

Transformação dos Eventos na Contemporaneidade: Desafios e Alternativas no Contexto da Pandemia de Covid-19

Resumo: O objetivo do artigo reside na contextualização sócio-histórica em que há a transformação do formato dos eventos presenciais em virtuais, buscando compreender as dificuldades e oportunidades da implementação dos eventos virtuais e híbridos durante a pandemia de Corona vírus. Para isso, são trazidas as problemáticas relacionadas à cibercultura, à mediação da cultura moderna e ao uso da técnica no processo de reprodução e distribuição desses eventos disponíveis a partir de diferentes mídias. A partir dessa reflexão, uma alternativa de retomada do turismo de eventos é apresentada considerando os eventos híbridos como uma nova forma de pensar as demandas geradas pelo contexto da pandemia.

Palavras-chave: Cibercultura; Eventos Híbridos; Eventos Virtuais; Corona Vírus.

Abstract: This paper aims to bring to light the sociohistorical context in which the presidential events end up to be transformed into hybrid or virtual events, trying to understand the difficulties and opportunities related to the implementation of virtual or hybrid events during the Corona Virus pandemic. Due to this purpose it is presented the issues related to the cyberculture, to the mediation of the modern culture by the communication technologies and concerning to the usage of the technic and the culture's reproduction process. Assuming the presented theoretical arguments, an alternative is proposed to get back the event tourism considering hybrid events as a new way of thinking about on how to deal with the new emerged demands from the context of the pandemic.

Key-Words: Cyberculture; Hybrid Events; Virtual Events; Corona Virus.

Contextualização

Em dezembro de 2019 surgiu na província de Hubei na China um novo vírus chamado de Corona Vírus (SARS-CoV-2), que acabou por desencadear uma pandemia. Com intuito de controlar a propagação do vírus, a circulação das pessoas foi restringida e o isolamento social foi aplicado em diferentes países. Buscando evitar a circulação do vírus, as fronteiras entre os países começaram a ser fechadas, afetando o turismo mundial. O comércio ficou restrito a atividades essenciais durante o período de quarentena e as aglomerações foram proibidas, levando ao cancelamento e à remarcação de eventos, tais como os campeonatos de futebol, a liga de basquete americano, a Exposição Universal (Dubai) e os Jogos Olímpicos (Japão). Uma pesquisa realizada pelo ICCA em maio de 2020, com aproximadamente 200 associações ao redor mundo, revelou

que 70% dos respondentes tiveram que postergar a realização de seus eventos e 24% mantiveram as datas agendadas, mas para isso transformaram os eventos presenciais em virtuais.

Após a circulação do vírus atingir os países europeus, no final de fevereiro de 2020 houvera as primeiras notificações de infectados pelo Covid-19 no Brasil. De acordo com a pesquisa aplicada pela ABEOC, em parceria com o SEBRAE (2020), com intuito de compreender os impactos gerados pela pandemia do Corona vírus no setor nacional de eventos, 98% dos entrevistados declararam terem sido impactados pelo sinistro. A pesquisa apontou uma média de 12 eventos cancelados e 7 remarcados. Esse cenário se conformou sob o respaldo da Medida Provisória nº 948/2020, que se constituiu como um mecanismo jurídico que flexibilizou o cancelamento de serviços, de reservas e de eventos dos setores de turismo e cultura diante do estado de calamidade pública, desonerando as prestadoras de serviço de realizar o reembolso imediato dos eventos e serviços cancelados, prezando pela possibilidade de remarcação.

Ainda assim, diante do cenário de incerteza, foi possível observar que as empresas do setor tiveram que redimensionar suas equipes, uma vez que a pesquisa apontou a intenção dos gestores de dispensar uma média de 7 funcionários, o que consiste em um número representativo diante da média de 10 empregados por empresa. Outras medidas de readequação estrutural frente ao momento também foram apontadas em relação aos prestadores de serviço terceirizados: redução das horas e dos valores pagos (35%); cancelamento dos contratos (14%); desligamento (11%); dentre outras. Ainda que, dentro das adaptações feitas objetivando a manutenção das atividades, não tenha sido mencionada a adoção de eventos virtuais e/ou híbridos como alternativa, 47% dos entrevistados manifestou preocupação em adequar o modelo de negócios de suas empresas e apenas 15% declaram a pretensão de adotar novas tecnologias para a retomada dos negócios.

Diante do impacto causado é possível lançar a hipótese de que os eventos virtuais e híbridos ainda não eram amplamente empregados nos modelos de negócios até o início da pandemia, mas tendo em vista que há uma latência no potencial em se expandir ao longo do tempo em decorrência das características

sociais contemporâneas. Com o intuito de aprofundar teoricamente a hipótese levantada, nos próximos dois capítulos as seguintes questões serão tratadas: 1) as características sociais nas quais as tecnologias virtuais estão inseridas, bem como seu impacto nos eventos; 2) alternativas possíveis para a realização de eventos e para a continuidade do turismo de eventos por meio da concepção de eventos híbridos.

Contexto Social de Transformação dos Eventos

Como observa Vanessa Martins (2019), nem todo evento digital se configura como um evento virtual. Pierre Levy (1999) descreve o digital como uma tecnologia que permite transformar a informação em números, em um código binário, o qual poderá ser enviado pelo ciberespaço, ou seja, pela rede de computadores interconectados e localizados em espaços e tempos distintos. Portanto, as tecnologias digitais já permeiam os eventos através das imagens e projeções, por exemplo, mas é a possibilidade de transmissão e de deslocamento no espaço-tempo que configura um evento como virtual. Assim, caracteriza-se a dimensão virtual enquanto uma “entidade desterritorializada, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes tempos e locais determinados” (LEVY, 1999, p.47), sem, contudo, estar presa a esses. Pierre Levy (1999) dá o exemplo de uma palavra como um elemento virtual que não esteja atrelado à tecnologia, uma vez que com seu poder de representação o signo presentifica o ausente. Complementa o autor exemplificando que a circulação dos primeiros impressos desvinculou a linguagem do contexto oral, permitindo que os receptores não estivessem vinculados aos mesmo espaço e tempo de produção da escrita. Mesmo que no senso comum o virtual seja associado ao irreal, para Levy (1999) o virtual existe e é real. Portanto, o aspecto virtual não é algo novo.

No contexto dos eventos realizados no cenário brasileiro, a sua transformação de formato presencial para híbridos ou virtuais está cientificamente registrada através de duas publicações apenas, sendo uma datada de 2012 e outra de 2019, de autoria de Andrea Nakane e de Vanessa Martins respectivamente. Essa questão demonstra que a realização de eventos

virtuais já era promissora antes das demandas decorrentes do isolamento social provocado pela pandemia de Corona vírus.

De acordo com Andrea Nakane (2012), desde 1993 a videoconferência já estava se popularizando no meio corporativo e, embasada em uma pesquisa realizada em 2009 pela FORBES, Nakane (2012) publiciza que 50% de 760 executivos entrevistados em todo mundo já vivenciava o avanço dos eventos virtuais no seu cotidiano corporativo. Contudo, a autora revelou que no contexto Brasileiro, em 2012, 92% de 86 organizadores de eventos entrevistados nunca organizou eventos virtuais ou híbridos, 80% nunca participou de eventos híbridos e 74% nunca participou de um evento virtual. Vanessa Martins (2019) apresenta indícios de que a inserção das tecnologias digitais e a virtualização dos eventos se intensificou em 2019, considerando que na sua pesquisa 83% do mercado brasileiro voltado para organização de eventos declarou já utilizar eventos híbridos, sendo as principais tipologias adeptas ao meio virtual: 79% Congressos; 39% Simpósios, seminários e fóruns; 33% e-games; 33% convenção e vendas; 30% lançamento de produtos; 18% festivais; 11% cursos.

Vanessa Martins (2019) pontua que os eventos virtuais são valorizados: pelos seus benefícios em termos de economia diante do menor custo de produção associado a estruturas físicas e logísticas; pela ampliação do acesso em função da possibilidade de distribuição massiva dos produtos midiáticos resultantes; pelo decorrente aumento do número de participantes e da abrangência geográfica; pela sustentabilidade. Contudo, mesmo diante da ampliação da inserção das ferramentas virtuais na área de eventos e de seus benefícios, o que faz com que o setor de eventos apresente tamanho impacto e preocupação diante da possibilidade de adaptar o formato dos eventos presenciais em virtuais?

Andrea Nakane (2012) identificou que as principais desvantagens dos eventos virtuais residiam na perda do contato face-a-face, na falta de troca de experiências, na ausência do turismo cultural, na dificuldade de concentração, além dos problemas técnicos com conexão. Na pesquisa realizada durante a pandemia pelo ICCA (2020) em nível mundial, os entrevistados qualificaram os as vantagens dos eventos presenciais considerando que nos eventos virtuais há uma limitação para criação de redes de discussão, o benefício de conhecer

peças do mundo inteiro durante a experiência em um só lugar, a sensação de comunidade que os eventos presenciais permitem, a experiência do destino-sede, o distanciamento das atividades cotidianas. Essa perspectiva aponta para a necessidade de uma análise fundamentada nos aspectos socioculturais da sociedade contemporânea que permita compreender a valoração dos eventos presenciais e como eles são colocados em paralelo aos virtuais.

Mesmo que nem todo evento decorra de uma estratégia de comunicação e marketing, sempre haverá em todo evento uma dimensão comunicacional, ou seja, os eventos são permeados pelas relações de sociabilidade que congregam vínculos de comunicação no seu sentido amplo sociocultural, sejam eles intersubjetivos ou mediados pelas tecnologias (GAYER, 2018a). Logo, vale resgatar a concepção de comunicação que marca a sociedade pós-moderna. Para Maffesoli (1996) a comunicação ocorreria como um processo tribal, possível a partir de um sentimento de estar junto e de compartilhamento de uma mesma dimensão sensível da vida, inserida em um contexto ritualístico. Essa forma de laço seria resultante da necessidade de sociabilidade dos grupos humanos e os eventos seriam espaços propícios para esses encontros - “as refeições, as festas, as procissões são, sabidamente, um modo de dizer o prazer de estar junto” (MAFFESOLI, 1996, p. 85). Esses laços também remontam para as relações construídas por meio da hospitalidade, que caracteriza uma das primeiras formas de contrato social investigadas por Marcel Mauss (1924) na sua obra *Ensaio sobre a Dádiva*.

Para pensar essas relações no contexto em que passam a ser mediadas pelas tecnologias de comunicação, Walter Benjamin (2012) também pode ser acionado a partir da sua crítica à técnica e às tecnologias de reprodução da obra de arte ou do artefato cultural. O estudo de Benjamin (2012) está situado no contexto da teoria crítica, proposta pela Escola de Frankfurt diante do desenvolvimento capitalista e do consumo da cultura de massa, que apreenderia os artefatos culturais e artísticos como um produto a mais a ser ofertado pela indústria cultural e como opção de consumo voltado para o entretenimento (STRINAT, 1999). Assim, Benjamin (2012) demonstra que as técnicas de reprodução estão voltadas para um consumo massivo da obra de arte, mas

adverte que apenas a relação do sujeito com o elemento cultural encontra no âmago da sua esfera original a sua aura, a qual estaria arraigada no ritual que a contextualiza ou na sua associação com a tradição, aspectos que atribuem autenticidade e sentido próprio à obra de arte ou ao elemento cultural enquanto original, singular e único. O autor demonstra, a partir de pontuações históricas, como a prática de reprodução se encontra sustentada no desenvolvimento das tecnologias, tais como cinema, a xilogravura, a imprensa (livros). Logo, a preocupação com o uso da técnica e com a possibilidade do deslocamento e reprodução do original não surge do contexto atual, mas é algo com a qual a sociedade já vem convivendo desde a década de 1930.

Pensar as técnicas requer considerar que essas não estão dissociadas da sociedade, mas que as mesmas são resultantes da cultura na mesma medida em que condicionam a possibilidade de existência dessa mesma sociedade (LEVY, 1999). Nesse contexto das tecnologias digitais que permitem o compartilhamento de dados e novos sentidos no ciberespaço, a questão da reprodução e distribuição é central. Essa forma de comunicação e interação simbólica mediada pelo meio técnico é destacada por Thompson (1995) juntamente com a problemática da reprodução. Thompson (1995) argumenta que as formas simbólicas já não circulam apenas nas relações face-a-face, mas são basicamente mediadas na sociedade moderna.

Foram desenvolvidos meios técnicos que, em conjunto com instituições orientadas para a acumulação capitalista, possibilitaram a produção, reprodução e circulação das formas simbólicas em uma escala antes inimaginável (Thompson, 1995, p.9).

Considerando a significativa presença dos meios de comunicação na vida cotidiana, o campo simbólico da cultura passa a ser permeado pelos interesses e potencialidades das técnicas de produção da comunicação de massa na medida em que a sua circulação passa a estar circunscrita pelo campo midiático. Nesse sentido, Thompson (1995) desenvolve o conceito de *mediação da cultura moderna*.

Entendo com isso o processo geral através do qual a transmissão das formas simbólicas se tornou sempre mais mediada pelos aparatos

técnicos e institucionais das indústrias da mídia (Thompson, 1995, p.12).

No contexto contemporâneo de transmissão das formas simbólicas, Thompson (1995) pontua três aspectos: um deles é o distanciamento espacial e temporal ao qual as práticas são submetidas ao circularem de forma mediada pela tecnologia. Essas novas redes midiáticas de circulação resultariam em uma *acessibilidade ampliada* aos receptores (THOMPSON, 1995). Vale ainda considerar que o meio técnico determina a capacidade de circulação e fixação simbólica. Essa última questão constitui a segunda característica levantada por Thompson (1995), ou seja, a transmissão cultural envolve o uso do meio técnico que acaba por definir um grau de fixação simbólica, uma transmissão e uma forma de reprodução. Em uma terceira análise, a transmissão está associada ao aparato institucional em que o meio técnico é desenvolvido, assim afetando os sentidos e produtos resultantes do processo.

Thompson (1995) identifica diferentes espaços sociais através dos quais as formas simbólicas circulam. Nesses diferentes espaços, a cultura ganha diferentes valores. Esse processo foi chamado de valorização pelo autor:

processos com os quais, e através dos quais, é conferido às formas simbólicas determinado valor. Há dois tipos de valor [...] Um tipo é o que podemos chamar de valor simbólico: o valor que as formas simbólicas possuem em virtude das maneiras como elas são apreciadas ou denunciadas, queridas ou desprezadas por indivíduos. Um segundo tipo de valor é o valor econômico, que pode ser entendido como o valor que as formas simbólicas adquirem em virtude de serem trocadas em um mercado [...] Quando as formas simbólicas tem valor econômico, tornam-se mercadorias ou, como geralmente digo, bens simbólicos que podem ser comprados [...] (Thompson, 1995, p.23).

Dessa forma, as experiências culturais ou os conteúdos resultantes das experiências presenciais de compartilhamento de informação e publicização científica se tornam produtos descolados do espaço e do tempo em que são produzidos, fato decorrente das técnicas de reprodução, dos suportes tecnológicos e dos canais de distribuição que os definem na sua dimensão virtual (retomando a aceção de Pierre Levy (1999), descolados do espaço e tempo, tornando-se desterritorializados) e lhes atribuem valor comercial. Nesse sentido,

os produtos decorrentes de um evento se potencializam no ambiente virtual e na distribuição proporcionada pelo ciberespaço, mas por serem deslocados do nível presencial, adquire outros sentidos postos em paralelos com as vantagens das relações intersubjetivas que o modo presencial mobiliza e oferece.

Diante do panorama apresentado, fica evidente que a transformação dos eventos presenciais e virtuais é uma resultante das condições socioculturais e que o cenário do isolamento social, imposto pela pandemia, não necessariamente cria uma nova forma de realizar eventos, uma vez que dimensão virtual já permeia a sociedade, mas pressiona e intensifica a mudança de hábitos tanto daqueles que organizam quanto dos participantes desses eventos. Essa breve discussão permite compreender o contexto no qual se insere a transformação do formato dos eventos e questões que concernem o uso das técnicas e das tecnologias de mediação das relações sociais.

Ainda, se por um lado os eventos virtuais tem viabilizado a realização de alguns eventos científicos e culturais durante a pandemia, tais como congressos e shows transmitidos pelas redes sociais, por outro lado resta pensar como os eventos híbridos podem auxiliar a retomada gradual do turismo de eventos no contexto da pandemia de Covid-19.

Eventos Híbridos: Uma Possibilidade para a Retomada do Turismo de Eventos

A partir da análise dos boletins publicados pelos Observatório de Turismo da capital paulista acerca do perfil do público dos eventos realizados na cidade, foi possível observar a importância de classificar o evento adequadamente quanto a sua abrangência geográfica e ao perfil socioeconômico do seu público (GAYER, 2018b). Isso porque a escolha do destino turístico que irá sediar o evento depende de um estudo da sua capacidade de carga de modo a absorver a demanda gerada e de uma análise voltada aos custos logísticos associados, tendo em vista o impacto que esses custos geram sobre o acesso e permanência dos participantes ao evento (GAYER, 2018b).

Nesse sentido, o destino torna-se um condicionante do evento: a abrangência do evento define as estruturas do SISTUR mobilizadas e sua

extensão geográfica; o tamanho do público e seu perfil socioeconômico definem como essas estruturas serão pressionadas de acordo com a demanda gerada. Portanto, a qualidade desses fatores irá definir o sucesso e viabilidade do evento em um cenário convencional.

Em um contexto de pandemia, onde a mobilidade dos participantes encontra-se reduzida pelo distanciamento social e restrita a um processo de retomada e flexibilização lenta, possivelmente com geração de custos logísticos mais elevados até que oferta e demanda sejam equalizadas, essas tensões elencadas acima devem ser repensadas a partir das alternativas que os eventos virtuais e híbridos proporcionam. Ainda, deve-se considerar que os eventos híbridos podem sanar os limitadores estruturais do SISTUR e socioeconômicos da demanda, os quais são decorrentes do deslocamento gerado pelos eventos presenciais, já que esses são inexistentes no âmbito virtual. Portanto, deve-se levar em conta a possibilidade de ampliação do público no modo virtual tendo em vista os possíveis limitadores socioeconômicos e estruturais do Sistur presentes no contexto dos eventos presenciais.

Os públicos no contexto dos eventos híbridos podem ser classificados como centrais (os que devem estar presencialmente), intermediários e adjacentes (mais propensos a participarem virtualmente). Nesse sentido, considerando que o nível de contágio e as políticas de flexibilização das atividades autorizadas a operarem estão sendo geridas em âmbito estadual, uma alternativa seria organizar o público central de acordo com o caráter geográfico regional. Dessa forma, diminuir-se-ia o grau de aglomeração com a geração de um público menor presencialmente, mas manter-se-ia a ampliação geográfica dos participantes a partir da dimensão virtual. Assim, os eventos teriam que ser classificados a partir de duas análises: a presencial e a virtual. A tendência para os eventos pós-pandemia aponta para a regionalização e pela diminuição das distâncias, segundo relatório do ICCA:

There are however other significant changes being seen across future meetings due to the impact of COVID-19 including the fact that 28% said they will be changing the rotation patterns of their meetings. The result of this could provide both positives and negatives for the meetings industry as some associations suggest meeting closer to

head office, whilst others consider an increase in regional rather than global rotations (ICCA, 2020, p.8).

Hipoteticamente, os benefícios trazidos por esse redimensionamento seriam: redução dos custos estruturais físicos e otimização das receitas com o aumento das inscrições; oportunidade para empreendimentos e destinos menores; regionalização e interiorização dos eventos; o turismo como elemento central no planejamento logístico; evidenciar o destino e a experiência turística como fator competitivo e central da locomoção.

Considerações Finais

A presente discussão teórica demonstrou que, mesmo diante da dificuldade de adaptação dos formatos de eventos e modelos de negócio existentes no mercado brasileiro de eventos frente às demandas impostas pelo isolamento social decorrente da pandemia de Corona Vírus, a condição virtual e a presença das tecnologias na mediação das relações sociais já acompanha a sociedade em períodos anteriores. Sendo assim, essa condição é apenas reforçada e intensificada nesse momento de isolamento social.

Diante do desafio da redução da mobilidade social, os eventos híbridos, associados a uma possível nova forma de redimensionar a atuação dos públicos desses eventos, se apresentam como uma alternativa para a retomada gradual do turismo de eventos, isso quando os protocolos de flexibilização permitirem.

Referências

- ABEOC - Associação Brasileira de Empresas de Eventos. SEBRAE. Impactos recentes do coronavírus no segmento de turismo de negócios e eventos. 2020
- BENJAMIM, Walter. A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. Porto Alegre : Zouk, 2012.
- GAYER, Priscila. Eventos, Comunicação e Cultura: Múltiplas Relações. In: Anais do Intercom Sul, 2018a, Cascavel.
- GAYER, Priscila. A dependência dos eventos em relação ao Sístur: a busca de indicadores a partir das classificações dos eventos. In: Anais do III Seminário de Atuação Profissional em Eventos, 2018b, Santa Vitória do Palmar.

ICCA International Congress and Convention Association. The Future of Global Association Meetings - The New Association Reality: Survey Report. 2020.

LEVY, Pierre. Cibercultura. (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Editora 34, 1999.

MAFFESOLI, Michel. No fundo das aparências. Petrópolis: Vozes, 1996.

MARTINS, Vanessa; LISBOA, Robson. Eventos Digitais: Híbridos e Virtuais. Ebook, 2019.

NAKANE, Andrea. Eventos virtuais – fato ou tendência no cenário brasileiro? In.: Anais FIT, 2012.

STRINATI, Dominic. A Escola de Frankfurt e a indústria cultural. In: STRINATI, Dominic. Cultura Popular. Uma introdução. São Paulo: Hedra, 1999, pp. 61-91.

THOMPSON, John B. Ideologia e cultura moderna : teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petropolis: Vozes, 1995.