
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

**“PSICOLOGIA E EVENTOS: CONTRIBUIÇÕES PARA A ATUAÇÃO
DO ORGANIZADOR NO CAMPO DA GESTÃO”**

**"PSYCHOLOGY AND EVENTS: CONTRIBUTIONS TO THE EVENT
ORGANIZER'S PRACTICE IN THE FIELD OF MANAGEMENT"**

Iasmin Vitoria da Silva Ramos *
Berta Lucia Nascimento Camargo**

Resumo

O presente artigo tem como objetivo compreender a importância da psicologia no planejamento e na execução do evento, analisando de que forma seus princípios podem contribuir para a atuação do organizador. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, fundamentada em revisão bibliográfica e complementada por entrevistas com organizadores de eventos e profissional da área da psicologia. A partir das análises, foi possível observar que o conhecimento psicológico oferece ferramentas essenciais para entender o comportamento do público, permitindo antecipar reações, preferências e necessidades emocionais durante o evento. A aplicação de conceitos como percepção, motivação e relacionamento interpessoal torna-se um diferencial para a criação de experiências positivas e personalizadas. Além disso, a psicologia auxilia na mediação de conflitos, na gestão de equipes e na comunicação eficaz entre todos os envolvidos no processo organizacional. Os resultados demonstram que a integração entre psicologia e eventos contribui significativamente para o sucesso das produções, aprimorando a satisfação dos participantes e fortalecendo a imagem dos organizadores. Conclui-se que a compreensão dos aspectos psicológicos é uma ferramenta estratégica que amplia as possibilidades criativas e melhora a experiência dos eventos.

Palavras-chave: Psicologia, Eventos, Comportamento, Organização, Público.

Abstract

This article aims to understand the importance of psychology in the planning and execution of events, analyzing how its principles can contribute to the organizer's performance. The research adopts a qualitative approach, based on bibliographic studies and complemented by interviews with event organizers and psychology professionals. The analysis revealed that psychological knowledge provides essential tools for understanding audience behavior, allowing professionals to anticipate reactions,

* Iasmin Vitoria da Silva Ramos - E-mail: iasmin.ramos@fatec.sp.gov.br

** Berta Lúcia Nascimento Camargo - E-mail: berta.nascimento@fatec.sp.gov.br

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

preferences, and emotional needs during the event. The application of concepts such as perception, motivation, and interpersonal relationships becomes a key factor in creating positive and personalized experiences. In addition, psychology assists in conflict mediation, team management, and effective communication among the parties involved in the organizational process. The results show that the integration between psychology and events significantly contributes to the success of productions, improving participant satisfaction and strengthening the organizer's image. It is concluded that understanding psychological aspects is a strategic tool that expands creative possibilities and enhances the overall event experience.

Keywords: Psychology, Events, Behavior, Organization, Public

1. INTRODUÇÃO

Os eventos são atividades que possuem a capacidade de mobilizar emoções, percepções e comportamentos. Ao tirarem as pessoas do cotidiano, criam um espaço compartilhado para a construção de memórias coletivas e o fortalecimento de laços sociais. Culturalmente, os eventos celebram, transmitem e renovam identidades e valores, funcionam como catalisadores sociais que enriquecem a vida humana, promovendo a interação, o aprendizado e a mudança comportamental positiva.

A gestão de eventos é uma área que pode ser considerada dinâmica, criativa, no entanto, desafiadora, e exige do gestor uma combinação de habilidades logísticas, financeiras e interpessoais. Os desafios dessa função podem ser destacados em dois principais pontos: as relações interorganizacionais (com contratantes) e a gestão interna da equipe de trabalho.

A relação do gestor de eventos com os contratantes externos é marcada pela necessidade de alinhamento durante o processo de planejamento, negociação e gestão de expectativas, recursos limitados e prazos apertados.

No que se refere aos desafios da gestão da equipe de trabalho, muitas vezes pode ser composta por colaboradores temporários, voluntários e profissionais de diferentes áreas, é caracterizada por uma estrutura temporária com alta pressão. A gestão da equipe demanda uma liderança empática e situacional, capaz de extrair o máximo de desempenho sob pressão, reconhecendo que o sucesso final repousa na capacidade de transformar esforços individuais em um resultado coletivo coeso, conforme preceitos da gestão estratégica de pessoas (Chiavenato, 2009).

O ambiente de trabalho, enquanto sistema social complexo, é um palco onde se

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

manifestam dinâmicas interpessoais, fatores motivacionais, processos cognitivos e reações emocionais que impactam diretamente a produtividade, o bem-estar e a sustentabilidade organizacional. Nesse contexto, a abordagem da psicologia assume uma importância crítica, transcendendo a mera gestão de recursos humanos para se consolidar como um pilar estratégico na arquitetura e manutenção de ambientes laborais saudáveis e de alta performance.

Diante dos desafios da gestão de uma equipe de trabalho em eventos (Allen et al., 2011; Matias, 2010), o presente artigo apresenta uma discussão pertinente sobre a psicologia e seus instrumentos (Chiavenato, 2010; Robbins, 2014) que podem auxiliar o gestor diante das demandas junto aos contratantes, bem como motivar equipes e criar experiências marcantes.

Como objetivo central, a discussão prevê analisar a psicologia como ferramenta estratégica para a gestão de eventos (Zanella, 2012), sob a perspectiva do organizador. As metodologias utilizadas incluem pesquisa bibliográfica em bases como Google Acadêmico, Scielo e livros da área de Psicologia e Eventos (Gil, 2002), e estudo de caso com entrevistas a organizadores de eventos (Yin, 2015), buscando suas percepções sobre a relevância da Psicologia em sua prática profissional.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 Psicologia aplicada à gestão de equipes em eventos

A principal contribuição da psicologia para eventos é planejar experiências mais humanas e eficazes. Segundo Maximiano (2012), compreender o comportamento organizacional ajuda na tomada de decisões estratégicas. Já Katz e Kahn (1978) apontam que os sistemas sociais são fortemente influenciados pelo comportamento humano, reforçando que equipes e públicos devem ser analisados em conjunto.

Técnicas de motivação, estímulos emocionais e estratégias de comunicação garantem que equipe e público se sintam valorizados. Além disso, ao prever reações coletivas, o organizador consegue integrar segurança, acessibilidade e conforto, ampliando a responsabilidade social dos eventos.

Dessa forma, a psicologia fortalece o papel do gestor de eventos, que passa a atuar com mais confiança e visão estratégica, transformando eventos em experiências de impacto cultural

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

e social.

A gestão de equipes no setor de eventos apresenta alguns desafios, dada a natureza temporária, a alta pressão e a interdependência funcional das tarefas. O sucesso de qualquer evento não está apenas na excelência logística, mas principalmente na capacidade do gestor em gerir o grupo de colaboradores. A aplicação de princípios da psicologia organizacional pode ser fundamental para transformar um conjunto de indivíduos em uma unidade coesa que gere bons resultados.

No contexto dos eventos, a liderança não se limita ao comando, mas também à capacidade de influenciar e inspirar a equipe a alcançar os objetivos comuns em um curto espaço de tempo. O gestor de eventos, como líder, deve ser um agente de transformação, capaz de guiar a equipe em meio aos desafios da produção.

A motivação emerge como um fator crítico, especialmente em equipes que atuam sob pressão e com jornadas intensas. Segundo Bergamini (2013), a motivação é um impulso interno que leva o indivíduo à ação e que, no ambiente de trabalho, está intrinsecamente ligada à satisfação das necessidades e à percepção de valorização. O líder deve, portanto, investir na motivação intrínseca, alinhando as recompensas e o reconhecimento ao esforço despendido, garantindo que os colaboradores compreendam a importância de suas contribuições para o sucesso do projeto.

A elevada pressão temporal e a diversidade de stakeholders nos eventos tornam os conflitos interpessoais e interfuncionais quase inevitáveis. A psicologia aplicada oferece estratégias para o manejo construtivo desses embates. O líder precisa atuar como mediador, focando na identificação das causas-raiz do conflito (que frequentemente se relacionam à escassez de recursos ou à ambiguidade de papéis) e não apenas nos sintomas.

A eficácia da gestão de conflitos impacta diretamente o Clima Organizacional, que é a percepção coletiva que os membros de uma organização têm sobre o ambiente de trabalho. Um clima positivo é essencial, pois está correlacionado com a redução do *turnover* (rotatividade) e o aumento da produtividade. Chiavenato (2014) destaca que um clima favorável é aquele em que as pessoas se sentem à vontade, são respeitadas e podem expressar suas opiniões, o que, no setor de eventos, é crucial para a rápida identificação de problemas e a promoção de soluções criativas. A promoção de um clima de confiança e segurança psicológica permite que a equipe se concentre na execução das tarefas, em vez de se desgastar com tensões internas.

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

Em suma, a aplicação da Psicologia na gestão de equipes de eventos é um imperativo estratégico. Por meio de uma liderança inspiradora e situacional, da gestão da motivação (Bergamini, 2013), da mediação eficaz na resolução de conflitos e do fomento a um clima organizacional positivo (Chiavenato, 2014), o gestor de eventos otimiza o desempenho humano e garante que o evento, enquanto projeto complexo, seja entregue com excelência e sustentabilidade.

2.2 Psicologia e a experiência do público em eventos

A organização de eventos, em sua essência contemporânea, transcendeu a mera função logística, posicionando-se como uma indústria de criação de experiências (Pine & Gilmore, 2011). Para que um evento seja bem-sucedido e gere valor, o foco deve migrar da transação de serviços para a imersão psicológica e sensorial do público. Nesse contexto, a Psicologia torna-se uma ferramenta analítica indispensável para decodificar e manipular variáveis que impactam a experiência do público.

A experiência em eventos é fundamentalmente moldada pela atmosfera criada no local. A atmosfera, sob uma ótica psicológica, refere-se ao conjunto de estímulos sensoriais controlados que influenciam a percepção e o estado emocional dos participantes. Segundo Kotler e Keller (2012), a atmosfera é um elemento tátil crucial do marketing mix, capaz de evocar reações cognitivas e afetivas. No ambiente de eventos, a gestão da atmosfera é um exercício de psicologia aplicada que se manifesta por meio de diversos canais:

- **Percepção e Estímulos Sensoriais:** A Psicologia demonstra que a percepção não é um processo passivo, mas sim uma interpretação ativa do meio. Em eventos, o impacto das cores, por exemplo, pode ser estrategicamente explorado. Cores quentes (vermelho, amarelo) tendem a aumentar a excitação e a atenção, enquanto cores frias (azul, verde) induzem à calma e à confiança (Robbins, 2014). Da mesma forma, os sons e a música ambiente atuam no sistema límbico, influenciando o humor e o nível de engajamento do público.

O objetivo final da criação de uma atmosfera rica e coerente é gerar uma memória afetiva duradoura. Para Pine e Gilmore (2011), a experiência é uma oferta econômica distinta, e o evento é o palco onde essa experiência é encenada. A experiência é memorável quando ela é pessoal, emocional e engajadora.

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

A Psicologia Cognitiva explica que a memória é fortemente influenciada pela intensidade emocional do momento vivido. Um evento bem-sucedido é aquele que consegue transformar o input sensorial em output emocional positivo. Os estímulos sensoriais (cores vibrantes, design de iluminação, trilhas sonoras específicas e até aromas) que quando revisitados no pós-evento, reconectam o indivíduo ao sentimento original. Assim, a memória afetiva não é apenas a lembrança do que aconteceu, mas a recordação da emoção sentida.

Em suma, o organizador de eventos, ao aplicar princípios psicológicos, atua como um arquiteto da experiência. Ele planeja intencionalmente cada detalhe – da intensidade luminosa (visão) ao volume da música (audição) – com o propósito estratégico de influenciar a percepção imediata e, em última instância, consolidar uma memória afetiva que perpetue o valor da marca ou da mensagem do evento (Kotler & Keller, 2012).

3 ANÁLISE E DISCUSÃO DOS DADOS DA PESQUISA

A presente pesquisa contou com nove participantes atuantes na área de organização de eventos, com tempo de experiência variando entre um e mais de dez anos. Essa diversidade permitiu uma análise ampla sobre as percepções dos organizadores quanto à importância da psicologia na prática da gestão, destacando como aspectos emocionais e comportamentais influenciam o desempenho profissional e a qualidade das experiências oferecidas ao público. Para atingir os objetivos propostos, foram elaborados dois questionários distintos, totalizando dez perguntas — cinco direcionadas a organizadores de eventos e cinco a o psicólogo — com o propósito de compreender, sob diferentes perspectivas, a influência da psicologia no planejamento e na execução de eventos.

O questionário destinado aos organizadores abordou aspectos da prática profissional, com perguntas como: “Como você busca identificar e compreender o perfil do público antes de planejar um evento?” e “Você acredita que conhecer princípios da psicologia poderia tornar a gestão de eventos mais eficiente? De que forma?”. Essas questões foram escolhidas por explorarem o contato direto com o público, os desafios emocionais enfrentados no processo de organização e o reconhecimento da importância do comportamento humano nas tomadas de decisão.

Já o questionário aplicado aos psicólogos incluiu perguntas como: “Como a psicologia comportamental pode ajudar o organizador a compreender melhor o público e criar

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

experiências mais eficazes?"; "De que maneira a psicologia social explica o comportamento coletivo em eventos e como esse conhecimento pode ser aplicado no planejamento?"; "Quais contribuições da psicologia organizacional podem auxiliar na liderança e motivação das equipes durante a realização de um evento?"; "Na sua visão, quais são os maiores riscos de organizar um evento sem considerar aspectos psicológicos?"; e "Como o uso estratégico da psicologia pode transformar um evento em uma experiência memorável e significativa para os participantes?". Tais questões permitiram analisar o ponto de vista técnico e teórico da psicologia em relação ao comportamento individual, coletivo e organizacional presente nos eventos.

Os questionários foram aplicados de forma online, por meio de formulário digital, permanecendo disponíveis durante aproximadamente trinta dias, o que possibilitou ampla participação e diversidade nas respostas coletadas. A escolha por dois perfis distintos — organizadores e psicólogos — fundamenta-se no fato de que ambos representam dimensões complementares do tema: enquanto os organizadores vivenciam o comportamento do público na prática, os psicólogos oferecem embasamento teórico e analítico sobre as interações humanas. Essa combinação enriqueceu os resultados e proporcionou uma visão mais completa sobre a presença e relevância da psicologia no setor de eventos.

3.1 Compreensão do público antes do evento

Os entrevistados destacaram a importância de compreender o perfil do público antes mesmo de iniciar o planejamento de um evento. As práticas mais comuns incluíram conversas com clientes e contratantes, pesquisas sobre faixa etária, interesses e preferências, além da análise de formulários e feedbacks de edições anteriores. Essas ações demonstram uma preocupação em entender o comportamento humano, antecipando reações e ajustando detalhes do evento para gerar experiências positivas. Quando o organizador busca compreender o público, ele se prepara para criar conexões mais eficazes, promovendo engajamento, satisfação e um ambiente emocionalmente agradável.

3.2 Desafios emocionais e psicológicos na gestão de eventos

Os desafios mais mencionados pelos entrevistados envolveram pressão de prazos, ansiedade, conflitos com fornecedores, expectativas elevadas dos clientes e dificuldades em

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

manter o equilíbrio emocional. Essas situações mostram o quanto o autoconhecimento e o controle das emoções são essenciais para o bom desempenho na área. O estresse é comum, especialmente quando as demandas são maiores que os recursos disponíveis, e por isso é importante desenvolver estratégias de enfrentamento e organização. O equilíbrio emocional contribui não apenas para o bem-estar do profissional, mas também para a harmonia da equipe e o sucesso do evento como um todo.

3.3 Situações desafiadoras e formas de intervenção

Entre as situações mais difíceis citadas pelos entrevistados estão conflitos familiares em casamentos, falhas no planejamento causadas por convidados, imprevistos climáticos e comportamentos inadequados do público. Para lidar com esses problemas, a maioria relatou usar a comunicação assertiva, a empatia e a improvisação de forma equilibrada, evitando que o evento perdesse a harmonia. Essas atitudes evidenciam a importância das relações humanas e da capacidade de compreender o comportamento coletivo. O organizador atua como mediador emocional, prevenindo conflitos e mantendo o bem-estar geral, o que contribui para um ambiente mais colaborativo e agradável.

3.4 Importância da psicologia na gestão de eventos

Todos os entrevistados reconheceram que o conhecimento sobre princípios psicológicos pode tornar a gestão de eventos mais eficaz. Compreender o comportamento das pessoas, melhorar a comunicação, desenvolver a liderança e manter o equilíbrio emocional são fatores que fortalecem o desempenho individual e coletivo. A psicologia auxilia o organizador a lidar melhor com situações de pressão e a construir relações baseadas na empatia, confiança e motivação. Assim, o profissional deixa de ser apenas um executor técnico e passa a atuar como facilitador de experiências humanas e emocionais.

3.5 Interpretação geral dos resultados

A análise das respostas evidencia que os organizadores de eventos já aplicam, ainda que intuitivamente, conceitos ligados à observação do comportamento, às relações sociais e à

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

gestão de pessoas. Com isso, é possível perceber que o sucesso de um evento depende tanto da estrutura e da logística quanto da compreensão das emoções, das reações e das motivações humanas. A atenção ao comportamento do público e da equipe permite que o evento seja mais acolhedor, envolvente e memorável, reforçando o papel do organizador como criador de experiências significativas.

3.6 Síntese

A integração entre a psicologia e a gestão de eventos demonstra que o papel do organizador vai muito além da execução técnica. Ele atua também como mediador emocional, líder e criador de conexões humanas. Ao compreender o comportamento das pessoas e gerenciar suas próprias emoções, o profissional consegue antecipar desafios, manter a harmonia da equipe e criar experiências mais positivas para o público.

Dessa forma, a psicologia se confirma como uma ferramenta estratégica e humanizadora, essencial para o fortalecimento do profissional de eventos e para a criação de vivências marcantes, acolhedoras e bem-sucedidas. Essa compreensão amplia o olhar sobre o setor, valorizando o equilíbrio entre a técnica e a sensibilidade humana, pilares indispensáveis para o sucesso de qualquer evento.

3.7 Análise das respostas do especialista entrevistado

As respostas do professor e psicólogo entrevistado mostraram com muita clareza como a psicologia está presente em diversas etapas da organização de um evento. Segundo ele, entender o comportamento humano é um dos principais diferenciais de um organizador, pois cada decisão — desde a montagem do espaço até a forma de comunicação com o público — pode influenciar diretamente nas reações das pessoas. Durante a entrevista, ele destacou três áreas principais da psicologia que se conectam com o trabalho do organizador: a psicologia comportamental, a psicologia social e a psicologia organizacional. A seguir, cada uma delas será analisada com base nas falas e exemplos apresentados.

- **Psicologia comportamental**

Na primeira parte, o psicólogo destacou que a psicologia comportamental parte da ideia de que todo comportamento é uma resposta a estímulos do ambiente. Isso significa que

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

o público reage de acordo com o que sente, vê e escuta durante o evento. Por exemplo, músicas animadas antes de uma palestra podem deixar as pessoas mais entusiasmadas, enquanto um ambiente acolhedor, com iluminação agradável e boa comunicação visual, estimula o público a permanecer por mais tempo e se envolver com o conteúdo.

Ele também explicou que estratégias como brindes, sorteios, certificados e reconhecimento público são exemplos de reforços positivos, ou seja, formas de incentivar o comportamento desejado. Essas práticas estão ligadas à teoria de B. F. Skinner, que afirma que as ações humanas podem ser moldadas por recompensas ou consequências. No contexto dos eventos, isso quer dizer que o organizador pode estimular a participação do público criando situações que gerem satisfação e vontade de interagir novamente. Esse olhar comportamental ajuda o organizador a planejar com base em observação e não apenas em suposição. Assim, o evento se torna mais estratégico, pois cada detalhe é pensado para provocar uma reação positiva nas pessoas, desde o primeiro contato até o encerramento.

- **Psicologia social**

Em seguida, ele abordou a psicologia social, explicando que ela estuda o comportamento das pessoas quando estão em grupo. Durante um evento, é natural que os participantes sejam influenciados uns pelos outros, adaptando suas ações conforme o comportamento coletivo. Ele deu o exemplo de que, quando algumas pessoas começam a aplaudir, cantar ou participar de uma atividade, os demais acabam entrando na mesma energia. Essa observação é importante porque mostra que os eventos criam uma comunidade temporária, onde os participantes compartilham emoções, interesses e objetivos semelhantes.

Esse sentimento de pertencimento é o que torna a experiência marcante, pois o público se sente parte de algo maior. Para o organizador, entender isso é essencial para estimular interações positivas e evitar situações de desinteresse. Planejar dinâmicas, atividades coletivas e momentos de integração pode ajudar a fortalecer essa união e garantir um ambiente mais participativo e agradável. Dessa forma, a psicologia social contribui para que o evento vá além da técnica, alcançando o lado humano e emocional do público.

- **Psicologia organizacional**

O psicólogo também falou sobre a importância da psicologia organizacional no trabalho das equipes de eventos. Segundo ele, o sucesso de um evento não depende apenas da parte estrutural e logística, mas, principalmente, da forma como as pessoas da equipe são

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

motivadas, lideradas e reconhecidas. Uma equipe bem tratada e valorizada tende a trabalhar com mais empenho e comprometimento, o que reflete diretamente no resultado final. Ele destacou que um bom líder precisa saber reconhecer o esforço da equipe, ouvir suas necessidades e criar um clima de cooperação.

Quando o organizador aplica esses princípios, as tarefas deixam de ser apenas obrigações e passam a ter propósito e sentido coletivo. Isso reforça a ideia de que o gestor de eventos precisa compreender as emoções, comportamentos e motivações das pessoas com quem trabalha, aplicando os conhecimentos da psicologia organizacional para manter o grupo unido e produtivo.

- A importância da psicologia na experiência do público

Além dos aspectos técnicos e teóricos, o professor destacou algo essencial: o fator humano é o que realmente torna um evento inesquecível. Ignorar o lado psicológico pode transformar um evento em algo frio e impessoal, sem conexão com o público ou com a equipe. Por outro lado, quando o organizador usa os conhecimentos da psicologia de forma estratégica, o evento se torna uma experiência viva e emocional. As pessoas não apenas participam, mas sentem, aprendem, compartilham e criam lembranças afetivas. Essas sensações são o que fazem o público lembrar do evento com carinho e vontade de voltar. Segundo o entrevistado, o sucesso de um evento está justamente nesse equilíbrio entre técnica e emoção — entre o planejamento e a forma como ele impacta as pessoas.

- Conclusão da análise

De modo geral, as respostas do professor e psicólogo mostram que a psicologia é uma aliada fundamental na organização de eventos. Ela ajuda o profissional a entender melhor o público, a fortalecer o trabalho da equipe e a criar experiências mais humanas, envolventes e inesquecíveis. A entrevista reforça a ideia central deste trabalho: o sucesso de um evento não depende apenas da execução técnica, mas do entendimento sobre o comportamento e as emoções das pessoas envolvidas.

Quando o organizador desenvolve essa percepção psicológica, ele consegue transformar o evento em algo mais do que uma simples realização — ele cria uma experiência emocional e significativa, que permanece na memória dos participantes.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo permitiu compreender que a psicologia, em suas diferentes abordagens — comportamental, social e organizacional —, exerce papel fundamental no campo dos eventos. A psicologia comportamental auxilia o organizador a entender e prever as reações do público diante de estímulos, contribuindo para o desenvolvimento de estratégias que gerem engajamento e satisfação. A psicologia social, por sua vez, possibilita compreender as interações entre grupos e o impacto das relações sociais na experiência coletiva durante o evento. Já a psicologia organizacional reforça a importância de um ambiente de trabalho equilibrado, pautado na motivação, liderança e cooperação entre equipes.

Os resultados obtidos demonstram que o sucesso de um evento depende não apenas de planejamento técnico, mas também da capacidade do organizador de aplicar conhecimentos psicológicos na observação e gestão de comportamentos humanos. Apesar das limitações do estudo, como o número restrito de entrevistados e a diversidade de perfis profissionais, foi possível perceber que a integração entre psicologia e eventos amplia a qualidade das experiências oferecidas e fortalece a atuação do organizador como mediador entre público, equipe e ambiente.

Conclui-se, portanto, que compreender os princípios psicológicos é essencial para a formação e a prática profissional na área de eventos, pois permite ao organizador unir sensibilidade humana e eficiência técnica, transformando o evento em uma experiência significativa tanto para o público quanto para os profissionais envolvidos.

REFERÊNCIAS

ALLEN, J. et al. *Organização e gestão de eventos*. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

BERGAMINI, C. W. *Motivação nas organizações*. São Paulo: Atlas, 2013.

BRASIL. *Questionário aplicado aos organizadores de eventos*. Presidente Prudente, 2025.

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE

BRASIL. *Questionário aplicado ao psicólogo entrevistado.* Presidente Prudente, 2025.

CHIAVENATO, I. *Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações.* 3. ed. Barueri: Manole, 2010.

CHIAVENATO, I. *Gestão de Pessoas.* 4. ed. Barueri: Manole, 2009.

CHIAVENATO, I. *Gestão de Pessoas.* Barueri: Manole, 2014.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa.* 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KATZ, D.; KAHN, R. L. *The Social Psychology of Organizations.* 2. ed. New York: Wiley, 1978.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Administração de Marketing.* 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MATIAS, M. G. *Organização de eventos: procedimentos e técnicas.* 6. ed. São Paulo: Manole, 2010.

MAXIMIANO, A. C. A. *Teoria Geral da Administração: da revolução urbana à revolução digital.* 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MOSCOVICI, S. *Representações sociais: investigações em psicologia social.* Petrópolis: Vozes, 2015.

PINE II, B. J.; GILMORE, J. H. *A economia da experiência: trabalho é teatro e todo negócio é um palco.* Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

ROBBINS, S. P. *Comportamento organizacional.* 16. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.

SKINNER, B. F. *Ciência e comportamento humano.* São Paulo: Martins Fontes, 1953.

YIN, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos.* 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ZANELLA, L. C. H. *Eventos: do planejamento à execução.* 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.