



RTEP
REVISTA ISSN: 2316-1493
TURISMO
ESTUDOS & PRÁTICAS

**EVENTOS DE CULTURA POP E SUA RELEVÂNCIA PARA O
TURISMO: UM ESTUDO SOBRE A *COMIC CON EXPERIENCE*
TOUR NORDESTE¹**

*POP CULTURE EVENTS AND THEIR RELEVANCE TO TOURISM: A STUDY ON THE COMIC
CON EXPERIENCE TOUR NORDESTE²*

Jomara da Silva Regis³
Lissa Valéria Fernandes Ferreira⁴
José William de Queiroz Barbosa⁵

RESUMO: O presente estudo objetiva analisar como o evento *Comic Con Experience Tour Nordeste* incrementou a dinâmica do turismo na localidade onde se inseriu no cenário da cultura POP, através de sua estrutura, características e relevância. Trata-se de um estudo descritivo exploratório de abordagem qualitativa, cujo instrumento utilizado foi o *checklist* em escala Likert juntamente da metodologia de observação participante. Foi utilizada a análise de conteúdo para apurar os dados. Apresenta de que modo a estrutura do evento foi organizada e mostra sua importância para a qualidade dele. Constata que através dos conteúdos apresentados o evento atendeu a seus diversos públicos. Atesta que o evento incrementou a dinâmica do turismo local e regional no cenário da cultura POP. Conclui que ele contribuiu para a literatura escassa de eventos e para o mercado de eventos, sobretudo no ramo da cultura POP. **Palavras-chave:** Turismo de eventos; Comic Con Tour; Qualidade de serviço; Mercado *geek* e *nerd*.

¹ Trabalho apresentado no 16^o ENTBL e selecionado para o regime de *fast track*.

² O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

³ Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4744345924784496>. E-mail: jomarasilvaregis@hotmail.com

⁴ Pós-Doutora em Comunicação Estratégica pela Universidade Autônoma de Barcelona (UAB). Professora Associada da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8015374156967844>. E-mail: lissafferreira.iadb@yahoo.es

⁵ Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5265845005892287>. E-mail: william.queirozb@hotmail.com



ABSTRACT: The present study aims to analyze how the event Comic Con Experience Tour Nordeste increased the dynamics of tourism in the locality where it was inserted in the scenario of POP culture, through its structure, characteristics, and relevance. This is an exploratory descriptive study with a qualitative approach, whose instrument used was the Likert scale checklist together with the participant observation methodology. Content analysis was used to determine the data. It presents how the structure of the event was organized and shows its importance for the quality of the event. It is noted that through the contents presented the event served its various audiences. It attests that the event increased the dynamics of local and regional tourism in the POP culture scene. It concludes that it contributes to the scarce event literature and to the events market, especially in the field of POP culture. **Keywords:** Event tourism; Comic Con Tour; Service quality; Geek and nerd market.

INTRODUÇÃO

Dentre os diversos campos por onde se envereda o turismo, os eventos apresentam-se como fator motivacional para os deslocamentos da demanda em destinos, bem como do desenvolvimento destes, incrementando o cenário de turismo local. Segundo Getz & Page (2016), os eventos se tornaram elemento central nas destinações turísticas, onde as acomodações, atrações, transporte e serviços auxiliares têm sido utilizados ou especificamente desenvolvidos. Logo, a relevância destes para o mercado turístico, principalmente como meio para diminuir os efeitos da baixa estação, é bastante perceptível.

Os eventos são uma forma de expressão da cultura, local de troca de experiências e meio para a promoção de novos nichos de mercado. Eventos podem ser entendidos como um processo de soma de esforços e planejamento de ações que visam alcançar determinado objetivo junto a um público-alvo (Britto & Fontes, 2002; Oliveira & Januário, 2014). Podem ser de vários tipos: esportivos, de negócios, culturais, entretenimento etc. Cada um requer estrutura, local e elaboração específicas, com o intuito de atender o público ao qual é dirigido, bem como trazer resultados positivos para as destinações onde são realizados. Nesse processo, se faz preciso pensar nos impactos sociais, ambientais, culturais e políticos que podem ser acarretados com a promoção de um evento em uma localidade, e qual sua relevância para a demanda que o acessa e/ou é levada até ele.

Nesse contexto, surge a *Comic Con Experience* (CCXP), o maior evento de grande porte em cultura Pop realizado atualmente no Brasil e na América Latina (CCXP, 2021). Pela primeira vez em 3 anos, a CCXP foi realizada em outra região do país, atendendo a uma demanda assídua em seu evento principal, realizado em São Paulo.

Denominado CCXP Tour Nordeste, o evento voltado para cultura pop e entretenimento buscou atrair novos públicos, bem como a oportunidade de promover a experiência “épica” sob uma nova perspectiva de mercado. Essa indústria pode ser definida ao incluir conteúdos de mídia, música, filmes, jogos, esportes, parques temáticos, dentre outros, como apontam Stein e Evans (2009). Em suma, é abrangente em relação ao viés que pode apresentar, com diversas possibilidades e oportunidades de aplicação, o que pode ser considerado positivo quando pensado em relação à variedade de conteúdo que pode ser estudado. Entretanto, por ser tratar de um campo vasto, se fez necessário um recorte bem definido daquilo que se buscou com a pesquisa.



Partindo da hipótese de que a realização da CCXP Tour Nordeste 2017 como evento de grande porte incrementou de forma dinâmica a movimentação e expressividade do turismo local/regional no nicho de cultura Pop, o presente estudo tem por objetivo analisar como o evento *Comic Con Experience Tour* Nordeste incrementou a dinâmica do turismo na localidade onde se inseriu no cenário da cultura POP, através de sua estrutura, características e relevância.

O presente trabalho se organiza em três partes complementares. No primeiro momento, apresenta-se o referencial teórico para conceituar e embasar os resultados que são apresentados ao final da pesquisa. Feito o aporte dos principais conceitos, os caminhos metodológicos utilizados para este estudo são descritos, desde a caracterização da pesquisa, universo e campo do estudo, até o plano de coleta de dados e as técnicas de análises. Por fim, tem-se de fato os resultados do estudo, aquilo que se esperou alcançar com este.

REVISÃO DE LITERATURA

TURISMO E CULTURA

Não é de hoje que se fala em turismo, seja como atividade ou campo de estudo. O turismo é, além de tudo, um fenômeno econômico, pois movimenta mercados e destinos das mais variadas formas, gerando emprego e renda, sendo fator de desenvolvimento de localidades. Miranda (2012) pontua que a indústria do Turismo se tornou um dos principais setores da economia mundial pelas oportunidades de emprego que cria e pela movimentação de pessoas, bens e serviços que origina, reforçando a importância do fenômeno. Ao perceber esse potencial de movimentação da economia, os governos voltam sua atenção para o turismo se apropriando da atividade, e através de políticas públicas vai organizando e atraindo empresas e negócios, para que então o turismo possa atingir o máximo de seu desempenho, gerando os benefícios anteriormente citados e colocando em destaque os destinos onde é presente.

Para além disso, a atividade turística envolve o psicológico, desde o momento em que as pessoas buscam realizar turismo como uma forma de fugir das tensões do dia a dia, da rotina de trabalho e da mesmice, de forma geral. Isso significa que intrincado no lazer, há uma busca por algo diferente do cotidiano, algo que provoque experiências únicas e que marque a memória. Segundo Cunha (2014), o turismo é um fenômeno que vem associado ao desejo de, entre outras coisas, conhecer novas localidades em busca de lazer e do diferente.

A interação com o destino vai, então, além do consumo, visando algo mais característico: a cultura. A cultura surge como a essência de um destino, que o define como ele é, e como a dinâmica do turismo na localidade é desenhada e se desenrola. Wood (2018) diz que a cultura é importante na organização das atividades turísticas, tornando visíveis as singularidades do modo de vida dos grupos sociais. Nesse sentido, turismo e cultura se misturam, e um acaba por complementar o outro na dinâmica das experiências que as pessoas buscam, sendo em alguns momentos inseparáveis para que a atividade em si continue a acontecer.

Falar de cultura nunca é fácil. Existem diversos conceitos sobre, mas nenhum estabelecido como definição central do fenômeno. Dizer que cultura é tudo e todas as coisas, logo, não parece tão arriscado, já que de certa forma é exatamente isso o que estudiosos da área utilizam quando conceituam a cultura: o conjunto de práticas, costumes, características e tudo que define as pessoas de um grupo tal como elas são. É



o que define Santana (2009) ao falar de cultura como um modelo que inclui em sua diversidade esse conjunto de padrões de comportamento e significados em suas relações sociais.

Portanto, cultura diz respeito à humanidade como um todo e ao mesmo tempo a cada um dos povos, nações, sociedades e grupos humanos (Santos, 2009). A cultura tem diversos alcances. É local, regional, nacional e mundial, pois a troca de informações entre as pessoas já não encontra mais barreiras físicas. É possível viajar para um local diferente e conhecer uma nova cultura, ou basta apenas entrar em contato com uma pessoa de outro país pela internet, assistir um vídeo no YouTube, uma novela pela Netflix, trocar palavras com o colega do lado. Há sempre algo novo para aprender no mundo. E, de forma resumida, é isso que confere importância a cultura.

As pessoas estão sempre a buscar aquilo que lhes confira identidade, que lhes fixe em algum lugar (físico ou não), que dê sentido a quem são, onde estão, o que fazem e o que buscam. Cunha (2014) enfatiza que, entre as capacidades que o turismo possui, fixar o homem em sua origem é uma delas, ou seja, confere significado. A cultura é uma forma de responder à pergunta “quem sou eu?”, pois é o que define os costumes que um indivíduo possui, a partir do lugar onde crescem e então perante a sociedade. Logo, é necessária para suprir uma necessidade humana, e igualmente importante para tal.

A identificação das pessoas com alguns valores culturais, em algum momento, leva à formação de grupos. Os grupos são uma forma de conferir rótulos as pessoas na sociedade, uma maneira de demonstrar que elas pertencem à algum lugar, além de conferir status e, novamente, definir quem são. A cultura, nacional ou de grupo, oferece os perfis para que cada um se identifique como indivíduo e como membro de um coletivo (Santana, 2009).

Dessa forma, os grupos são também meios de dar visibilidade a algo, nesse caso, características específicas de uma cultura, os costumes. E que melhor forma de dar visibilidade a um determinado grupo e promover a troca de experiências senão uma reunião, um encontro? Encontros podem ser compreendidos como meios de materializar e reafirmar valores culturais únicos, dando-lhes visibilidade dentro do mosaico da sociedade. São, como ressalta Santos (2009), uma forma de suprir uma necessidade de relacionar as manifestações e dimensões culturais com as diferentes classes e grupos que a constituem.

Porém, por se tratar de uma reunião, requer formalidades que promovam a organização e bom andamento dela, sem comprometer a imagem do grupo que a promove. Seria um meio de afirmar juridicamente a importância e relevância de um grupo no meio social em que está inserido. Assim, os encontros foram tendo cada vez mais significado e assumindo outros aspectos como periodicidade, o que foi transformando-os em eventos.

Os eventos surgiram como uma evolução dos encontros formalizados, e ao se tornarem cada vez mais organizados, foram também ganhando tamanho e atraindo mais pessoas, motivando-as a se deslocarem em prol destes. Posteriormente, os eventos acabaram por envolver o turismo, através da utilização dos meios de transportes e hospedagens, além de outros serviços como alimentação, centros de convenções e empresas de cerimonial, movimentando a economia dos locais onde são realizados e promovendo a interação das pessoas e a troca de experiências, que envolve diretamente a cultura. Espaços foram sendo adaptados e construídos e tornaram-se as bases que desenvolveram o Turismo de Eventos (Matias, 2010). Por fim, dependendo da tipologia e magnitude do evento, este pode movimentar o turismo de um destino como um todo, demonstrando assim a importância que os eventos têm para a atividade turística.



EVENTOS E TURISMO

Tratando-se o turismo de um fenômeno econômico, os eventos apresentam-se como forma de incremento da atividade turística, movimentando a economia de centros de eventos e comerciantes locais e levando novos meios de experiência para os turistas, e novos atrativos que podem ser utilizados para a promoção da cultura. Além disso, os eventos são uma maneira de driblar a sazonalidade, complementando as atividades que um destino pode oferecer e ajudando a diminuir os efeitos da baixa estação, pois são um importante motivador de turismo (Getz & Page, 2016).

Também, os eventos são uma forma de mobilizar a cadeia do turismo, pois envolvem outras áreas como transportes, meios de hospedagens, empresas de cerimonial, dentre outros. Para Britto e Fontes (2002), os eventos criam oportunidades de viagens, ampliando o consumo e permitindo a estabilidade dos níveis de emprego no setor, o desenvolvimento e a comercialização dos produtos. Como se pode observar, o mercado de eventos pode trazer benefícios para as localidades onde são realizados, movimentando a economia, gerando renda e emprego.

Os eventos são um mercado abrangente, pois uma das principais características são as infindáveis possibilidades (Rogers & Martin, 2011) que se têm para com estes, seja em relação as suas tipologias, ao seu tamanho ou aos públicos que almeja alcançar. Existem eventos para todas as classes sociais, com as mais variadas formatações e impactos para o meio onde são feitos e as pessoas que o prestigiam e o fazem ser o que é. Dependendo do público que visa a atender, os eventos podem assumir grandes dimensões e ser o principal fator motivacional para os indivíduos se locomoverem em busca de uma experiência, demonstrando não apenas seus efeitos na economia, mas principalmente na sociedade.

Segundo Matias (2010), o turismo de eventos é o conjunto de atividades exercidas por pessoas que viajam a fim de participar de diversos tipos de eventos, demonstrando novamente o grande potencial de movimentação de demandas que esta área possui. Independentemente de suas tipologias, os eventos mexem com algo intrínseco na sociedade: a cultura. Muitos eventos surgiram através de reuniões de grupos, cujo objetivo era principalmente dar relevância aos seus costumes dentro dos grupos sociais onde as pessoas estavam inseridas. Getz e Page (2016) destacam que os eventos são formas de divulgação e conservação de tradições, e ajudam na construção da legitimidade e identidade dos grupos, bem como de suas celebrações, na forma de capital cultural. Além disso, os eventos promovem algo muito semelhante àquilo que é promovido com o turismo: a experiência. De acordo com Miranda (2012), os eventos podem ser compreendidos como serviços que oferecem experiências e não necessariamente produtos.

O *networking*, isto é, a troca de informações entre as pessoas que frequentam um evento, é um dos principais objetivos ao se pensar a promoção dele, pois muitas vezes são as experiências vividas no espaço do evento que determinam a percepção das pessoas sobre a importância e relevância deste. É dessa forma que, segundo Rogers e Martin (2011), um evento pode ficar marcado na memória de seus participantes, algo essencial para eles. Todavia, para que a troca de experiências ocorra da melhor forma possível, os eventos, como qualquer encontro, precisam de planejamento e organização.

O primeiro ponto a se pensar num evento é seu objetivo. Segundo Britto e Fontes (2002), todo evento deve ser criado para ser único, logo, é preciso ser pensando com cuidado e criatividade. Para quê fazer um determinado evento, para quem? A ideia



inicial precisa ser clara e diretamente ligada ao objetivo principal, para que se possa alcançar o sucesso com sua realização. Definir todos os outros aspectos ligados ao planejamento de um evento é tão importante quanto sua motivação, pois é a peça fundamental num processo de organização de evento (Matias, 2010). Local, data, duração e formato podem garantir o insucesso ou sucesso de um evento, e são essenciais na hora de atrair o público. Precisam ser pensados com antecedência, pois a divulgação das informações deve começar o quanto antes, afinal de que adianta se planejar minuciosamente um evento se as pessoas não souberem de sua existência?

Em relação a isso, é preciso ter em mente que a mensagem precisa ser criativa e clara (Rogers & Martin, 2011), ou não será compreendida e nem vai chamar a atenção do público. A partir disso, vem a definição de fornecedores e prestadores de serviços, a elaboração do roteiro de atividades a serem realizadas, os mestres de cerimônia que conduzirão o evento e então a execução do evento, o momento chave de todo o planejamento.

É nessa hora que tudo deve ocorrer bem, já que o evento é o serviço, ele acontece quando é produzido. Passado tudo isso, é feita sua avaliação de sucesso, que vai desde os resultados financeiros até, e principalmente, o retorno das pessoas para quem ele foi feito. Tudo isso é necessário para atender as expectativas dos clientes, e é novamente um processo próximo ao que é feito para os serviços turísticos.

A experiência, tal como para o turismo, é o fator chave de um evento. As pessoas muitas vezes se planejam em prol de um evento, o que gera uma expectativa alta. A vivência experimentada durante uma viagem turística é como a vivência em um evento, e da mesma forma fica marcada na memória das pessoas que prestam os serviços e naquelas para quem esse serviço é prestado. Para Getz e Page (2016), os eventos são uma necessidade física, psicológica e cultural, o que conota a estes cada vez mais importância para as pessoas.

Por isso, buscam-se ainda mais oportunidades únicas de experiências, e a cultura tem se tornado o principal fator de definição para os deslocamentos das pessoas, seja para um destino ou evento específico. Nesse contexto, os eventos se diferenciam e ganham força quando as pessoas buscam formas de lazer e experiências significativas para suas vidas. Afinal, conforme Britto e Fontes (2002), o evento deve ser divertido e agradável, como é o caso dos eventos de cultura POP, ou seja, deve ser prazeroso e significativo para quem o busca e o frequenta.

Os eventos de cultura POP surgiram da necessidade de uma demanda, tal como outros eventos, e da busca por experiências únicas e marcantes. Com a internet e a globalização contribuindo para a troca de informações de forma mais prática e rápida, os conteúdos ligados a outras culturas foram sendo expandidos pelos mecanismos midiáticos e foram ganhando espaço e conquistando as pessoas, que por fim levaram ao crescimento e movimentação de um mercado que a cada ano gera mais riqueza.

Para Soares (2014), a ideia de POP sempre esteve atrelada a formas de produção e consumo de produtos orientados por uma lógica de mercado. Dessa forma, os eventos de cultura pop foram ganhando atenção e se transformaram em espaços de troca de experiências, oportunidades de *networking* e atraindo mais e mais consumidores, movimentando o mercado e, em dado momento, a dinâmica do turismo nas localidades onde são realizados.

CULTURA POP

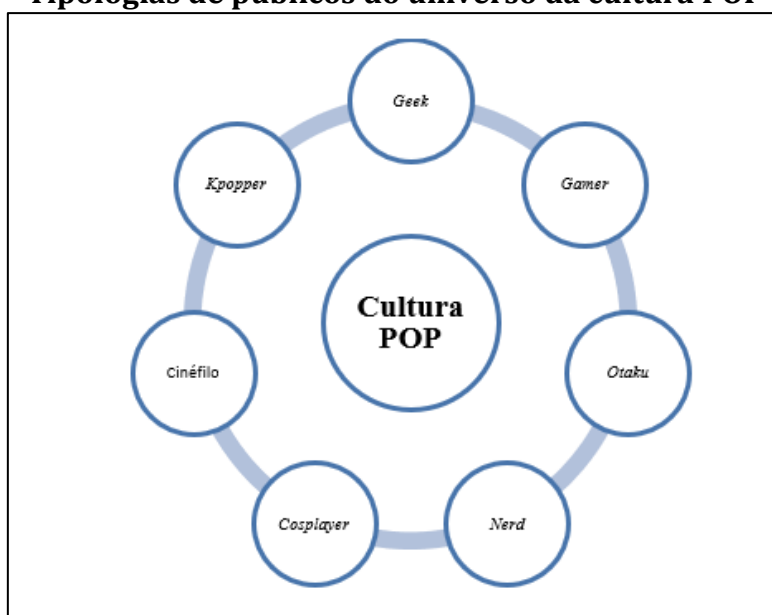
Os eventos de cultura POP são, principalmente, formas de expressão cultural, de reafirmação dos valores de um grupo na sociedade. Para Simon (2015), os eventos de cultura pop têm como papel a vivência, proporcionando assim uma experiência única ao participante, apresentando um universo próprio, com elementos que cativam e atraem esse público.

Esses eventos surgiram dos encontros de pessoas que buscavam a troca de informações e experiências referentes a temas específicos guiados pela lógica midiática, e com o intuito de promover maior visibilidade a seus valores. Dessa maneira, também incentivaram a movimentação de um mercado que busca atender aos desejos desse grupo em particular, com clientes tão ou mais exigentes quando comparados a outros públicos.

Dentre outras coisas, os eventos de cultura POP são uma forma de inovação no mercado de eventos, pela temática, pelo formato e pelos conteúdos apresentados, principalmente. Por atenderem a um público de características peculiares, tem atraído mais pessoas que se identificam com os valores culturais que motivam a realização desses eventos. Soares (2014) sublinha que os consumidores da cultura pop são também intérpretes desta, por isso são os principais produtores e agentes na definição de sua dinâmica. Ademais, os eventos ligados à cultura pop são capazes de atrair interessados numa perspectiva macro quando em relação a sua abrangência, pois hoje existem eventos de cultura pop em âmbito local, regional, nacional e internacional, movimentando todos os públicos interessados nestes.

Em relação às tipologias de públicos, o universo da cultura POP é amplo, mas pode ser subdividido em alguns grupos principais, como observado na Figura 1. Os *Nerds/Geeks* eram antes aquelas pessoas consideradas apenas inteligentes, mas hoje podem ser definidos como um grupo de indivíduos atentos à tecnologia e conteúdos midiáticos de forma geral.

Figura 1
Tipologias de públicos do universo da cultura POP



Fonte: Autores (2017).



Já os *Gamers*, como o nome sugere, são os amantes de jogos eletrônicos, sejam eles voltados para consoles como Playstation e Nintendo ou online, bastante populares atualmente. *Otaku* já é um termo exclusivo da cultura japonesa, e se refere a pessoas que gostam de animes e mangás (desenhos e quadrinhos japoneses, respectivamente) e da cultura do local; dentro desse grupo estão incluídos os *Cosplayers*, que apesar de não terem surgido no Japão, se popularizam por lá, e dão vida aos personagens de animes, mangás, séries e filmes.

Ainda nesse universo, têm-se os Cinéfilos, indivíduos próximos em definição aos *Geeks*, pois também são antenados a mídia, mais especificamente ao universo das séries, filmes e livros. Por fim, tem-se um público mais recente, os *Kpoppers*, apaixonados por música POP coreana, além das novelas locais e da cultura da Coréia do Sul de forma geral. Mesmo com poucos estudos sobre essas tipologias (Soares, 2014; Bicca et al., 2013; Matos, 2011), é possível defini-las com clareza ao se tornar parte do universo da cultura POP, sendo um conhecimento, então, adquirido e caracterizado de forma empírica. Isso significa que, ao fazer parte de determinado universo cultural, os membros aprendem a definir a si mesmos, baseando-se em seus gostos e interesses, remontando o que já vem sendo falado sobre a busca por identificação.

Apesar de a cultura POP possuir características como maior espontaneidade, ser mais despojada e intuitiva, isso não significa dizer que os eventos voltados para ela sejam insuficientes no profissionalismo. Com um público exigente e atento aos detalhes, buscando alta qualidade na hora de consumir, os eventos de cultura pop tendem a ser altamente organizados e profissionais, com todo o processo de planejamento sendo feito cuidadosamente. Afinal, criar eventos é uma tarefa que exige criatividade, talento e originalidade, principalmente quando são voltados para o público do universo da cultura POP, para que possam apresentar padrões únicos e se tornarem ocasiões memoráveis (Rogers & Martin, 2011; Britto & Fontes, 2002).

Dentre outras coisas, a escolha de locais, datas, parceiros e até o marketing são pensados para atrair a curiosidade do público em sua fonte, logo a internet é uma aliada essencial ao sucesso desses eventos. Além disso, o roteiro deve ser pensado para atender a todos os públicos que compõem o universo da cultura POP, os quais foram conceituados anteriormente, com conteúdo atual e chamativo ao participante, pois mesmo sendo organizado, o evento ainda deve manter a espontaneidade natural da cultura POP, sendo confortável ao cliente.

Para Matias (2010), demonstrar alegria ao receber um participante, mostrando que ele é importante naquele espaço é imprescindível, contribuindo para a imagem do evento e satisfação do cliente. Dessa maneira se torna possível atender as expectativas das pessoas que frequentam o evento, mesmo elas sendo variadas dentro do universo que compõem.

Os eventos de cultura POP também movimentam a cadeia do turismo, pois utilizam de equipamentos como transportes, meios de hospedagem, centro de eventos e convenções, shoppings, restaurantes, além de diversas lojas e prestadores de serviços ligados a empresas de cerimonial e outras, levando renda e empregos para as pessoas da localidade onde são realizados. Quando acontecem na baixa estação dos destinos, ajudam com a sazonalidade, incrementam a área de eventos e turismo da localidade e podem contribuir significativamente para o equilíbrio do mercado turístico (Britto & Fontes, 2002), pois trazem uma proposta de experiência diferenciada, espontânea e única. Portanto, é importante se estudar essa tipologia de eventos dentro da cadeia do



turismo, para que se possa compreender a relevância deles para a área e os efeitos da realização desses eventos para os destinos, a comunidade e o mercado local.

METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa descritivo-exploratória, de abordagem qualitativa, cujo objetivo foi perceber de que forma a CCXP Tour Nordeste incrementou a expressividade do turismo local/regional no nicho de cultura POP. Descritiva pelo uso da metodologia de observação participante para relatar acontecimentos no contexto e momento do evento, utilizando também o método dedutivo descrito por Lakatos e Marconi (2003); exploratória, pois se buscou uma tipologia no mercado de eventos pouco explorado cientificamente – a cultura POP *geek/nerd*.

Ao se buscar características e relevância, a pesquisa é classificada como qualitativa e funcional, bastante típica de estudos na área de ciências sociais. Para Richardson (1999), a observação participante é o método no qual o pesquisador busca tornar-se um membro do grupo. Assim, salienta-se que um dos autores da presente investigação participou do evento analisado a fim de colher os dados para as análises pertinentes, estando no campo da pesquisa. Devido ao fato de o evento ter sido realizado em 2017, trata-se de uma análise *ex post facto*, que se refere a um fato já ocorrido, no qual o pesquisador não pode controlar ou manipular variáveis (Moresi, 2003).

A escolha deste evento como campo de estudo foi motivada pelo título de maior evento de cultura pop do Brasil e América Latina (Montanare, 2016). A oportunidade de um evento com maior qualidade e relevância para o público-alvo também foi levada em conta, pois serviu de local de análise para uma pesquisa que visa contribuir com um campo pouco investigado do turismo.

COLETA DE DADOS

Para obter dados que pudessem ser utilizados para o alcance dos objetivos da pesquisa, um instrumento de coleta foi elaborado, baseado em Taylor et al. (1993). O *checklist* em escala Likert (1-péssimo; 2-ruim; 3-regular; 4-bom; 5-ótimo) no modelo SERVPERF, foi aplicado em todos os dias do evento, e buscou avaliar aspectos da estrutura do evento, como auditórios, lojas, atrações, atendimento, estandes, áreas de circulação etc., sendo este o primeiro objetivo da pesquisa a ser analisado. Anotações também foram colhidas durante toda a realização do evento, como forma de complementar os dados coletados com o instrumento, ajudando no processo de análise.

A partir disso, a pesquisa de campo adentra no segundo objetivo da pesquisa, que é compreender de que forma o evento atendeu, por meio dos conteúdos que foram apresentados, a todos os públicos que o frequentaram. Esta, tal como a anterior, foi realizada em todos os dias em que o evento ocorreu, e nos seus mais diversos espaços – lojas, auditórios, estandes etc. A *Comic Con Experience Tour* Nordeste ocorreu entre os dias 13 e 16 de abril de 2017, no Centro de Convenções de Pernambuco (CECON-PE).

Ao utilizar a observação participante, foi possível avaliar serviços de forma mais prática, além de se ter uma visão mais próxima da perspectiva do cliente em relação à vivência no evento, seus sentimentos, a sensação de entretenimento, algo essencial ao entendimento do objetivo proposto. Ao unir essas informações com aquelas que foram coletadas com o *checklist*, se estabelecerá a relação entre os dados, realizando uma análise de contexto mais real e verídica.



ANÁLISE DOS DADOS

A análise de conteúdo é, como o nome sugere, uma forma de observação e interpretação das informações colhidas em determinado momento para se estabelecer conclusões. Pode ser compreendida como uma forma de análise cujo fim é identificar o que vem sendo dito sobre determinado assunto (Santos, 2012).

Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, cujo método da observação participativa foi empregado, se aplica a análise de conteúdo com o viés para a análise de contexto, estabelecendo-se uma relação com os dados coletados e a vivência na pesquisa de campo para que se possa chegar ao último objetivo, que é relacionar o evento com a dinâmica do turismo local. Também é utilizada a análise léxica, objetivando-se a significância das informações obtidas, para que se possa perceber de que forma elas caracterizam e demonstram a relevância do evento, objetivo principal da pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

ANÁLISE DA ESTRUTURA DO EVENTO: INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS

Para que se possa compreender os impactos causados com a realização da CCXP Tour, os dados referentes à estrutura do evento, colhidos com um checklist que foi aplicado em todos os quatro dias da realização do evento, são apresentados. O primeiro item do *checklist* voltou-se para as instalações e equipamentos do evento, sendo este avaliado positivamente de forma geral.

A estrutura física, isto é, o CECON-PE, é um espaço que foi feito para comportar grandes eventos, tendo um tamanho avaliado como ótimo, cumprindo bem sua função nos dias do evento, mesmo naqueles com mais público. Sua localização foi um dos motivos que levaram o evento até Olinda-PE, sendo este bem central na cidade, facilitando seu acesso, algo essencial ao sucesso do evento.

Toda a estrutura era climatizada, e mesmo os espaços externos como a área de descanso que dava acesso à área *cosplay* e aos auditórios possuía climatização, sendo parte do conforto para os clientes, que, além disso, dispunham de uma série de aparatos que facilitavam a permanência no local, como porta-bolsas, pallets acolchoados e mesas em várias áreas, totens para recarregar celulares, além de todo o piso interno ser forrado, o que não era um problema caso alguém precisasse sentar-se no chão. Mesmo nos dias de maior movimento as pessoas não enfrentavam muito calor, algo característico da região.

A divisão espacial e organização do evento foi muito bem pensada, com uma imagem descritiva dos locais sendo divulgados nas redes sociais dias antes do evento, o que já preparava os participantes para o que estava por vir. Cada espaço do CECON-PE tinha sua função e era voltado para atividades bem específicas.

Na entrada, havia esculturas sendo exibidas no expositor da Piizitoys, em frente ao estande da Chiaroscuro Studios, loja voltada para quadrinhos; à direita desta ficava a área reservada aos estandes e lojas, sendo que no final deles havia um espaço para descanso e para guardar objetos, como bolsas e mochilas. À esquerda se tinha a bilheteria para autógrafos e fotos, e em seguida o enorme estande da TV Globo e da Omelete, onde durante os dias do evento foram feitas transmissões ao vivo. Entre as duas áreas citadas, no centro, havia um espaço para alimentação, com mesas e cadeiras dispostas, sendo ele rodeado pelos estandes e lojas do evento.



O primeiro andar foi todo reservado para a *Artists Alley*, uma avenida completa de quadristas, o espaço voltado para aqueles fãs da arte que décadas atrás motivou a criação do maior evento desse ramo no mundo. Saindo dali, havia mais uma área de alimentação e descanso, com a área cosplay à direita e os auditórios Ultra e Twitch seguindo em frente. Havia, ao final, a praça de *food trucks*, mais uma opção de restauração.

A facilidade de acesso aos espaços, isto é, rampas, placas informativas e mapas foi outro ponto que foi bem elaborado. A área das lojas e estandes era dividida em ruas, o que ajudava na orientação das pessoas. Havia uma planta do evento em tamanho grande logo após as lojas, indicando onde cada elemento se localizava, além das placas de orientação em cada canto do evento.

Outro ponto positivo foi a limpeza do local, que em todos os dias foi mantida de forma ótima. Não se encontrava lixo no chão ou banheiros sujos, algo que em muitos eventos é um problema. Tratando-se de um evento que cresceu com os avanços tecnológicos, a modernidade dos equipamentos não ficou para trás, o que contribuiu para a atratividade das instalações, além do capricho que as lojas e estandes tiveram com as cores e imagens escolhidas, que levavam os clientes quase que automaticamente.

Mesmo nos dias mais cheios, a facilidade de locomoção não foi insuficiente, principalmente porque a distância entre cada loja, estande e expositor era boa, permitindo que as pessoas caminhassem sem muitos problemas por todo o evento. Isso demonstra que o espaço escolhido possuía ótima capacidade de carga, sem fazer com que o cliente se sentisse sufocado. Por fim, a segurança no local estava satisfatória, com diversos profissionais espalhados por toda a área do evento.

ANÁLISE DA ESTRUTURA DO EVENTO: SERVIÇOS GERAIS

Adentrando no segundo item do *checklist*, os serviços gerais prestados nos dias do evento podem ser avaliados de forma geral como bons. O atendimento ao cliente era satisfatório na maioria dos espaços, o que culminou em uma avaliação positiva no que diz respeito a presteza no serviço, sem muita demora ou atrasos em todos os dias. A atenção dada aos clientes é um ponto que precisa ser elogiado, pois mesmo com o espaço cheio, esse item não se tornou deficiente, nem mesmo quando as pessoas se perdiam pelo evento ou algo inesperado acontecia. A pontualidade foi um dos pontos que contribuiu para a qualidade do evento.

Baseado em experiências anteriores, foi percebido que em eventos de cultura pop, sejam eles de pequeno ou grande porte, atrasos são quase que rotineiros, acontecem com frequência e pode ser um problema ao cronograma de atrações, o que não aconteceu na CCXP Tour, pois o máximo de tempo de atraso que se tinha em algum serviço era de 15 minutos, mesmo nos dias de maior público. Os serviços foram prestados com boa segurança, e o suporte ao cliente foi surpreendente, principalmente no sábado, quando a credencial da pesquisadora quebrou e a troca foi feita de forma rápida, prática e gratuita. Portanto, de forma geral os serviços prestados durante o evento atingiram uma avaliação positiva.

ANÁLISE DA ESTRUTURA DO EVENTO: DEMAIS/OUTROS SERVIÇOS

Os demais serviços compunham o terceiro tópico do *checklist*. Os serviços de alimentação eram satisfatórios no geral, com diversidade alimentícia tanto na parte de dentro do centro quanto na praça de *food trucks* na parte externa. Alguns também



vendiam combos e brindes exclusivos e personalizados para o evento, demonstrando certo empenho em prestar um serviço diferenciado. O atendimento nessa parte dos serviços poderia ser melhor, sendo avaliado como regular. Porém, este não estava diretamente no controle dos organizadores, que apenas contrataram o serviço, mas não ofereceram o treinamento como ocorre com o *staff*.

Os locais eram limpos e organizados, com mesas e cadeiras dispostas na frente das lojas de comida, e a venda dos produtos era feita com bastante presteza, perdendo um pouco a qualidade nos dias de maior movimento. A segurança no serviço prestado foi regular nos dias do evento, algo que precisa ser melhorado em possíveis edições futuras.

O próximo item avaliado com o *checklist* foi “outros serviços”, anotados no dia do evento. As filas, típicas de eventos de cultura pop, foram o primeiro tópico a ser analisado. As filas no primeiro dia eram pequenas, devido a menor quantidade de público. Porém, nos três dias seguintes, elas cresceram exponencialmente, o que não foi um problema no geral. Todas as filas eram organizadas, sendo as de maior tamanho orientadas por divisórias, e sendo bem indicadas pela equipe.

Mesmo nas filas o cliente podia ficar confortável, esperar sentado e em ambiente climatizado, recebendo todo o apoio da equipe do evento que animava as pessoas, tiravam dúvidas e, se fosse preciso, ajudavam os clientes com serviços como compra de água, comidas e outros, mantendo a organização. O serviço de som em todo o evento estava ótimo, com o repasse de informações chegando em todas as áreas do evento. Várias informações e orientações ao participante eram repetidas ao longo do dia para garantir o bom andamento das atividades. Caso fosse necessário, eles também divulgavam informações sobre pessoas perdidas, alterações na programação e outros avisos, tudo com clareza.

O evento também contava com diversos totens espalhados pelo CECON para carregar celulares, uma iniciativa bastante prática ao cliente. Os totens foram testados, sendo avaliados como bons, pois mesmo que o celular não carregasse muito rapidamente, era possível deixá-lo trancado no totem e ir aproveitar o evento enquanto isso. A sinalização no evento estava ótima. Porém, são os auditórios que merecem atenção aqui. O CECON-PE conta com dois teatros: o menor recebeu o nome de Auditório Ultra para o evento, e nele eram feitas palestras e painéis menores, com caráter mais intimista se comparado ao outro, já que comportava 390 pessoas sentadas.

Um ponto positivo foi que a organização não deixava os auditórios passarem de sua capacidade, mantendo os participantes confortáveis. O outro teatro recebeu o nome de Auditório Twitch, devido ao patrocínio da plataforma de streaming com mesmo nome. Este comportava um público de 2.400 pessoas, e recebeu estrutura especial. O auditório foi decorado com estruturas de led coloridas, e recebeu a famosa “tela monstro” da CCXP, um telão de cinema usado nas exposições dos principais painéis do evento. Boa parte da experiência épica aconteceu nesse auditório em especial.

Por fim, havia a área de descanso, com bancos e mesas feitas de *pallet*, próxima à área *cosplay*. Era um bom local para descanso, bem como o espaço equivalente na área interna, próximo à área dos porta-mochilas. De forma geral, os outros serviços do evento, tal como os demais examinados até agora, não resultaram em insatisfação plena. A Tabela 1, a seguir, evidencia um resumo de todos os pontos observados no *checklist* preparado para as análises *in loco*.

Tabela 1
Resumo da análise da estrutura do evento

Instalações/equipamentos	A infraestrutura do local escolhido para o evento, o CECON-PE, comportou bem a demanda, com conforto, limpeza, organização e a boa divisão espacial.
Serviços gerais	Os serviços apresentados no evento foram bons, com qualidade na <u>presteza</u> , <u>atenção</u> , <u>pontualidade</u> e <u>suporte</u> ao cliente.
Demais serviços	Os serviços de alimentação no evento estavam bons, prestados com qualidade e <u>presteza</u> .
Outros serviços	O evento trouxe vários serviços adicionais, como totens para recarregar celular, espaço para descanso e outros; as filas foram bem-organizadas e a sinalização estava satisfatória.
Conteúdo	Muita diversidade foi apresentada, com conteúdo exclusivo, podendo atender a todos os públicos em momentos diferentes, levando a interação e movimentação no evento a outro nível, evocando emoções diversas e momentos únicos.
Estandes	Com muitos estandes criativos, recheados de atividades e brindes, os clientes foram bastante entretidos e houve boa interação, ajudando a melhorar a experiência no evento.
Lojas	Muitos produtos, para todas as idades e todos os públicos da cultura pop, com bom atendimento nas lojas, que nos dias do evento permaneceram cheias.
Auditórios	Espaços personalizados, que comportaram bem a demanda, com conforto e qualidade, e foram cenários dos momentos mais importantes no evento, onde conteúdos diversos foram apresentados aos participantes.
Staffs	Ajudaram a potencializar a experiência no evento, com gentileza, atenção, animação e deram suporte aos clientes em vários momentos, prestando serviço de qualidade, passando segurança aos clientes.

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

A CCXP TOUR E SEUS EFEITOS NO TURISMO

Como dito anteriormente no referencial teórico, os eventos têm a capacidade de movimentar as pessoas nos espaços e uma série de equipamentos de apoio, ajudando a incrementar a atividade turística de um lugar. Com a CCXP Tour não foi diferente. Através das observações, percebeu-se que o evento se mostrou vantajoso para o turismo da região por vários motivos. O primeiro deles é o renome do evento, sua marca, que por si só já motiva as pessoas a se deslocarem para os locais onde é realizado, e ao ser alocado num dos destinos culturais centrais da região Nordeste (Olinda-PE), facilitou na atração de demanda de estados próximos e até de outras regiões.

Em seguida, a escolha do período e data da realização do evento, isto é, um feriado prolongado no período de baixa estação (abril), ajudou a movimentar a economia local e a diminuir os efeitos da sazonalidade. Muitas pessoas se hospedaram em pousadas e hotéis, além de usufruírem dos serviços de transporte público da cidade, de locais como restaurantes e shoppings próximos ao evento. Também, o evento se utilizou do espaço do CECON-PE, o centro de convenções do estado, ajudando no aumento de receita para ele.



O evento foi fortemente divulgado em redes sociais e nos canais de comunicação locais, como jornais, rádio e televisão, através das parcerias com o Diário de Pernambuco, Mix FM, Shopping Recife e Prefeitura de Recife, para que o potencial de atração de demanda fosse maximizado. Ainda, semanas antes da CCXP Tour, foi feito um pequeno evento de interação e divulgação no Marco Zero, um dos principais pontos turísticos da cidade e um local estratégico, pois é frequentado por residentes e visitantes. A proposta de levar um evento de cultura pop de grande porte com a promessa de uma experiência épica pela primeira vez para a região Nordeste provocou alta expectativa nas pessoas, gerando motivação.

A CCXP Tour, dessa forma, incrementou o cenário de eventos de cultura pop, não apenas do estado de Pernambuco, mas de toda região Nordeste ao trazer um nível de qualidade alta, contendo parcerias com marcas de grande nome dentro e fora do país, atrações internacionais e a oportunidade de reunião e interação entre vários públicos diferentes. A Tabela 2 demonstra um resumo dos principais resultados da investigação.

Tabela 2
Apresentação conclusiva dos resultados

Estrutura do Evento	A infraestrutura comportou bem a demanda, mantendo os clientes confortáveis. O evento ofereceu diversos diferenciais, como decoração diferenciadas, conteúdos exclusivos, facilidades para os clientes, ambiente atrativo, com pessoal bem treinado e serviços de qualidade e produtos diversificados e exclusivos, atrelado à grandes marcas e nome do cenário da cultura pop nacional e internacional.
Conteúdo	Durante os quatro dias em que o evento ocorreu, os clientes contaram com atividades diversas nos estandes, com atrações e painéis voltados a todos os grupos que compõem a cultura pop e muitos conteúdos exclusivos, envolvendo os participantes pela emoção, oferecendo uma experiência épica.
Efeitos no Turismo	O evento levou demandas de vários estados da região Nordeste e de outras regiões à Pernambuco, numa época de baixa estação, o que gerou movimentação na cadeia turística, que ofertou serviços diferenciados em vários espaços, atraindo um público considerável para o período do ano. Ainda, por apresentar conteúdos diversificados e com qualidade, o evento incrementou o cenário local e promoveu a cultura pop de forma atrativa para todos os públicos, confirmando sua relevância para o turismo local.

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

CONCLUSÃO

Os eventos de cultura POP são, dentro de um universo vasto de tipologias, uma novidade capaz de atrair cada vez mais demanda, provocando um grau crescente de deslocamentos e consumo, e com isso gerar impactos perceptíveis na atividade turística dos destinos onde são realizados. Nesse sentido, se faz necessário realizar estudos que possam explorar as contribuições destes eventos para o mercado de turismo e eventos. Baseado nisso, este trabalho buscou demonstrar de que maneira a *Comic Con Experience Tour* Nordeste 2017, realizada em Olinda/PE, se mostrou relevante ao cenário de eventos desse ramo na região Nordeste e o que isso significa para o turismo local e regional.



A partir da análise dos resultados, se percebe, em primeiro lugar, que a estrutura do evento, avaliada através de um *checklist* em escala Likert, de forma geral, atendeu as expectativas. Isso se deu pelo alto grau de organização e inovação do evento, principalmente, perceptível nos estandes, lojas, auditórios e demais espaços do evento, fazendo a experiência dos clientes/participantes ser maximizada com conforto e alta tecnologia, como demonstrado durante as análises. Em segundo lugar, os conteúdos apresentados durante os quatro dias de duração do evento, analisados a partir da observação participante, conseguiram atender aos diversos grupos que compõem o universo da cultura POP.

A atratividade dos espaços captou o interesse das pessoas, a oportunidade de interação direta com artistas e atrações ajudou a construir uma experiência única e valorosa que ficou marcada na memória das pessoas, o objetivo maior de qualquer evento. A distribuição de atividades durante os quatro dias ajudou e até motivou os participantes a se inserirem no evento, com a provocação de variadas emoções em sua execução, como descontração, alegria, tristeza, medo e outros. Nesse sentido, cada grupo foi agraciado com espaços e momentos específicos, em igual grau de qualidade e atenção.

Por se tratar de um evento de grande porte e que carrega uma marca em si, os realizadores da CCXP Tour buscaram trazer um evento que de fato se destacou no cenário local, através de alta qualidade com a estrutura, as atrações e a organização. Ao ser realizado no período de baixa estação e em data estratégica, e contar com uma forte divulgação e parcerias de renome, o evento movimentou a cadeia do turismo local ao utilizar de serviços como hospedagem, alimentação, transporte, espaço de eventos e outros, ajudando também a driblar a sazonalidade característica de destinos de sol e praia, como é o caso de Olinda/Recife-PE. Ainda, ao atrair uma demanda de cerca de 54 mil pessoas, vindas de vários destinos, o evento comprovou sua relevância, incrementando o ramo de eventos de cultura POP do estado e da região, deixando sua marca no destino e no turismo regional.

A partir disso, se conclui que a *Comic Con Experience Tour Nordeste 2017*, enquanto evento de cultura POP de grande porte, se mostrou relevante ao cenário de eventos e turismo regional, e que com isso os objetivos deste trabalho foram alcançados. Apesar de alguns desafios encontrados durante a pesquisa, tais como a impossibilidade de realizar entrevistas com os organizadores de eventos e a falta de dados acerca dos impactos locais do evento, espera-se, a partir dos resultados apresentados, que contribuições possam ser acrescentadas à literatura de turismo e eventos de cultura POP. Também almeja-se que outros estudos possam ser feitos visando a conhecer mais sobre este ramo de eventos e seus impactos econômicos e socioculturais no turismo.

REFERÊNCIAS

Bicca, A. D. N., de Araújo Cunha, A. P., Rostas, M. H. S. G., & de Lima Jahnke, M. (2013). Identidades Nerd/Geek na web: um estudo sobre pedagogias culturais e culturas juvenis. *CONJECTURA: filosofia e educação*, 18(1), 87-104.

Britto, J., & Fontes, Nena. (2002). *Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo*. São Paulo: Aleph.

CCXP. (2021). A CCXP. Recuperado de <https://www.ccxp.com.br/a-ccxp>



Cunha, J. R. D. A. (2014). Festivais de músicas como indutores da valorização e promoção do turismo cultural: uma análise dos festivais Forraço e MPBeco na cidade de Natal, Rio Grande do Norte (Bachelor's thesis, Universidade Federal do Rio Grande do Norte).

Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593-631. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>

Lakatos, E. M., & Marconi, M. A. (2003). *Fundamentos de metodologia científica*. (5a ed.). São Paulo: Atlas.

Matias, M. (2010). *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. (5a ed.). Barueri, SP: Manole.

Matos, P. (2011). O nerd virou cool: identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão. In XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste-Intercom.

Miranda, M. I. P. D. (2012). Os eventos como contributo para a diferenciação de um destino turístico: o caso do programa Allgarve-os eventos de animação e música Pop (Doctoral dissertation, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril).

Montanare, R. (2016). *Vitamina Nerd. Comic Con Experience 2016 – A História*. Recuperado de <https://vitaminanerd.com.br/comic-con-experience-2016-historia/>

Moresi, E. (2003). *Metodologia da pesquisa*. Brasília: Universidade Católica de Brasília, 108(24), 5.

Oliveira, S. T., & Januário, M. V. C. (2014). Os eventos como potencializadores do turismo regional: o festival de inverno Bahia. *CULTUR-Revista de Cultura e Turismo*, 1(1).

Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.

Rogers, T., & Martin, V. (2011). *Eventos: planejamento, organização e mercados*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Santana, A. (2009). *Antropologia do turismo: analogias, encontros e relações*. São Paulo: Aleph.

Santos, M. E. V. M. D. (2009). Ciência como cultura: paradigmas e implicações epistemológicas na educação científica escolar. *Química nova*, 32(2), 530-537.

Santos, F. M. (2012). *Análise de conteúdo: a visão de Laurence Bardin*.

Simon, P. (2015). *Anime friends e turismo: universo otaku e motivação da demanda*. 126 p. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

Soares, T. (2014). Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop. *Logos*, 2(24).

Stein, A., & Evans, B. B. (2009). *An introduction to the entertainment industry*. Peter Lang.



Taylor, S. A., Sharland, A., Cronin, J. J., & Bullard, W. (1993). Recreational service quality in the international setting. *International Journal of Service Industry Management*, 4(4), 68-86. DOI: <https://doi.org/10.1108/09564239310044316>

Wood, R. E. (2018). Tourism, culture and the sociology of development. In *Tourism in South-East Asia* (pp. 48-70). Routledge.