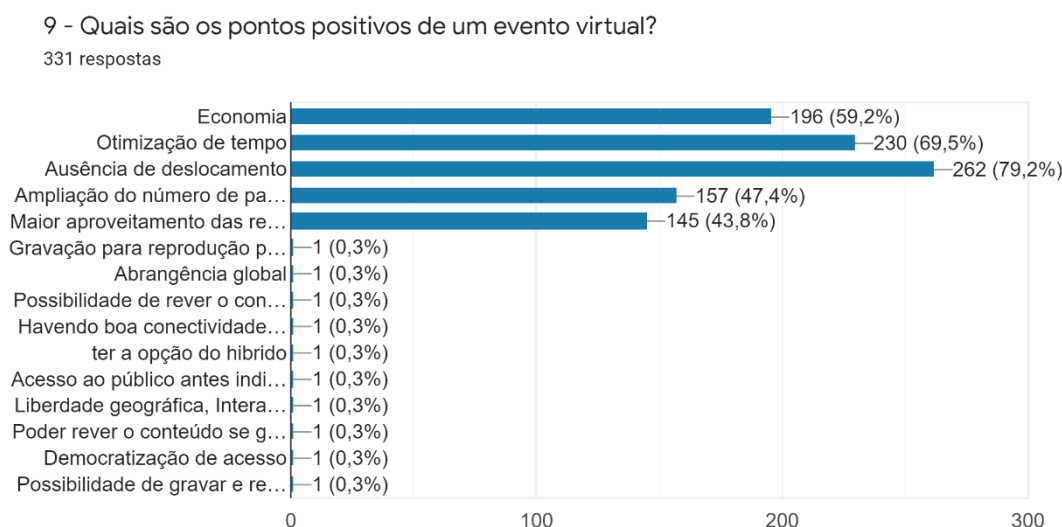
Fonte: As autoras (2021).

Seja qual for o tipo ou formato do evento, não se pode deixar de observar os pontos positivos e negativos que envolvem a opção por um ou outro. Dessa forma, as últimas perguntas do questionário abordam exatamente esses aspectos, representados a partir das figuras 7 e 8. Na sequência, os pontos positivos destacados foram ausência de deslocamento (79,2%), seguido por otimização do tempo (69,5%) e economia (59,2%).

Nakane (2012) afirma que já eram constatados, nessa época, como pontos positivos a redução de despesas relacionadas ao deslocamento geográfico, hospedagem e alimentação; a ampliação da abrangência de participação das pessoas, tanto em quantidade quanto em diversidade; e o aproveitamento de suas próprias redes sociais para aumentar a lista de contatos e dar continuidade às discussões e reflexões, funcionando como um prolongamento do ciclo de vida do acontecimento especial (evento).

Pode-se observar, a partir da interpretação do questionário utilizado, que os pontos positivos não sofreram muitas alterações com o passar dos anos, mas o que antes era uma escolha, hoje em dia torna-se uma necessidade.

Figura 7. Principais pontos positivos de um evento virtual.

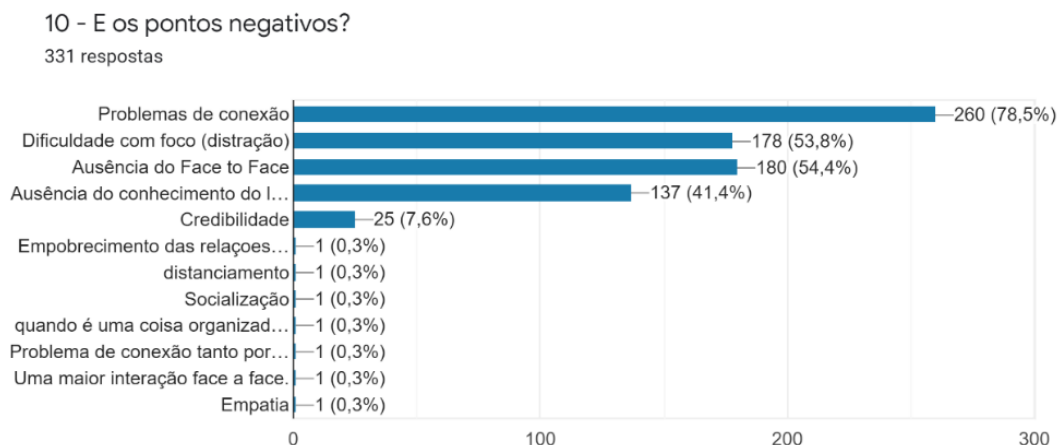


Fonte: As autoras (2021).

Em relação aos pontos negativos, os resultados continuam semelhantes à pesquisa de Nakane (2012) quanto à ausência do *face to face* (54,4%) e dificuldade com foco – distração (53,8%), mas o questionário criado como complementação desta pesquisa trouxe uma nova preocupação, se comparada à de 2012. A opção problemas de conexão liderou as respostas com 78,5 % das opiniões dos participantes.

Diante do aumento da demanda dos serviços on-line, decorrente da situação de pandemia, a preocupação com a conexão se tornou bastante significativa.

Figura 8. Principais pontos negativos de um evento virtual.



Fonte: As autoras (2021).

A apresentação e análise dos dados demonstram, conforme visto anteriormente, que os eventos virtuais representam uma oportunidade de manter o segmento ativo diante de uma situação totalmente atípica e inesperada, que foi a pandemia do coronavírus.

3 Considerações Finais

A pandemia de Sars-Cov-2, mais conhecida como pandemia do coronavírus, afetou, desde 2020, diversos setores, contudo o segmento de eventos foi um dos mais prejudicados e precisou se reinventar para se manter firme diante de um cenário caótico nos mais variados níveis. Com a necessidade das novas medidas sanitárias, dentre as quais o isolamento e distanciamento social, os eventos presenciais migraram para um novo formato, on-line, o único possível no momento.

Mas, essa migração não foi planejada, e muito menos resultante de uma evolução prevista e assistida. Diante desse novo quadro, o setor precisou se integrar e se inteirar das novas condições de realização dos eventos. Essa realidade já existia em determinadas esferas, mas a grande maioria não estava preparada para acontecer em formato virtual, como no caso dos eventos sociais.

Meirelles (1999) aponta que os eventos virtuais tiveram origem na dinâmica do mundo globalizado, e visavam encurtar distâncias, racionalizar diálogos, reduzir investimentos e acelerar a troca de informações entre pessoas e empresas. Passados mais de vinte anos, os objetivos permanecem, mas o avanço tecnológico bastante significativo propiciou uma evolução nos modelos desses eventos, e o contexto da pandemia acelerou ainda mais o crescimento e a evolução das

tecnologias digitais. A grande diferença está no fato de que antes era uma escolha, hoje se tornou uma necessidade.

Os dados do questionário utilizado como pesquisa de campo demonstraram um sentimento do público participante em relação aos eventos virtuais. A participação em eventos nesse formato antes da pandemia foi equilibrada, porém, acredita-se que muitos respondentes não reconheçam alguns tipos de eventos como virtuais. Já a permanência dos eventos on-line mesmo depois da pandemia foi aprovada por 90% dos participantes, comprovando que os eventos virtuais vieram para ficar, sejam eles híbridos ou 100% *on-line*.

A ausência de deslocamento, otimização do tempo e economia continuam sendo apontados como pontos positivos desse formato, já em relação aos pontos negativos, reapareceram a ausência do *face to face* e a dificuldade com o foco, mas surgiu um dado novo, a conexão.

Com base em informações retiradas do site RM Telecom (2021), a pandemia modificou a maioria das esferas da vida cotidiana, incluindo aquelas ligadas à comunicação. Nesse contexto, as telecomunicações foram importantes aliadas para reverter, ou ao menos amenizar, os efeitos da crise. O Decreto 10.282, de 20 de março de 2020, publicado pelo governo brasileiro, lista os serviços essenciais para o enfrentamento da pandemia, dentre eles telecomunicações, processamento de dados, internet e tecnologia da informação. Esses serviços são considerados essenciais, pois, além de atenderem necessidades vitais, caso não sejam atendidos, colocam em perigo a sobrevivência, a saúde ou a segurança da população.

As empresas provedoras de serviços de telecomunicações assumiram um papel vital através da viabilização dos serviços essenciais, contribuindo com o desenvolvimento econômico do país. Seguindo esse pensamento, a preocupação com a conexão se mostra pertinente, pois o formato virtual possibilitou impulsionar novas oportunidades de negócio.

O estudo em questão trouxe como contribuição, além do levantamento dos conceitos e classificações de eventos digitais desde 1999 e comparativos entre pesquisas acerca do assunto, uma investigação sobre a nova realidade do mercado de eventos, tendo em vista que a situação atual é única e atípica, e carece de estudos de caráter científico para uma melhor compreensão por parte de todos, principalmente dos envolvidos.

Há vários pontos a ser aprofundados por meio de futuras pesquisas, como a hospitalidade virtual em eventos no cenário pandêmico, que fazia parte do objetivo do projeto de pesquisa, mas devido ao aprofundamento de outros aspectos, será explorado na próxima etapa.

Diante de tudo o que foi exposto, constata-se que a pandemia do coronavírus modificou a maneira de viver e de conviver do ser humano, mas de toda situação é possível retirar um aprendizado, e enxergar oportunidades em tempos difíceis se mostrou um dos poucos aspectos positivos deste momento de crise.

Referências

- 8 LIÇÕES SOBRE O FUTURO DO SETOR DE EVENTOS E ENTRETENIMENTO. **Mercado & Consumo**, 2020. Disponível em: <<https://mercadoeconsumo.com.br/2020/09/18/8-licoes-sobre-o-futuro-do-setor-de-eventos-e-entretenimento/>>. Acesso em 21 abr. 2021.
- AMADEU, S., NASSAR, P. Nova opinião pública na era da internet. **Sesc – SP**, 2012. Disponível em: <https://www.sescsp.org.br/online/artigo/6139_NOVA+OPINIAO+PUBLICA+NA+ERA+DA+INTERNET>. Acesso em 20 abr. 2021.
- ANDRADE, R. B. **Manual de Eventos** – Coleção Hotelaria. 3. ed. Caxias do Sul, RS: Educs, 2007.
- BENI, M. O Mercado de Eventos: Convenções, Feiras e Exposições. **Canal Professor Mario Beni**, São Paulo, YouTube, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2Q_A1U_6i9Q&t=33s>. Acesso em 24 mar. 2021.
- BRITTO, J., FONTES, N. **Estratégias para Eventos**: Uma ótica do Marketing e do Turismo. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2006.
- CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade** – Coleção ABC do Turismo. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2004.
- CESCA, C. G. G. **Organização de Eventos**: manual para planejamento e execução. 10. ed. São Paulo: Summus, 2008.
- COVID-19 – PROFISSIONAIS DE EVENTOS PROPÕEM MEDIDAS PARA SALVAR SETOR. **Promoview**, 2020. Disponível em: <<https://www.promoview.com.br/categoria/geral/covid19--profissionais-de-eventos-propoem-medidas-para-salvar-setor-.html>>. Acesso em 21 abr. 2021.
- ENTENDA O IMPACTO DA PANDEMIA NO SETOR DE EVENTOS. **SEBRAE**, 2020. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-impacto-da-pandemia-no-setor-de-eventos,424ba538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 19 abr. 2021.
- EVENTOS ON-LINE: A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E OS EFEITOS DO “NOVO NORMAL” NO SETOR DE EVENTOS. **Cross Host**, 2020. Disponível em: <<https://www.crosshost.com.br/blog/eventos-online/>>. Acesso em 19 abr. 2021.
- FERNANDES, M. 2021 – Event Trends: The Only Guide You’ll Need! **Endless Events**, 2021. Disponível em: <<https://helloendless.com/2021-event-trends/>>. Acesso em 23 abr. 2021.
- GIACAGLIA, M. C. **Organização de Eventos**: Teoria e Prática. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.
- GIÁCOMO, C. **Tudo acaba em festa**. Evento, líder de opinião, motivação e público. São Paulo: Scritta, 1997.
- HOUAISS, A. **Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2008.
- IMPORTÂNCIA DA TELECOMUNICAÇÕES EM TEMPOS DE CRISE DA COVID-19. **RM Telecom**. 2021. Disponível em: <<https://vivoempresabauru.com.br/estrategias-para-o-digital/>>. Acesso em 25 jun. 2021.

LARGHI, N. Com pandemia, entretenimento se reinventa e muda a forma como as pessoas se divertem. **Valor Investe**, São Paulo, 2020. Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/mercados/rendavariavel/empresas/noticia/2020/10/13/com-pandemia-entretenimento-se-reinventa-e-muda-a-forma-como-as-pessoas-se-divertem.ghtml>>. Acesso em 21 abr. 2021.

LISBOA, R., MARTIN, V. **Eventos Digitais. Híbridos & Virtuais**. VM Consultoria. Midiacode.com. E-book. Projeto ED 2020.

MAIA, F. O que é Evento Híbrido? **Netshow.me**, 2020. Disponível em: <<https://netshow.me/blog/o-que-e-evento-hibrido/>>. Acesso em 23 abr. 2021.

_____. Como será o Mercado de Eventos em 2021?: Confira Os Principais Cenários. **Netshow.me**, 2021. Disponível em: <<https://netshow.me/blog/mercado-de-eventos-2021/>>. Acesso em 23 abr. 2021.

MARKETING DE EVENTOS: O GUIA 2020. **The Bizzabo Blog**, 2019. Disponível em: <<https://blog.bizzabo.com/event-marketing-guide>>. Acesso em 20 abr. 2021.

MARTIN, V. **Manual Prático de Eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MATHIAS, M. **Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas**. São Paulo: Editora Manole, 2002.

MEIRELLES, G. F. **Tudo sobre Eventos**. São Paulo: Editora STS, 1999.

MORAES, E. C. G. Do Presencial ao Virtual: a influência da mediatização na Realização de Eventos. **Jornada Científica de Comunicação Social**, 2017. Disponível em: <https://www.unisagrado.edu.br/custom/2008/uploads/anais/comunic_social_2017/Temas_livres/Elaine_Cristina_Gomes_de_Moraes_do_presencial_ao_virtual.pdf>. Acesso em 19 abr. 2021.

MOREIRA, R. Setor de Eventos pode oferecer Oportunidades Únicas mesmo no Olho da Tempestade. **Smartalk**, 2020. Disponível em: <<https://smartalk.com.br/blog/eventos-2021/>>. Acesso em 19 abr. 2021.

NAKANE, A. Eventos Virtuais – Fato ou Tendência no Cenário Brasileiro?. **Festival de Turismo das Cataratas do Iguaçu**, Foz do Iguaçu, 2012. Disponível em: <<http://festivaldascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/4.-EVENTOS-VIRTUAIS-FATO-OU-TEND%C3%80NCIA-NO-CEN%C3%81RIO-BRASILEIRO.pdf>>. Acesso em 19 abr. 2021.

NARDONE, A. Eventos e Turismo: O Novo Ambiente e Projeções Futuras. **Canal Academia Brasileira de Eventos e Turismo**, YouTube, 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1XnAoBIQP6o>>. Acesso em 25 abr. 2021.

PEREIRA, W. 7 tipos de eventos online para você produzir. **Eu Vou Blog**, 2021. Disponível em: <<https://blog.euvou.events/7-tipos-de-eventos-online-para-voce-produzir/>>. Acesso em 25 jun. 2021.

SCHAFF, A A **Sociedade Informática**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1993.

SETOR DE EVENTOS: COM EXPECTATIVA ANUAL DE CRESCIMENTO DE 14%, ESCOLA ENSINA A FAZER EVENTOS 100% ONLINE. **Terra**, 2020. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/setor-de-eventos-com-expectativa-anual-de-crescimento->

de-14-escola-ensina-a-fazer-eventos-100-
online,114483e078880da647b659872e375863uxfs4k68.html>. Acesso em 09 mar. 2021.

TENAN, I. P. S. **Eventos** - Coleção ABC do Turismo. São Paulo: Aleph, 2004.