



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

Hospitalidade e eventos em tempos de COVID-19

ANDERSON SOARES LOPES

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

Agradecimento à orgão de fomento:

Os autores gostariam de agradecer a Universidade Anhembi Morumbi pelo apoio na elaboração e desenvolvimento da pesquisa.

Hospitalidade e eventos em tempos de COVID-19

RESUMO

O presente artigo apresenta pesquisa qualitativa ao investigar as vertentes da hospitalidade e os eventos em tempos desafiadores para a sociedade, como a pandemia causada pelo vírus COVID-19. O problema da pesquisa é, qual é o impacto do novo coronavírus nas relações de hospitalidade e nos eventos? As proposições da investigação são, (P1) apesar de se constituir em um aspecto negativo, o COVID-19 também vem a impactar o setor de eventos; e (P2) o novo coronavírus vem a ser um fator determinante nas relações de hospitalidade entre as pessoas nos eventos. O objetivo da pesquisa é, analisar por meio dos documentos dispostos sobre o novo coronavírus o impacto nas relações de hospitalidade e no setor de eventos. Os objetivos específicos são, compreender as relações de hospitalidade no setor de eventos, demonstrar o impacto do covid-19 nas relações de hospitalidade e apresentar o impacto do covid-19 no setor de eventos. Em meio a revisão teórica aborda-se questões como os eventos de hospitalidade, e a questão da hospitalidade nos eventos e nos tempos de crise. Em que neste contexto se torna comum observar a busca por padrões de segurança nos múltiplos setores da economia e também nas relações de consumo. Este estudo apresenta pesquisa qualitativa de caráter documental ao coletar e analisar 16.428 notícias que foram dispostas por portais que possuem elevada audiência nos limites territoriais do Brasil, o G1 e o UOL. Para melhor evidenciar os resultados deste estudo destaca-se que foi elaborada uma tabela de forma a categorizar e classificar as notícias sobre COVID-19 no Brasil. Dentre os principais resultados desta investigação aponta-se que os eventos em distintos países, cidades e regiões sofreram o impacto da transmissão deste vírus. Em meio a este cenário turbulento são apresentadas para a sociedade oportunidades como novas formas de utilização para os espaços destinados a eventos, a ascensão de novas formas de entretenimento específicas para este setor e, por fim, novas formas de eventos até então pouco utilizadas como as lives.

Palavras-chave: Hospitalidade; eventos; vírus.

Introdução

Este estudo vem tratar de questões que envolvem a hospitalidade, eventos e o covid-19. Espera-se contribuir com o fomento do conhecimento sobre hospitalidade e as interseções com outras áreas de estudo. Para fins desta pesquisa a hospitalidade vem a ser a atividade que se associa a alimentos, bebidas, acomodação (Telfer, 1995) e também aos eventos.

A originalidade e o valor deste estudo apresentam-se por contribuir para o desenvolvimento do conhecimento acerca da realidade no que se trata da crise de saúde pública gerada pelo COVID-19, se constituindo em fator determinante para a mudança de atitude das pessoas e as suas relações, incluindo neste contexto o setor de eventos e as relações de hospitalidade.

A hospitalidade pode se manifestar na forma de provisão de um relacionamento, do compartilhamento de experiências, informações e objetos. O estudo da hospitalidade requer uma abordagem que entenda as diferenças e encontre-se aberta as distintas representações (Lynch et al., 2011). Seja por meio de atividades mais tradicionais na sociedade, ou por setores que vem ganhando atenção no setor de negócios, como o segmento dos Meetings, Incentives, Conferences e Exhibitions (MICE), pois devido a dinâmica da sociedade e a evolução do pensamento humano existem novos campos atuação no mercado turístico.

Ao apresentar a importância deste setor para a economia de uma região, observa-se que na Tailândia, os turistas do segmento MICE são reconhecidos como visitantes com alto

potencial de gastos, o que vem a gerar alta receita cambial (Campiranon & Arcodia, 2008). Assim por estas razões e por motivos como a educação, o motivo da viagem, a necessidade de material de apoio nos eventos ou na acomodação, os requisitos por recursos humanos qualificados, estes turistas são reconhecidos pela sua distinção.

O problema da pesquisa é: qual é o impacto do novo coronavírus nas relações de hospitalidade e nos eventos?

As proposições da investigação são, (P1) apesar de se constituir em um aspecto negativo, o COVID-19 também vem a impactar o setor de eventos; e (P2) o novo coronavírus vem a ser um fator determinante nas relações de hospitalidade entre as pessoas nos eventos.

O objetivo principal da pesquisa é, analisar por meio dos documentos dispostos sobre o novo coronavírus o impacto nas relações de hospitalidade e no setor de eventos. Assim foram elaborados os objetivos específicos:

- Compreender as relações de hospitalidade no setor de eventos;
- Demonstrar o impacto do covid-19 nas relações de hospitalidade;
- Apresentar o impacto do covid-19 no setor de eventos;

Revisão de Literatura

Hospitalidade nos Eventos ou Eventos de Hospitalidade

A literatura sobre eventos e hospitalidade é extensa e vem a ser analisada em distintas localidades (Fang, 2020; Kruger, 2020; Qiao *et al.*, 2020; Tang & Wang, 2020; US Travel Association, 2019; Viljoen *et al.*, 2017). Esta realidade ocorre em países de economias emergentes (Fang, 2020), desenvolvidos e subdesenvolvidos.

Nos Estados Unidos (US Travel Association, 2019), a atividade dos eventos gera despesas que chamam a atenção dos estudiosos e movimentam os players do setor turístico. Na China a natureza das conferências, feiras de negócios e entretenimentos evoluiu, de forma que se tornou comum desenvolver eventos híbridos (Qiao *et al.*, 2020). Assim identifica-se que este setor atualmente é pesquisado de modo a observar as suas tendências (Draper *et al.*, 2018).

O setor de eventos apresenta amplo campo de atuação e conceituações. Mediante isto se verifica inúmeras possibilidades como as conferencias e os eventos de negócios (Qiao *et al.*, 2020; Antchak & Adams, 2020), ou esportivos (Tang & Wang, 2020), os festivais de culinária (Viljoen *et al.*, 2017), de arte (Viljoen *et al.*, 2018; Kruger, 2020) e a degustação nestes locais (Viljoen *et al.*, 2018).

Atualmente, observa-se que este setor ganhou vida própria e maior autonomia, possuindo profissionais capazes de analisar aspectos associados recursos financeiros, como previsão financeira, busca de auxílios governamentais e benefícios fiscais, e por fim, captação

de patrocínios. Além disto, no setor de eventos existe uma padronização em que são desenvolvidas estratégias de segmentação dos visitantes baseada em gastos (Saayman & Saayman, 2019).

Atualmente, diferenciações e combinações são analisadas, como um jogo de palavras, por isso observam-se questões, associadas aos eventos de hospitalidade ou a hospitalidade nos eventos. Por isto, a perspectiva hospitalidade apresenta-se como um diferencial no setor de eventos, mas também uma atividade essencial para a criação e manutenção das relações.

Atualmente o setor de viagens nacional e internacional é fortemente movido por demandas de negócios, ou seja, por pessoas que devido o seu trabalho precisam estar em locais distintos para participar de reuniões e treinamentos, atender demandas burocráticas, representar empresas e organizações em eventos, e também, acompanhar a implantação de novos métodos de gestão.

Os gastos diretos em viagens de negócios, incluindo gastos com meetings, events e incentive programs (ME&I), em 2019 totalizaram US \$ 334,2 bilhões (US Travel Association, 2019). Neste contexto, destaca-se que a empresa Alibaba organizadora da Hangzhou Computing Conference em 2018 atraiu visitantes de 81 países, ou seja, 120.000 participantes e 10 milhões de expectadores online se constituindo em um evento com influência global (Qiao *et al.*, 2020).

O Hangzhou Computing Conference conseguiu reunir qualidades indispensáveis no setor de eventos como os fortes níveis de apoio pessoal, relações harmoniosas entre o governo e os organizadores, a sofisticada cadeia de suprimentos de suporte e boa imagem de destino (Qiao *et al.*, 2020). Isto demonstra aspectos primordiais para os organizadores de eventos e para os seus distintos stakeholders.

Principalmente quando se pensa que as principais atividades desenvolvidas nas viagens a lazer para os turistas estrangeiros são, compras, turismo, alimentação em bons restaurantes, visita a parques e monumentos nacionais e, por fim, busca por parques de diversões e/ou temáticos (US Travel Association, 2019). Esta informação vem a ser valiosa, pois demonstra que a gastronomia, o acesso ao entretenimento e a cultura são relevantes para os turistas e viajantes.

Na medida da tomada de decisões para os gestores locais de cidades que pensam de que forma desenvolver o setor turístico ou quais equipamentos turísticos são relevantes para tal atividade. Por isso, as informações e os dados corretos no setor de eventos vêm a auxiliar os gestores locais na tomada de decisões no campo do marketing, ao atrair congressos e chamar a atenção da mídia internacional no setor de viagens (US Travel Association, 2019).

Desta forma, compreende-se que existe ampla relação entre o setor de viagens e os eventos. Por vezes torna-se difícil falar da hospitalidade, turismo e eventos de forma isolada. Parcela dos estudiosos, demonstram mesmo em aulas ou ao escrever artigos certo cuidado ao

falar do turismo sem apresentar assuntos associados a hospitalidade, ou descrever aspectos dos eventos sem relacionar as atividades inerentes do turismo.

Hospitalidade e eventos em tempos de crise

No Reino Unido após a crise financeira global o setor bancário foi afetado por uma crise, que levou as pessoas a uma mudança de atitude e percepção (Bennett & Kottasz, 2012). Assim as relações entre os distintos componentes desta atividade tornaram-se mais frábil e por consequência mais vulnerável a frustrações.

Em meio a esta realidade floresceram sentimentos como culpa, níveis de raiva, distintos graus de confiança moralista frente a sua reputação e por fim, orientações políticas (Bennett & Kottasz, 2012). Estes sentimentos negativos podem ocorrer nas pessoas em distintos campos de atuação da administração e economia, alimentos e bebidas, o campo da saúde, da computação, no setor hoteleiro e também na parte dos eventos.

Já na Tailândia o setor de eventos e o segmento MICE foi influenciado por várias crises no passado, como por exemplo, a de 11 de setembro de 2001 (Campiranon & Arcodia, 2008). Como reação a esta atividade, as organizações desenvolveram estratégias na busca por entender este mercado e desenvolver estratégias eficazes de segmentação em tempos de crise (Campiranon & Arcodia, 2008).

Observa-se que em meio às crises que afetam o setor de eventos e também outros setores torna-se comum surgirem respostas que não são satisfatórias ou que venham a agradar os stakeholders da atividade. Por consequência surgem certos comportamentos que afetam as habilidades relacionais e técnicas do ser humano a estas dinâmicas, que moldam o sucesso geral (De Guzman *et al.*, 2020).

Mas esta realidade não se encontra distante do cotidiano em que seja necessário haver grandes crises econômicas, ataques terroristas e/ou eventos de proporções mundiais para que as pessoas sejam afetadas. Ao tratar disto observa-se, por exemplo, o caso de jovens estudantes da área da hospitalidade que tem as suas expectativas não correspondidas em relação ao estágio (De Guzman *et al.*, 2020), ao curso escolhido para buscar se profissionalizar ou mesmo a instituição de ensino que irá frequentar.

Diante disto, ocorreu o surgimento do COVID 19 em meados de dezembro de 2019 (Yang *et al.*, 2020), que se disseminou rapidamente no decorrer do primeiro semestre de 2020 (Pratt, 2020). Consta que este vírus surgiu a partir da cidade de Wuhan, a cidade mais populosa do centro da China (Yang *et al.*, 2020).

Já no final do mês de janeiro de 2020, o governo chinês compartilhou informações sobre o vírus publicamente, este surto local se tornou rapidamente em uma crise de saúde pública (Yang *et al.*, 2020; World Health Organization, 2020). Neste período, ocorreu a divulgação de mensagens contraditórias pelas autoridades em localidades distintas (AP News,

2020; Pratt, 2020). Já na China foram efetuadas medidas para cancelar o comércio de animais selvagens (Pratt, 2020).

Isto chamou a atenção das autoridades internacionais quantos aos resultados da manifestação deste vírus, tornando-o uma pauta prioritária a ser debatida em distintas instâncias (Zouain *et al.*, 2022). No decorrer do mês de março de 2020, as infecções causadas por COVID 19 foram confirmadas em 190 países, totalizando 332.930 casos, mais de 14.510 mortes, neste período a Europa e os Estados Unidos se tornaram o epicentro da pandemia (Yang *et al.*, 2020; World Health Organization, 2020), onde se existia tendência de crescimento destes números.

Por consequência desta realidade governos de várias localidades impuseram medidas restritivas a mobilidade o que afetou o comércio, o cotidiano das pessoas, o setor de transportes e o mercado turístico. Em meio a esta realidade, verifica-se a necessidade da busca por trabalhar questões do cotidiano da sociedade de forma mais harmônica e equilibrada (Chen, 2002; Pratt, 2020).

Neste contexto, os megaeventos contaram com a crescente rejeição da população, já as feiras e eventos tradicionais presenciais foram cancelados ou adiados, como o 27º Congresso Mundial de Arquitetura na cidade do Rio de Janeiro, ou os Jogos Olímpicos Tóquio 2020 (Zouain *et al.*, 2022).

Os estudiosos correram para pesquisar ou comentar sobre isto como essa pandemia global afetou indivíduos, sociedades e economias (Pratt, 2020), que se tornou alarmante seja no número de mortes ou pessoas contaminadas. Assim buscam-se caminhos para equilibrar estas relações. Por isso, observa-se que a hospitalidade pode vir a surgir como resposta em meio a adversidade e em nos tempos de crise na saúde pública global.

Metodologia

Este estudo apresenta pesquisa qualitativa de caráter documental. Isto vem a se constituir em uma realidade cada vez mais comum nas pesquisas sobre hospitalidade (Bastos & Rejowski, 2015). Por vezes, isto ocorre com artigos de periódicos (Ma & Law, 2009) e com notícias (Mendes & Wada, 2016).

A sistematização do conhecimento sobre hospitalidade caracteriza-se por apresentar particularidades dessa produção científica frente aos apoios teóricos alcançados no Brasil e no exterior nesse emergente campo de estudo (Bastos & Rejowski, 2015). Por isso, neste campo parcela das pesquisas apresentam o propósito de analisar os documentos dispostos em determinado período de tempo e logo em seguida efetuar uma classificação (Ma & Law, 2009; Mendes & Wada, 2016).

No que se refere aos procedimentos operacionais da pesquisa, observa-se que no decorrer de 30 dias foram coletados e analisados notícias dispostas por dois portais que

possuem elevada audiência nos limites territoriais do Brasil, o G1 (g1.globo.com) e o UOL (www.uol.com.br). A coleta de dados ocorreu no período de 26 de fevereiro a 26 de março de 2020, onde foram realizados 2 acessos ao longo do dia.

O Portal G1 pertence ao Grupo Globo, publica matérias de cunho jornalístico de todos os estados do Brasil e de qualquer parte do planeta (G1, 2020). Já o Portal UOL pertence ao Grupo UOL que se constitui na maior empresa brasileira no setor de conteúdo, tecnologia, serviços e meios de pagamento (UOL, 2020). O motivo para escolha destas datas ocorre, pois no dia 26 de fevereiro de 2020, foi diagnosticado o primeiro caso de Covid-19 no Brasil. Diante das várias notícias sobre o tema, foram catalogadas o total de 16.428 matérias.

Estas foram inseridas em uma tabela com dados como: data, hora, classificação, conteúdo, e site. As categorias (classificação) dos materiais sobre Covid-19 foram criadas a partir da análise de conteúdo dos materiais dispostos e ao considerar temas determinados logo no início da pesquisa. Por isto, as notícias dispostas nos dois portais pesquisados foram classificadas como:

- Categoria 1 - Informações gerais sobre vírus, contaminação e prevenção;
- Categoria 2 – Impactos na hospitalidade em eventos no Brasil;
- Categoria 3 – Impactos na hospitalidade em eventos para outros destinos;
- Categoria 4 – Outros.

Esta classificação possibilitou uma melhor análise dos dados e um posicionamento em relação as notícias dispostas. Este diagnóstico encontra-se exposto na parte dos resultados da pesquisa. Ao alinhar o tema proposto com os resultados da pesquisa coloca-se que após o levantamento dos dados, analisaram-se apenas os materiais dispostos na categoria 2 - Impactos na hospitalidade em eventos no Brasil e Categoria 3 – Impactos na hospitalidade em eventos para outros destinos.

Resultados e Discussão

Os resultados da pesquisa destacam que a partir do primeiro caso confirmado no Brasil de Covid-19, dia 26 de fevereiro de 2020, até o final da pesquisa, oscilaram bastante o número de notícias sobre este tema. Isto ocorreu nas 4 categorias criadas para desenvolver a pesquisa na forma de informações gerais sobre o vírus, impactos na hospitalidade no setor de eventos para o Brasil, e na hospitalidade no setor de eventos para outros destinos, como também outros assuntos relacionados a este tema.

Para melhor evidenciar os resultados obtidos, apresenta-se por meio da tabela 1 que segue abaixo a categorização e classificação das notícias sobre Covid-19 no Brasil.

Tabela 1 – Categorização e Classificação Das Notícias Sobre Covid-19

TABLE 1 - CATEGORIZAÇÃO E CLASSIFICAÇÃO DAS NOTÍCIAS SOBRE COVID-19				
	CATEGORIAS	RESULTADOS		
		UOL	G1	TOTAL
Categoria 1	Informações gerais sobre vírus, contaminação e prevenção	2820	7370	10190
Categoria 2	Impactos na hospitalidade no setor de eventos para o Brasil	207	788	995
Categoria 3	Impactos na hospitalidade no setor de eventos para outros destinos	389	193	582
Categoria 4	Outros	1442	3219	4661
	TOTAL	4858	11570	16428

Source: Compiled by the authors

Diante da Tabela 1 – Categorização e Classificação Das Notícias Sobre Covid-19 demonstra-se a classificação das categorias criadas no início da pesquisa. A maior parte das notícias sobre o novo coronavírus nos portais pesquisados encontram-se na categoria 1 - informações gerais sobre vírus, contaminação e prevenção com 10.190 notícias e na categoria 4 – outros com 4.661 materiais.

Contudo, como objeto da pesquisa envolve assuntos pertinentes ao impacto do novo coronavírus nas relações de hospitalidade e no setor de eventos, serão consideradas apenas as categorias 2 – impactos na hospitalidade em eventos no Brasil com 995 documentos, e categoria 3 – Impactos na hospitalidade em eventos para outros destinos com 582 materiais.

Os resultados desta pesquisa demonstram o impacto deste vírus de forma negativa no setor de eventos em distintas partes do planeta. Portanto, foram noticiados cidades e regiões como Barcelona, Boston, Califórnia, Genebra, Londres, Los Angeles, Luisiana, Miami, Mônaco, Ohio, Paris, Roma, Tóquio, Veneza e Washington. Os países alvo de notícias foram Alemanha, Austrália, Argentina, Arábia Saudita, Bahrein, Brasil, Canadá, Colômbia, Coréia do Sul, Espanha, Estados Unidos, França, Grécia, Inglaterra, Índia, Irlanda, Israel, Itália, Japão, Paraguai, Portugal, Rússia, Suíça e Tailândia.

Ao redor do mundo foram localizados registros de bandas musicais e cantores como Avril Lavigne, Backstreet Boys, Bono, BTS, Charlotte Lawrence, Elton John, Foo Fighters,

Green Day, Greta Van Fleet, Guns N'Roses, Jackson Browne, John Mayer, Lady Gaga, Madonna, Metallica, McFly, Miley Cyrus, Oasis, U2, Plácido Domingos, Pennywise (band), The Offspring, The Who e Tokio Hotel tiveram shows e turnês cancelados e adiados. Parcela destes foram infectados por este vírus.

Ocasões fora do comum ocorreram, por exemplo, o evento nos Estados Unidos sobre coronavírus adiado por causa do coronavírus, ou o cancelamento do evento global do Pokemon Go. Além disto, verificou-se a demissão de 95% dos funcionários do Cirque du Soleil. A existência de eventos esportivos a exemplo dos jogos de futebol e partidas de basquete sem público.

Isto levou a perdas econômicas e de empregos. Neste contexto, imagine a complexidade da decisão do Comitê Olímpico Internacional - COI em adiar os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de Tóquio 2020 para o ano de 2021. Os inúmeros investimentos efetuados, os atletas e profissionais que tiveram que readequar sua rotina de treinos e trabalho.

Isto se torna relevante, pois elevada parcela de pessoas dependem desta atividade para manter suas famílias. No Museu do Louvre, em eventos ligados as artes marciais como o Ultimate Fighting Championship – UFC, e em alguns locais houve reuniões e restrições de acesso de pessoas por conta do COVID-19, de forma a evitar a contaminação dos funcionários e do público visitante.

Em detrimento a esta realidade também foram criadas palestras pela Universidade do Estado do Amazonas (UEA) por meio da Escola Superior de Ciência da Saúde para falar sobre a contaminação e transmissão do COVID-19. Isto ocorreu na tentativa de conscientizar os frequentadores, moradores residentes próximos desta instituição de ensino e demais stakeholders da importância de se prevenir contra este vírus.

Já nos eventos religiosos, foi necessário a mudança de comportamento dos fiéis e dos religiosos, principalmente em determinados horários das celebrações onde se tornava necessário contato com outras pessoas, por exemplo, no abraço da paz e ao segurar a mão de outra pessoa para rezar a oração do Pai Nosso.

Já o Papa Francisco passou a fazer missas e orações direto da biblioteca do Vaticano que foram transmitidas pela Internet, parcela dos padres também utilizam este veículo para continuar evangelizando. Também foram suspensas inúmeras celebrações religiosas pelo mundo a exemplo de cultos e missas, isto também ocorreu no Santuário Nacional de Aparecida localizado no interior de São Paulo.

Além disto, os espaços destinados a eventos ou que possuem uma área destinada a estes acontecimentos como autódromos, cassinos, estádios de futebol também conhecidos como arenas, hotéis, igrejas e museus foram impactados direta ou indiretamente pela

pandemia do COVID-19, pois se não houver eventos parcela destes locais não encontra finalidade.

Também se observou a utilização dos locais para eventos em prol de outras de finalidades. Assim o local do Salão do Automóvel de Nova York, o Estádio do Pacaembu, o Estádio Mané Garrincha, o Estádio Presidente Vargas e o Anhembi Expo Center passam a ser utilizados como hospitais. No Brasil houve restrição do acesso em velórios de vítimas do COVID-19.

No Brasil foi possível identificar a prorrogação da data da 34ª Bienal de São Paulo. A suspensão de espetáculos em teatros, como Teatro Arthur Azevedo. Além disto, no Brasil foram apresentadas notícias em localidades que tiveram sofreram impacto deste vírus no setor de eventos. Neste contexto, múltiplas questões são evidenciadas, como a mão-de-obra e a locação de espaços para este setor, os profissionais na forma de atores, atrizes e músicos que tiveram espetáculos suspensos.

Dentre as cidades e unidades federativas foram listadas o Acre, Amapá, Amazonas, Aparecida, Araçatuba, Bahia, Belém, Belo Horizonte, Blumenau, Bodocó, Brasília – Distrito Federal, Campina Grande, Campinas, Campos do Jordão, Casa Branca, Curitiba, Divinópolis, Divinolândia, Florianópolis, Fortaleza, Garanhuns, Guarujá, Itapetininga, Lages, Lavras, Limeira, Londrina, Macaé, Maceió, Manaus, Maringá, Mogi das Cruzes, Olinda, Ourinhos, Ouro Fino, Palmas, Paraty, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Recife, Ribeirão Preto, Roraima, Salvador, Santarém, Santos, São Paulo, Taubaté, Triunfo e Uberaba.

Nas cidades brasileiras foram efetuados inúmeros decretos municipais e estaduais suspendendo atividades, entre estas os eventos públicos no intuito de combater a propagação do vírus. Por isso, houve cantores, bandas de música e duplas sertanejas impactados com esta realidade, a exemplo de Anitta, Daniela Mercury, Dinho Ouro Preto, Di Ferrero, Fernando e Sorocaba, Gustavo Lima, Fresno, Léo Santana, Maiara e Maraisa, Marília Mendonça, Orquestra Sinfônica de Limeira, Pablo Vittar, Preta Gil, Simone e Simaria, e Skank.

Certamente outros artistas foram impactados, mas não foram localizados no decorrer da pesquisa. Torna-se necessário registrar também manifestações de atores, blogueiros e youtubers como Bruna Marquezine e Gabriela Pugliesi que informaram ter estar contaminados pelo COVID-19 ou ter efetuados testes para saber se estavam contaminados com este vírus.

Nos limites territoriais do Brasil identificou-se eventos como Bahia Farm Show, Campus Party Amazônia, Cosplay Lavras 2020, Viva Dominginhos 2020, a Expoagro, Expogurupi – Exposição Agropecuária de Gurupi, a Expogrande e Tecnofam, ExpoLondrina, Feira Literária Internacional de Paraty – FLIP 2020, Festival Carambola, Festa do Divino Espírito Santo, Feira do Livro de Ribeirão Preto, Festa da Uva, a Fenova, o Festival Amazonas Jazz e o Festival do Aniversário de Salvador, que foram cancelados e adiados.

Além destes, também houve o Festival do Vinho em Triunfo, o Festival Internacional de Santos, o Festival Literário de Poços de Caldas, Festival de Tambaqui, o Forrozão da Sergipe, o evento da Paixão de Cristo, Tecnoshow COMIGO – Feira de Tecnologia em Agronegócio, Páscoa Iluminada em Araxá e o Ribeirão Rodeo Music 2020. Registra-se que o cancelamento ou adiamento destes eventos foram localizados por meio das notícias dos dois portais pesquisados e no período em que ocorreu a pesquisa.

No Portal UOL foi possível localizar o cancelamento de eventos de 7,4 mil espetáculos pela Itália como, por exemplo, o Festival LGBTQ. Contudo no Brasil e em outras localidades do mundo o impacto negativo no setor de eventos veio a cancelar eventos matrimônios, a suspensão de eventos culturais, leilões, concursos, reuniões SEBRAE em Mato Grosso do Sul, exposições, feiras agrícolas, de atividades ligadas a indústria, de pecuária e automóveis. Inúmeros carnavais fora de época ou festividades de pós-carnaval foram suspensos, que por consequência fez com que músicos, empresas de segurança, equipamentos de som e outros *stakeholders* não fossem contratados.

Dentre as ocorrências mais evidentes identifica-se que nos Estados Unidos a reunião da cúpula do G7 foi cancelada, a suspensão dos desfiles de St. Patrick's Day na Irlanda, cancelamento de comícios de Sanders e Biden nos EUA, o Congresso Mundial de Arquitetos no Rio de Janeiro com data adiada, a Semana de Moda de Xangai será transmitida pela Internet, o cancelamento do Salão do Automóvel de Genebra 2020, Bienal de Arquitetura de Veneza, o Torneio de Roland Garros, etapa do Mundial de Paraglider e a Reunião do Fórum Econômico Mundial.

Já no Portal G1 foi possível identificar o cancelamento em larga escala de inúmeros eventos públicos e privados, principalmente a partir de 28 de fevereiro de 2020. Dentre os eventos identificados no decorrer da pesquisa localizam-se o Billboard Latin Music Awards, a conferência anual do Google, o CinemaCon 2020, desfiles do Giorgio Armani e o Coachella 2020, o Festival SXSW 2020, o Festival de Cannes, o 'Oscar' de Bollywood, a suspensão das reuniões Organização Mundial do Comércio (OMC), Liga Mundial de Surf, o Mobile Word Congress, o Tomorrowland Winter, os Parques da Disney em Tóquio, o Salão do Automóvel de Nova York, o Ultra Music Festival (UMF) e a Super Liga Feminina de Vôlei.

Neste contexto observa-se que isto levou a um apagão cultural e também em setores específicos da sociedade, a exemplo do setor de eventos. Mas por consequência a esta realidade também se verificou a formulação de meios alternativos, por exemplo, nesta fase constata-se a ascensão dos serviços de música digitais a exemplo do Spotify e Youtube, como também a apresentação dos artistas por redes sociais e pela Internet.

Para ajudar as vítimas deste vírus e aqueles que perderam os seus empregos foram realizados também inúmeros eventos solidários de forma presencial, com a distribuição de alimentos para os mais vulneráveis. Esta realidade ocorreu em Restaurantes que tinham

estoque elevado de alimentos e bebidas na Avenida Paulista. Também emergiu a realidade das *lives* onde se tornou comum a arrecadação de alimentos e donativos para serem doados.

Conclusão

Em meio a realização deste estudo aponta-se a relevância de tratar de temas como hospitalidade, os eventos e a COVID-19 diante de situações desafiadoras, ou seja, em tempos de crise nos distintos setores da sociedade e também no setor de eventos. Principalmente ao vivenciar a busca por padrões de segurança nas atividades de oferta e demanda nos múltiplos setores da economia e também nas relações de consumo.

Mediante o problema da pesquisa é, qual é o impacto do novo coronavírus nas relações de hospitalidade e nos eventos? Destaca-se que com a contaminação deste vírus pelo mundo observou-se o aumento das notícias sobre este tema, principalmente no que se trata das distintas localidades do mundo.

Com o passar do tempo foi comum observar o impacto negativo no Brasil e em outros países como Alemanha, Austrália, Argentina, Arábia Saudita, Bahrein, Brasil, Canadá, Colômbia, Coreia do Sul, Espanha, Estados Unidos, França, Grécia, Inglaterra, Índia, Irlanda, Israel, Itália, Japão, Paraguai, Portugal, Rússia, Suíça e Tailândia. Isto se deve porque os eventos foram adiados ou mesmo cancelados levando a perdas econômicas que por consequência veio a refletir na cadeia de pessoas que dependem financeiramente desta atividade, empresas e demais *stakeholders* que desenvolvem suas atividades em paralelo a este setor.

Demonstrou-se que as pessoas que prestam serviços ou vem a utilizar os serviços de empresas no contexto do mercado mudaram de comportamento, por vezes preferindo exposições on line. Esta realidade também ocorreu para os eventos públicos e privados, sejam estes desfiles e matrimônios, leilões e reuniões, eventos esportivos e culturais, concursos e festividades carnavalescas, exposições e feiras e exposições de setores específicos como a agricultura, setor automobilístico, pecuária, pesca, setor náutico e industrial.

Desta forma, demonstra-se que as crises alteram o comportamento do mercado e das organizações atuantes no setor de eventos de forma que nem todos os stakeholders desta atividade sintam-se beneficiados, conforme demonstra Campiranon & Arcodia (2008). Ao tratar disto, De Guzman *et al.*, (2020) demonstra o caso dos jovens estudantes da área da hospitalidade que são impactados negativamente a partir dos momentos de crise.

As proposições da investigação são, (P1) apesar de se constituir em um aspecto negativo, o COVID-19 também vem a impactar o setor de eventos, diante das notícias analisadas sobre o novo coronavírus nos dois portais torna-se possível visualizar impactos até então inimagináveis. Diante desta realidade identifica-se que toda uma conjuntura veio a sofrer interferências a partir da contaminação e propagação deste vírus.

No setor de eventos isto também ocorreu, por isso lista-se parcela das localidades identificadas no decorrer da pesquisa que tiveram eventos cancelados, adiados ou que de alguma forma foram apresentadas notícias negativas a partir desta crise como Barcelona, Belo Horizonte, Boston, Califórnia, Curitiba, Genebra, Londres, Los Angeles, Luisiana, Manaus, Miami, Mônaco, Ohio, Paris, Recife, Rio de Janeiro, Roma, São Paulo Tóquio, Veneza e Washington.

Em meio a dimensão da pesquisa e dos resultados apresenta-se apenas parcela dos eventos que sofreram influência a partir do COVID-19 como a conferência annual do Google, CinemaCon 2020, desfiles do Giorgio Armani, Festival SXSW 2020, Festival de Cannes, 'Oscar' de Bollywood, reuniões Organização Mundial do Comércio (OMC) e o Tomorrowland Winter.

Diante das considerações efetuadas por Yang *et al.*, (2020) e World Health Organization (2020) a crise de saúde gerada a partir da disseminação do COVID-19 impactou a população, o comércio e distintos setores da economia . Neste contexto, o setor de eventos, feiras de negócios e MICE acompanhou a mesma dinâmica.

Em relação proposição (P2) o novo coronavírus vem a ser um fator determinante nas relações de hospitalidade entre as pessoas nos eventos, diante da pesquisa realizada esta proposição foi confirmada. Já que o novo coronavírus vem a ser um fator determinante para a queda da demanda de viagens. A disseminação deste vírus, também veio a interferir no número de eventos a nível internacional.

Assim, torna-se comum que esta realidade venha se refletir diretamente no cotidiano das empresas, organizações, comunidades e pessoas que por sua vez dependem do setor de eventos e de viagens. Mas também ao analisar as celebrações religiosas observa-se que o comportamento dos fiéis e dos religiosos foi alterado, por exemplo, no abraço da paz e ao segurar a mão de outra pessoa para rezar a oração do Pai Nosso.

Desta forma, demonstra-se que o COVID-19 veio a impactar o convívio diário do ser humano, ao impor certa cautela ou mesmo maior cuidado ao ter contato físico com outras pessoas. Assim, Chen (2002) e Pratt (2020) destacam que em tempos adversos existe a necessidade de trabalhar as questões do cotidiano da sociedade de forma mais harmônica e equilibrada.

Já em relação ao objetivo principal da pesquisa, analisar por meio dos documentos dispostos sobre o novo coronavírus o impacto nas relações de hospitalidade e no setor de eventos. Destaca-se que a pesquisa alcançou os seus objetivos a revelar como uma crise no setor de saúde a nível mundial, causada pelo vírus COVID-19, que vem a interferir no setor de eventos, no comportamento das pessoas e em outros setores da sociedade, como por exemplo, no campo religioso.

Em meio a esta realidade apresenta-se que alguns espaços utilizados para eventos esportivos ganharam outras de finalidades como a instalação de hospitais de campanha para tratamento de vítimas do COVID-19. Também emergiram os eventos solidários com propósito receber e realizar doações.

Assim demonstra-se a dimensão que tomou a propagação deste vírus e também se aponta para novas formas de realização de eventos, consumo do entretenimento e dos esportes. Para Zouain *et al.*, (2022) a crise de saúde pública gerada pelo COVID-19 causou rejeição da população em relação aos megaeventos, e fez com que eventos presenciais fossem por hora cancelados ou adiados.

Por fim, apontam-se possibilidades para futuras pesquisas a respeito da hospitalidade e do COVID-19, como o impacto deste vírus no contexto das organizações, dos laços sociais, e também ao unir as notícias agrupadas nesta pesquisa e realizar uma análise qualitativa e quantitativa em softwares. Dentre o universo de possibilidades sugere-se uma análise a respeito dos eventos no contexto das plataformas digitais, por vezes conhecidos como lives.

Referências

Antchak, V., & Adams, E. (2020). Unusual venues for business events: key quality attributes of museums and art galleries. *International Journal of Tourism Cities*.

AP News. (2020). *China temporarily bans wildlife trade in wake of outbreak*. <https://apnews.com/d59f43a911996a729cdf8636f5aa4ce4>

Bennett, R., & Kottasz, R. (2012). Public attitudes towards the UK banking industry following the global financial crisis. *International Journal of Bank Marketing*.

Bastos, S., & Rejowski, M. (2015). Pesquisa científica em hospitalidade: desafios em busca de uma configuração teórica. *Revista Hospitalidade*, 132-159.

Campiranon, K., & Arcodia, C. (2008). Market segmentation in time of crisis: A case study of the MICE sector in Thailand. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 151-161.

Chen, M.-J. (2002). Transcending paradox: The Chinese “middle way” perspective. *Asia Pacific Journal of Management*, 19(2), 179–199. <https://doi.org/10.1023/A:1016235517735>

Draper, J., Young Thomas, L., & Fenich, G. G. (2018, January). Event management research over the past 12 years: What are the current trends in research methods, data collection, data analysis procedures, and event types?. In *Journal of Convention & Event Tourism* (Vol. 19, No. 1, pp. 3-24). Routledge.

De Guzman, A., Bayot, J. M., Javier, N., Liamzon, R. R., & Moralejo, M. A. R. (2020). Understanding Filipino hospitality interns' expectations and frustrations. *Anatolia*, 1-15.

Fang, W. T. (2020). Future Tourism. In *Tourism in Emerging Economies* (pp. 267-295). Springer, Singapore.

Goodman Jr, R. J., & Sprague, L. G. (1991). The future of hospitality education: Meeting the industry's needs. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 32(2), 66-69.

G1. Retrieved February 26, 2020, from g1.globo.com.

Kruger, M. (2020). Arts Festival Offerings: What Do Market Segments Prefer? Evidence from a South African National Arts Festival. *Event Management*, 24(1), 197-216.

Lynch, P., Molz, J. G., Mcintosh, A., Lugosi, P., & Lashley, C. (2011). Theorizing hospitality. *Hospitality & Society*, 1(1), 3-24.

Ma, J., & Law, R. O. B. (2009). Components of tourism research: Evidence from annals of tourism research. *Anatolia*, 20(1), 62-74.

Mendes, D. A. T., & Wada, E. K. (2016). Copa 2014: As relações de hospitalidade e hostilidade ao visitante—Brasil. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 5(1), 39-47.

Pratt, S. (2020). A rejoinder to misleading articles about misleading media coverage: a case of COVID-19. *Anatolia*, 1-5.

Qiao, G., Ryan, C., Zhou, C., & Lockyer, T. (2020). The Entertainization of Business Event: The Case of Alibaba Computing Conference in Hangzhou. In *Entrepreneurship and the Community* (pp. 105-123). Springer, Cham.

Saayman, M., & Saayman, A. (2019). Why Standardization of Festival Marketing Might be a Cheesy Affair. *Event Management*, 23(3), 447-463.

Tang, J., & Wang, Y. (2020). Does tourism sports event make residents happier?—Exploring the SWB of Macau residents in the case of Macau Grand Prix. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1-19.

Telfer, E. (1995). Hospitableness. *Philosophical papers*, 24(3), 183-196.

UOL. Retrieved February 26, 2020, from www.uol.com.br.

US Travel Association (2019) U.S. travel answer sheet. US Travel Association. <https://www.ustravel.org/answersheet>

Viljoen, A., Kruger, M., & Saayman, M. (2017). The 3-S typology of South African culinary festival visitors. *International journal of contemporary hospitality management*.

Viljoen, A., Kruger, M., & Saayman, M. (2018). The art of tastings: Enhancing the arts festival experience. *International Journal of Event and Festival Management*.

World Health Organization Coronavirus disease (COVID-2019) situation reports. 2020. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports/> Retrieved from.

Yang, Y., Zhang, H., & Chen, X. (2020). Coronavirus pandemic and tourism: Dynamic stochastic general equilibrium modeling of infectious disease outbreak. *Annals of Tourism Research*.

Zouain, D. M., Lohmann, P. B., De Laurentis, G., Virkki, K. B., & Bittencourt, F. T. R. (2022). Os efeitos da Covid-19 no turismo da cidade do Rio de Janeiro: oportunidades e desafios. *Podium*, 11(1), 59-88.