

Eventos e Mindfulness - Um Estudo no Festival Vibra: Arte, Esporte e Música

Events and Mindfulness – A Study at Vibra Festival: Art, Sport and Music

DANIELLE QUEIROZ¹, ÍTALO BRENNER DE CARVALHO², SÂMARA BORGES MACEDO³, MARLUSA GOSLING⁴

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i1p117>

RESUMO⁵

Uma rotina de lazer pode ser fortalecida ou enfraquecida pela influência dos processos de atenção plena, envolvimento, engajamento com um ambiente ou com uma atividade que está sendo realizada (Langer, 2014). Adicionalmente, o uso do espaço público e a promoção de eventos culturais, esportivos e de entretenimento nesses locais vêm aumentando. Esse estudo investiga as experiências dos visitantes em evento realizado no Parque Municipal da cidade de Belo Horizonte, o Festival Vibra, que contemplou música, arte e esporte. No intuito de compreender como o nível de *mindfulness* [atenção plena] influencia a participação e o envolvimento em um festival, foram realizadas 19 entrevistas em profundidade com participantes do evento. A coleta foi realizada dia 2 de setembro de 2017, por meio de roteiros semiestruturados, e os dados analisados seguindo a Análise de Conteúdo. Os resultados apontam que a atenção plena e consciente pode contribuir para experiências mais positivas, uma maior imersão e interação com evento, indicação e revisitação futura. Os sentimentos de pertencimento bem como de identificação com o local mostraram-se influenciadores de *mindfulness*.

¹ **Danielle Queiroz** - Especialista. Mestranda na Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/2714315683555816>. E-mail: danielle.cqueiroz@gmail.com

² **Ítalo Brenner de Carvalho** - Mestre. Doutorando Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/7618945227851788>. E-mail: italobrenner@ufmg.br

³ **Sâmara Borges Macedo** - Mestre. Doutoranda Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/3114322287437588>. E-mail: samaraborgesmacedo@outlook.com

⁴ **Marlusa Gosling** - Doutora. Professora na Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/9503365193492380>. E-mail: mg.ufmg@gmail.com

⁵ **Processo Editorial** - Recebido: 26 OUT 2017; Avaliado 2 Rodadas: NOV 17 - AGO 18; Aceito: 3 SET 2018

PALAVRAS-CHAVE

Eventos. Espaço público. Comportamento Consumidor. Mindfulness. Festival Vibra. Belo Horizonte-MG, Brasil.

ABSTRACT

A leisure routine can be strengthened or weakened by the influence of the processes of mindfulness, involvement, engagement with an environment or an activity that is being performed (Langer, 2014). Linked to this, the use of public space and the promotion of cultural, sporting and entertainment events in these places, have been increasing. This study investigates the experiences of visitors to an event held in the Municipal Park of the city of Belo Horizonte, the Vibra Festival that included music, art and sport. In order to understand how the level of mindfulness influences participation and involvement in a festival, 19 in-depth interviews were conducted with participants of the event. The collection was performed on September 2, 2017 through semi-structured scripts. Responses were recorded, transcribed and analyzed using content analysis. The results indicate that mindfulness and awareness can contribute to more positive experiences, greater immersion and interaction with event, indication and future visitation. Feelings of belonging as well as identification with the local have shown themselves to be influencers of mindfulness.

KEY WORDS

Events. Public Place. Consumer Behavior. Mindfulness. Vibra Festival. Belo Horizonte-MG, Brazil.

INTRODUÇÃO

A contemporaneidade trouxe transformações e um volume de informações que desafia a codificação e curadoria do conteúdo a que um indivíduo é exposto. Como resultado, a sociedade gera seres isolados, orientados para o trabalho e propensos a sofrer com transtornos relacionados ao estresse e a depressão (Schroevers & Brandsma, 2010). A maior parte das experiências diárias é realizada automaticamente (Langer, 2014), os indivíduos encontrando-se distraídos, não concentrados no que estejam fazendo. Na contramão do automatismo, tem-se o conceito de *mindfulness*, que significa atenção plena e capacidade de envolvimento ativo no processo de informação, tornando os indivíduos responsáveis e ativos em relação aos acontecimentos ao seu redor (Winkle & Backman, 2009). Pesquisas indicam, além disso, que o *mindfulness* está relacionado ao bem-estar, à auto compreensão e à redução do estresse (Chu, 2010; Keng, Smoski & Robins, 2011; Howell, Dopko, Passmore & Buro, 2011).

A literatura sobre o tema é investigada por diversas óticas. Na psicologia clínica (Bishop, Lau, Shapiro, Carlson, Anderson, Carmody & Devins 2004) ou na psicologia social (Oishi & Graham, 2010), há a intenção de promover experiências conscientes, estimular sensações, aumentar o envolvimento com o entorno, podendo culminar em estados psicológicos melhores. Nesse sentido, o *mindfulness* foi utilizado para estudar o gerenciamento de visitantes em destinos turísticos naturais, culturais ou históricos (Frauman & Norman, 2003), a influência nas emoções,

satisfação e lealdade de visitantes em destinos turísticos (Rubin, Lee, Paris & Teye, 2016) e nas experiências turísticas (Moscardo, 2017). Até o momento da realização da presente investigação, foram encontrados dois estudos que trabalham o construto *mindfulness* no contexto de festivais (Balandran & Roehl, 2016; Winkle & Backman, 2009). A compreensão de desenvolver e aprimorar a experiência ganhou ênfase com a pesquisa de Pine e Gilmore (1998). No contexto de festivais culturais, Winkle e Backman (2009) encontraram uma relação entre altos níveis de satisfação, de entendimento e de controle do comportamento *mindfulness*. Getz e Page (2016) enfatizam a possibilidade de se aplicar o conceito na experiência de eventos.

As experiências se dão pelo conjunto de distintos fatores, sendo um deles a estrutura do lugar. A escolha do local para sediar festivais é uma decisão que acontece no planejamento e impacta diretamente no público (Tum, Norton, & Wright, 2006). Eventos sediados em espaços públicos tendem a ser manifestações que prezam pela tolerância e diversidade, características próprias desses lugares (Santoro, 2014). Segundo Wolsko e Linberg (2013) há relação entre o acesso a ambientes verdes e *mindfulness*. Desse modo, parques que sediam festivais, possibilitando o acesso, contribuem para evidenciar que os indivíduos de alguma forma ligados à natureza são propensos a níveis mais elevados de atenção, que, por sua vez, se associam ao aumento do bem-estar (Wolsko & Linberg, 2013).

Isto posto, esse estudo tem como objetivo investigar como os níveis de *mindfulness* influenciam as experiências de visitantes em festivais. Para tanto investigou-se o Festival Vibra, evento cultural que envolve arte, esporte e cultura simultaneamente em um mesmo local, o Parque Municipal, da cidade de Belo Horizonte-MG. O referencial teórico desenvolve tópicos sobre espaço público ou coletivo, sobre festivais, sobre *mindfulness*, além buscar alinhamento entre lazer e a vivência de experiências conscientes. Após a contextualização referencial, têm-se a metodologia, em que é explicitado o passo-a-passo para a investigação bem como o alcance dos resultados, sendo exposto o roteiro semiestruturado utilizado na pesquisa. Segue-se com os resultados e discussões, considerações finais e as referências utilizadas.

REFERENCIAL TEÓRICO

Espaço(s) público(s) ou coletivos - Os espaços públicos, parte da vida social cidadã, constituem as cidades, que vão muito além das suas edificações. Os espaços públicos amplificam a vida urbana e incluem ruas, praças, parques e qualquer espaço aberto disponível para um uso menos regado e ritualizado (Sassen, 2001; 2012). De uma forma ampla, os espaços públicos - no plural e somados -, são espaços ligados a políticas urbanas, em suas múltiplas relações com a população, facilitando os encontros ou favorecendo atividades de interação entre pessoas e o espaço (Serpa, 2007). Já no singular, espaço público se refere a esfera pública, política e das relações de poder presentes nas sociedades. Seja nos espaços públicos das cidades, na mídia ou na Internet, a expressão política reflete a esfera da cidadania e da politização das relações humanas (Castro, 2010).

Assim, observa-se que a produção e análise de espaços públicos ou de espaço público, não se resumiria em constatar sua acessibilidade física. Eles representam lugares de encontro, de

tolerância, de mistura étnica, de mistura de credos, de produção e de renda, de experiências agradáveis, seguras, de fruição e, principalmente, onde a cidadania possa se manifestar, onde o exercício da *pólis* possa acontecer (Santoro, 2014). Para Ribeiro (2008), mesmo sendo utilizados por toda população, os espaços públicos diferem dos espaços coletivos no que diz respeito às restrições de grupos sociais. A diferenciação entre os conceitos de espaço público, espaços públicos e espaços de uso coletivo, é multifacetada. Segundo Castro (2010), a complexidade dos espaços públicos pode ter origem em diferentes campos de conhecimento, que articulam conceitos, métodos e procedimentos provenientes de vários campos disciplinares, como, por exemplo, a Arquitetura e Urbanismo, a Geografia, e as Ciências Sociais com os comportamentos, sociabilidades, valores sociais e simbólicos, do marketing urbano do valor e gestão pública, dentre outros.

Outras definições se fazem necessárias nesse momento. Uma delas registra que o espaço público é aquele de uso comum e posse coletiva [mas que, na verdade, pertence ao poder público]. Nesse caso, ele seria totalmente livre ou mesmo público, mas possuiria certa restrição ao acesso (Furtado, 2010). Dentre os espaços livres, destacam-se quatro categorias: (1) Espaços de circulação, como uma rua ou uma praça; (2) Espaços de lazer e recreação, como um parque, um recanto infantil, uma pista de skate; (3) Espaços de contemplação, como um jardim, um monumento; e (4) Espaços de preservação e conservação, como uma reserva ecológica, um prédio tombado. Entre os de acesso restrito estão os que demandam horários de entrada e saída, traje ou regras de conduta, porém continuam sendo de acesso a todos como, por exemplo, igrejas, museus, hospitais, bibliotecas, edifícios públicos, etc.

Outras definições associam o público ao não pago, de acesso livre ou de uso comum, destinado ao uso coletivo. Segundo Carmona (2010) e Innerarity (2010), o espaço público é merecedor do cuidado de todos, evitando-se usos inadequados. Não significa espaço de ninguém, mas, ao contrário, de todos. Alguns equipamentos públicos se encaixariam nesta definição, tais como bibliotecas, praças, parques, cemitérios, equipamentos de transporte, saúde, educação e lazer. Esses estão geralmente centrados em apenas uma definição de proposição de valor, ou seja, a sua função social. Porém, o comportamento da população é mais dinâmico do que a função social para a qual o espaço foi projetado. A população [re]cria usos, descobre múltiplas possibilidades de acesso e de integração com esses equipamentos. Se for certo que a adjetivação *público* diga respeito a uma acessibilidade generalizada e irrestrita, um espaço acessível a todos deveria significar, por outro lado, algo mais do que o simples acesso físico a espaços abertos de uso coletivo (Serpa, 2007), ou seja, deve estar vinculado às práticas cotidianas ali observadas.

O conceito de espaço público apresentado inclui as relações entre o fazer, o ser, o interagir e o representar a vida social desenvolvida (Macedo & Sakata, 2002) e cria possibilidades de escolhas e decisões pelas práticas de lazer como um produto ou serviço que é socialmente elaborado (Marcellino, 2007). A pretensão, aqui, não é de forma alguma esgotar a discussão ao conceituar os espaços. Outrossim, busca-se compreender que os espaços públicos criam valor, que podem por diversas óticas interdisciplinares contribuir para a sociedade, que estimulam comportamentos e que são parte da vida cotidiana, de vivência, de prática e de fruição da integração social.

Festivais - Para Getz (2010; 2008), os festivais apresentam caráter interdisciplinar e universal, à medida que haja representativo interesse de diversas áreas na temática. Apesar disso, o autor acredita que o arcabouço de festivais deva muito à antropologia cultural, trazendo à tona celebrações que ressaltam os valores, as ideologias e identidade de comunidades. Festivais são tópicos de estudo do turismo de eventos e uma de suas tipologias (Getz & Page, 2016). Os mesmos autores argumentam que eles fomentam a “preservação das tradições, construção das identidades e legitimação de grupos, geração de capital social e cultural e o valor das celebrações no estabelecimento da identidade do lugar” (p. 14). Todas essas questões relativas à preservação da cultura colocam os festivais como um instrumento que gera e aumenta a auto identificação positiva da comunidade local (Bres & Davis, 2001).

As publicações acadêmicas sobre o assunto mostram-se crescentes, assim como o número de festivais (Bunch, 2011). Na mesma linha desse estudo, têm-se o de Kim, Boo e Kim (2013), em que os autores revisaram periódicos de Turismo em um recorte temporal de 30 anos [1980 a 2010], identificando 175 artigos voltados a eventos e festivais. Especificamente sobre festivais de música [um dos alvos do festival abordado nesse estudo], Gibson e Connell (2012) defendem que desde a década de 1980 estratégias de turismo apresentam associações aos mesmos. Para Lashua, Spracklen e Long (2014), festivais musicais são uma tendência crescente, e verdadeiros fenômenos turísticos e culturais. Festivais culturais geram impactos positivos, tais como, potencial de desenvolvimento local e regional, impacto econômico e social, melhoria da imagem local, entretenimento e troca de experiências tanto para os profissionais quanto os participantes. Acrescente-se ao exposto, a necessidade de atenção quanto à organização e à oferta de originalidade e inovação (Del Barrio, Devesa & Herrero, 2012). Atrelados à cultura têm-se educação e aprendizado que usualmente coexistem com entretenimento em contextos de festivais (Balandran & Roehl, 2016).

Lee, Petrick e Crompton (2007) apontam fatores que influenciam a percepção de valor do serviço de um festival, a saber, a limpeza e disponibilidade de banheiros, aparência visual, sensação de segurança, conforto e entretenimento. Os autores realizaram a investigação em um Festival no Texas e notaram que o foco na qualidade e no oferecimento de emoções é tido como estratégia para aumentar a percepção de valor. Acredita-se que essa seja a melhor forma de aumento na percepção, uma vez que o festival proporciona entretenimento em um curto espaço de tempo, ou seja, algumas horas são suficientes para os consumidores conhecerem um festival. Assim, as chances de revisitação futura são ampliadas com a percepção positiva de valor do serviço pelos clientes. Kim, Lee e Lee (2017) confirmam o defendido pelos autores e acrescentam o envolvimento e apego com o local e o boca-a-boca positivo.

O modo como o visitante de um festival interpreta a experiência e orienta seu comportamento e expectativa é auxiliado pelo apego ao lugar, ou seja, quanto mais apegado, maior a tendência a considerar o lado mais positivo. Nesse sentido, o apego ao local foi considerado por vários autores, como mediador entre a percepção de qualidade do festival e as intenções comportamentais (Theodorakis, Koustelios, Robinson & Barlas, 2009; Prayag & Ryan, 2012; Tsai, 2012; Kim et al., 2017). Para Getz (2008), festival é um dos rótulos que eventos planejados podem apresentar, no entanto, devido ao fato de cada indivíduo apresentar construções sociais

peculiares, a ideia do que venha a ser festival também será, por conseguinte, peculiar. Desse modo, o aproveitamento e a experiência em festivais nortearão a satisfação e participação no mesmo. Estuda-se nesse trabalho a influência de *mindfulness*, abordada no próximo tópico.

Mindfulness - É possível encontrar definições de *mindfulness* na Psicologia e na Psicologia Social, ou no Budismo. Na primeira é entendido como foco, no momento presente, em um estado mental sem julgamentos (Williams, 2010). No Budismo, é possível notar relação com as duas primeiras, uma vez que é visto como atentar-se a algo sem interferência mental, e o foco deixa de ser conceitual para se voltar a experiência sensorial (Williams & Kabat-Zinn, 2011). Dessa forma, encontram-se autores que consideram o construto como unidimensional (Gregório & Gouveia, 2011), multidimensional (Bishop *et al.* 2004) e aqueles que o compreendem como conjunto de competências passíveis de aprendizado. Com isso, há a dificuldade de consenso e de operacionalização das pesquisas (Gregório & Gouveia, 2011).

Mindfulness é um fenômeno traduzido em trabalhos brasileiros como 'atenção plena' (Bergomi, Tschacher & Kupper, 2012; Langer, 2014). É possível notar a relação da atenção plena ao estar disponível a experienciar algo, à curiosidade e aceitação do momento (Bishop *et al.*, 2004). Moscardo e Pearce (1986) corroboram e acrescentam alguns fatores que demonstram relação com o nível de *mindfulness*, podendo ser tanto positivo como negativo. O cansaço, por exemplo, pode influenciar o nível de atenção plena, de modo a que o nível alto do primeiro, pode reduzir o nível do segundo. Em contrapartida, motivação educacional, estímulo para participar de eventos, exposições e passeios e incentivo a prestar atenção, influenciam positivamente, isto é, quanto maior forem esses estímulos, maiores níveis de *mindfulness*. O interesse em aprender sobre o local, a busca prévia por informações, desejo de relacionamentos interpessoais e a disponibilidade à experiência, também se somam aos fatores considerados influenciadores (Frauman & Norman, 2003).

Ainda sobre níveis de *mindfulness*, nota-se a relação deste com desempenho cognitivo, e com bem-estar físico e mental (Schroevers & Brandsma, 2010; Kaplan & Berman, 2010). Oishi e Graham (2010) corroboram a relação com o desempenho cognitivo e Gilbert e Waltz (2010) com o bem-estar. Segundo Hart, Ivtzan e Hart (2013) e Siegling e Petrides (2014), o *mindfulness* é composto por três correntes: a primeira envolve habilidades de concentração e consciência, voltada à prática contemplativa e aptidão de envolvimento com experiências no momento em que elas ocorrem. A segunda corrente volta-se para algo nato ao ser, uma característica inerente à pessoa, que permite a concentração e atenção que variam de intensidade conforme cada indivíduo. Assim, alguns podem apresentar uma capacidade de acesso mental que favorece à concentração, enquanto outras apresentam naturalmente dificuldades para tal (Bishop *et al.* 2004). A terceira corrente interpreta o *mindfulness* como algo que necessita ser intencionalmente ativado pois, para essa corrente, é um fenômeno que não atua como automático (Langer, 2014).

Para Dutt e Ninov (2016), a atenção plena para turistas em férias ocorre de maneira indiscriminada e, segundo os autores, quase ao acaso. Ou seja, no momento de lazer, o envolvimento e a atenção ocorrem sem intenção prévia ou específica, acontecem de forma

natural. O estudo foi realizado com turistas de férias em Dubai. Segundo Csikszentmihalyi (1990), compreender o momento em que as pessoas se sentem mais felizes, corresponde a tratar a felicidade como algo possível de ser alcançado a partir do controle da consciência. Os ‘melhores momentos’ costumam ocorrer quando a mente está completamente empenhada em um esforço voluntário para realizar algo que valha a pena. O autor acrescenta ainda o conceito de ‘fluir’, como sendo o estado no qual as pessoas estão de tal maneira mergulhadas em uma atividade que naquele momento, que nada mais parece ter importância. São atividades que incluem condicionamento, fluxo e expressão pessoal (Csikszentmihalyi, 1990).

O Lazer e a vivência de experiências conscientes - Segundo Dumazedier (1973), o lazer é marcado pela busca de um fim em si: ‘isso me interessa!’. Essa busca pelo prazer, felicidade, alegria ou fruição é de natureza hedônica e representa a condição primeira do lazer. O envolvimento pleno com um ambiente ou com uma atividade [de lazer, por exemplo] que está sendo realizada, segundo Langer (2014), pode ser potencializado pela influência da atenção plena. Promover momentos e vivências de lazer, de integração de experiências com pessoas ou em grupo, estimula sensações e aumenta o envolvimento durante uma visita (Bishop *et al.* 2004; Oishi & Graham, 2010). Como considerado por Langer (2014), parte das experiências diárias são realizadas automaticamente. No entanto, participar de um festival de arte, música e esporte pode ser diferente. Estudos que envolvem o construto *mindfulness*, que investigam o envolvimento de visitantes em destinos turísticos naturais, culturais ou históricos já afirmavam que há influência do *mindfulness* nas emoções, na satisfação e na lealdade de visitantes tanto nas experiências turísticas, como na escolha de participar e se envolver com estes destinos turísticos (Frauman & Norman, 2003; Moscardo, 2017; Rubin *et al.*, 2016).

A exemplo do exposto têm-se eventos sediados em espaços públicos que tendem a serem manifestações que prezam pela tolerância e diversidade, características próprias desses lugares (Santoro, 2014). Parques que sediam festivais, possibilitando o acesso, evidenciando que os indivíduos de alguma forma ligados à natureza necessitariam níveis mais elevados de atenção, associados com aumento do bem-estar (Wolsko & Linberg, 2013). Além disso, pode-se fazer uma comparação entre visitantes com altos níveis de *mindfulness* ou baixo nível de *mindfulness* (Choe, Lee e Kim, 2014). Outros fatores que envolvem a participação em festivais e que tornam a experiência um pouco mais consciente, são: (1) o apego ao lugar ou *place attachment*. Kim *et al.* (2017) defendem que quanto maior o apego ao lugar, maior a tendência a considerar o lado mais positivo de um festival; (2) eventos que fomentam a “preservação das tradições, construção das identidades e legitimação de grupos, geração de capital social e cultural e o valor das celebrações no estabelecimento da identidade do lugar” argumentam Getz e Page (2016, p. 14); e por fim, (3) eventos atrelados à cultura, à educação e ao aprendizado usualmente coexistem com entretenimento em contextos de festivais (Balandran & Roehl, 2016).

METODOLOGIA

Para atingir o objetivo proposto, a abordagem para a realização da pesquisa foi qualitativa do tipo exploratória. A abordagem qualitativa mostra-se adequada à medida que se tem o

pesquisador como instrumento-chave, a coleta de dados no ambiente natural e há interpretação de um fenômeno e atribuição de significados, conforme defendido por Yin (2011). Justifica-se também essa escolha o fato de a investigação buscar maior entendimento sobre um tema específico e não visar a generalização dos resultados (Bauer & Gaskell, 2007). Para Malhotra (2006), a pesquisa exploratória é justificada quando há necessidade de adquirir maior conhecimento sobre determinado assunto, justificando essa classificação para a presente pesquisa.

A pesquisa foi realizada no Festival Vibra, evento cultural que reúne música, esporte e arte em um único local. O Festival está em sua segunda edição, tendo a primeira sido realizada em Macacos, distrito de Nova Lima, cidade vizinha à capital mineira. A segunda edição aconteceu em Belo Horizonte e a reunião das três vertentes [música, esporte e arte] se deu no Parque Municipal Américo Renné Gianetti, localizado na região central da cidade (Cruz, 2017). A segunda edição do Festival, foco desse estudo, aconteceu entre 1º e 3 de setembro de 2017 [sexta, sábado e domingo], com ingressos vendidos a preço médio de R\$30⁶. O evento ocupou parte do Parque Municipal, com dois palcos focados em música, espaços para jogos de basquete e prática do *slackline*, uma pista de skate e dois pontos dedicados à arte urbana.

A coleta dos dados foi realizada no sábado, entre 19h e 23h59min, por três pesquisadores treinados. A escolha da data se deu por contemplar o dia de maior movimento, ademais de ser o dia em que as três propostas, arte, música e esporte, aconteceriam simultaneamente. O roteiro semiestruturado foi desenvolvido com embasamento do referencial teórico e continha 12 perguntas [Quadro 1].

Quadro 1 - Roteiro semiestruturado sobre o nível de *mindfulness* e espaço público urbano

1 - Por que você veio ao festival? (Fale sobre)
2- Qual a importância do evento?
3- O festival aborda música, esporte e arte, você veio por alguma dessas atividades especificamente?
4- Como foi sua participação na atividade (música, arte e esporte) (você assistiu? Participou ativamente? Fez registros fotográficos?)
5- Você pesquisou / buscou informação sobre o evento antes de vir? (Como? Onde?)
6- Você se dedicou a esse momento? Acredita que viveu intensamente? (Referente a atividade)
7- Alguma coisa atrapalhou/dificultou o aproveitamento da atividade? (Desenvolver essa pergunta)
8- Quem veio com você? Essas companhias são importantes? Vocês interagiram com outras pessoas também?
9- Descreva como foi a experiência para você?
10- Essa é a primeira edição do evento neste parque, qual era sua expectativa antes de vir?
11- A sua experiência corresponde ao que você esperava? (De que maneira)
12- O que você espera do próximo evento? Há algo que você sugeriria para um próximo evento?

Fonte: Os Autores (2017).

⁶ US\$ 7.8, ao câmbio de dezembro 2018.

Além das perguntas houve a caracterização dos entrevistados [sexo, idade, escolaridade e faixa de renda mensal]. Os entrevistados foram escolhidos por conveniência uma vez que esses foram selecionados sem distinção e de acordo com a disponibilidade para responder a pesquisa. Era necessário que o respondente estivesse no evento há tempo suficiente para ter participado de alguma atividade. Essa escolha justifica-se, pois, ao considerar o *mindfulness* como atenção plena a algo, compreende-se que há necessidade de uma vivência, de experiência. As entrevistas tiveram duração média de seis minutos e todas foram transcritas para posterior análise. A amostra se constituiu por saturação de dados, ou seja, a partir do momento em que novas entrevistas deixaram de agregar novas informações (Minayo, 2007), totalizando assim 19 entrevistados. A pesquisa foi realizada simultaneamente por três pesquisadores, e a saturação dos dados, discutida em encontros de 30 em 30 minutos durante o processo de coleta para que fosse possível indicar o ponto de saturação.

O tratamento dos dados foi realizado por meio da análise de conteúdo, que busca procedimentos sistemáticos e padronizados para descrever o conteúdo de mensagens (Bardin, 2011), seguindo-se os três polos cronológicos defendidos pelo autor: (1) a pré-análise; (2) exploração do material; (3) tratamento dos resultados. Na inferência, a interpretação e a análise temática, conforme Minayo (2007), busca-se desvendar núcleos de sentido por meio da frequência de termos que possam contribuir para as análises. Os resultados encontrados bem como a discussão e inferências são apresentados no próximo tópico.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para o alcance dos resultados foram seguidos os três polos cronológicos defendidos por Bardin (2011). Foi realizada a releitura do referencial no intuito de buscar *insights* bem como informações específicas sobre a temática. Essa etapa permitiu aos pesquisadores maior aprofundamento culminando na adoção do *mindfulness* conforme descrito a seguir. Para trazer o *mindfulness* para o contexto da pesquisa, foi considerada a dificuldade de consenso e de operacionalização do termo (Gregório & Gouveia, 2011), a baixa aplicação da temática a áreas de turismo, marketing e especificamente festivais e o objetivo da pesquisa, que é voltado aos níveis de *mindfulness*. Assim, compreendeu-se nível de *mindfulness* de acordo com os relatos dos entrevistados. Em outras palavras, a gradação para *mindfulness* foi avaliada de acordo com a intensidade do envolvimento relatada pelo participante do evento. Além disso, foram consideradas informações como interação social, busca por informações, atenção ao momento, curiosidade e fatores considerados dificultadores de atenção. Os itens foram embasados nos autores abordados no trabalho (Quadro 2).

Para prosseguir com a análise, foi realizada a transcrição das entrevistas, a leitura das mesmas e, para o tratamento dos resultados, seguiu-se a análise temática de Minayo (2007), procurando núcleos de sentido em todas as respostas mediante a frequência de termos, expressões e sentido. Nessa etapa foi imprescindível o conhecimento do referencial para prosseguir com as inferências. Optou-se por pré-estabelecer três categorias de análise: facilitadores para o *mindfulness*, dificultadores para o *mindfulness* e nível de *mindfulness*. Os entrevistados foram

Queiroz, D., Carvalho, Í. B. de, Macedo, S. B. & Gosling, M. (2019). Eventos e mindfulness: Um estudo no Festival Vibra: arte, esporte e música. **Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, 11(1), pp. 118-136, jan-mar, 2019, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i1p117>.

indicados por número, resguardando assim a identidade. As falas e relatos foram transcritas na íntegra.

Quadro 2 – Itens para a avaliação do nível de *mindfulness*

Item avaliado	Autores
Atenção plena.	Bergomi, Tschacher & Kupper, 2012; Langer, 2014
Abertura, curiosidade e aceitação do momento.	Bishop <i>et al.</i> 2004; Frauman & Norman, 2003
Estímulo para participar e a prestar atenção.	Moscardo, 1996
Estímulos que dificultam a atenção e a participação.	Moscardo, 1996
Habilidades de concentração e consciência, voltada à prática contemplativa e aptidão de envolvimento com experiências no momento em que elas ocorrem.	Langer, 2014
O interesse em aprender sobre o local; Busca prévia por informações; Desejo de relacionamentos interpessoais.	Frauman & Norman, 2003
Engajamento pleno com um ambiente ou com uma atividade que está sendo realizada.	Langer, 2014
Característica inerente à pessoa, que permite a concentração e atenção.	Bishop <i>et al.</i> 2004
Algo que necessita ser intencionalmente estimulado.	Langer, 2014
Ocorrer de maneira indiscriminada, quase ao acaso, de forma natural.	Dutt & Ninov, 2016

Fonte: Os Autores (2017)

ANÁLISE

Caracterização dos Entrevistados - Ao realizar a caracterização de todos os entrevistados, notou-se que não há um perfil homogêneo. Foram entrevistados 19 indivíduos, sendo 13 mulheres e 6 homens. As idades variaram de 20 a 37 anos, a renda média mensal variou de 3 salários mínimos a mais de 12 salários mínimos. No que tange à escolaridade, 12 possuem graduação ou pós-graduação, 3 estão cursando graduação, 3 estão no ensino médio e 1 no ensino técnico. Isso indica que a maioria tem nível de escolaridade mais alto. Acredita-se que o perfil heterogêneo e eclético dos perfis dos entrevistados foi preservado, e percebe-se que o evento com esta temática, com localização central atrai públicos diversos.

Facilitadores de Mindfulness - Esse tópico foi desenvolvido no intuito de investigar o que facilita a atenção plena. Os autores citados ao longo do trabalho abordam os níveis de *mindfulness* e o que pode influencia-los para maior ou menor intensidade. No entanto, pouco se tem sobre o que potencializa os itens influenciadores de *mindfulness*. Sobre o festival especificamente, os relatos voltaram-se para itens principalmente estruturais. A boa organização, setorização das atividades, facilidade de acesso, boa sinalização, iluminação, boa acústica, disponibilidade do staff e tranquilidade do local, foram os itens mais apontados. Os itens citados, ao facilitarem toda a experiência em um festival podem potencializar o *mindfulness* à medida que o

consumidor de um evento se preocupar somente em desfrutar da experiência, podendo ter atenção plena ao que se propôs. Lee *et al.* (2007) apontam esses fatores como influenciadores de percepção de valor de um festival, além disso, infere-se que sirvam também como pano de fundo para o *mindfulness*.

Outro fator atrelado a festivais, mas que se mostrou voltado ao *mindfulness*, é o apego ao lugar [*place attachment*]. Kim *et al.* (2017) defendem que quanto maior o apego ao lugar, maior a tendência a considerar o lado mais positivo de um festival, ou seja, a experiência e o comportamento do consumidor voltam-se ao lado bom da experiência, muitas vezes deixando de valorar algum ponto negativo. No festival, foi possível notar que o *place attachment* influenciou a escolha dos participantes. Grande parte dos respondentes afirmaram participar do evento por ser no parque municipal e que o local influenciou a experiência.

Me interessou muito o local dele [...]é uma forma de gerar vitalidade na cidade, porque um evento no parque municipal é uma coisa bem incomum né?! E8

Eu acho incrível a gente estar aqui no meio do centro da cidade, com esse tanto de edificação em volta e estar dentro de um parque dessa dimensão, com toda essa natureza, com toda essa energia que tem aqui. E16

Eu sabia que ia ter o evento lá (no parque), daí eu pensei: nossa eu tenho que ir lá. E14

Eu só vim...vi que teria o evento no parque e na hora eu já comprei o ingresso, sem saber o que tinha. E9

Dessa forma, o *place attachment* pode ser atribuído positivamente a um festival (Kim *et al.* 2017), como também influenciador na escolha de consumidores de festivais que pode impactar na experiência, facilitando o *mindfulness*.

Dificultadores de Mindfulness - No levantamento teórico encontrou-se um dificultador citado por Moscardo (1996): o cansaço. No intuito de levantar outros pontos que possam dificultar o nível de *mindfulness*, a questão sete do roteiro de entrevista foi desenvolvida e revelou alguns itens que serão trabalhados neste tópico. Os itens mais apontados foram voltados a questão estrutural. Apesar de todos afirmarem gostar da música, alegaram que o som poderia ser mais baixo, pois, para ficar próximo ao palco para maior envolvimento, esse fator tornava-se incômodo, o que os fazia afastar. Outro ponto foi a inclinação do solo aonde o palco foi montado o que gerou certo incômodo, que também ocasionou em afastamento.

Eu acho que tá muito, muito alto, quase impossível de estar lá [na frente do palco]. E16

O frio e pessoas fumando também foram apontados como dificultadores de *mindfulness*. Acredita-se que os itens apontados sejam dificultadores à medida que, incomodados, os participantes do evento desconcentram-se e deixam de viver a experiência em sua totalidade, atentando-se e envolvendo-se menos do que esperavam.

Nível de mindfulness - Para a avaliação do nível de *mindfulness*, foi analisado a participação no evento, a interação social, a busca prévia sobre informações, a disponibilidade para

participar/experienciar e o modo como ocorreu [estimulado ou de forma natural]. Os itens foram selecionados, pois, conforme descrito, foram relacionados ao nível de *mindfulness* por diversos autores [Quadro 2].

O evento teve como proposta abordar música, esporte e arte em um mesmo local. Dessa forma, buscou-se inicialmente identificar a principal motivação para a participação no evento. Sete respondentes afirmaram participar por mais de uma motivação, no entanto, a música foi a principal motivação de 8 respondentes. Esses afirmaram participar do evento exclusivamente pela música, outros 5 citaram outros fatores e a música como segunda opção. Quatro respondentes citaram somente o esporte como motivação, sendo que 2 respondentes apontaram esporte de maneira genérica, 1 especificamente o *slack line* e um, o basquete. Somente 2 entrevistados citaram a arte como motivadora, e ambos citaram mais alguma outra motivação juntamente. Cinco respondentes apresentaram como motivação a influência de terceiros, ou seja, não foram pelas atrações especificamente. Desses, os influenciadores foram: namorado, convite de amigos, convite de amigos integrantes de alguma banda participante do evento, ou organizador da parte destinada ao esporte. Tais informações estão no quadro resumo [Quadro 3].

Apesar das motivações apresentadas inicialmente pelos participantes, notou-se que 5 deles relataram envolvimento alto com outras atividades. O entrevistado 3, por exemplo, foi motivado pelo esporte, no entanto, envolveu-se na vertente artística. Segundo ele, não só apreciou o grafite como participou realizando uma parcela da arte final. O mesmo foi relatado pelo respondente 7. A participação foi possibilitada graças ao estímulo do condutor da atividade, assim como dito por Moscardo (1996) que o estímulo à participação de atividades influencia maiores níveis de *mindfulness* e com Langer (2014) que relaciona esse último com a atenção plena com um ambiente ou com uma atividade que está sendo realizada. O entrevistado 8, teve como motivação a música, mas envolveu-se também com o basquete. Segundo ele:

Eu prestei atenção no jogo de basquete, entendi a lógica do esporte, porque eu não conhecia muito bem o basquete, então assim, eu entendi como funciona, eu aproveitei bastante assim. E8.

É possível associar a fala com a abertura e disponibilidade a participação, curiosidade e aceitação do momento, itens relacionados a *mindfulness*, por Bishop *et al.* (2004). A busca prévia por informações apontada por Frauman e Norman (2003) como influenciadora do nível de *mindfulness* mostrou-se evidente. Dos 19 respondentes, somente 4 afirmaram não realizar pesquisa prévia, isso porque 1 decidiu participar por ser no parque municipal, ou seja, o local foi primordial para ele independente da atração, enquanto os outros 3 por confiarem na indicação dos amigos, não sentiram necessidade de buscar informações. Os 15 que responderam afirmativamente buscaram informações principalmente na rede social oficial do evento. As informações buscadas foram: atrações, horários, valores, disposição das áreas, banheiros e acesso.

Sobre a interação social e relacionamento interpessoal (Frauman & Norman, 2003), ficou evidente que estas influenciam a participação no evento, sendo relatadas por todos os

respondentes. Todos defenderam a importância da companhia para o melhor aproveitamento do evento. Além disso, afirmaram também que o local propiciou interação com conhecidos e amigos de maneira despretensiosa em um local agradável.

Vim com duas amigas e um amigo. Eles são totalmente importantes, porque se vem com pessoas que estão na mesma vibe que a sua, você consegue aproveitar mais. A gente encontrou pessoas antigas da faculdade, da escola. E9

As interações se deram principalmente entre amigos que foram juntos ao evento, com amigos e conhecidos encontrados ocasionalmente no evento, namorado e interações com desconhecidos com gostos afins no local.

Vim com uma amiga, mas as vezes senta uma galera, um pessoal perto da gente e a gente conversa. E18

Vim com uma amiga do trabalho e encontrei várias pessoas que conheço. Não conheci gente nova, encontrei com pessoas que eu já conhecia, mas acho que é um lugar que possibilita que isso aconteça. Eu não conheci, mas poderia ter conhecido. E16.

O relato do entrevistado E16, relaciona-se com a abertura a experiência (Bishop *et al.* 2004), o desejo de relacionamentos interpessoais e a disponibilidade a experiência (Frauman & Norman, 2003). A influência das companhias especificamente voltadas ao nível de *mindfulness*, foi notória quando os entrevistados relataram sobre a experiência. Nos relatos clarifica-se a ideia do experienciar junto como mais proveitoso e mais emocionante. Foi também nos relatos sobre a experiência que os níveis de *mindfulness* foram relatados mais efetivamente. Acredita-se que o fato de os respondentes serem livres para falar e estarem, de fato gostando do evento, conforme relatado por todos, propiciou relatos profícuos. Dos 19 entrevistados, 14 relataram envolvimento intenso [alto], desses, 2 relataram envolvimento extremo, segundo os respondentes, 'altíssimo'.

Eu gostei muito da qualidade das músicas, eu aproveitei, fiquei perto do palco [...] prestei atenção nas letras das músicas [...] foi interessante perceber que não só a melodia, mas como o texto, o conteúdo, a letra da música representa um pouco do nosso cotidiano. E08.

Eu tirei foto, apreciei, apoiei meus amigos que estavam lá [participando da competição de slack line] [...] Eu me envolvo muito nisso. Acho que minha vida é 90% slack line. E11

Quatro entrevistados relataram envolvimento baixo ou dispersão, dessa forma, considerou-se os quatro como nível baixo de *mindfulness*:

Eu tô dispersa, tô em todo lugar[...]Jeu fico dispersa por mim mesma, não necessariamente porque aqui estar desinteressante, é porque queria saber o que está acontecendo no resto do evento. E10

A fala do entrevistado 10, além de demonstrar o baixo nível de envolvimento [baixo nível *mindfulness*], demonstra como a dispersão também influi nesse processo. Ao dispersar-se, o indivíduo deixa de vivenciar intensamente as atividades, experienciando-as de modo superficial. Nesse sentido, pode-se inferir que para determinados indivíduos o estímulo a participação pode ser um diferencial no envolvimento, conseqüentemente no nível de *mindfulness* em atividades

em festivais, corroborando assim, com o defendido por Langer (2014). Somente um entrevistado relatou envolvimento que levou os autores a considerarem como médio nível de *mindfulness*, isso porque, o entrevistado 15, apontou como motivação inicial as três vertentes do evento [esporte, arte e música], no entanto o envolvimento se deu somente com o esporte.

O Quadro 3 faz uma compilação das informações abordadas nesse tópico e determina o nível de *mindfulness* dos entrevistados, foco principal desse trabalho. O nível alto de *mindfulness* foi representado pelo símbolo (>), o nível baixo de *mindfulness*, por (<) e o nível médio, pelo símbolo (μ).

Quadro 3 - Resumo referente aos níveis de *mindfulness*

Entrevistado	Motivação Principal	Busca Prévia	Nível de Mindfulness
1	Namorado	Sim	< baixo
2	Música	Sim	> alto
3	Namorado no esporte e o esporte em si	Sim	> alto
4	Esporte e música	Não	> alto
5	Música	Sim	> alto
6	Música	Sim	> alto
7	Música e arte	Sim	> alto
8	Indicação de amigos e música	Sim	> alto
9	Música	Não	> alto
10	Namorado na organização do basquete	Sim	< baixo
11	<i>Slack line</i> e música	Sim	> alto
12	Música	Sim	> alto
13	Amigos integrantes da banda	Sim	> alto
14	Basquete	Não	> alto
15	Convite de amigos, arte, música e esporte	Sim	μ médio
16	Música	Não	< baixo
17	Convite de amigos	Sim	< baixo
18	Música	Sim	> alto
19	Música	Sim	> alto

Fonte: Os Autores.

Pelo quadro é possível notar que dos quatro entrevistados que apresentaram baixo nível de *mindfulness*, 3 foram motivados por terceiros, podendo-se inferir que quando a motivação é atrelada diretamente ao indivíduo, o nível de *mindfulness* tende a ser mais elevado. Outro ponto é que quase todos os entrevistados se enquadram no nível alto de *mindfulness* apresentaram como motivação a música, ou seja, em festivais esse fator mostra-se relevante e potencial chamariz de público. Para o *mindfulness*, especificamente, a música demonstrou ser potencializadora de nível de *mindfulness*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A compreensão do comportamento do consumidor de eventos pode ser verificada por meio da apropriação, valorização e motivação da população em frequentar espaços de lazer e recreação. A medida que se compreende este comportamento, é possível potencializar a experiência, a promoção e a realização de eventos com níveis mais altos de *mindfulness*. É possível notar com as descobertas que a experiência do visitante no Festival Vibra superou as expectativas, a organização do evento estava adequada e a participação da população só fará sentido se o local do evento for apropriado por seus usuários, tomando como próprio aquele lugar.

O objetivo deste artigo, o de investigar os níveis atenção plena dos participantes de um evento realizado na cidade de Belo Horizonte, foi atingido à medida que se definiram níveis alto, médio e baixo a partir dos relatos dos participantes e do embasamento teórico. Além da definição dos níveis, foi possível determinar itens que facilitam e dificultam a atenção plena. Nesse contexto, destacam-se como facilitadores a estrutura e organização do evento, uma vez que os participantes podem preocupar-se somente com o momento em si, já que tudo o que procuram está acessível, sinalizado e com funcionários dispostos a auxiliar.

O apego ao local mostrou-se como definidor na escolha à participação desse evento, ou seja, a motivação de participar do evento foi justificada pelo local de realização deste, e não necessariamente pelo evento em si. Além disso, a maior abertura à participação das atividades e vivências no local potencializa o *mindfulness* nesse festival, por se identificarem e sentirem-se à vontade no parque. Foi possível notar que características inerentes aos indivíduos também têm papel preponderante no nível de *mindfulness*, uma vez que alguns indivíduos se propuseram a viver intensamente o festival e o fizeram, enquanto outros não conseguiram dedicar-se verdadeiramente ou necessitam de estímulos, como por exemplo, o artista motivar os participantes a colaborarem com a pintura final.

A busca prévia por informações desperta o desejo, curiosidade e vontade de participar do festival, podendo influir na disponibilidade e abertura à participação das atividades. Do mesmo modo, o interesse pessoal influencia a dedicação as atividades, diferentemente do encontrado nos resultados de participantes que foram por influência de terceiros. Os relacionamentos interpessoais, as companhias também se mostraram fortes influenciadores de *mindfulness*. A experiência do usuário de um serviço desempenha um papel central no aumento da satisfação e do engajamento, diferenciando níveis de participação [ativa ou passiva] prevista na experiência. Essa descoberta alinha duas áreas de pesquisa: (1) Turismo e (2) contribuições da

Queiroz, D., Carvalho, Í. B. de, Macedo, S. B. & Gosling, M. (2019). Eventos e mindfulness: Um estudo no Festival Vibra: arte, esporte e música. **Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, 11(1), pp. 118-136, jan-mar, 2019, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i1p117>.

área dos Estudos do Lazer. O uso do espaço público e a promoção de eventos culturais, esportivos e de entretenimento e arte vêm aumentando e, assim, fomentando as possibilidades de as vivências do lazer serem realizadas de forma ativa e/ou passiva, com caráter hedônico. A exemplo do Festival Vibra, atividades baseadas em lazer podem proporcionar benefícios positivos ou negativos, alterando comportamentos, atitudes, sentimentos ou pensamentos, esses últimos, segundo Langer (2014), extremamente vinculados a *mindfulness*. A noção estrita de um estado *mindful* representaria o engajamento pleno e consciente e poderia desempenhar um papel importante nas consequências positivas de diferentes experiências, como promover a civilidade e um sentimento de comunidade (Visconti *et. al.*, 2010), sentimentos de pertencimento, bem como de identificação com o local.

Uma limitação desse estudo é que o uso de parques para eventos não é um fenômeno isolado e não pode ser analisado como se fosse um laboratório. Embora o objetivo do estudo tenha sido alcançado, estas limitações podem indicar ou sugerir estudos futuros, como por exemplo, a proposta de estudos com maior representatividade, realizados ao longo de eventos distintos, com abordagem quantitativa. Isso poderia complementar a abordagem qualitativa exploratória apresentada envolvendo a experiência vivenciada e os níveis de *mindfulness*.

REFERÊNCIAS

- Balandran, S. & Roehl, S. (2016). **Festival mindfulness: assessing the relationship between learning and experience outcomes**. Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally.
- Bardin, L. (2011). **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70.
- Bauer, M. W. & Gaskell, G. (2007). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis-RJ: Vozes.
- Bergomi, C., Tschacher, W., & Kupper, Z. (2012). **Measuring mindfulness: first steps towards the development of a comprehensive mindfulness scale**. Mindfulness. Advance online publication. [Link](#)
- Bishop, S. R., Lau, M., Shapiro, S., Carlson, L., Anderson, N. D., Carmody, J., & Devins, G. (2004). Mindfulness: a Proposed Operational Definition. **Clinical Psychology: Science and Practice**, 11(3), 230-241. [Link](#)
- Bres, K. & Davis, J. (2001) *Celebrating group and place identity: A case study of a new regional festival*. **Tourism Geographies**, 3(3), 326-337. [Link](#)
- Carmona, M. (2010). *Contemporary public space: critique and classification, part one: Critique*. **Journal of Urban Design**, 15(1), 123-148. [Link](#)

Queiroz, D., Carvalho, Í. B. de, Macedo, S. B. & Gosling, M. (2019). Eventos e mindfulness: Um estudo no Festival Vibra: arte, esporte e música. **Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, 11(1), pp. 118-136, jan-mar, 2019, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i1p117>.

- Castro, L. G. R. (2010). Investigar espaços públicos – reconstituindo o objeto. **Anais... SILACC 2010 – Simpósio Ibero Americano Cidade e Cultura: novas espacialidades e territorialidades urbanas**. São Carlos-SP: EESC-USP, p. 1-15. [Link](#)
- Choe, Y., Lee, S. M., & Kim, D. K. (2014). Understanding the exhibition attendees' evaluation of their experiences: A comparison between high versus low mindful visitors. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 31(7), 899-914. [Link](#)
- Chu, L. (2010) The benefits of meditation vis-à-vis emotional intelligence, perceived stress and negative mental health. **Stress and Health**, 26, 169-180. [Link](#)
- Cruz, M. M. **Festival Vibra toma conta do Parque Municipal com shows de Nação Zumbi e Lenine**. [Link](#)
- Csikszentmihalyi, M. (1990). **Flow: The psychology of optimal experience**. New York: Harper Perennial.
- Del Barrio, M. J., Devesa, M. & Herrero, L. C. (2012). Evaluating intangible cultural heritage: The case of cultural festivals. **City, Culture and Society**, 3(4), 235-244. [Link](#)
- Dumazedier, J. (1973). **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva.
- Dutt, C. & Ninov, I. (2016). Tourists' experiences of mindfulness in Dubai, United Arab Emirates (UAE). **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 33(8), 1195-1212. [Link](#)
- Frauman, E. & Norman, W. C. (2003). Managing visitors via 'mindful' information services: One approach in addressing sustainability. **Journal of Park and Recreation Administration**, 21(4), 87-104. [Link](#)
- Furtado, O. (2010). **Psicologia e mobilidade: o espaço público como direito de todos**. Conselho Federal de Psicologia, Brasília: CFP. [Link](#)
- Getz, D. & Page, S. J. (2016). **Event studies: Theory, research and policy for planned events**. Routledge.
- Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution, and research. **Tourism Management**, 29(3), 403-428. [Link](#)
- Getz, D. (2010). The nature and scope of festival studies. **International Journal of Event Management Research**, 5(1), 1-47. [Link](#)
- Gibson, C. & Cornell, J. (2012). **Music festivals and regional development in Australia**. Ashgate Publishing, Ltd.
- Gilbert, D. & Waltz, J. (2010). Mindfulness and health behaviors. **Mindfulness**, 1(4), 227-234. [Link](#)

Queiroz, D., Carvalho, Í. B. de, Macedo, S. B. & Gosling, M. (2019). Eventos e mindfulness: Um estudo no Festival Vibra: arte, esporte e música. **Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, 11(1), pp. 118-136, jan-mar, 2019, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i1p117>.

- Gregório, S. & Gouveia, J. P. (2011). Facetas de mindfulness: características psicométricas de um instrumento de avaliação. **Psychologica**, 54, 259-279. [Link](#)
- Hart, R., Ivtzan, I., & Hart, D. (2013). Mind the gap in mindfulness research: A comparative account of the leading schools of thought. **Review of General Psychology**, 17(4), 453-466. [Link](#)
- Howell A. J., Dopko R. L., Passmore H. & Buro K. (2011). Nature connectedness: associations with well-being and mindfulness. **Pers. Individ. Differ.**, 51, 166-171. [Link](#)
- Innerarity, D. (2010). **O novo espaço urbano**. Lisboa: Teorema.
- Kaplan S & Mg, B. (2010). Directed attention as a common resource for executive functioning and self-regulation. **Perspectives on Psychological Science**, 5(1), 43-57. [Link](#)
- Keng, S., Smoski, M.J. & Robins, C.J. (2011). Effects of mindfulness on psychological health: a review of empirical studies. **Clinical Psychology Review**, 31(6), 1041–1056. [Link](#)
- Kim, J., Boo, S. & Kim, Y. (2013) Patterns and trends in event tourism study topics over 30 years. **International Journal of Event and Festival Management**, 4(1), 66- 83. [Link](#)
- Kim, S., Holland, S. & Han, H. (2013) A structural model for examining how destination image, perceived value, and service quality affect destination loyalty: A case study of Orlando. **International Journal of Tourism Research**, 15(4), 313-328. [Link](#)
- Kim, S., Lee, Y. & Lee, C. (2017). The moderating effect of place attachment on the relationship between festival quality and behavioral intentions. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 22(1), 49-63. [Link](#)
- Langer, E. J. (2014). Mindfulness forward and back. In, A., Ngnoumen, C. T., & Langer, E. J. (Eds.). **The Wiley Blackwell handbook of mindfulness**. p. 7-20. John Wiley & Sons.
- Lashua B.; Spracklen, K. & Long, P. (2014). Introduction to the special issue: Music and Tourism. **Tourist Studies**, 14(1), 3-9. [Link](#)
- Lee, S. Y., Petrick, J. F. & Crompton, J. (2007). The roles of quality and intermediary constructs in determining festival attendees' behavioral intention. **Journal of Travel Research**, 45(4), 402-412. [Link](#)
- Macedo, S. S. & Sakata, F. G. (2002). **Parques urbanos no Brasil**. São Paulo: Edusp/Imprensa Oficial de São Paulo.
- Malhotra, N. K. (2006). **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman.

Queiroz, D., Carvalho, Í. B. de, Macedo, S. B. & Gosling, M. (2019). Eventos e mindfulness: Um estudo no Festival Vibra: arte, esporte e música. **Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, 11(1), pp. 118-136, jan-mar, 2019, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i1p117>.

Marcellino, N. C. (2007). Lazer e cultura: algumas aproximações. In: Marcellino, N. C. (org.). **Lazer e cultura**. Campinas: Alínea.

Minayo, M. C. S. (2007). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis-RJ: Vozes.

Moscardo, G. & Pearce, P. L. (1986). Visitor centres and environmental interpretation: An exploration of the relationships among visitor enjoyment, understanding and mindfulness. **Journal of Environmental Psychology**, 6(2), 89-108. [Link](#)

Moscardo, G. (1996). Mindful visitors: heritage and tourism. **Annals of Tourism Research**, 23(2), 376-397. [Link](#)

Moscardo, G. (2017). Exploring mindfulness and stories in tourist experiences. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(2), 111-124. [Link](#)

Oishi, S., & Graham, J. (2010). Social ecology: Lost and found in psychological science. **Perspectives on Psychological Science**, 5(4), 356-377. [Link](#)

Pine II, B. J. & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. **Harvard Business Review**, 76(4), 97-105. [Link](#)

Prayag, G. & Ryan, C. (2012). Antecedents of tourists' loyalty to Mauritius: the role and influence of destination image, place attachment, personal involvement, and satisfaction. **Journal of Travel Research**, 5(3), 342-356. [Link](#)

Ribeiro, Z. L. (2008). **Praças e Lazer**: Dinâmica de uso e apropriação de espaços públicos em Sorriso-MT. Universidade Federal de Mato Grosso, Instituto de Ciências Humanas e Sociais.

Rubin, S. D., Lee, W., Paris, C. & Teye, V., (2016) Influence of mindfulness on tourists' emotions, satisfaction and destination loyalty in Fiji. 2011 ttra International Conference - Travel and Tourism Research Association: Advancing. Tourism Research Globally. [Link](#)

Santoro, P. (2014). Perímetro urbano flexível, urbanização sob demanda e incompleta: o papel do Estado frente ao desafio do planejamento da expansão urbana. **Revista Brasileira Estudos Urbanos e Regionais**, 16(1), 169-187. [Link](#)

Sassen, S. (2012). **Cities in a world economy**. London: Sage.

Sassen, S. (2001). **The global city**. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Schroevers M. J. & Brandsma R. (2010). Is learning mindfulness associated with improved affect after mindfulness-based cognitive therapy? **British Journal of Psychology**, 101(1), 95-107. [Link](#)

Queiroz, D., Carvalho, Í. B. de, Macedo, S. B. & Gosling, M. (2019). Eventos e mindfulness: Um estudo no Festival Vibra: arte, esporte e música. **Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, 11(1), pp. 118-136, jan-mar, 2019, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i1p117>.

Serpa, A. (2007). **O espaço público na cidade contemporânea**. São Paulo, Salvador: Contexto/UFBA.

Siegling, A. B. & Petrides, K. V. (2014). Measures of trait mindfulness: Convergent validity, shared dimensionality, and linkages to the five-factor model. **Front Psychology**, 5, 1164. [Link](#)

Theodorakis, N. D., Koustelios, A., Robinson, L., & Barlas, A. (2009). Moderating role of team identification on the relationship between service quality and repurchase intentions among spectators of professional sports. **Managing Service Quality**, 19(4), 456-472. [Link](#)

Tsai, S. P. (2012). Place attachment and tourism marketing: investigating international tourists in Singapore. **International Journal of Tourism Research**, 14(2), 139-152. [Link](#)

Tum, J.; Norton, P. & Wright, J. N. (2006). **Management of event operations**. Routledge.

Visconti, L.; Sherry, J. Jr.; Borghini, S., & Anderson, L. (2010). Street Art, Sweet Art? Reclaiming the 'Public' in Public Place. **Journal of Consumer Research**, 37(3), 511-529. [Link](#)

Williams, D. (2010). Theory of own mind in autism Evidence of a specific deficit in self-awareness? **Autism**, 14(5), 474-494. [Link](#)

Williams, J. M. G. & Kabat-Zinn, J. (2011). Mindfulness: diverse perspectives on its meaning, origins, and multiple applications at the intersection of science and dharma. **Contemporary Buddhism**, 12(1), 1-18. [Link](#)

Winkle, C. M. & Backman, K. (2009). Examining visitor mindfulness at a cultural event. **Event Management**, 12(3), 163-169. [Link](#)

Wolsko C. & Lindberg, K. (2013). Experiencing connection with nature: the matrix of psychological well-being, mindfulness and outdoor. **Recreation Ecopsychology**, 5(2), 80-91. [Link](#)

Yin, R. K. (2011). **Applications of case study research**. Thousand Oaks: Sage.