



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA, CONTABILIDADE E**  
**SECRETARIADO – FEAAC**  
**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**  
**CURSO: ADMINISTRAÇÃO**

**GUILHERME FAHD CARLOS PAIVA**  
**ORIENTADOR: LUIZ CARLOS MURAKAMI**

**ANÁLISE DOS ELEMENTOS INFLUENTES PARA A SATISFAÇÃO DO PÚBLICO EM**  
**SHOWS DO ESTILO MUSICAL ROCK – PESQUISA DE CAMPO**

**FORTALEZA**

**2023**

GUILHERME FAHD CARLOS PAIVA

ANÁLISE DOS ELEMENTOS INFLUENTES PARA A SATISFAÇÃO DO PÚBLICO EM  
SHOWS DO ESTILO MUSICAL ROCK – PESQUISA DE CAMPO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como  
requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em  
Administração de Empresas na Universidade Federal do  
Ceará.

Orientador(a): Prof. Dr. Luiz Carlos Murakami

FORTALEZA

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

P168a Paiva, Guilherme Fahd Carlos.

Análise dos elementos influentes para a satisfação do público em shows do estilo musical rock – pesquisa de campo / Guilherme Fahd Carlos Paiva. – 2023.  
45 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração, Fortaleza, 2023.  
Orientação: Prof. Luiz Carlos Murakami.

1. Shows de música ao vivo. 2. Estilo musical rock. 3. Satisfação do público. I. Título.

CDD 658

---

GUILHERME FAHD CARLOS PAIVA

ANÁLISE DOS ELEMENTOS INFLUENTES PARA A SATISFAÇÃO DO PÚBLICO EM  
SHOWS DO ESTILO MUSICAL ROCK – PESQUISA DE CAMPO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como  
requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em  
Administração de Empresas na Universidade Federal do  
Ceará.

Aprovada em: xx/xx/xxxx.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Luiz Carlos Murakami (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr.  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr.  
Universidade Estadual do Ceará (UFC)

## **AGRADECIMENTOS**

À Santíssima Trindade, Pai, Jesus e Espírito Santo, que possibilitaram tudo acontecer.

A minha mãe, Viviane Maria Fahd Carlos, que sempre acreditou em mim.

A meu pai, David Dionízio de Paiva, que ainda tem vivo seu legado.

A meu orientador, Luiz Carlos Murakami, pela paciência e cuidado para orientar.

## **RESUMO**

Esta monografia explora a experiência e percepção do público do estilo musical rock em shows ao vivo, com foco em fatores que influenciam a satisfação. A partir dos métodos de análise do discurso e pesquisa em escala Likert com 138 respondentes, o estudo revelou que o rock é o gênero musical mais popular entre os participantes, e fatores como qualidade do som, performance e estilo musical são os mais relevantes para promover satisfação. Os resultados também indicam que presença de amigos impulsionam a presença em shows de estilos musicais desconhecidos ou mesmo que não gostam, além de esclarecer pontos positivos considerados pelos pesquisados em comparecer a um show musical, como o encontro com o ídolo, e negativos, a exemplo, a logística envolvida para chegar ao local, entre outros. O estudo pode trazer insights para o estudo de satisfação do cliente de eventos, auxiliando nesse tipo de pesquisa.

**Palavras-chaves:** Shows de música ao vivo, estilo musical rock, satisfação do público

## **ABSTRACT**

This monograph explores the experience and perception of the audience of the rock music genre at live concerts, focusing on factors that influence satisfaction. Using discourse analysis methods and a Likert scale survey with 138 respondents, the study revealed that rock is the most popular music genre among participants, and factors such as sound quality, performance, and musical style are the most relevant in promoting satisfaction. The results also indicate that the presence of friends encourages attendance at concerts featuring unfamiliar or even disliked music genres. Additionally, the study clarifies positive aspects considered by respondents when attending a music concert, such as meeting their idol, as well as negative aspects, including logistical challenges associated with reaching the venue, among others. This study can provide insights for customer satisfaction research in the field of events, aiding in this type of investigation.

**Keywords:** Live music concerts, rock music genre, audience satisfaction

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Distribuição dos entrevistados por gênero.....	23
Gráfico 2 – Fator “Qualidade de som”.....	24
Gráfico 3 – Fator “Estilo musical”.....	25
Gráfico 4 – Fator “Performance do artista”.....	25
Gráfico 5 – Fator “Limpeza do banheiro”.....	26
Gráfico 6 – Fator “Limpeza do ambiente de festa”.....	26
Gráfico 7 – Fator “Filas dos caixas”.....	27
Gráfico 8 – Fator “Filas dos banheiros”.....	27
Gráfico 9 – Fator “Cumprimento de horários à risca”.....	28
Gráfico 10 – Fator “Oferta de bebidas (não alcoólicas) e comida.....	28
Gráfico 11 – Fator “Relações sociais”.....	29
Gráfico 12 – Fator “Oferta de bebidas alcoólicas”.....	29

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Levantamento das principais dimensões dos serviços prestados em algum tipo de evento musical.....	20
Tabela 2 – Ranking dos fatores.....	30
Tabela 3 – Comparação dos fatores do público rock versus público geral.....	31

## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
2	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>14</b>
2.1	<b>Influência da Música na Experiência do Público.....</b>	<b>14</b>
2.1.1	A dimensão emocional na satisfação do público em shows musicais.....	14
2.1.2	O Impacto do Estilo Musical na Experiência do Público.....	15
2.2	<b>Estrutura e organização .....</b>	<b>15</b>
2.2.1	Gestão eficiente do cronograma e programação das atrações.....	16
2.2.2	Planejamento adequado da distribuição de palcos e espaços.....	16
2.2.3	Fluxo de público.....	17
2.3	<b>Oferta de alimentos, bebidas e relações sociais.....</b>	<b>17</b>
2.4	<b>Experiências memoráveis e preferências do público.....</b>	<b>18</b>
3	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>18</b>
3.1	<b>População e amostra.....</b>	<b>19</b>
3.2	<b>Instrumento de coleta de dados.....</b>	<b>19</b>
3.3	<b>Procedimentos de coleta de dados.....</b>	<b>22</b>
4	<b>ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</b>	<b>22</b>
4.1	<b>Características da amostragem.....</b>	<b>23</b>
4.2	<b>Análise dos dados objetivos.....</b>	<b>24</b>
4.3	<b>Análise dos dados subjetivos.....</b>	<b>31</b>
4.3.1	Experiências memoráveis.....	31
4.3.2	Avaliação subjetiva dos elementos de satisfação.....	33
4.3.3	Pontos positivos e negativos.....	34
4.3.4	Público “Não-Rock”.....	35
5	<b>DISCUSSÃO.....</b>	<b>36</b>
5.1	<b>Interpretação Dos Resultados.....</b>	<b>38</b>
6	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>39</b>
7	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>41</b>
	<b>APÊNDICE – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....</b>	<b>45</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A indústria musical assume um papel de destaque na sociedade, transcendendo fronteiras culturais e geográficas. A música é relevante como expressão cultural e emocional, capaz de estabelecer conexões entre pessoas e transmitir valores e identidades culturais (HARGREAVES & NORTH, 1997; DENORA, 2000; FRITH, 1998). Os eventos musicais surgem como uma manifestação concreta dessa interação entre artistas e público, proporcionando um espaço onde a música ganha vida e a experiência musical se intensifica.

Os eventos musicais funcionam como uma oportunidade única para os artistas se conectarem diretamente com o público, permitindo que as pessoas vivenciem a música de forma imersiva e participativa. A presença física dos espectadores nos eventos musicais proporciona uma conexão emocional mais profunda entre o público e a música (DENORA, 2000).

Além de serem momentos de entretenimento, os eventos musicais desempenham um papel crucial na construção de identidades culturais e no fortalecimento de comunidades e podem ser pontos de encontro e celebração, onde as pessoas se reúnem para compartilhar uma experiência comum e expressar sua identidade coletiva (CRUZ ET AL., 2008). Em contextos regionais, como no Ceará, onde os estilos musicais regionais e nacionais têm uma relevância marcante, esses eventos se tornam vitrines para as manifestações artísticas locais e uma oportunidade para celebrar a diversidade musical e cultural da região.

Ao reunir um público diversificado, os concertos se transformam em espaços onde as pessoas podem expressar sua individualidade e senso de pertencimento por meio da música. A participação em shows proporciona aos espectadores uma sensação de identidade social compartilhada e pertencimento a uma comunidade de fãs (KITS, 2017). As experiências compartilhadas nesses eventos criam um senso de comunidade, conectando pessoas que compartilham interesses e paixões musicais semelhantes. Por meio da música, as apresentações musicais se tornam catalisadores de encontros sociais, proporcionando um ambiente propício para interação, diálogo e estabelecimento de conexões pessoais (PACKER & BALLANTYNE, 2011).

Dessa forma, a importância dos festivais de música vai além do simples entretenimento, desempenhando um papel central na construção e promoção da cultura e identidade regional, além de fortalecer os laços comunitários (CRUZ ET AL., 2008). Eles se tornam um reflexo da sociedade, capturando a diversidade cultural e as expressões artísticas de um determinado contexto. Os

espetáculos musicais se destacam como momentos de celebração, onde artistas e público se encontram, e a música ganha vida de forma vibrante.

Sacks e Mariano (2021) constataram que no ano de 2019, a esfera de eventos ao vivo ultrapassou a marca de US\$132,6 bilhões em todo o território dos Estados Unidos da América. Esta indústria não apenas manteve cerca de 913.000 postos de trabalho, mas também gerou uma renda considerável de cerca de US\$42,2 bilhões. Estes dados notáveis evidenciam a relevância deste setor para a economia. Deste montante total, US\$55,2 bilhões foram creditados diretamente aos eventos, englobando despesas operacionais locais e gastos de participantes vindos de outras localidades. É intrigante considerar que, por exemplo, se um visitante gastasse US\$100,00 em um bilhete, isso resultaria em um incremento de aproximadamente US\$334,92 na economia local. Esta interação financeira culminou em um impacto total de gastos de US\$434,92. Além do impacto econômico palpável, a indústria de eventos também teve repercussões fiscais notáveis, pois no mesmo ano contribuiu com uma soma impressionante de US\$17,5 bilhões em impostos totais. Deste montante, US\$9,3 bilhões foram destinados a receitas fiscais federais, enquanto US\$8,3 bilhões foram direcionados para receitas fiscais estaduais e locais. Esta contribuição significativa para os cofres públicos é uma evidência clara de como esta indústria é um motor propulsor da economia, tanto em nível regional quanto nacional.

Os eventos musicais atraem um público diversificado, incluindo não apenas os residentes locais, mas também turistas que viajam especialmente para participar dessas experiências culturais (HALL, 1992). A geração de receitas provenientes desses eventos inclui a venda de ingressos, gastos com hospedagem, alimentação, transporte e outros serviços relacionados.

No entanto, para que os eventos sejam bem-sucedidos em atrair público e alcançar seus objetivos, é fundamental compreender os elementos que evocam satisfação. Os espectadores possuem expectativas específicas ao participar de um show, que vão além da mera apreciação sonora. Getz (2005) e Guillon (2015) investigaram os fatores que influenciam a satisfação do público, levando em consideração aspectos como a qualidade do som, produção visual, conforto das instalações, organização do evento, entre outros.

A qualidade da performance artística também desempenha um papel crucial na satisfação do público. São essenciais a habilidade dos artistas em cativar e envolver a audiência, transmitir emoção durante a apresentação, além de proporcionar uma experiência autêntica e memorável (DENORA,

2000). Além disso, a interação entre artistas e público, seja por meio de diálogos, gestos ou conexão emocional, contribui para a construção de um ambiente acolhedor e envolvente.

Os aspectos não musicais também são fundamentais para a satisfação do público, como a atmosfera do local, segurança, facilidade de acesso, variedade de opções gastronômicas e disponibilidade de áreas de descanso e lazer na experiência do público (O'TOOLE ET AL, 2010).

Compreender como todos esses elementos se combinam e interagem para evocar satisfação no público é primordial para proporcionar experiências enriquecedoras e garantir a fidelização dos espectadores (O'TOOLE ET AL., 2010).

A presente pesquisa tem como objetivo investigar os principais fatores que influenciam a satisfação do público em shows, do estilo musical rock, pois o estilo mantém-se popular desde o começo de sua massificação nos anos 60 até os dias atuais, podendo ter como exemplo o evento Rock In Rio, que mesmo tendo apenas 15 dias de evento, com apenas 7 dias de shows, apresentou um faturamento estimado em de R\$ 158,48 milhões, agregando US\$7,924 milhões (CNN Brasil, 2022) em impostos e injetando US\$ 350 milhões à economia local (G1, 2022). Compreender o que leva os espectadores a experimentarem uma experiência satisfatória em eventos é relevante para os organizadores e artistas, pois permite aprimorar sua qualidade e criar experiências mais enriquecedoras (O'NEILL E EGERMANN, 2022).

Para atingir esse objetivo, foram aplicados questionários a um grupo de participantes que frequentam shows musicais. O questionário abordou diferentes aspectos relacionados à experiência dos espectadores, buscando identificar os elementos que influenciam sua satisfação. As respostas fornecidas pelos participantes serão analisadas e interpretadas a fim de fornecer *insights* para a compreensão da satisfação do público em eventos musicais.

Os objetivos específicos desta pesquisa são os seguintes:

1. Analisar as principais características que os participantes avaliam em um show musical e que influenciam sua satisfação;
2. Identificar os aspectos específicos que desempenham um papel significativo na formação da gratificação pessoal.

Ao alcançar esses objetivos, esta pesquisa fornecerá uma compreensão mais aprofundada dos fatores que influenciam a satisfação do público em shows musicais. Essas informações poderão ser utilizadas por organizadores de eventos, artistas e demais profissionais da indústria musical para melhorar a experiência dos espectadores, tornando os shows mais atrativos e memoráveis.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

A experiência do espectador em um show musical é multifacetada e vai muito além do simples ato de assistir a uma performance ao vivo, envolvendo a interação com o ambiente, a resposta emocional à música, a conexão com o artista e a interação social com outros espectadores (BALLANTYNE, BALLANTYNE, & PACKER, 2014). A qualidade da performance do artista, a acústica do local, a atmosfera criada pela produção do evento, a facilidade de acesso ao local, e até mesmo as expectativas pré-show do espectador podem influenciar significativamente a experiência global (LEE, LEE, & WICKS, 2004).

### **2.1 Influência da Música na Experiência do Público**

Despertar memórias pessoais, transmitir mensagens sociais e culturais e evocar um senso de identificação e pertencimento faz a música criar experiências emocionais e conexões culturais entre o público e os artistas em shows musicais (DENORA, 2000; HARGREAVES & NORTH, 1997), evocando emoções nos espectadores e impactando na satisfação geral (JUSLIN & VÄSTFJÄLL, 2008). As características musicais, como melodia, ritmo e harmonia, desempenham um papel significativo na experiência do público em shows musicais, evocando respostas emocionais intensas nos espectadores, influenciando sua satisfação (JUSLIN & VÄSTFJÄLL, 2008).

#### **2.1.1 A dimensão emocional na satisfação do público em shows musicais**

A música possui o poder de evocar uma ampla gama de emoções no público, como alegria, tristeza, empolgação, nostalgia, entre outros, sendo essa interação complexa e multifacetada. Por exemplo, certos elementos musicais, como acordes dissonantes ou mudanças repentinas de intensidade, podem provocar respostas emocionais intensas e poderosas (JUSLIN & VÄSTFJÄLL, 2008).

As emoções influenciam diretamente a percepção da qualidade do show, pois moldam a forma como os espectadores avaliam a qualidade da apresentação, a performance dos artistas e a entrega emocional da música (JUSLIN & VÄSTFJÄLL, 2008). Quando os espectadores experimentam emoções positivas, como alegria e empolgação, sua satisfação geral aumenta. Por outro lado, emoções negativas, como tristeza ou frustração, podem ter um impacto negativo na satisfação do público.

Compreender a interação entre a música e as emoções é essencial para uma compreensão mais aprofundada da satisfação do público em shows musicais. Esses aspectos emocionais constituem um elemento central da experiência dos espectadores, influenciando diretamente a maneira como eles percebem e avaliam o evento. Considerar esses fatores emocionais ao planejar e executar shows musicais pode resultar em experiências mais satisfatórias para o público presente.

### 2.1.2 O Impacto do Estilo Musical na Experiência do Público

O estilo musical apresentado em um show influencia grandemente a experiência do público, afetando sua satisfação. Cada um evoca respostas emocionais e perceptivas distintas nos espectadores, resultando em experiências diversas e únicas (LEE ET AL., 2004).

As preferências musicais individuais têm uma influência significativa na apreciação. Estudos revelam que as preferências musicais estão relacionadas às experiências emocionais, identidade cultural e percepção de autenticidade (RENTFROW & GOSLING, 2003). A compatibilidade entre o estilo musical apresentado e as preferências individuais pode impactar diretamente a satisfação do público.

TKACZYNSKI E STOKES (2005) destacam que a percepção de autenticidade de um estilo musical pode influenciar a satisfação do público em shows, estando relacionada à originalidade, expressão cultural e alinhamento com os valores e identidade do espectador.

## 2.2 Estrutura e organização

A forma como a gestão eficiente do cronograma e programação das atrações, o planejamento adequado da distribuição de palcos e espaços, e o fluxo de público são abordados desempenha um papel crucial na experiência do público. Um cronograma cuidadosamente organizado e comunicado de maneira clara e precisa impacta positivamente no contentamento dos espectadores, uma programação bem estruturada e uma distribuição estratégica dos palcos e espaços contribuem para uma experiência envolvente e satisfatória e o fluxo adequado de público, desde a entrada até a circulação e saída, garantindo rotas bem sinalizadas e espaços amplos, com a comunicação clara e a presença de equipes de segurança treinadas, são elementos que proporcionam um evento seguro e agradável para todos os presentes.

### 2.2.1 Gestão eficiente do cronograma e programação das atrações

A maneira como o cronograma das atrações é gerenciado e programado desempenha um papel essencial na moldagem da experiência do público em shows musicais, pois a organização cuidadosa dos horários das apresentações e a comunicação clara e precisa do cronograma têm um impacto relevante no contentamento dos espectadores (LEE, LEE & WICKS, 2004).

Uma sequência coesa e emocionalmente envolvente de performances pode aumentar o engajamento e a emoção do público, resultando em uma experiência mais memorável e satisfatória (JUSLIN & VÄSTFJÄLL, 2008).

A distribuição adequada dos horários das apresentações maximiza a oportunidade dos espectadores de assistir aos shows de seu interesse, por exemplo, evitando sobreposições de horários entre artistas que têm apelo semelhante ao público, permitindo que os espectadores desfrutem plenamente das performances desejadas (LEE, LEE & WICKS, 2004).

### 2.2.2 Planejamento adequado da distribuição de palcos e espaços

É necessário pensar na distribuição estratégica dos palcos, a fim de minimizar conflitos sonoros e visuais, evitando que o som de um palco interfira negativamente no desempenho acústico de outro (BALLANTYNE, BALLANTYNE & PACKER, 2014) e a disposição dos palcos deve ser planejada de forma a facilitar a circulação do público, evitando aglomerações desnecessárias e garantindo uma experiência mais confortável.

Outro aspecto é a organização de áreas de descanso, alimentação e outros espaços. O público precisa de locais adequados para descansar, socializar e se alimentar durante o evento (TKACZYNSKI & STOKES, 2005). Portanto, tem impacto notável planejar e disponibilizar áreas confortáveis, com assentos adequados e espaços para interação social. Ademais, as áreas de alimentação devem ser pensadas de forma a atender à demanda do público, oferecendo opções variadas e suficientes para evitar filas excessivas (TKACZYNSKI & STOKES, 2005).

Um planejamento eficiente da distribuição de palcos e espaços também deve levar em consideração a capacidade do local, monitorando e controlando o número de espectadores permitidos para evitar superlotação, garantindo a segurança e o conforto de todos os presentes (BALLANTYNE,

BALLANTYNE & PACKER, 2014) e, para isso, podem ser adotadas medidas como venda limitada de ingressos e a adoção de sistemas de controle de acesso eficientes.

### 2.2.3 Fluxo de público

O fluxo de público se refere à movimentação dos espectadores dentro do local do evento, desde a entrada até a circulação e saída, portanto, garantir um fluxo adequado para proporcionar uma experiência agradável e segura influenciará na percepção de contentamento do público (MOWEN, VOGELSONG E GRAEFE, 2003).

Primeiramente, é necessário planejar a distribuição estratégica das entradas e saídas para evitar aglomerações e facilitar o deslocamento dos espectadores. Rotas bem sinalizadas e espaços amplos ajudam a orientar o público e minimizar congestionamentos. Outrossim, é importante considerar a capacidade do local e controlar o número de espectadores para evitar superlotação. A comunicação clara com o público tem valor alto na satisfação geral. É necessário fornecer informações precisas sobre as entradas, saídas, pontos de interesse e programação do evento, para orientar os espectadores. A disponibilização de mapas, aplicativos móveis ou placas indicativas facilita a navegação no local do evento (WIJERMANS ET AL., 2016).

Por fim, é primordial garantir a segurança do público, lançando mão da presença de equipes de segurança treinadas para orientar e auxiliar os espectadores em situações emergenciais (MOWEN, VOGELSONG E GRAEFE, 2003).

## 2.3 Oferta de alimentos, bebidas e relações sociais

O evento deve oferecer variedade de alimentos e bebidas, uma vez que cada indivíduo tem gostos e preferências únicas quando se trata de alimentos e bebidas (TKACZYNSKI & STOKES, 2005), além disso, a qualidade dos ingredientes, a preparação dos pratos e a apresentação dos alimentos contribuem para a percepção geral dos espectadores sobre a experiência gastronômica, pois quando os alimentos e bebidas são saborosos, frescos e bem preparados, podendo aumentar a satisfação do público, agregando valor à sua experiência no evento (YOON ET AL., 2010).

A acessibilidade e a conveniência na oferta de alimentos e bebidas durante um evento musical são de suma importância para proporcionar uma experiência satisfatória ao público. Isso inclui a

disponibilidade de pontos de venda estrategicamente localizados, visando facilitar o acesso do público aos alimentos e bebidas. Além do mais, a redução do tempo de espera nas filas e a eficiência do serviço de atendimento são fatores a serem considerados para garantir a conveniência do público, por isso, os organizadores devem agilizar o atendimento e minimizar o tempo de espera nas filas (LEE ET AL., 2004), que pode ser alcançado por meio de estratégias como aumento do número de pontos de venda, adoção de sistemas de pagamento eficientes e treinamento adequado da equipe de atendimento.

## **2.4 Experiências memoráveis e preferências do público**

A conexão emocional intensa entre o público e a música é capaz de gerar memórias duradouras e uma resposta afetiva profunda nos espectadores e essas experiências são o que fazem-no se sentir satisfação (LARÁN & ROSSI, 2006).

A performance do artista e seu carisma são considerados a essência nessa questão, visto que a capacidade do artista de se conectar emocionalmente e proporcionar uma experiência única e cativante está na raiz da criação desses momentos especiais, gerando uma vivência mais envolvente e estabelecendo um senso de comunidade e conexão emocional (LEE ET AL., 2004).

A inovação e as surpresas durante o show também participam na construção de memórias duradouras, logo que elementos visuais impactantes, efeitos especiais criativos e momentos inesperados podem deixar uma marca longa nos espectadores, tornando o evento mais memorável e único (LARÁN & ROSSI, 2006), despertando a curiosidade e o interesse do público, proporcionando uma experiência imersiva e diferenciada.

Ao considerar as preferências do público em shows musicais, a diversidade de estilos musicais oferecidos podem desempenhar um papel relevante. A variedade musical permite que os espectadores encontrem eventos que correspondam às suas preferências individuais, aumentando a sua apreciação e satisfação (RENTFROW & GOSLING, 2003).

## **3 METODOLOGIA**

Neste capítulo, serão descritas as etapas a serem seguidas para realizar as pesquisas quantitativa e qualitativa, que têm como objetivo analisar a percepção do público em eventos musicais em Fortaleza, Ceará.

### 3.1 População e amostra

A população-alvo desta pesquisa é composta por pessoas que frequentam eventos musicais em Fortaleza, Ceará. A amostra será constituída por 138 participantes, que serão selecionados por conveniência nas redes sociais do autor da pesquisa.

A escolha dos participantes seguirá os seguintes critérios de inclusão: ser maior de 18 anos e ter participado de pelo menos um evento musical em Fortaleza no último ano e serem seguidores nas redes sociais do autor.

### 3.2 Instrumento de coleta de dados

Compreender os resultados da pesquisa necessitou usar dados quantitativos e qualitativos, respectivamente utilizando tabela Likert e suas formas de análise e pesquisa narrativa, coletando histórias e relatos dos participantes .

O instrumento de coleta de dados foi um questionário elaborado no Google Forms. O questionário foi composto por questões abertas e fechadas (estas em escala Likert), que abordaram os seguintes aspectos: percepção do público em relação à qualidade dos eventos musicais, infraestrutura do local e satisfação geral com eventos.

De acordo com Chiavenato (2021), uma das principais metas das organizações é atender às necessidades dos consumidores. Como resultado, a satisfação do consumidor é um tema amplamente estudado na literatura acadêmica, conforme apontado por Oliver (2010).

Oliver (2010) define satisfação de maneira geral como a avaliação do nível de surpresa que resulta tanto da compra de um produto ou serviço quanto da experiência de consumo. No estágio final do processo psicológico de consumo, ocorrem julgamentos rápidos que podem assumir três formas diferentes, de acordo com o autor.

A primeira é a *desconfirmação* positiva, que ocorre quando o desempenho excede as expectativas. A segunda é a confirmação simples, quando o desempenho corresponde às expectativas. A terceira é a *desconfirmação* negativa, que ocorre quando o desempenho fica aquém das expectativas.

É comum que o conceito de qualidade dos serviços oferecidos seja confundido com o de satisfação do consumidor, considerando-se os estudos dos serviços e do comportamento dos consumidores (MARCHETTI & PRADO, 2001). Embora distintos, esses dois conceitos estão

correlacionados (COLE & CHANCELLOR, 2009). Neste sentido, o objetivo deste texto é apresentar considerações acerca da satisfação do consumidor que frequenta shows musicais.

Tabela 1 – Levantamento das principais dimensões dos serviços prestados em algum tipo de evento musical

Perguntas	Dimensão demográfica e de público	Fonte
1 e 2	Estratificar o tipo de cliente e público (frequência; público por gênero, idade)	COLE E CHANCELLOR (2009); YOON, LEE E LEE (2010), ÖZDEMİR E ÇULHA (2009).
Perguntas	Dimensão Principal do Serviço	Fonte
3, 4, 5, 6	Qualidade da atração musical (performance do artista; entretenimento do público; qualidade do som)	BALLANTYNE, BALLANTYNE E PACKER (2014); CACCIATORI E LOPES (2012); CHEN, LEE E LIN (2012); COLE E CHANCELLOR (2009); ESU (2014); LEE, LEE E WICKS (2004); TKACZYNSKI E STOKES (2005); YOON, LEE E LEE (2010)
Perguntas	Outras Dimensões de Serviços	Fonte
7 e 8	Performance dos colaboradores (velocidade do atendimento; serviço de apoio ao cliente; pontualidade; organização).	CHEN, LEE E LIN (2012); ESU E ARREY (2009); ESU (2014); ÖZDEMİR E ÇULHA (2009); TKACZYNSKI E STOKES (2005); YOON, LEE E LEE (2010)
9 e 10	Qualidade do ambiente (limpeza do local; segurança; locais adequados para sentar; conforto das instalações; clima do ambiente; disponibilidade de atendimento de primeiros	CACCIATORI E LOPES (2012); CHEN, LEE E LIN

	socorros; banheiros adequados; acesso para deficientes físicos; espaço para estacionamento).	(2012); COLE E CHANCELLOR (2009); ESU E ARREY (2009); ESU (2014); ÖZDEMİR E ÇULHA (2009); TKACZYNSKI E STOKES (2005); YOON, LEE E LEE (2010).
--	--	---

Fonte: Tabela retirada de PIRES E FAGUNDES (2017)

A escala Likert é um método de medição amplamente utilizado para avaliar a opinião, atitude e satisfação das pessoas em relação a um determinado tópico (LIKERT, 1932). Ela é composta por uma série de afirmações que os participantes devem avaliar em uma escala de concordância ou discordância, tipicamente variando de 1 a 7 pontos. Essa escala proporciona uma estrutura padronizada para coletar dados e analisar as respostas dos participantes, permitindo uma avaliação quantitativa das percepções e opiniões (BATTERTON E HALE, 2017).

Segundo Iványi (2019), a utilização dessa escala permite uma avaliação mais precisa e confiável da satisfação do público, permitindo identificar pontos fortes e fracos do evento e orientando melhorias para as próximas edições.

Segundo Nunnally (1978), as afirmações utilizadas na escala Likert devem ser claras e objetivas, evitando ambiguidades e duplas interpretações. As afirmações devem estar alinhadas aos objetivos da pesquisa, permitindo uma avaliação mais precisa e específica da satisfação do público.

Acerca das questões subjetivas, a primeira, “Por favor, aponte as principais características que você avalia em um show musical e que influenciam a sua satisfação.”, visou identificar as principais características que os participantes avaliam em um show musical e que influenciam sua satisfação (MARCHETTI & PRADO, 2001).

A segunda, “Relate, por favor, a(s) experiência(s) em shows musicais que foram mais memoráveis pra vocês? Justifique.”, teve o propósito de obter relatos das experiências mais memoráveis dos participantes em shows musicais, solicitando uma justificativa para essas escolhas (LARÁN & ROSSI, 2006). Essa pergunta permitiu compreender quais elementos ou momentos específicos tornaram essas experiências marcantes, seja pela qualidade da performance dos artistas, pela interação com o público ou por outros fatores (BALLANTYNE, BALLANTYNE, & PACKER, 2014), sendo esses relatos contribuição para identificar os aspectos que têm um impacto positivo

significativo na percepção e memória dos participantes (SPRENG, MACKENZIE, & OLSHAVSKY, 1996).

A terceira, “Quais os pontos positivos e negativos na percepção de vocês, em se frequentar um show musical?”, busca explorar os pontos positivos e negativos na percepção dos participantes em relação à frequência em shows musicais (CACCIATORI & LOPES, 2012), identificando tanto os aspectos que são apreciados e contribuem para uma experiência satisfatória, como a energia envolvente ou a qualidade do som (LEE, LEE, & WICKS, 2003), quanto os fatores que podem prejudicar a satisfação, como filas longas ou falta de diversidade na oferta de estilos musicais (CHEN, LEE, & LIN, 2012).

A quarta pergunta, “Existe algo que poderia influenciar vocês a comparecerem a um show musical de um estilo que você não aprecia? Se sim, por favor, descreva.”, investiga se existem fatores que poderiam influenciar os participantes a comparecerem a um show musical de um estilo que não apreciam (YOON, LEE, & LEE, 2010). Essa pergunta permite explorar as possibilidades de expansão do público e entender se recomendações positivas, curiosidade em conhecer novas propostas musicais ou reputação de qualidade na performance dos artistas podem motivar os participantes a experimentarem estilos musicais diferentes de suas preferências (TKACZYNSKI & STOKES, 2005).

### **3.3 Procedimentos de coleta de dados**

Os procedimentos de coleta de dados foram realizados por meio de um questionário online. O questionário foi enviado para uma lista de contatos pessoais do autor da pesquisa, e também foi divulgado em redes sociais.

Os participantes foram informados sobre o objetivo da pesquisa e a confidencialidade das informações coletadas. O preenchimento do questionário foi voluntário e anônimo, e não houve nenhum tipo de remuneração para os participantes.

## **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Nesta seção os dados quantitativos e qualitativos serão analisados, respectivamente, por método estatístico e análise do discurso.

#### 4.1 Características da amostragem

A amostra deste estudo foi inicialmente composta por 138 participantes selecionados por conveniência entre os seguidores do autor da pesquisa nas redes sociais. Inicialmente, todos os participantes forneceram suas respostas, no entanto, durante o processo de triagem, foram excluídos aqueles que afirmaram não comparecer a nenhum show musical, resultando em uma amostra de 110 respondentes.

Posteriormente, a amostra foi estratificada com base na resposta à pergunta sobre o estilo de música frequentado em shows. Optou-se por focar nos participantes que mencionaram o gênero musical rock para este estudo em particular. Essa decisão levou em consideração o interesse do autor da pesquisa, que é um músico de rock, em compreender as percepções e características dos fãs desse gênero específico. Após a estratificação, a amostra final foi composta por 59.

Em seguida, coletaram-se informações demográficas para a caracterização dos participantes, incluindo idade e gênero. A idade dos participantes variou entre 18 e 59 anos, com uma média de 30 anos. Quanto ao gênero, a amostra foi composta por 50,8% de participantes do gênero masculino e 49,2% do gênero feminino.

Gráfico 1 – Distribuição por gênero dos entrevistados



Fonte: elaborado pelo autor.

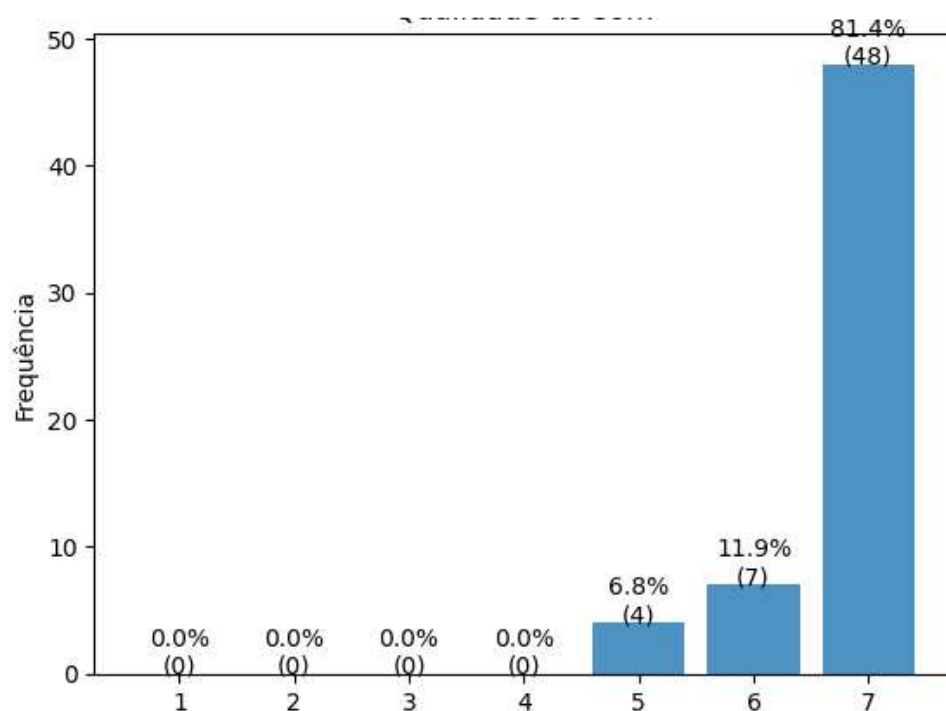
É importante observar que outras informações demográficas ou socioeconômicas não foram consideradas como variáveis de interesse nesta pesquisa. Esses aspectos podem ser abordados em estudos futuros para uma compreensão mais abrangente da amostra e para permitir generalizações mais amplas.

## 4.2 Análise dos dados objetivos

Os participantes atribuíram notas de 1 a 7 para indicar a importância de cada fator em sua satisfação. Com base nos dados coletados, foi realizada uma análise descritiva dos dados objetivos, utilizando o somatório dos votos em cada fator como uma medida agregada. Essa técnica de somatório permite classificar os fatores, fornecendo uma perspectiva objetiva da importância relativa de cada um na visão do público participante (ALMEIDA, 2017).

1. O fator "Qualidade do som" obteve um somatório de 398, indicando que os participantes atribuíram uma importância significativa a esse aspecto;

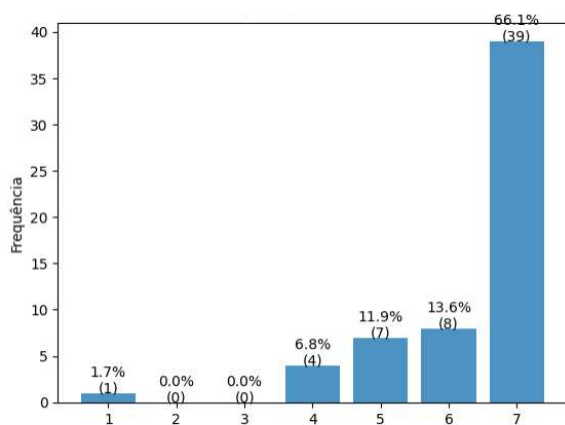
Gráfico 2 – Fator “Qualidade do som”



Fonte: elaborado pelo autor.

2. O fator "Estilo musical" recebeu um somatório de 373, refletindo a relevância desse elemento para os participantes;

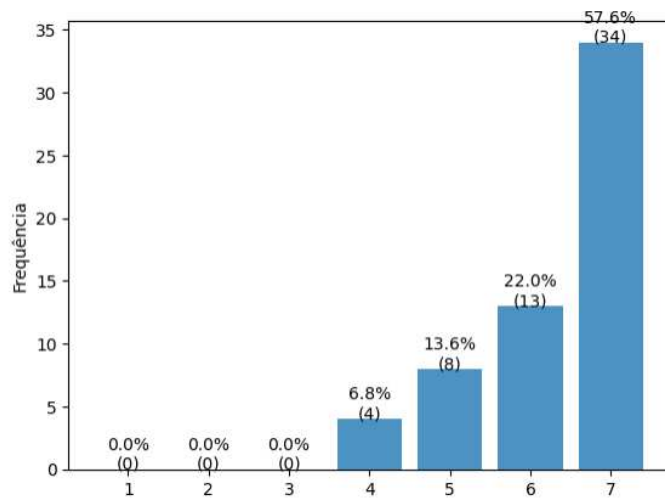
Gráfico 3 – Fator “Estilo musical”



Fonte: elaborado pelo autor

3. A performance do artista alcançou um somatório de 372, destacando sua importância na avaliação dos participantes;

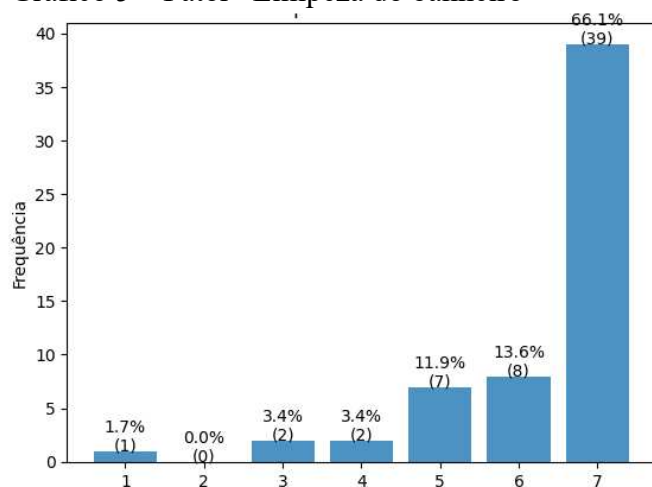
Gráfico 4 – Fator “Performance do artista”



Fonte: elaborado pelo autor.

4. A variável "Limpeza do banheiro" recebeu um somatório de 371, mostrando a importância atribuída pelos participantes à higiene e condições sanitárias dos banheiros durante o evento;

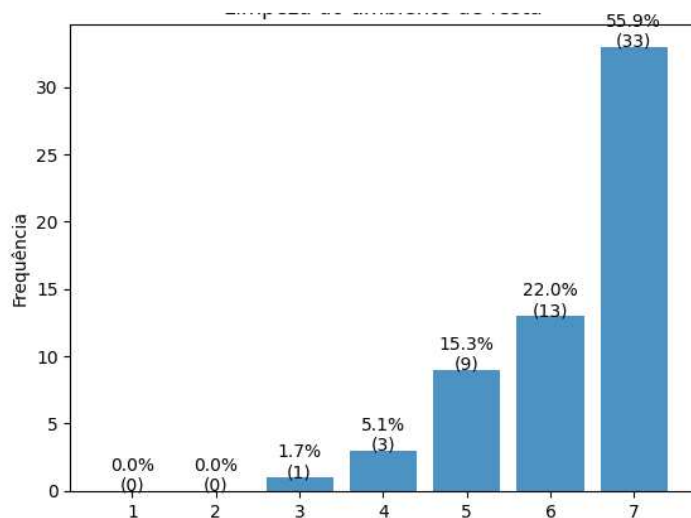
Gráfico 5 – Fator “Limpeza do banheiro”



Fonte: elaborado pelo autor.

5. A limpeza do ambiente de festa obteve um somatório de 369, ressaltando a importância de um local limpo e organizado para a experiência dos participantes em um show musical;

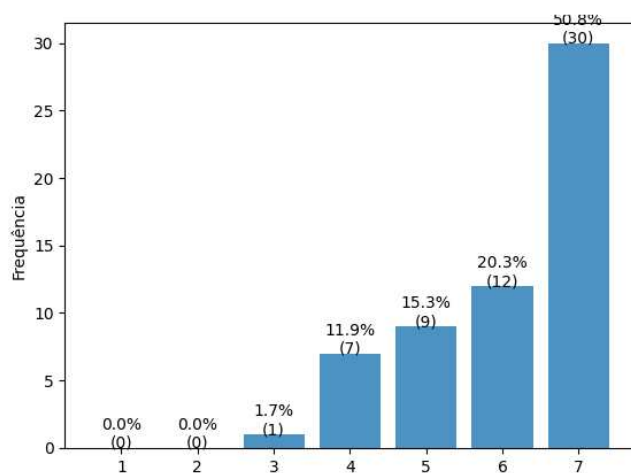
Gráfico 6 – Fator “Limpeza do ambiente de festa”



Fonte: elaborado pelo autor.

6. As filas dos caixas receberam um somatório de 358, revelando a relevância desse fator para os participantes;

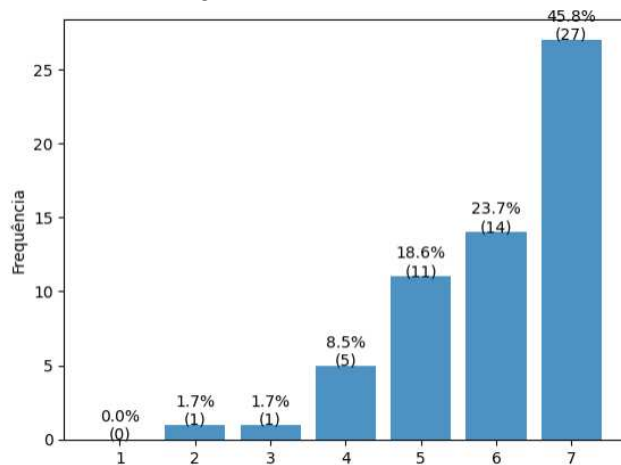
Gráfico 7 – Fator “Filas dos caixas”



Fonte: elaborado pelo autor.

7. O fator "Filas nos banheiros" recebeu uma pontuação total de 353, evidenciando a relevância desse aspecto na avaliação dos participantes;

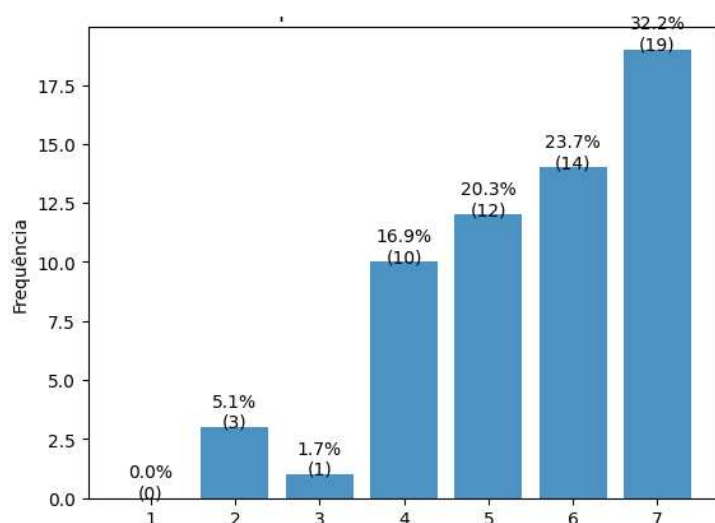
Gráfico 8 – Fator “Filas dos banheiros”



Fonte: elaborado pelo autor.

8. O cumprimento rigoroso dos horários recebeu uma pontuação total de 326, refletindo a importância desse fator para os participantes;

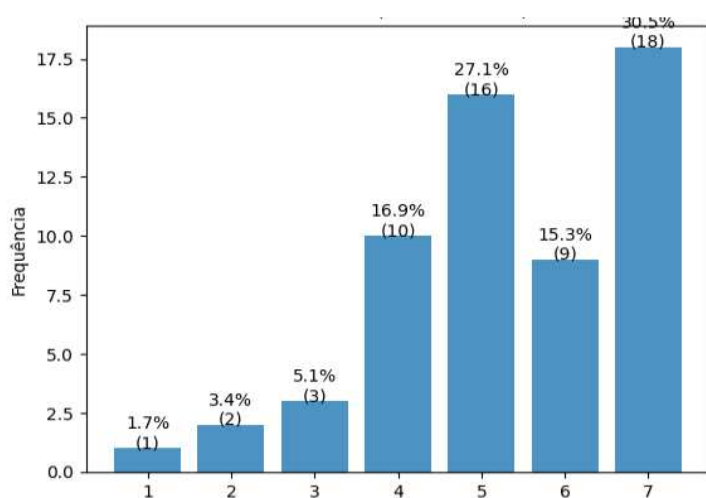
Gráfico 9 – Fator “Cumprimento de horários à risca”



Fonte: elaborado pelo autor.

9. A oferta de bebidas não alcoólicas e comidas durante o evento recebeu uma pontuação total de 314, destacando sua relevância para os participantes;

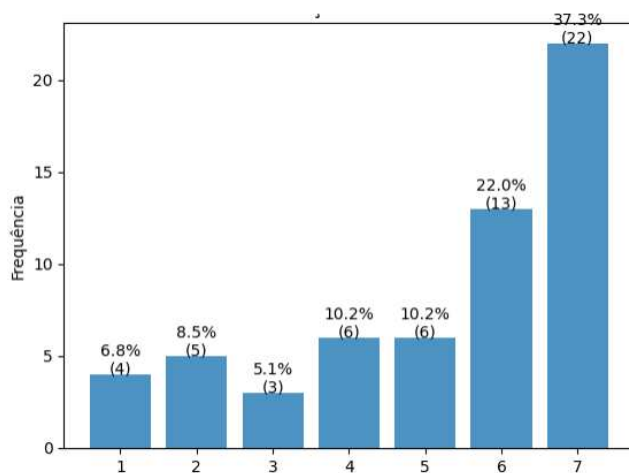
Gráfico 10 – Fator “Oferta de bebidas (não alcoólicas) e comida



Fonte: elaborado pelo autor.

10. O fator “Relações sociais” alcançou uma pontuação total de 309, demonstrando sua importância para os participantes;

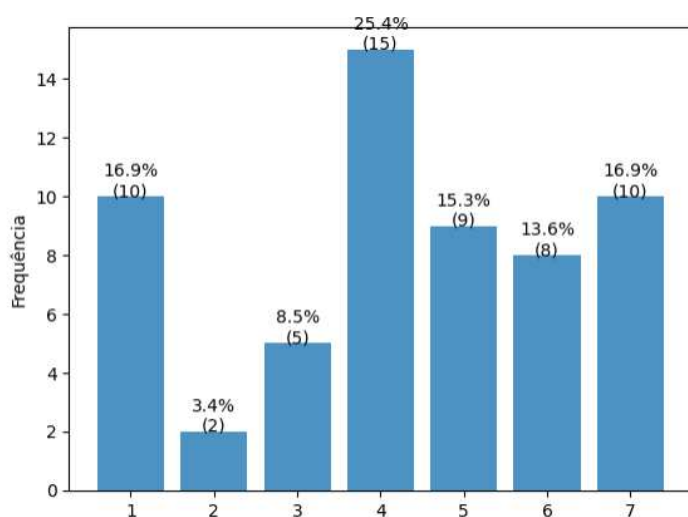
Gráfico 11 – Fator “Relações sociais”



Fonte: elaborado pelo autor.

11. A disponibilidade de bebidas alcoólicas durante o evento obteve uma pontuação total de 252, indicando sua relevância para os participantes;

Gráfico 12 – Fator “Oferta de bebidas alcoólicas”



Fonte: elaborado pelo autor.

Essa análise dos dados objetivos permite classificar os fatores em ordem decrescente de importância com base nas pontuações obtidas. Essa classificação pode ser utilizada como um ranking dos fatores, auxiliando os organizadores de shows musicais a priorizarem os aspectos mais relevantes para a satisfação do público. Além disso, foram colocados os dados média e desvio padrão para fins de comparação.

Segue uma tabela que ranqueia de forma decrescente os fatores do mais ao menos importante:

Tabela 2 – Ranking dos fatores

Ranking	Fator de satisfação	Nota	Média	Desvio Padrão
1	Qualidade do som	398	6,75	0,58
2	Estilo musical	373	6,32	1,18
3	Performance do artista	372	6,31	0,95
4	Limpeza dos banheiros	371	6,29	1,26
5	Limpeza do ambiente de festa	369	6,25	1,01
6	Filas dos caixas	358	6,07	1,14
7	Filas dos banheiros	353	5,98	1,2
8	Cumprimento dos horários à risca	326	5,53	1,41
9	Oferta de bebidas (não alcoólicas e comidas	314	5,32	1,5
10	Relações sociais	309	5,24	1,97
11	Oferta de bebidas alcoólicas	252	4,27	1,99

Fonte: elaborado pelo autor.

A título de comparação foi feito o mesmo com os dados do público geral e do público que não salientou rock como estilo musical que frequenta show.

Tabela 3 – Comparação dos fatores do público rock versus público geral

Público Rock			Todos os respondentes	
Qualidade do som	96,4	0,3	96,1	Qualidade do som
Estilo musical	90,3	0,7	92,2	Limpeza do banheiro
Performance do artista	90,1	-0,1	90,9	Limpeza do ambiente de festa
Limpeza do banheiro	89,8	-2,4	90,1	Performance do artista
Limpeza do ambiente de festa	89,3	-1,6	89,6	Estilo musical
As filas dos caixas	86,7	3,0	84,0	As filas dos banheiros
As filas dos banheiros	85,5	1,4	83,6	As filas dos caixas
Cumprimento de horários à risca	78,9	-1,1	80,0	Cumprimento de horários à risca
A oferta de bebidas (não alcoólica) e comidas	76,0	-1,2	79,7	As relações sociais
As relações sociais	74,8	-4,9	77,3	A oferta de bebidas (não alcoólica) e comidas
Oferta de bebidas alcoólicas durante o show	61,0	3,6	57,4	Oferta de bebidas alcoólicas durante o show

Fonte: elaborado pelo autor.

É perceptível, através desse comparativo, que o público que não tem interesse apenas em shows de rock valoriza mais a questão estrutural (limpeza do banheiro e ambiente de festa), além das relações sociais. Em contrapartida, o “Público Rock” demonstrou valorizar mais os tópicos “Oferta de bebidas alcoólicas” e filas dos caixas.

### 4.3 Análise dos dados subjetivos

Nesta seção serão observadas as informações recolhidas das respostas dadas às questões subjetivas da pesquisa.

#### 4.3.1 Experiências memoráveis

Esta seção analisa os dados recolhidos referentes à resposta da pergunta “Relate, por favor, a(s) experiência(s) em shows musicais que foram mais memoráveis pra vocês? Justifique.”.

As experiências memoráveis em shows musicais são influenciadas por uma série de fatores que contribuem para tornar esses eventos marcantes e ao analisar os relatos dos participantes, é possível identificar elementos-chave que desempenham um papel significativo na criação de memórias duradouras.

1. Os participantes destacaram a importância da **conexão emocional** e da **interação** direta entre os artistas e o público. Segundo um dos respondentes, “a interação com o público e a presença de palco foram perfeitas”. Outro participante mencionou que “o cantor soube conduzir e envolver o público”.

2. Os participantes enfatizaram a **maestria sonora** e **perícia artística** dos músicos. Um dos respondentes destacou que “a excelência musical e a habilidade técnica dos músicos foram incríveis”. Além disso, a **qualidade do som** e a **iluminação** adequada também contribuíram para uma experiência mais imersiva. Conforme relatado por um dos participantes, “a qualidade do som e a iluminação contribuíram para a imersão no show”.

3. Os participantes mencionaram a importância da **organização** do local, sua **limpeza, conforto e infraestrutura** adequada. Um dos participantes ressaltou que “o ambiente era **seguro** e confortável, com uma boa organização do local” e outro disse “o ambiente era confortável, com assentos e banheiros limpos, além de um atendimento rápido e eficiente”. Além disso, a **presença de amigos** e pessoas com interesses musicais semelhantes criou uma atmosfera de camaradagem e compartilhamento de emoções. Conforme relatado por um dos respondentes, “a presença de amigos criou uma atmosfera de camaradagem e compartilhamento de emoções”, além de outro dizer “Estar com amigos e compartilhar essa experiência criou um senso de pertencimento e fortaleceu os laços entre nós”.

4. A presença de elementos únicos e exclusivos também contribui para tornar um show memorável. Isso pode incluir a oportunidade de assistir a shows de artistas **favoritos**, participar de festivais **renomados**, vivenciar performances interativas ou experimentar **shows temáticos em locais históricos**. Esses elementos adicionais agregam valor à experiência e contribuem para a formação de memórias distintas e especiais. Um dos participantes mencionou que “ter a oportunidade de assistir a shows de artistas favoritos foi uma experiência única”. Outro respondente ressaltou que “a participação em festivais renomados acrescentou valor à experiência”, e ainda esta resposta foi mencionada “Presenciar ao vivo o trabalho de artistas que tiveram um impacto significativo em nossas vidas é uma experiência especial e inesquecível”.

5. Os participantes destacaram que celebrar **marcos** importantes da vida e sentir-se parte de uma **comunidade musical** foram aspectos significativos para tornar um show memorável. De acordo com um dos participantes, “celebrar marcos importantes da vida tornou o show memorável”. Outro respondente mencionou que “sentir-se parte de uma comunidade musical criou uma conexão emocional com o evento”.

6. A surpresa de se deparar com uma apresentação cativante e talentosa de um artista **desconhecido** deixou uma marca duradoura na memória dos espectadores. Um dos participantes mencionou que “a descoberta de novos artistas despertou meu interesse por novos gêneros musicais”. Outro respondente ressaltou que “a apresentação de um artista desconhecido foi uma surpresa agradável e deixou uma marca na memória”.

#### 4.3.2 Avaliação subjetiva dos elementos de satisfação

Esta seção examina as respostas dadas à questão “Por favor, aponte as principais características que você avalia em um show musical e que influenciam a sua satisfação”.

A **qualidade do som** foi amplamente mencionada pelos participantes como um fator influente. Um respondente destacou: “A qualidade do som pra ouvir bem as músicas”. Além disso, a **performance da banda** também foi enfatizada: “A qualidade da banda/músicos”. Os arranjos musicais, a harmonia vocal e instrumental, a boa execução musical e a escolha do repertório foram mencionados como elementos que contribuem para uma experiência musical de qualidade.

Os participantes destacaram a importância da **estrutura** do local, a **organização** do evento, o **conforto** oferecido, a **segurança** no local e os **serviços de suporte** também foram mencionados. A **pontualidade** nas apresentações, as condições **climáticas** favoráveis e a disponibilidade de **estacionamento** adequado foram considerados fatores importantes para uma experiência positiva.

Os participantes valorizam a **conexão** entre artista e plateia, como mencionado por um respondente: “A interatividade do cantor com o público”. A **presença** de palco e a **conexão** emocional estabelecida durante o show foram citados como elementos que contribuem para uma experiência inesquecível.

Os participantes destacaram a primazia de um ambiente confortável e **acolhedor**: “Ambiente confortável”, mencionando também a disponibilidade de espaços físicos adequados, como áreas para **sentar e dançar**. A **proximidade** do palco, a localização estratégica do palco e a limpeza do local foram apontadas como fatores influentes. A iluminação, o cenário e a decoração também foram citados como elementos que contribuem para uma atmosfera agradável e envolvente.

A **valorização** pessoal e a sensação de **realização** são elementos subjacentes à satisfação em shows musicais. Foram mencionados o **sentido e significado** pessoal atribuído às músicas e ao trabalho

do artista: “Sentido e significado pessoal”, a valorização do artista ou da banda favorita e o significado emocional das músicas: “Valorização do artista/banda”, “Significado emocional das músicas”.

Além da interação com o artista, os participantes destacaram a importância da **interação social** e do estabelecimento de vínculos comunitários durante os shows: O encontro com amigos e parentes foi citado como um fator influente, tendo sido reportado “Encontro com amigos e parentes”. A possibilidade de compartilhar emoções, sentir-se parte de uma comunidade e experimentar uma atmosfera socialmente enriquecedora também foram mencionadas: “Compartilhamento de emoções”, “Sensação de pertencimento”.

Dentre os aspectos práticos e financeiros, os participantes mencionaram o preço dos ingressos como um fator que influencia sua satisfação. Além disso, os preços das comidas e bebidas, as promoções e a acessibilidade foram considerados elementos relevantes, além dos serviços de alimentação e higiene, como a disponibilidade de banheiros limpos.

Os participantes ainda destacaram a importância de encontrar shows que estejam alinhados com suas preferências musicais pessoais: “Estilo de música”, “Preferências musicais pessoais”.

#### 4.3.3 Pontos positivos e negativos

A análise das respostas coletadas em relação à pergunta “Quais os pontos positivos e negativos na percepção de vocês, em se frequentar um show musical?” revelou uma variedade de opiniões dos participantes.

Nos pontos positivos, as respostas dos participantes destacaram principalmente a apreciação da música ao vivo, o prazer de ver seus ídolos performando, a oportunidade de criar memórias duradouras e a socialização com amigos ou pessoas queridas. Por exemplo, um dos participantes expressou: “Positivo: ir no show do seu ídolo, ficará guardado pra sempre na memória” e “Positivos a experiência de compartilhar momentos com quem se gosta, e as sensações que a música proporciona, principalmente quando faz parte do seu gosto musical.”

Algumas respostas enfatizaram a importância da música e dos shows em seus ambientes e como eles desfrutaram de tais eventos. Uma dessas respostas foi: “Cresci em um ambiente musical, e sempre apreciei tudo isso, amo ouvir músicas e ir em shows, principalmente as antigas.”

Foram mencionados aspectos como relaxamento, diversão e a alegria proporcionada pelos shows. Um participante compartilhou: “Positivos: relaxar, se divertir, cultura e alegria.” Outro

participante relatou que um aspecto positivo seria “A diversão.” Uma das respostas também se destacou por mencionar o show como uma forma de entretenimento saudável: “Positivos: é um entretenimento bom, saudável se for para realmente curtir a música.”

Essas respostas enfatizam a variedade de elementos positivos percebidos pelos participantes ao frequentarem shows musicais, destacando a apreciação da música, a socialização e as memórias criadas como alguns dos principais fatores.

Nos pontos negativos, a logística, incluindo deslocamento e estacionamento, foi destacada como um problema por alguns participantes. Uma das respostas que exemplifica essa questão foi: “Pontos negativos muitas vezes a logística de deslocamento (estacionamento, transporte por App...)”.

Atraso no início dos shows foi elencados como um ponto negativo. Além disso, preços altos também foram apontados como uma barreira para frequentar shows, como mencionado nas respostas: “Negativo: muito caro” e “Negativo: valores altos”.

Por fim, desorganização, lotação, filas enormes para usar o banheiro foram apontados como pontos negativos vivenciados em eventos musicais.

#### 4.3.4 Público “Não-Rock”

Após analisar as respostas dos participantes que não citaram rock como um estilo de preferência, foram identificados alguns fatores que poderiam influenciá-los a comparecer a um show musical de um estilo que não apreciam.

Abaixo são escrutinadas as respostas dadas pelo público “Não-Rock” à pergunta “Existe algo que poderia influenciar vocês a comparecerem a um show musical de um estilo que você não aprecia? Se sim, por favor, descreva”.

A presença de pessoas com quem eles iriam, como amigos e familiares, foi mencionada como um fator importante, por exemplo, um dos respondentes disse: “Apenas as pessoas com quem eu iria”. A companhia é considerada como um aspecto influente para se sentirem confortáveis e desfrutarem da experiência, mesmo que não seja o estilo musical de sua preferência. Outro participante mencionou a importância da "Companhia de amigos, boa comida e bebida a preços acessíveis" e outro citou a "Presença de amigos, sorteios, jogos de interação entre artista e pessoas que estão assistindo, boa comida".

Outro fator mencionado foi o renome do artista ou a admiração por ele sendo a reputação e o prestígio do artista capazes de despertar o interesse e motivar esses participantes a comparecerem a um show, mesmo que o estilo musical não seja o seu preferido: “Ser um artista muito conhecido e reconhecido, de modo que seria uma experiência única”.

Participantes destacaram a importância da “Comodidade” e do “Local do show ser de fácil acesso”. A facilidade de acesso e a proximidade do local podem influenciar a decisão de participar do evento, independentemente do estilo musical.

A interação social e a oportunidade de conviver com pessoas novas também foram citadas como fatores influentes. Um dos respondentes mencionou a "Oportunidade de conviver com pessoas novas e fazer amigos" e outro destacou: “Estar junto com a **comunidade** no serviço a Deus - positivo”. A interação social e a possibilidade de estabelecer conexões pessoais podem tornar a experiência mais agradável, mesmo que o estilo musical não seja de sua preferência.

A qualidade musical e a letra/melodias das músicas foram citadas como fatores que poderiam despertar o interesse mesmo em um estilo musical diferente. Um dos participantes mencionou: “A qualidade musical e a letra e melodias das músicas, se forem boas, mesmo não sendo meu estilo eu curtiria”, indicando que a apreciação da música em si, independentemente do estilo, pode ser um fator relevante para atrair esses participantes a um show.

A presença de efeitos visuais também foi mencionada como um elemento que poderia influenciar a decisão de comparecer a um show de um estilo musical não preferido: “Efeitos visuais”. A adição de elementos visuais e visuais atraentes durante o show pode tornar a experiência mais interessante e envolvente.

Boa comida, bebida a preços acessíveis e serviços de suporte adequados, também foram citados como fatores influentes, destacando a importância de uma experiência completa e satisfatória, incluindo aspectos além da música em si.

## 5 DISCUSSÃO

A amostra de 138 participantes foi reduzida a 59 após estratificação focada no público do autor da pesquisa. Os respondentes têm idade entre 18 e 59 anos (com média de 30 anos) com a divisão praticamente igual de homens e mulheres. Como o foco desta pesquisa era apenas uma análise dos fatores de satisfação dos entrevistados, demais variáveis demográficas ou socioeconômicas (etnia,

estado civil, educação, renda, ocupação, situação de moradia) não foram tomadas em consideração. Estudos futuros poderão compreender mais profundamente a partir dos fatores não observados nesta pesquisa.

Na segunda seção, os entrevistados responderam a uma escala likert, atribuindo a cada um dos fatores indicados, grau de importâncias para sua satisfação num show musical. Desse modo, o público elegeu, por ordem decrescente de estima: Qualidade do som, estilo musical, performance do artista, limpeza do banheiro, limpeza do ambiente de festa, fila dos caixas, filas dos banheiros, cumprimento rigoroso dos horários, oferta de bebidas não alcoólicas e comidas, relações sociais, disponibilidade de bebidas alcoólicas. Comparando com o público de 110 (mantendo as pessoas que não citaram rock), apesar de o ranqueamento ser diferente, as notas apresentaram-se bem semelhantes, tendo o público rock dado mais relevância significativa à venda de bebidas alcoólicas e filas dos caixas, enquanto o geral, limpeza dos banheiros e ambiente de festa e relações sociais.

Observando as respostas à questão “Relate, por favor, a(s) experiência(s) em shows musicais que foram mais memoráveis pra vocês? Justifique”, foi possível notar que conexão emocional e interação entre artista e público, excelência musical e artística, organização, limpeza, conforto e infraestrutura adequada, presença de amigos e compartilhamento de emoções, elementos exclusivos, como o artista preferido, estar num festival renomado e performances interativas, celebrar marcos importantes, descoberta de novos artistas foram ressaltados como principais fatores que levavam um show a ser memorável.

Quanto à subjetiva exposição dos elementos de satisfação, foram mencionados fatores como: Qualidade do som, mencionada como um fator influente, incluindo a capacidade de ouvir bem as músicas e a qualidade da banda, estrutura do local e organização do evento, conforto oferecido, segurança, serviços de suporte, pontualidade nas apresentações, condições climáticas favoráveis e disponibilidade de estacionamento adequado, conexão entre artista e plateia, presença de palco, engajamento emocional, ambiente confortável e acolhedor, disponibilidade de espaços físicos adequados, proximidade do palco, localização estratégica, limpeza, iluminação, cenário e decoração, sentido e significado pessoal atribuído às músicas e ao trabalho do artista, valorização do artista ou banda favorita, significado emocional das músicas, encontro com amigos e parentes, compartilhamento de emoções, sensação de pertencimento a uma comunidade, atmosfera socialmente enriquecedora, preço dos ingressos, preços das comidas e bebidas, promoções, acessibilidade, serviços de alimentação

e higiene (disponibilidade de banheiros limpos), e preferências musicais pessoais: importância de encontrar shows alinhados com as preferências musicais pessoais.

Acerca dos pontos positivos, foram salientados: apreciação da música ao vivo, prazer de ver ídolos performando, oportunidade de criar memórias duradouras, socialização com amigos ou pessoas queridas, ambiente musical agradável, relaxamento, diversão e alegria proporcionados pelos shows, entretenimento saudável, apreciação de diferentes estilos musicais. Sobre os pontos negativos, atrasos no início dos shows, desorganização e falta de estrutura, filas longas para o uso do banheiro, logística, incluindo deslocamento e estacionamento, lotação excessiva, preços altos dos ingressos se destacam nas respostas.

Por fim, o público “Não-Rock” esclareceu que elementos os fariam comparecer a um show musical que não têm interesse no estilo tocado seriam principalmente: boa comida, bebida a preços acessíveis e serviços de suporte adequados, comodidade do local do show, interação social e oportunidade de conviver com pessoas novas, presença de pessoas com quem iriam, como amigos e familiares, presença de efeitos visuais, qualidade musical e letra/melodias das músicas, renome do artista ou admiração por ele.

## **5.1 Interpretação Dos Resultados**

Os resultados obtidos nesta pesquisa estão alinhados com a literatura existente no campo de estudos sobre satisfação em shows musicais, pois estudos anteriores destacaram a importância de elementos como a qualidade do som, a interação entre artistas e público, a organização do evento, o conforto do local e a valorização pessoal como fatores influentes na experiência do público em shows musicais.

Por exemplo, em relação à importância da qualidade do som, diversos estudos têm enfatizado que a boa acústica e a clareza do som são fundamentais para proporcionar uma experiência satisfatória aos espectadores Guillon (2015). Os participantes desta pesquisa também destacaram a qualidade do som como um fator relevante para sua satisfação, enfatizando a importância de poder ouvir bem as músicas e apreciar a habilidade técnica dos músicos.

A interação entre artistas e público, mencionada pelos participantes como um elemento significativo, está em consonância com pesquisas anteriores que destacam a importância da conexão emocional entre artistas e espectadores (SWARBRICK et al., 2019). Estudos têm demonstrado que a

interação e a proximidade entre artistas e público durante os shows contribuem para uma experiência mais satisfatória e envolvente.

A organização do evento, a limpeza, o conforto e a infraestrutura adequada também foram citados pelos participantes como fatores influentes para sua satisfação. Esses resultados corroboram com estudos que apontam a importância de uma gestão eficiente do evento, incluindo a organização do local, a disponibilidade de espaços adequados, a limpeza dos banheiros e a qualidade dos serviços de suporte Guillon (2015).

## 6. CONCLUSÃO

Este estudo oferece insights úteis para profissionais envolvidos com eventos musicais, organizadores de shows e tomadores de decisão. Ao entender o que realmente satisfaz o público em um show, eles podem melhorar a experiência, tornando-a mais prazerosa e inesquecível.

Na prática, os resultados ressaltam a necessidade de um som de qualidade, interação significativa entre artistas e público, organização eficiente do evento, ambiente confortável e limpo, e a promoção de conexões sociais entre os participantes. Esses fatores devem ser levados em conta na concepção e realização de shows, visando sempre a melhor experiência para o público.

Além disso, é perceptível que a satisfação se conecta com momentos marcantes causados por inúmeros fatores, como presença elementos exclusivos e considerados especiais, assistir à performance de um artista que considere importante, fazer parte de uma comunidade musical, que conecta fãs e músicos.

Pontos positivos e negativos foram apontados para ir a shows musicais, estes sendo deslocamento e estacionamento, preço dos ingressos, atrasos e superlotação, aqueles, apreciação da música ao vivo, ver ídolos performando, criação de memórias duradouras e socialização com amigos e pessoas queridas.

Ainda é possível notar que para atrair pessoas que não estão predispostas para o estilo alvo da pesquisa, é necessário estar num ambiente cômodo para a ida, acontecer convites de amigos desses entrevistados, apresentar elementos especiais nos show, como efeitos visuais, ter comida e bebida a preços acessíveis.

No entanto, é importante reconhecer as limitações deste estudo. A amostra foi relativamente pequena, o que pode limitar a aplicação dos resultados para a população em geral. Além disso,

variáveis demográficas e socioeconômicas, como etnia, educação e renda, não foram consideradas, o que pode ter impacto nos resultados. As respostas dos participantes foram subjetivas e baseadas em suas percepções individuais, o que pode introduzir vieses na interpretação dos resultados.

Apesar das limitações, há oportunidades para pesquisas futuras. Estudos com amostras maiores e mais representativas podem fornecer uma visão mais abrangente dos fatores que influenciam a satisfação do público em shows musicais. A inclusão de variáveis demográficas e socioeconômicas adicionais pode permitir uma compreensão mais completa das preferências e comportamentos do público.

Essas descobertas são úteis para profissionais de eventos e organizadores de shows, que podem usar essas informações para melhorar a experiência do público. Além disso, do ponto de vista teórico, este estudo contribui para o conhecimento existente sobre a satisfação do público em shows musicais, acrescentando evidências empíricas aos conceitos teóricos. Por fim, é importante reconhecer as limitações do estudo e sugerir áreas para pesquisas futuras que possam abordar essas limitações e expandir nosso entendimento nesse campo.

## 7 REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, R. Estudo sobre o grau de satisfação dos usuários do serviço de transporte coletivo prestado pela empresa Viação Cidade Corumbá ao município de Corumbá/MS. **Revista GeoPantanal**, Campo Grande, v. 12, n. 23, p. 215-230, jan. 2017.
- BALLANTYNE, J.; BALLANTYNE, R.; PACKER, J. Designing and managing music festival experiences to enhance attendees' psychological and social benefits. **Musicae Scientiae**, v. 18(1), p. 65–83, 2014.
- BATTERTON, K. A.; HALE, K. N. The Likert Scale What It Is and How To Use It. **Phalanx**, v. 50, n. 2, 32–39, jun. 2017.
- CACCIATORI, F. A.; LOPES, G. S. C. **Perfil dos frequentadores de casas noturnas das regiões da Amrec, Amesc e Amurel**. In: **III Seminário de Ciências Sociais Aplicadas**, n. 3, 2012, Criciúma. Artigos. p. 1 – 10.
- CHEN, W.C.; LEE, C.F.; LIN, L.Z. Investigating factors affecting festival quality: a case study of Neimen Song Jiang Jhen Battle Array. **African Journal of Marketing Management**, v. 4 n. 2, p. 43-54, fev. 2012.
- COLE, S.T.; CHANCELLOR, C. Examining the festival attributes that impact visitor experience, satisfaction and re-visit intention. **Journal of Vacation Marketing**. V. 15, n. 323-333, abr. 2009.
- CRUZ, M. S. R.; MENEZES, J. S.; PINTO, O. **Festas culturais: tradição, comidas e celebrações**. In: **I Encontro Baiano de Cultura**. 2008, Salvador: FACOM/UFBA, 2008.
- DENORA, T. Music in everyday life. **Cambridge University Press**. 2000.
- ESU, B.B.; ARREY, V.M. Tourists' Satisfaction with Cultural Tourism Festival: A Case Study of Calabar Carnival Festival. **International Journal Of Business And Management**. Nigeria, p. 116-125, mar. 2009.
- ESU, B.B. Analysis of event quality, satisfaction and behavioral intentions of attendees of Calabar Festival. **International Journal Of Business And Administration Research Review**. Nigeria. p. 01-12, jan, 2014.
- FRITH, S. **Performing rites**: Evaluating popular music. Oxford: Oxford University Press, 1998.

- GANDRA, Alana. Rock in Rio tem receita estimada acima de US\$ 158 milhões. **CNN Brasil**, Rio de Janeiro, 23 ago. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/rock-in-rio-estima-receita-acima-de-us-158-milhoes/>. Acesso em: 19 jul. 2023.
- GETZ, D. Event management and event tourism (2th ed.). **Tourism Management**. Nova York., v. 28, n. 1, p. 352-353, 2005.
- GIMENEZ, Elza. Rock in Rio gerou impacto de R\$ 1,7 bilhão para a cidade. **G1**. Rio de Janeiro, 12 set. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/rock-in-rio/2022/noticia/2022/09/12/rock-in-rio-gerou-impacto-de-r-17-bilhao-para-a-cidade.ghtml>. Acesso em: 19 jul. 2023.
- GUILLON, Olivier. **Investigating factors affecting visitors' satisfaction and loyalty with live musical performances: the case of Swiss music festivals**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Curso de Administração, Universidade de Genebra, Genebra, 2015.
- HALL, Colin Michael. **Hallmark tourist events: Impacts, management, and planning**. Londres: Prentice Hall, 1992.
- HARGREAVES, David; NORTH, Adrian. **The social psychology of music**. Oxford: Oxford University Press, 1997.
- IVÁNYI, T. **Measuring customer satisfaction and factors of experience in the case of tourism events and festivals**. In: **THE 9TH INTERNACIONAL CONFERENCE ON MANAGEMENT**. Gödöllő. Artigo. 2019.
- JUSLIN, P. N.; VÄSTFJÄLL, D. Emotional responses to music: The need to consider underlying mechanisms. **Behavioral and Brain Sciences**, v. 31, n.5, 559-575, 2008.
- KITTS, Thomas. (2017). Antoine Hennion, The Passions for Music: A Sociology of Mediation. **Volume!**, v. 14, n. 1, p. 212-215, dec. 2017.
- LARÁN, J. A.; ROSSI, C. A. V. Surpresa e a formação da satisfação do consumidor. **RAE Eletrônica**, v.5, n.1, 2006.
- LEE, J.; LEE, J.; WICKS, B. E. Segmentation of Festival Motivation by Nationality and Satisfaction. **Tourism Management**, v.25, n.1, p.61-70, 2004.
- MARCHETTI, R.; PRADO, P. H. M. Um tour pelas medidas de satisfação do consumidor. **Revista de Administração de Empresas**, v. 41, n. 4, dez. 2001.
- MOWEN, A.; VOGELSONG, H.; GRAEFE, A. R. Perceived crowding and its relationship to crowd management practices at park and recreation events. **Event Management**, v. 8, n. 2, p. 63-72, 2003.

- NUNNALLY, J. C. **Psychometric theory**. New York: McGraw-Hill, 1978.
- OLIVER, Richard. **Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer**. New York: McGraw-Hill, 2010
- O'NEILL, K.; EGERMANN, H. Development of the Social Experience of a Concert Scales (SECS): The Social Experience of a Live Western Art Music Concert Influences People's Overall Enjoyment of an Event but not Their Emotional Response to the Music. **Music & Science**, v. 5, jun. 2022.
- O'TOOLE, W., et al. **Festival and Special Event Management** (5<sup>a</sup> ed.). Routledge, 2010.
- ÖZDEMİR, G.; ÇULHA, O. Satisfaction and loyalty of festival visitors. **International Journal Of Tourism & Hospitality Research**. p. 359-373, jan. 2009.
- PACKER, J.; BALLANTYNE, J. The impact of music festival attendance on young people's psychological and social well-being. **Psychology of Music**. v. 39, n. 2, p. 164–181, 2011.
- PAIVA, V. A pesquisa narrativa: uma introdução. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, Minas Gerais, v. 8, n. 2, 2008.
- PIRES, L. M. G.; FAGUNDES, A. F. A. Nos Embalos de Shows Musicais: Um Estudo com Grupos Focais sobre Satisfação dos Frequentadores de Shows Musicais e Socialização entre Eles. **Brazilian Journal of Marketing**, v. 16, n. 2, 2017.
- RENTFROW, P. J.; GOSLING, S. D. The Do Re Mi's of Everyday Life: The Structure and Personality Correlates of Music Preferences. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 84, n. 6, p. 1236-56, jun. 2003
- SACKS, Adam; MARIANO, Michael. The Concerts and Live Entertainment Industry: A Significant Economic Engine. **Oxford Economics**, 26 jul. 2021. Disponível em: <https://www.oxfordeconomics.com/resource/livemusic/>. Acesso em: 19 jul. 2023.
- SPRENG, R.A.; MANKENZIE, S.B.; OLSHAVSKY, R.W. A Reexamination of the Determinants of Consumer Satisfaction. **Journal of Marketing**, v. 60, p. 15-32, 1996.
- STOKES, MARTIN. **Ethnicity, identity and music: The musical construction of place**. Oxford: Berg, 1994.
- TKACZYNSKI, A.; STOKES, E. **All that jazz! Festival-specific predictors of service quality, satisfaction and repurchase intent**. In: **ANZMAC 2005: BROADENING THE BOUNDARIES**, 2005, Fremantle. University of Western Australia Press, 2005. p. 248-254, 2005.

WIJERMANS, N.; CONRADO. VAN STEEN, M., MARTELLA, C.; LIE, J. **A landscape of crowd-management support: an integrative approach.** Disponível em: [https://ris.utwente.nl/ws/portalfiles/portal/91326334/2016.safety\\_science.pdf](https://ris.utwente.nl/ws/portalfiles/portal/91326334/2016.safety_science.pdf), 2016.

YOON, Y.-S.; LEE, J.; LEE, C.-K. Measuring Festival Quality and Value Affecting Visitors' Satisfaction and Loyalty Using a Structural Approach. **International Journal of Hospitality Management**, v. 29, n. 2, p. 335-342, 2010.

**APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS****QUESTIONÁRIO****A – PERFIL DO ENTREVISTADO****1 Gênero:**

( ) Masculino ( ) Feminino ( ) Outro

**2 Idade: \_\_\_\_\_****3 Você foi em shows musicais nos últimos 12 meses?**

( ) Sim ( ) Não

**4 Por favor, aponte as principais características que você avalia em um show musical e que influenciam a sua satisfação:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Discorra sobre a influência dos seguintes fatores na sua satisfação em frequentar um show musical**

**5 Relações sociais (amigos, parentes, colegas de trabalho que também comparecerão ao mesmo show que você):**

( ) Nada importante ( ) Pouco importante ( ) Razoavelmente importante ( ) Importante  
( ) Muito importante ( ) Extremamente importante

**6 Qualidade do som (equipamentos usados):**

( ) Nada importante ( ) Pouco importante ( ) Razoavelmente importante ( ) Importante  
( ) Muito importante ( ) Extremamente importante

**7 Estilo musical:**

( ) Nada importante ( ) Pouco importante ( ) Razoavelmente importante ( ) Importante  
( ) Muito importante ( ) Extremamente importante

**8 Performance do artista:**

- ☐ Nada importante ☐ Pouco importante ☐ Razoavelmente importante ☐ Importante  
☐ Muito importante ☐ Extremamente importante

**9 Limpeza do ambiente de festa:**

- ☐ Nada importante ☐ Pouco importante ☐ Razoavelmente importante ☐ Importante  
☐ Muito importante ☐ Extremamente importante

**10 Limpeza dos banheiros:**

- ☐ Nada importante ☐ Pouco importante ☐ Razoavelmente importante ☐ Importante  
☐ Muito importante ☐ Extremamente importante

**11 Cumprimento de horários à risca:**

- ☐ Nada importante ☐ Pouco importante ☐ Razoavelmente importante ☐ Importante  
☐ Muito importante ☐ Extremamente importante

**12 Oferta de bebidas (não alcoólicas) e comidas:**

- ☐ Nada importante ☐ Pouco importante ☐ Razoavelmente importante ☐ Importante  
☐ Muito importante ☐ Extremamente importante

**13 Oferta de bebidas alcoólicas:**

- ☐ Nada importante ☐ Pouco importante ☐ Razoavelmente importante ☐ Importante  
☐ Muito importante ☐ Extremamente importante

**14 Filas dos caixas:**

- ☐ Nada importante ☐ Pouco importante ☐ Razoavelmente importante ☐ Importante  
☐ Muito importante ☐ Extremamente importante

**15 filas dos banheiros:**

- ☐ Nada importante ☐ Pouco importante ☐ Razoavelmente importante ☐ Importante  
☐ Muito importante ☐ Extremamente importante

**14) Relate, por favor, a(s) experiência(s) em shows musicais que foram mais memoráveis pra vocês?**

**Justifique:** \_\_\_\_\_

---

---

**15) Quais os pontos positivos e negativos na percepção de vocês, em se frequentar um show musical?**

---

---

---

**16) Existe algo que poderia influenciar vocês a comparecerem a um show musical de um estilo que você não aprecia? Se sim, por favor, descreva.**

---

---

---