

Campus Party Brasil: Como os Eventos Podem Contribuir para a Criação de Tribos¹

Taíla Lopes Quadros²

Resumo

Análise de o que leva as pessoas a se sentirem como parte de uma tribo e como os eventos podem ser responsáveis por criar um ambiente propício para a criação desse sentimento. A questão foi estudada a partir da análise da percepção de participantes do evento Campus Party Brasil. Os conceitos de eventos, imaginário, personagens e tribos também foram estudados. O trabalho utilizou como metodologia a entrevista semiestruturada. As pessoas selecionadas para as entrevistas possuem diferentes relações com o evento. O resultado foi analisado sob a perspectiva da sociologia compreensiva trabalhada pelo sociólogo Michel Maffesoli. A partir da análise das entrevistas, foi identificada a tríade de elementos que fazem parte da construção do imaginário de tribo em um evento, sendo eles o espaço, a presença e a imersão.

Palavras-chave

Campus Party Brasil. Imaginário. Eventos. Tribos.

1 Introdução

Os eventos costumam ser pontos de encontro de pessoas com interesses em comum há muitos anos. Porém observa-se que determinados acontecimentos possuem uma cola social que une os participantes não só durante o episódio presenciado, mas também após a sua realização, criando um vínculo mais longo, duradouro e afetivo entre as pessoas e os momentos vivenciados.

Como um exemplo dessa vivência, pode-se destacar a *Campus Party* Brasil, um encontro que promove inovação e tecnologia e onde se observa que a interação entre os participantes se torna uma comunhão que perdura entre as edições.

Para entender como um evento pode se tornar um marco na vida de muitas pessoas buscou-se responder à pergunta: “Como um evento como a *Campus Party* Brasil pode ser meio para a construção de um imaginário tribalista?”.

Para tal, foi estudado o conceito de tribos e a sua formação, além dos conceitos de imaginário, do evento *Campus Party* Brasil e das pessoas que participam do evento. Além de buscar entender o conceito de tribalismo que forma a comunidade e o sentimento de pertencimento, identificar quais elementos fazem com que esse evento seja considerado uma

¹ Trabalho apresentado em Comunicações Livres, atividade integrante do XVIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

² Doutoranda do Curso de Comunicação Social da FAMECOS-PUCRS, taila.quadros@edu.pucrs.br.

experiência tão relevante a ponto de o ambiente proporcionar o surgimento de uma tribo durante a sua realização e investigar os impactos para o imaginário de tribo com a realização da *Campus Party* no formato digital em 2020, devido à pandemia de Covid19.

Para isso, a metodologia do trabalho buscou, por meio de entrevistas semiestruturadas, compreender quais são os fatores de um evento que podem ser diferenciais no momento de fazer com que as pessoas participantes criem laços afetivos com um acontecimento específico. A análise das respostas foi pautada a partir do conceito da sociologia compreensiva baseada na obra de Michel Maffesoli, *O Conhecimento Comum*.

As constatações levantadas por essa pesquisa podem ser de grande valia em diferentes contextos, trazendo mais informações para empresas, organizações e para a academia sobre os elementos que são essenciais no planejamento e realização de eventos para fazer com que os participantes se sintam pertencentes a um grupo e sejam inclusive propagadores das atividades da qual eles tiveram a oportunidade de fazer parte.

2 Estratégias metodológicas

A coleta de dados foi feita com entrevistas semiestruturadas com pessoas que podem ser identificadas dentro de alguns perfis de campuseiros que participam do evento. Já a análise das respostas obtidas foi realizada a partir das diretrizes da sociologia compreensiva sob a ótica de Michel Maffesoli.

Como técnica, o objetivo foi trabalhar com entrevistas semiestruturadas com as pessoas identificadas como partes que compõem o evento. Para entrevista, encontram-se definições de diferentes autores como "a entrevista é uma técnica de observação direta intensiva muito empregada na pesquisa das ciências sociais: sociologia, antropologia, política, serviço social, psicologia social, jornalismo, relações públicas, etc." (ANDRADE, 2004, p. 34). Para Siqueira (2013), a entrevista é uma espécie de conversa entre o pesquisador e o pesquisado para coletar informações relevantes para as pesquisas realizadas.

Marconi e Lakatos (1996) definem entrevista como um encontro para obter informações sobre determinado assunto. Esse procedimento é utilizado na investigação social, para coletar dados, realizar diagnósticos ou buscar tratamentos para problemas sociais. Por entrevista semiestruturada entende-se como uma série de perguntas abertas e fechadas, para que a pessoa entrevistada possa falar de forma livre sobre o tema proposto. Nessa situação, o pesquisador deve seguir o conjunto de perguntas pré-definidas, contudo em um contexto de conversa informal.

A aplicação da entrevista visou determinar os sentimentos para entender o comportamento e a conduta dos entrevistados pelos seus anseios e emoções relacionadas à participação no evento *Campus Party* Brasil. Além de procurar descobrir quais fatores podem influenciar as opiniões e sentimentos do público sobre a sua participação em um evento.

Após a realização das conversas, estas foram transcritas para que a análise de cada diálogo pudesse ser feita, juntamente com o levantamento dos pontos comuns e das divergências de cada fala para o desenvolvimento do estudo sobre o sentimento e a percepção dos entrevistados em relação a formação da tribo de campuseiros da *Campus Party* Brasil. A análise das conversas seguiu o olhar já citado da sociologia compreensiva, não julgando pensamentos e escolhas dos entrevistados, mas com foco em entender o contexto em que cada pessoa está inserida e a sua vivência e relação com o objeto estudado.

2.1 Sobre a análise

Como metodologia de análise foi utilizada a sociologia compreensiva, que, segundo Maffesoli (2010), tem como princípio levar em consideração a motivação dos indivíduos na prática das ações sociais, na qual a criação da realidade social é resultado do conjunto dos atos das pessoas. No método apresentado, os valores culturais dos pesquisadores são parte dos critérios para a seleção do objeto de investigação e para a construção dos quadros interpretativos. Aqui o pesquisador deve ter empatia e trabalhar a subjetividade. Além de ser necessário dosar a erudição e a paixão

o método compreensivo permite uma abordagem indutiva, toda ela feita de discernimento e rica em matizes. O “conhecimento ordinário” chama à baila a surpresa e o abalo que, há muito, instituem e constituem os fundamentos de toda obra de pensamento. (MAFFESOLI, 2010, p. 19)

Maffesoli (1988) defende que a erudição não deve ser a única lente utilizada para se analisar as questões sociológicas e que a realidade social e o lado comum da vida também dizem muito sobre o contexto contemporâneo de uma sociedade. Essas duas culturas, a erudita e a vinda dos sentimentos das pessoas comuns, podem ser válidas e trabalhadas de maneira conjunta, principalmente em um caso de análise do comportamento humano.

Para Maffesoli (1988), o conhecimento das pessoas comuns sempre gerou nos intelectuais descontentamento. O que realmente pode ser considerado um paradoxo, se for observado que o objeto dos estudos sociológicos não é levado em consideração no momento de chegar às conclusões. Uma sociedade pode estudar a si mesma e possui repertório para tal, por

suas vivências, experiências e conhecimentos adquiridos com o passar dos anos e das heranças geracionais.

Os acontecimentos da vida cotidiana podem não ser vistos como merecedores de atenção em muitos momentos, principalmente quando se está frente a acontecimentos grandiosos que marcam épocas, como revoluções, acidentes ou tragédias, porém mesmo esses momentos desencadeiam manifestações na socialidade dos indivíduos que transforma a realidade como a solidariedade, o envolvimento das paixões, os gestos e os discursos.

3 Eventos

De acordo com Cesca (2008), o evento é definido por um acontecimento, onde é possível atrair a atenção das pessoas que são consideradas o público de interesse para os organizadores. “A atração exercida por esse tipo de atividade, quando bem organizada, torna-se eficiente forma de elevar, manter ou recuperar conceito.” (CESCA, 2008, p. 13).

Para a comunicação, mais especificamente, para a área das relações públicas, o “evento é a execução do projeto devidamente planejado de um acontecimento, com o objetivo de manter, elevar ou recuperar o conceito de uma organização em seu público de interesse.” (CESCA, 2008, p. 20).

Para Matias (2013), os eventos também são retratados como acontecimentos e, desde os seus primeiros registros, são caracterizados por envolver a participação de diversas pessoas, desde o seu planejamento, passando pela organização até a sua realização onde ainda conta com os convidados ou participantes.

Observa-se que as pessoas têm o interesse em se reunir presencialmente com os seus pares em momentos marcantes da vida. Seja para celebrar um nascimento, uma união, vitórias, lutos ou compartilhar conhecimentos, os seres humanos buscam estar em comunidade para viver os momentos importantes da sua existência.

3.1 Os eventos e a sua relação com a mídia digital

Quando se fala em estudar a relação dos eventos com a mídia percebe-se que esse estudo percorre um longo caminho na história das mídias e da tecnologia. Deuze (2013) apresenta no artigo “Viver como um zumbi na mídia (é o único meio de sobreviver)” a questão que as pessoas vivem na mídia e não com a mídia. Ou seja, como se vê na ecologia da mídia, todos fazem parte dela.

As pessoas estão imersas e isso não significa uma constatação totalmente negativa, também pode ter um lado positivo, pois ele defende que para sobreviver na sociedade atual é

preciso dominar as técnicas para continuar fazendo parte. O autor faz ainda um paralelo com a questão de que retirar o cérebro pode ser considerada a única forma de matar um zumbi, assim como ocorre com as pessoas e a dificuldade de desligamento da tecnologia.

Outro ponto a ser destacado é que as pessoas estão imersas na mídia e não percebem. As experiências dentro de casa, no trabalho, na escola, no amor, na diversão, são todas mediadas pela mídia e isso acelera essa fusão de tudo com a mídia. O autor (2013) traz o porquê de as pessoas serem consideradas zumbis, respondendo sem pensar ao chamado dos aparelhos, usando a mídia de forma que apaga o que diferencia cada um como indivíduo, gravando e expondo a si mesmos e aos outros de forma mixada.

Ou seja, se mostram fragmentos do que se é ou de como se gostaria de ser, mas como existem padrões específicos, muitas pessoas podem acabar se tornando a representação de um mesmo indivíduo. As pessoas navegam pelas mídias apenas fazendo o que as mídias precisam, entregando o que o algoritmo pede e diz que faz mais sucesso.

A partir desse ponto, pode-se refletir que todas as formas nas quais as pessoas podem ser consideradas parte de um todo sem diferenciação, também podem ser um meio de entregar conteúdos de forma ampla para uma grande audiência, tornando o acesso mais democratizado. É necessário analisar que

a onipresença das mídias em geral e da mídia móvel, em particular, produz e reflete novas formas de sociabilidade. Por todo o campo, estudos sustentam a conclusão de que conexões mediadas imersivamente produzem diversidade cultural e singularidades tanto quanto fomentam aliança e tradicionalismo. (DEUZE, 2013, p.115)

Pode-se constatar que a imersão na mídia também permite às pessoas uma maior integração com os seus pares, mesmo que a distância, como formas de criar laços, desenvolver comunidades e promover movimentos. “Em termos gerais, parece que nossas vidas na mídia servem para minar hierarquias institucionais e introduzir mobilidade nas relações sociais.” (DEUZE, 2013, p.115-116). Isso pode ser observado na realização dos eventos *on-line*, por exemplo, com os participantes em suas casas, porém conectados pelos mesmos interesses.

O estudo da realização de eventos pode trazer uma nova forma de analisar as interações entre os indivíduos em suas tribos ou eventos, por exemplo. O fato de as mídias digitais terem ganhado força e espaço na mediação de interações e até na realização de eventos apresentam-se novas possibilidades de estudos da relação das mídias “com a constante reconstrução das culturas e dos indivíduos.” (BARICHELLO, 2017, p. 105). Ter a visão de como o mundo digital pode interferir na realização de eventos atualmente e na relação do público com tais encontros

é um ponto de reflexão que deve ser levado em consideração ao estudar o imaginário das tribos em encontros sociais.

4 *Campus Party*

O Instituto *Campus Party* é uma associação civil sem fins lucrativos com o objetivo de promover atividades em diferentes áreas como cultura, educação, inclusão digital e desenvolvimento tecnológico. Para isso, o Instituto possui duas frentes de trabalho, uma delas é a realização do evento presencial *Campus Party*, onde os participantes têm a possibilidade de vivenciar uma experiência tecnológica e cultural imersiva, acampando em um mesmo espaço, trocando conhecimentos entre comunidades, participando de *workshops*, assistindo palestras, realizando desafios e muitas atividades em grupos e para diferentes idades.

Durante a sua realização, observa-se uma grande entrega dos participantes, organizadores e voluntários e a integração de grupos e pessoas desconhecidas que passam a compartilhar do mesmo espaço por uma semana.

A *Campus Party* Brasil (CPBR), em seus eventos presenciais, possui três espaços principais para a convivência dos campuseiros: arena, *camping* e *open Campus*. A arena é onde acontecem as principais ações do evento. Trata-se do local de acesso apenas para os participantes inscritos e aberto 24 horas por dia durante toda a duração da *Campus*. É onde estão os palcos das palestras, onde são realizados os *workshops*, painéis e *hackathons* e onde estão as bancadas das comunidades dos participantes com seus computadores pessoais para ter acesso à internet.

O *camping* é o espaço disponível dentro do próprio pavilhão onde o evento é realizado com barracas e espaço com chuveiros para os campuseiros que desejam permanecer imersos durante toda a realização do encontro. Já a *open Campus*, é um espaço aberto ao público geral quem tem o intuito de apresentar as vivências do universo do evento. O local traz algumas palestras, espaços interativos, simuladores e atividades dos patrocinadores e o acesso é gratuito.

A *Campus Party* teve a sua primeira edição realizada no ano de 1997, no município de Mollina, localizado na província de Málaga, comunidade autônoma de Andaluzia, na Espanha e teve a presença de 250 pessoas, de acordo com Paco Ragageles, idealizador da *Campus Party*, em entrevista para o podcast Jovem Nerd (2012), o objetivo era levar pelo menos 1.000 pessoas para a estreia. As duas edições seguintes do evento ocorreram no mesmo local, no Centro Ibero-americano da Juventude, pertencente ao Instituto da Juventude do governo espanhol.

No seu primeiro ano de realização no Brasil, em 2008, o evento foi realizado na cidade de São Paulo e contou com a participação de 3,3 mil campuseiros, de acordo com o site do

evento (2021). O evento teve sua continuidade de realização na capital do estado de São Paulo nos anos seguintes.

4.1 Personagens - Quem faz parte do imaginário da *Campus Party* Brasil?

Foram mapeados e alinhados nove perfis de pessoas para compor quadro de participantes da CPBR que podem ser apresentadas e descritas da seguinte maneira:

1. *Gamer*: participante que vai ao evento com o principal objetivo de aproveitar o amplo acesso à internet para jogar *on-line*.

2. Voluntário/colaborador: participante que se candidata para trabalhar durante a realização do evento em diferentes funções de apoio aos palcos, palestrantes, participantes, comunicação, entre outras tarefas.

3. Palestrante: profissional de diferentes áreas que palestra em algum dos palcos do evento.

4. *Guild Master*: campuseiro que participa de algumas decisões com a organização, trazem ideias e sugestões de melhorias coletadas com os outros participantes do evento.

5. Membro de comunidade: os campuseiros participantes do evento podem se reunir em comunidades de acordo com os seus interesses pessoais.

6. Campuseiro *on-line*: participante que consumiu os conteúdos do evento nas edições virtuais e possui grande interesse nesse formato de evento.

7. Campuseiro antigo: participante que esteve presente nas primeiras edições do evento, pode ter continuado participando das edições subsequentes ou não.

8. Campuseiro das edições mais recentes: participante que compareceu a alguma das edições presenciais nos últimos três anos de realização, seja em três anos consecutivos, ou apenas alguma das edições.

9. Organizador de caravanas: campuseiro credenciado no evento como responsável por reunir participantes da sua região para que todos possam ir juntos para a cidade e o local de realização da CPBR.

5 Imaginário

Entre outras hipóteses sobre a definição de imaginário, Silva (2017) aponta uma explicação mais difundida na qual o imaginário é o que transforma as coisas consideradas banais e comuns em algo que pode ser considerado maravilhoso. O conceito analisado pelo autor parte do caminho de disseminação deste conceito de imaginário que é a “saturação do fantástico” (SILVA, 2017, p. 21), o imaginário existe em uma condição de utopia, está em um

chamado “não-lugar” e não pode ser conceituado, mesmo parecendo estar sempre à espera de uma definição.

As tecnologias também estão presentes quando se fala de imaginário, que inclusive é alimentado por elas, principalmente as tecnologias relacionadas à comunicação, porque o imaginário é sempre comunicação quando ocupa o lugar de comunhão. A internet, por exemplo, “é uma tecnologia de interatividade que alimenta e é alimentada por imaginários.” (MAFFESOLI, 2001, p. 80). O lado racional e utilitário da rede está presente, mas o que se destaca são as relações estabelecidas através da ferramenta. Para o autor (2001), as tecnologias do imaginário se utilizam de fontes imaginárias para alimentar os imaginários do público, como o cinema, por exemplo.

Silva (2006) afirma que as tecnologias ditas do imaginário são ferramentas usadas para propagar, difundir e, até mesmo, induzir a criação de determinados imaginários por parte dos indivíduos. Para o autor, “Os imaginários difundem-se por meio de tecnologias próprias, que podem ser chamadas de tecnologias do imaginário. (SILVA, 2006, p.8)”. Seriam essas tecnologias do imaginário responsáveis por disseminar o imaginário do período pós-moderno.

Dessa forma, as tecnologias do imaginário são definidas como “dispositivos (elementos de interferência na consciência e nos territórios afetivos aquém e além dela) de produção de mitos, de visões de mundo e de estilos de vida. Mas não são imposições.” (SILVA, 2006, p.22). Já que não trabalham a partir da imposição e do controle, as tecnologias do imaginário tendem para a sedução, onde o indivíduo aceita de bom grado, por livre escolha, fazer parte do sistema que o cerca, com o sentimento de que pode romper esse contrato a qualquer tempo. Ele, inclusive, está ali pela recompensa oferecida de prazer imediato. Aqui a sedução assume o lugar da razão e tudo passa a estar imerso na interatividade do lúdico e do emocional.

5.1 O imaginário e as tribos

As tribos metropolitanas, de acordo com Maffesoli (1988), emanam uma aura específica, aura essa que seria a atmosfera particular dos locais e atividades que possuem toda uma característica especial, como se tivesse cores e cheiros diferenciados, inclusive, onde todos estão imersos nessa aura da cultura informal. A aura dessas redes de amizades remete à proxemia, conceito relacionado ao estudo do espaço de proximidade ou distância entre as pessoas, essas conexões possuem como finalidade principal a reunião das pessoas sem uma finalidade ou objetivo específicos e se tornam movimentos cada vez mais comuns.

As tribos, segundo Maffesoli (1998), apresentam uma certa ambiguidade, pois, apesar de não dispensarem o uso das novas tecnologias, apresentam um lado bárbaro, com o interesse e a valorização do contato, a necessidade da presença e o desejo de afeto.

Maffesoli (1998) também defende que em uma sociedade complexa, cada pessoa pode viver sua pluralidade participando de uma multiplicidade de “tribos”, ajustando-se a cada contexto social e, mesmo assim, essas relações não passam a ser menos reais.

Essas relações podem ser “efêmeras em sua realização, mas nem por isso deixam de criar um estado de espírito que parece destinado a durar.” (MAFFESOLI, 1998, p. 208). Percebe-se então que os usuários, quando se encontram em um ambiente e formam determinada “tribo”, compartilham do mesmo sentimento de pertencimento que os faz muitas vezes desejarem novos encontros e criar conexões reais relacionadas àquele contexto.

5.2 As representações dos personagens em uma tribo

Goffman (2002) traz a visão de que os indivíduos representam personagens dentro dos diferentes contextos ou palcos em que atuam. Com isso, “o personagem que alguém representa e o próprio indivíduo são, de certa forma, equiparados, e este indivíduo-personagem é geralmente considerado como algo alojado no corpo do possuidor” (GOFFMAN, 2002, p. 231).

O indivíduo se faz personagem para tentar induzir algum tipo de imagem dos outros a seu respeito. Com isso e, levando em consideração o conceito de neotribalismo de Maffesoli, pode-se pensar que as pessoas usam diferentes personagens para fazer a sua participação nas diferentes “tribos” que fazem parte.

Para o autor (2002), quando as pessoas conhecem um novo indivíduo, desejam saber tudo o que for possível sobre ele. As informações fornecidas por um indivíduo aos demais de um determinado grupo quando passa a conhecê-lo passa por uma prévia avaliação do que vai ser dito de acordo com o que deseja que os outros saibam sobre si mesmo e com a impressão que deseja passar, seja apenas expressar a sua opinião ou impressionar os demais. As pessoas procuram entre as demais pontos que possam ter em comum para facilitar a criação do vínculo ou buscar controlar os pares de alguma forma.

6 Entrevistas com campuseiros

Para a realização da pesquisa foram realizadas nove entrevistas semiestruturadas com pessoas que correspondem a algum dos perfis de participantes do evento. Pode-se destacar,

dentre as respostas das entrevistas realizadas, alguns pontos em comum nas falas dos entrevistados.

A união da tribo se fez com a convivência diária, alguns entrevistados relataram que passaram a se sentir como parte da tribo após fazerem parte de uma comunidade e, até mesmo, após irem mais de uma vez para a *Campus Party* e conhecerem novas pessoas.

Foi observado o aumento do envolvimento das pessoas com o passar das edições que iniciaram a sua relação com a tribo como visitantes e muitos partiram para outras atividades com o desejo de contribuir para a melhoria do evento. Cada um encontrou uma maneira de colaborar com o crescimento da tribo, realmente vivenciando o encontro de forma mais aprofundada e com um sentimento de pertencimento que vai além da postura de visitante de uma conferência, onde os participantes e organização possuem papéis bem definidos e distintos dos visitantes.

Quando se fala do imaginário tribalista presente na *Campus Party* Brasil, a presença e a interação realizada com outros indivíduos desde o momento da fila ao chegar no centro de exposições até a imersão proporcionada pela estrutura física montada para receber os campuseiros são fatores que devem ser destacados como parte fundamental na construção desse imaginário.

O contato realizado pelos meios digitais foi considerado relevante para alguns dos entrevistados, mas não foi considerado um substituto em igualdade de condições à realização de um evento no formato presencial. Observa-se um desejo pela troca e pela convivência com os pares e isso aparenta ser mais prático e possível em um ambiente compartilhado presencialmente.

O contexto imersivo e que é bem-vindo por todos os entrevistados também possibilita visualizar uma situação de acolhida da tribo que permite o descanso de se sentir em um lar onde essas representações conscientes não são necessárias. Como se nesse momento fosse possível ser quem se é verdadeiramente. Independente de interesses pessoais, vestimenta ou forma de apresentação.

Sobre o interesse na realização do evento de maneira virtual realizado durante o período de isolamento social na pandemia de Covid-19 nenhum entrevistado expressou preferência pela sua participação quando se existe a possibilidade de comparecer ao evento no formato presencial. A preferência dos entrevistados por estarem presentes no evento ao invés de acompanharem as palestras de casa trouxe a importância da questão da proximidade necessária para os integrantes da tribo reforçarem os seus laços e a sua união, conforme levantado por Maffesoli (1998).

A ideia de acompanhar o evento *on-line* para alguns foi agradável e para outros não despertou o interesse ou o engajamento desejados pelas suas lembranças da *Campus Party*. Alguns gostaram dos conteúdos e acreditam que conseguiriam seguir acompanhando os conteúdos via computador, entendendo que os formatos podem ser alterados com o tempo e que nem sempre é possível manter tudo sempre da mesma maneira, porém com um sentimento de tristeza caso não fosse mais possível estarem presentes na CPBR.

Observa-se nesse caso como os pontos relacionados à imersão e à proximidade física entre os participantes são necessários para manter o imaginário tribalista vivo. O interesse nos conteúdos apresentados é genuíno, porém o que faz com que os indivíduos compareçam é a possibilidade da presença física.

Considerações Finais

A realização desta pesquisa permitiu a reflexão sobre esses e outros pontos que determinam a construção dos imaginários individuais e sociais construídos pelas pessoas. Observando o ambiente do evento *Campus Party* Brasil, é possível perceber que os participantes fazem parte de uma tribo, os *campuseiros*.

A autodenominação desse grupo que engloba todos os que participam do evento faz com que todos criem uma relação de afeto e carinho pelo evento. O principal fator que proporciona esse sentimento é o da imersão, com a possibilidade de acampar no espaço do encontro. Isso facilita com que os *campuseiros* permaneçam no mesmo espaço durante toda a realização do evento. Assim a realidade vivida no momento se sobrepõe à rotina e aos compromissos habituais do dia a dia e que tiram das pessoas o foco em aproveitar o momento e as atividades disponíveis.

Após a realização das entrevistas, pôde ser observado que de todos os entrevistados selecionados, os *campuseiros* que tiveram o seu primeiro contato com o evento como visitantes estabeleceram realmente uma relação de tribo, tanto durante o evento, quanto após, onde buscaram continuar mantendo vivas relações estabelecidas com os demais.

Mesmo com o crescimento e a evolução da tecnologia, as novas atrações e elementos adicionados, a tradição do acampamento se manteve. O objetivo inicial que une todos é científico, mas o que faz com que as pessoas permaneçam naquele espaço e busquem retornar nos anos seguintes é a possibilidade de rever os membros da sua tribo.

O fato de a estrutura montada suprir as necessidades básicas dos participantes durante a duração do acampamento faz com que o contato com o mundo exterior seja praticamente nulo e o centro de exposições se torne uma segunda casa. Uma casa onde se escolhe morar, com

vizinhos que se escolhe ou pelo menos se sabe que possuem gostos e interesses em comum, assim como as frustrações e inseguranças do mundo lá fora. Esse vínculo de compreensão mútua é mais um elemento que une os campuseiros e faz parte da construção desse imaginário de tribo.

A sensação de que esse é um lugar único no mundo onde se pode agir da maneira que se é sem precisar utilizar outras máscaras para interagir socialmente, proporciona um senso ainda maior de comunidade. A expectativa que se gera é para retomar conversas suspensas no ano anterior e que não puderam ser concluídas com pessoas que não pertencem à tribo, pois esses indivíduos não seriam capazes de compreender a magnitude desse sentimento.

Apesar de o conteúdo trabalho no evento ser um forte fator de união inicial não é ele o cimento social que une os membros dessa tribo. Fato verificado pelos comentários dos entrevistados sobre a edição *on-line* do evento que comentaram o menor interesse e engajamento com a *Campus Party* Digital que, mesmo tendo bons conteúdos e muitos palestrantes, não parece ser tão atrativa e não oferece o mesmo imaginário tribalista. O ambiente imersivo não está presente e as pessoas não estão fisicamente próximas.

O estar fisicamente próximo aqui é visto como um fator essencial para manter a união de tribo, já que no intervalo entre a realização dos eventos, os contatos já são mantidos de forma virtual, para que esse vínculo não seja completamente desfeito, contudo a visão de manter essa como a única forma de contato entre os participantes não é algo visto com grande empolgação pelos entrevistados. O interesse pela CPBR ainda existiria, mas com menos interesse e menos envolvimento e ainda com o sentimento de falta do elemento principal, as pessoas.

Os três pilares identificados na construção do imaginário tribalista na *Campus Party* Brasil são diretamente ligados ao corpo físico dos participantes, com a necessidade da presença de todos no local de realização, mesmo que estejam fazendo ou assistindo a algo que poderia ser feito ou acompanhado de suas casas, a imersão com a possibilidade de passar 24 horas dentro do ambiente onde o evento é realizado e também a periodicidade do encontro que mantém a sua proposta de ser realizado anualmente o que possibilita a criação de expectativas e de planejamento para um próximo encontro, com os relacionamentos sendo mantidos através das ferramentas da internet.

Esses pilares giram em torno do elemento do interesse comum a todos os participantes que, dentro desse ambiente de acolhimento se tornam parte da cola que une os campuseiros e os mobiliza a continuarem criando juntos ou simplesmente aproveitando o tempo que possuem.

A partir dos estudos realizados, foi possível compreender a formação do imaginário tribalista em um grupo de participantes de um evento. No caso do objeto estudado, a *Campus*

Party Brasil, foi possível identificar os pontos que fazem com que o público se sinta pertencente a um grupo social específico.

Entre todos os entrevistados, o vínculo relatado iniciou com um sentimento de curiosidade por buscar entender sobre o que a CPBR se tratava. Após o primeiro contato e ao término do encontro, houve o desejo de seguir participando de forma cada vez mais ativa desta comunidade.

Com a realização deste estudo, pode-se concluir que é possível produzir um ambiente propício para que as pessoas criem um vínculo mais duradouro ao comparecerem a um evento. Para isso, é necessário utilizar de todos os elementos para unir essa tribo e dar liberdade para que as pessoas interajam e reajam da forma que lhes for mais natural possível dentro de um ambiente de companheirismo e construção colaborativa.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BARICHELO, Eugenia Maria Mariano da Rocha. **Visibilidade e Legitimidade na Atual Ecologia Midiática. Estudos em Comunicação**, Santa Maria, v. 2, n. 25, p. 99-108, dez. 2017.

BRASIL, *Campus Party*. **Campus Party**. Disponível em: <https://brasil.Campus-party.org/>. Acesso em: 10 maio 2021.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de eventos: manual para planejamento e execução**. 9 ed. São Paulo: Summus, 2008.

DEUZE, Mark. **Viver como um zumbi na mídia (é o único meio de sobreviver). Matrizes**, São Paulo, v. 2, n. 7, p. 113-129, jul. 2013.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum: compêndio da sociologia compreensiva**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum: introdução à sociologia compreensiva**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

MAFFESOLI, Michel. **O imaginário é uma realidade**. Entrevista com Michel Maffesoli. Entrevistador: Juremir Machado da Silva. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 1, n. 15, p. 74-82, ago. 2001.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas.**
6 ed. Barueri: Manole, 2013.

MORIN, Edgar; CLOTET, Joaquim; SILVA, Juremir Machado da. **As duas globalizações: complexidade e comunicação, uma pedagogia do presente.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

SIQUEIRA, Marli Aparecia da Silva. **Monografias e teses: das normas técnicas ao projeto de pesquisa - Teoria e Prática.** 2. ed. Brasília: Consulex, 2013.

SILVA, Juremir Machado da. **As Tecnologias do Imaginário. Tecnologias do imaginário e sociologia compreensiva: do conceito ao método.** 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SILVA, Juremir Machado da. **Diferença e descobrimento. O que é imaginário? A hipótese do excedente de significação.** Porto Alegre: Sulina, 2017.

SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisar quer dizer: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES.** 5 ed. Porto Alegre: Sulina, 2019.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos: Planejamento e Operacionalização.**
2 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

- Deve-se submeter o arquivo COM AUTORIA e SEM AUTORIA, ambos em formato .pdf.