

Hospitalidade sob a Ótica do Visitante da D23: Uma Análise Qualitativa da Experiência em Grandes Eventos Temáticos

ANNA BEATRIZ CAUTELA TVRZSKA DE GOUVEA
UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

Introdução

Este artigo explora a percepção da hospitalidade pelos visitantes da D23, um dos maiores eventos temáticos do mundo, a partir de uma abordagem qualitativa. Em um cenário de eventos de grande porte, a qualidade da experiência do participante transcende o mero acesso ao conteúdo, incorporando elementos de acolhimento e serviço que definem a hospitalidade.

Problema de Pesquisa e Objetivo

O estudo, baseado em entrevistas em profundidade com 10 participantes do evento realizado em novembro de 2024, busca compreender como os aspectos de hospitalidade são percebidos, valorizados e quais pontos podem ser aprimorados.

Fundamentação Teórica

A fundamentação teórica deste estudo se debruça sobre os pilares da hospitalidade, a emergência da economia da experiência, as particularidades da gestão de eventos de grande porte, e a crescente relevância dos eventos temáticos, sem desconsiderar a influência intrínseca da cultura fã neste cenário. Para Camargo (2004, p. 19), a hospitalidade é "o ato ou efeito de hospedar, de receber e dar agasalho, acolhimento, e tratamento de hóspede". Jenkins (2006), descreve a cultura fã como uma "cultura participativa".

Metodologia

Este estudo adota uma abordagem qualitativa, de natureza exploratória e descritiva, visando aprofundar a compreensão sobre a percepção da hospitalidade na D23 pelos seus visitantes. A escolha da metodologia qualitativa justifica-se pela busca de insights detalhados e nuances sobre as experiências subjetivas e complexas dos participantes, que dificilmente seriam plenamente capturadas por métodos quantitativos. O foco está na riqueza dos dados e na profundidade da análise das narrativas dos entrevistados, permitindo uma exploração aprofundada dos significados atribuídos à hospitalidade.

Análise dos Resultados

A análise das entrevistas em profundidade com os 10 participantes da D23 revelou que a percepção de hospitalidade é um construto complexo e multifacetado, moldado por uma gama de fatores que vão desde a eficiência operacional até a profundidade das interações humanas e a capacidade do evento de nutrir o senso de comunidade. Emergiram três categorias principais que sintetizam as experiências dos visitantes: 1) Hospitalidade Operacional e de Infraestrutura; 2) Hospitalidade Interpessoal e Emocional; e 3) Desafios e Oportunidades de Melhoria.

Conclusão

Os resultados corroboram a importância do referencial teórico da hospitalidade, mostrando que as dimensões de tangibilidade, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1988) são intrínsecas à vivência dos participantes. Além disso, a D23 exemplifica a teoria da economia da experiência (Pine & Gilmore, 1999), onde a marca Disney não apenas oferece conteúdo, mas encena uma experiência memorável que engaja os fãs em múltiplos níveis - sensorial, emocional, cognitivo e relacional (Schmitt, 1999).

Contribuição / Impacto

A compreensão aprofundada desses aspectos pode auxiliar os organizadores da D23 e de outros grandes eventos temáticos a refinar suas estratégias de hospitalidade. Ao investir na otimização dos processos, no treinamento contínuo da equipe para uma interação empática e na criação de um ambiente que valorize a paixão e o senso de comunidade dos fãs, é possível elevar ainda mais o nível da experiência do visitante. Garantir que a "magia" se estenda a todos os pontos de contato é fundamental para fomentar a satisfação, a lealdade e o fortalecimento duradouro da relação entre a marca e seu público.

Referências Bibliográficas

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.

CAMARGO, L. O. L. Hospitalidade. São Paulo: Aleph, 2004.

JENKINS, H. Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture. New York: NYU Press, 2006.

LASHLEY, C. In Search of Hospitality: Towards a Theoretical Framework. *Hospitality Management*, v. 19, n. 1, p. 3-10, 2000.

LASHLEY, C.; MORRISON, A. J. In search of hospitality: Theoretical perspectives and debates. Oxford, UK: Elsevier Butterworth Heinemann, 2006.