

UNIVERSITY OF DEUSTO  
INSTITUTE OF LEISURE STUDIES  
Leisure, Culture and Communication for Human Development

**The influence of educational events  
with blended learning formats (face-to-face and online)  
on the participants' experience**

Research presented by Mireia Iglesias Tello  
Directed by María Jesús Monteagudo Sánchez  
Co-directed by Marisa P. de Brito



UNIVERSIDAD DE DEUSTO

INSTITUTO DE ESTUDIOS DE OCIO  
Ocio, Cultura y Comunicación para el Desarrollo Humano

La influencia de los eventos educativos  
con aprendizaje combinado (presencial y online)  
en la experiencia de los participantes

Doctoranda Mireia Iglesias Tello

Dirigida por María Jesús Monteagudo Sánchez

Co-dirigida por Marisa P. de Brito



**Deusto**  
Universidad de Deusto  
University of Deusto

UNIVERSIDAD DE DEUSTO

INSTITUTO DE ESTUDIOS DE OCIO  
Ocio, Cultura y Comunicación para el Desarrollo Humano

La influencia de los eventos educativos  
con aprendizaje combinado (presencial y online)  
en la experiencia de los participantes

Doctoranda Mireia Iglesias Tello  
Dirigida por María Jesús Monteagudo Sánchez  
Co-dirigida por Marisa P. de Brito

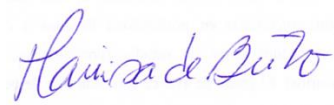
**Dra. María Jesús Monteagudo Sánchez**

**Directora**



**Dra. Marisa P. de Brito**

**Co-Directora**



**Mireia Iglesias Tello**

**Doctoranda**



*Cuando creíamos que teníamos todas las respuestas,  
de pronto, nos cambiaron todas las preguntas.*

Mario Benedetti

*La educación es el arma más poderosa  
que puedes usar para cambiar el mundo.*

Nelson Mandela



## Reflexión preliminar

*Aunque la disertación que presentamos a continuación comenzó hace cinco años, en 2015, cuando la producción de eventos educativos con formatos combinados era un fenómeno en la industria de eventos comedido/discretamente explorado, la situación actual ha cambiado drásticamente con el brote a nivel global de la COVID-19 que afecta a personas y organizaciones. En este mismo momento en el que estamos escribiendo estas palabras, repensar las formas en las que las organizaciones trabajan y se comunican es crucial. Se prevé que la pandemia dure meses y posiblemente mucho más tiempo de lo esperado, impactando en la forma en que las organizaciones operan para siempre. Además, si bien la atención mundial se centra en la pandemia mundial COVID-19, meses antes del brote de coronavirus, fuimos testigos de incendios sin precedentes en Brasil y Australia. La crisis climática global es real y tiene el potencial de impactar ampliamente a nivel medioambiental y humano. Hemos sido testigo, y casi como en tiempo récord, de nuevas fórmulas de aprendizaje e intercambio que han invadido nuestro día a día, y es que las tecnologías de la información y la comunicación desempeñan un papel importante en el futuro próximo, a la hora de proporcionar soluciones lo suficientemente sólidas y fiables para propiciar una experiencia digital, una transferencia de conocimiento y una interacción entre los participantes óptima. Más aún, esto tendrá un impacto en términos de profesionalización y educación en el ámbito de gestión de eventos, ampliando su alcance desde la organización y la planificación, hasta el diseño de entornos de aprendizaje y redes que suceden en diferentes tiempos y espacios. Las conversaciones con las diferentes partes implicadas en el diseño y producción de estos espacios se vuelven más necesarias que nunca.*

## **Preliminary reflection**

*Although this dissertation began five years ago in 2015 when blended learning formats for educational event production was still a discreetly explored phenomenon, the current situation has dramatically changed with the worldwide COVID-19 outbreak affecting people and organisations. At the time of writing, it is clear that it is crucial to re-think the ways organisations work and communicate. The pandemic is predicted to last several months and possibly much longer than expected, and it will probably have an impact on how organisations operate forever. Moreover, while the world's attention is on the global pandemic, several other long-term threats have recently been happening. Just before the coronavirus outbreak, we witnessed unprecedented fires in Brazil and Australia. The global climate crisis is real and has the potential for widespread impact on an environmental and human level. Information and communication technologies will play a significant role in the near future in terms of providing reliable, robust solutions to provide digital experiences, sharing knowledge and participant engagement optimally. More so, this will have an impact on educational events, expanding their scope from organizing and planning towards designing learning and networking environments that occur in different spaces at different times. Conversations with the different stakeholders involved in the design and production of these spaces has become more necessary than ever.*

## Resumen

Esta tesis pretende contribuir al conocimiento y la puesta en valor de los eventos educativos que utilizan formatos de aprendizaje combinado (presencial y online) y su influencia en la experiencia de los participantes, ante la convicción de que ni organizadores ni participantes pueden depender de un enfoque lineal para la transferencia de conocimiento y el aprendizaje en un mundo no lineal. Conceptualmente, la investigación pivota sobre tres pilares fundamentales, los eventos educativos, la experiencia de los participantes y procesos subyacentes a la misma, y el aprendizaje combinado como eje vertebrador. A partir de tres estudios de caso de referencia en el ámbito de los eventos educativos con formato combinado y de la administración de entrevistas semiestructuradas en profundidad, esta tesis profundiza en los impactos, retos y oportunidades que este tipo de eventos promueve, teniendo siempre la optimización de la experiencia de las y los participantes, como telón de fondo y principal “leit motiv”. Mediante la identificación de las problemáticas y desafíos más inmediatos a los que se enfrenta el sector, así como las oportunidades que el momento actual y el futuro próximo deparan a los eventos educativos, esta investigación identifica factores críticos en el diseño de eventos educativos con formatos de aprendizaje combinado y la influencia de éstos en la experiencia del participante. Considerando la diversa naturaleza y configuración que puede adoptar un evento y reconociendo el sector de los eventos como una industria de rápido crecimiento y cambio, la guía presentada se define como una herramienta conformada por factores críticos, variables e indicadores con un grado considerable de apertura, de manera que sean generalizables para su uso entre profesionales especializados en eventos educativos que necesitan enfrentarse a entornos de aprendizaje combinado.

**Palabras clave:** eventos educativos, experiencia, diseño de eventos, aprendizaje combinado

## Summary

This thesis aims to contribute to the knowledge and enhancement of educational events that use blended learning formats (face-to-face and online) and their influence on the participants' experience, given the conviction that neither organisers nor participants can depend on a linear approach for knowledge transfer and learning in a non-linear world. Conceptually, the research revolves around three fundamental pillars: educational events, the participants' experience and processes underlying it, and blended learning as the backdrop. Based on three reference case studies in the field of educational events with blended learning formats and the administration of in-depth semi-structured interviews, this thesis delves into the impacts, challenges and opportunities that this type of event promotes, always keeping the optimization of the experience of the participants, as a background and main "leitmotiv". By identifying the most immediate problems and challenges that the events' industry is facing, as well as the opportunities that the current moment and the near future yields for educational events, this research relates the factors in the design of educational events with blended learning formats and its influence on the participant's experience. Considering the diverse nature and configuration that an event can adopt and recognising the events sector as an industry of rapid growth and change, the presented guide is defined as a tool made up of critical factors, variables and indicators with a considerable degree of openness, so that they are generalizable for use among professionals specialized in educational events who need to face blended learning environments.

Keywords: educational events, experience, event design, blended learning

## Agradecimientos

Si bien es cierto que el camino de desarrollo de una tesis es un camino en solitario, no cabe duda, que sin el apoyo de muchas personas todo esto habría sido mucho más complicado.

En primer lugar, me gustaría agradecer a mis directoras de tesis la Dra. María Jesús Monteagudo y la Dra. Marisa P. de Brito por su paciencia, apoyo incondicional y acompañamiento durante estos años. Por su orientación, comprensión y motivación, retándome a dar siempre un poco más. Muchas gracias, por darme la libertad, el respeto, y por toda la confianza mostrada. Ambas han seguido muy de cerca toda mi trayectoria y saben lo importante que ha sido para mí su liderazgo y compañía.

A mis compañeros y profesores del doctorado, del programa de Ocio, Cultura y Desarrollo Humano, pero también de otros programas. En especial a Mariola, por las “ansiedades” y risas compartidas en muchos rincones, de manera presencial y telefónica, y desde el principio hasta el fin de esta aventura. También a Breda University of Applied Sciences por acogerme como en casa y darme la oportunidad de participar en sus programas y seminarios durante casi cuatro meses. Y en especial, a Yvonne, por guiarme con todos los trámites administrativos y dejarme su hogar.

A las personas, y organizaciones, que están detrás de cada estudio de caso, su pasión y generosidad han permitido que gran parte de este trabajo haya podido quedar plasmado. A todas y cada una de las personas que están detrás de cada entrevista, muchos de ellos amigos, compañeros y excompañeros dentro de la industria de eventos. En especial, a Maarten y Sabine, dos personas que se convirtieron hace años en mentores, gracias por haberme abierto tantas puertas y ayudarme a crecer desde mis inicios en el ámbito profesional y personal. Gracias por compartir vuestro tiempo y conocimiento, tantas y tantas veces sin esperar nada a cambio.

A mis compañeras de trabajo, Isabel, Mirentxu, Sandra y Bea por su paciencia, comprensión, y apoyo de cada día. A Cristina, por su bondad, confianza, empatía, y por concederme el tiempo que necesitaba en el último tirón, además de darme la libertad de crear, innovar y disfrutar de cada reto y cada día. Gracias de todo corazón por dejarme volar tanto y tan lejos. Además, a John y Johnny por su liderazgo tan comprometido, y a mis queridos William y José Antonio por sacarme siempre una sonrisa y compartir tanto desde el otro lado del charco.

A Esther, por su generosidad, confianza, paciencia, y por retarme y ayudarme a mantenerme fuerte y serena en esta carrera de fondo. A Yosu (y ahora también Maribel), por el compañerismo y amistad, y por quitarle hierro a este “asunto” con tanto humor y cariño. A Zulai, por haberse presentado en el último tirón, cual barrita energética, por su inocencia y madurez que siempre provocan una sonrisa y alguna que otra sorpresa.

A Goiatz y a Esther, por tantos “estudios” y ratos compartidos. Sin esos primeros pasos “de fama”, seguro no habría llegado hasta aquí. Gracias por apoyarme y acompañarme a lo durante tantos años y en tantos sitios.

A mis amigas, Aizpea, Aida, Uxue, Olatz, Maitane M., Amaia, Ohiane, Bea, Sorkun, Maitane U., y Monika que lleváis acompañándome toda mi vida. Haberos sentido cerca durante estos años ha sido realmente importante. Siento haberme perdido cumpleaños, fiestas y alguna que otra celebración por mis idas y venidas. Lo mejor siempre está por llegar, y estoy segura de que seguiremos compartiendo y disfrutando de muchos más momentos. Gracias por vuestra amistad y cariño incondicional que demostráis esté donde esté.

A mi familia, a mi padre y a mi madre, los dos pilares fundamentales en mi vida. Tanta generosidad y tanto esfuerzo compartido, gracias de todo corazón por estar siempre que os necesito.

Y, por último, gracias a Javi por ser el mejor compañero de vida que se puede tener. Por hacerte sentir cerca en cada una de mis aventuras. No es tan fácil, y ésta ha sido un reto. No te preocupes que esto continúa y habrá más.

Con todos vosotros cerca, mi mundo es siempre más bonito. ¡Gracias de todo corazón!

## Índice de contenido

|  |           |
|--|-----------|
| Reflexión preliminar.....  | 1         |
| Preliminary reflection.....  | 2         |
| Resumen.....   | 3         |
| Summary.....   | 4         |
| Agradecimientos.....   | 5         |
| Índice de contenido.....   | 7         |
| <b>Índice de tablas y figuras.....</b>   | <b>10</b> |
| Índice de tablas.....  | 10        |
| Índice de figuras.....   | 11        |
| <b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>  | <b>12</b> |
| Objeto de estudio: alcance y justificación.....                                | 13        |
| Hipótesis de trabajo, finalidad y objetivos.....                               | 17        |
| Metodología.....   | 19        |
| Estructura de la tesis.....  | 25        |
| <b>II. MARCO TEÓRICO.....</b>  | <b>28</b> |
| <b>Capítulo 1: Aproximación a la industria de eventos.....</b>                 | <b>29</b> |
| 1.1. Introducción.....   | 30        |
| 1.2. Fundamentos conceptuales de una industria global.....                     | 30        |
| 1.3. Impactos de la industria de eventos.....                                  | 34        |
| 1.3.1. Impacto económico.....  | 35        |
| 1.3.2. Impacto sociocultural.....  | 39        |
| 1.4. Evento: concepto y clasificación.....                                     | 42        |
| 1.5. Resumen.....  | 49        |
| <b>Capítulo 2: La experiencia y el diseño del evento.....</b>                  | <b>51</b> |
| 2.1. Introducción.....   | 52        |
| 2.2. Definiendo la experiencia.....  | 53        |
| 2.3. Experiencia y eventos.....  | 56        |
| 2.3.1. La economía de la experiencia.....                                      | 58        |
| 2.3.2. Diversas direcciones de investigación en la experiencia de eventos..... | 64        |
| 2.4. Diseño de eventos.....  | 68        |
| 2.4.1. Los fundamentos y la importancia del diseño de eventos.....             | 69        |
| 2.4.2. Prácticas en el diseño de eventos.....                                  | 70        |
| 2.5. Resumen.....  | 73        |
| <b>Capítulo 3: Aprendizaje combinado y formatos híbridos.....</b>              | <b>75</b> |
| 3.1. Introducción.....   | 76        |
| 3.2. Aprendizaje combinado.....  | 76        |
| 3.3. Teorías relacionadas con aprendizaje.....                                 | 78        |
| 3.3.1. Teoría de la transferencia de conocimiento.....                         | 78        |
| 3.3.2. Teoría de la autodeterminación (Self Determination Theory - SDT).....   | 81        |
| 3.3.3. Aprendizaje experiencial.....   | 86        |
| 3.3.4. Conectivismo.....   | 88        |
| 3.4. Formatos online y digitales aplicables a eventos educativos.....          | 89        |
| 3.4.1. Formatos de índole asincrónica.....                                     | 91        |
| 3.4.2. Formatos de índole sincrónica.....                                      | 93        |
| 3.4.3. Implicación y relación entre formato-participante.....                  | 96        |

|   |            |
|---|------------|
| 3.5. Resumen.....   | 97         |
| <b>III. METHODOLOGY .....</b>   | <b>99</b>  |
| <b>Chapter 4: Methodology .....</b>   | <b>100</b> |
| 4.1. Introduction.....  | 101        |
| 4.2. General methodological framework and steps followed .....                                | 102        |
| 4.2.1. Qualitative approach .....   | 102        |
| 4.2.2. Steps of the methodological outline.....   | 104        |
| 4.3. Data collection.....   | 104        |
| 4.3.1. Case study selection.....  | 104        |
| 4.3.2. Interview selection criteria .....   | 105        |
| 4.3.3. Interview protocol.....  | 107        |
| 4.3.4. Conducting and transcribing the interviews.....  | 108        |
| 4.4. Data analysis .....  | 109        |
| 4.4.1. Analysis of the interviews .....   | 109        |
| 4.5. Summary of methodological challenges .....   | 111        |
| <b>IV. CASE STUDIES .....</b>   | <b>112</b> |
| <b>Chapter 5: Case Study Data .....</b>   | <b>113</b> |
| 5.1. Introduction.....  | 114        |
| 5.2. Case study 1: FRESH 18 Conference.....   | 114        |
| 5.3. Case study 2: Digital Event Strategy Boot Camp .....                                     | 116        |
| 5.4. Case study 3: 2018 Douglas Ribeiro da Silva International Field School.....              | 118        |
| 5.5. Case study summary .....   | 122        |
| <b>V. FINDINGS .....</b>  | <b>126</b> |
| <b>Chapter 6: Findings .....</b>  | <b>127</b> |
| 6.1. Introduction.....  | 128        |
| 6.2. Findings from the professional interviews.....   | 128        |
| 6.2.1. Production and designing elements .....  | 128        |
| 6.2.2. Blended learning experience: opportunities.....  | 130        |
| 6.2.3. Blended learning experience: challenges .....  | 132        |
| 6.2.4 Future trends.....  | 133        |
| 6.3. Findings from the general audience interviews.....                                       | 135        |
| 6.3.1. Participants' motivations.....   | 136        |
| 6.3.2. Preferred learning style and learning facilitation.....                                | 136        |
| 6.3.3. Experiential learning and memorable experiences .....                                  | 137        |
| 6.3.4. Impact and application .....   | 138        |
| 6.3.5. eLearning platform opportunities and challenges.....                                   | 139        |
| 6.4. Following theoretical framework concepts to articulate the findings .....                | 142        |
| <b>VI. CONCLUSIONS .....</b>  | <b>146</b> |
| Introduction.....   | 147        |
| Reviewing the research questions .....  | 148        |
| Looking back at the research objectives.....  | 151        |
| Key remarks .....   | 156        |
| Strategic planning guide for designing educational events with blended learning formats ..... | 160        |
| Limitations of the study.....   | 169        |
| Future lines of research.....   | 170        |
| Final remarks.....  | 170        |

|                          |            |
|--------------------------|------------|
| <b>Referencias .....</b> | <b>172</b> |
| <b>Anexos.....</b>       | <b>185</b> |

# Índice de tablas y figuras

## Índice de tablas

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 1. Relación entre objetivos, métodos y capítulos .....   | 23  |
| Tabla 2. Listado de asociaciones y año de fundación .....  | 32  |
| Tabla 3. Impactos socioculturales .....  | 40  |
| Tabla 4. Tipología de eventos.....   | 46  |
| Tabla 5. Ejemplos de comunicación asincrónica y comunicación sincrónica.....                           | 96  |
| Tabla 6. Case studies classification.....  | 105 |
| Tabla 7. Summary of case studies and profiles .....  | 107 |
| Tabla 8. Case studies and predetermined themes summary .....   | 111 |
| Tabla 9. Elements examined in the case study research .....  | 123 |
| Tabla 10. Case studies profile and characteristics summary .....                                       | 125 |
| Table 11. Summary of the case studies – predetermined themes and emerged themes.....                   | 141 |
| Table 12. Strategic planning guide for designing educational events with blended learning formats..... | 165 |

## Índice de figuras

|   |     |
|---|-----|
| Figura 1. Relación entre objetivos y capítulos.....                         | 20  |
| Figura 2. Etapas de la experiencia .....                                    | 57  |
| Figura 3. Diseño de experiencias participativas I.....                      | 60  |
| Figura 4. Diseño de experiencias participativas II.....                     | 60  |
| Figura 5. Matriz de significado del evento y duración del interés.....      | 65  |
| Figura 6. Creación de conocimiento como proceso de auto-trascendencia ..... | 79  |
| Figura 7. Concepto “Ba” .....   | 81  |
| Figura 8. Motivación controlada y motivación autónoma .....                 | 84  |
| Figura 9. Elementos de Teoría de la Autodeterminación.....                  | 85  |
| Figura 10. Modelo de aprendizaje experiencial.....                          | 87  |
| Figura 11. Ciclo de aprendizaje experiencial .....                          | 88  |
| Figura 12. Eventos híbridos.....  | 94  |
| Figura 13. Nivel de compromiso de los participantes en eventos I.....       | 97  |
| Figura 14. Nivel de compromiso de los participantes en eventos II.....      | 97  |
| Figura 15. Data analysis process.....                                       | 110 |
| Figura 16. Field School experiential learning process .....                 | 122 |
| Figura 17. Relation between objectives and chapters .....                   | 147 |
| Figura 18. Critical factors influence on the participants' experience.....  | 159 |

# I. INTRODUCCIÓN

Objeto de estudio: alcance y justificación

Hipótesis de trabajo, finalidad y objetivos

Metodología

Estructura de tesis

El objetivo de este capítulo introductorio es delimitar el contexto y las bases necesarias para facilitar la lectura y comprensión de la tesis. En primer lugar y antes de comenzar a definir de forma más explícita nuestro objeto de estudio, conviene hacer una breve, pero importante aproximación del área y contexto en el cual se enmarca nuestra investigación, la industria de eventos y con especial interés los eventos de índole educativa.

La industria de eventos es una industria joven y dinámica que, sin duda alguna, está creciendo y madurando a un ritmo muy rápido. Desde sus orígenes en Europa y América del Norte, y a partir de la década de los 50, ha sido testigo de grandes inversiones a nivel internacional. Sin embargo, denota carencias, por ejemplo, una terminología bien definida y estructuras apropiadas de educación y capacitación. Tradicionalmente, los eventos han formado parte del sector de turismo de negocios, un sector importante, aunque a menudo infravalorado dentro de la industria turística en general. Sin embargo, y como afirman varios autores (Shone y Parry, 2004; Allen et al, 2005; Bowdin et al., 2006), la industria de eventos ha ido creciendo a medida que su propio cometido e impacto ha ido ganando relevancia y reconocimiento en la sociedad como herramienta para el desarrollo económico y social. El desarrollo de programas de formación ofrecido por las universidades, con temáticas exclusivas en organización de eventos servirían para expandir su grado de profesionalización y así, de alguna manera, legitimarla. Todo este movimiento a favor de la profesionalización de la industria de eventos ayudó a que el sector de organización de eventos empezara poco a poco a consolidarse y ser reconocido (Fenich, 2008). Sin embargo, la falta de una terminología estandarizada y universalmente aceptada para la discusión de la industria en su conjunto es notable ya que existen muchos términos que se usan indistintamente.

## **Objeto de estudio: alcance y justificación**

Esta disertación se enmarca en el ámbito que la profesión y la Academia denominan “Diseño de Eventos”. Disciplina relativamente nueva que estudia todo lo referente a la organización de eventos, desde un enfoque más logístico, hasta una aproximación más conceptual referente al diseño de formatos que propicien el aprendizaje, la transferencia de conocimiento e inciden en la experiencia de los participantes.

En nuestro caso, se trata de analizar concretamente el fenómeno de la combinación e hibridación, presencial-online, desde la perspectiva de la experiencia de los participantes en los eventos de índole educativa.

El diseño de eventos es estudiado desde diferentes perspectivas, tomando además como referencia otras disciplinas y ámbitos de estudio, como son la comunicación, los medios audiovisuales, el teatro y la educación. Ejemplos de ello encontramos en estudios como *“Conferences as dramaturgical learning spaces”* (Hansen, 2010) y artículos como *“Design processes around dynamic marketing communications for event organizations”* (Hede y Kellet, 2017), entre muchos otros. Además, el interés de su puesta en práctica destaca hoy en día especialmente entre los profesionales del sector mediante la aparición de nuevos formatos, con el fin de tener una respuesta positiva y mejorar en la experiencia de los participantes. Además, existe en el sector de reinventarse, quizás también debido a la crisis económica de hace algunos años, y al auge de las tecnologías de la información que han permitido ampliar horizontes y, a priori, ayudar a eliminar cierto tipo de barreras. Esto se ve claramente, en los nuevos formatos de eventos que combinan la participación presencial y online; y también, las diferentes posibilidades que están permitiendo estas tecnologías de compartir contenidos y conectar a los participantes antes, durante y después del evento. A lo largo de esta investigación desarrollaremos con mayor detalle las diferencias, similitudes y combinaciones de este tipo de formatos en el diseño de eventos y la experiencia de los participantes.

Con el fin de acercarnos a nuestro objeto de estudio, nos gustaría presentar los tres pilares teóricos que soportan esta tesis. En primer lugar, los eventos de índole educativa. Si bien los eventos educativos a menudo se han considerado, bajo el paraguas de eventos de índole empresarial, éstos son ligeramente diferentes ya que su enfoque principal está en la creación e intercambio de conocimiento. Como definen Getz y Page (2016), la educación, incluidos los formatos participativos y la capacitación, son el elemento y experiencia distintiva de este tipo de eventos, convirtiéndose así en un espacio reconocido para la educación y formación continua de los profesionales de diferentes disciplinas. En segundo lugar, la experiencia del evento y el diseño del evento. La experiencia como un elemento de valor y distintivo a reconocer en su totalidad. Asociándola a términos de plenitud, intensidad, calidad y satisfacción, y convirtiéndola conceptualmente en algo de carácter extraordinario, que se aleja de la rutina y lo cotidiano. Este carácter experiencial de los eventos propicia, de alguna manera, en la persona algún tipo de cambio, la mejora o el crecimiento (Monteagudo Sánchez, 2008). Por otro lado, Brown y James (2004) argumentaron que el proceso de diseño de un evento es esencial para el éxito del evento porque conduce a la mejora del evento en cada uno de sus niveles. Los valores y motivos centrales del evento proporcionan el punto de partida: ¿por qué y para quién se celebra un evento? ¿Cuáles son sus objetivos y qué resultados queremos obtener?

En definitiva, el diseño de eventos identificado como la creación, desarrollo conceptual y puesta en escena de un evento utilizando principios y técnicas para capturar e involucrar a la audiencia y ofrecer una experiencia positiva y significativa (Brown y James, 2004). Y, en tercer lugar, el aprendizaje combinado. El término de aprendizaje combinado ha recibido una variedad de significados e interpretaciones diferentes (Sharma y Barrett, 2007), como la composición del aprendizaje presencial y el aprendizaje a distancia (Frendo, 2005), donde cada una de las partes se convierte en una pieza fundamental de todo el proceso de diseño (Sharma y Westbrook, 2016). Como varios autores subrayan (Hall y Preston, 1988; Saxby, 1990; Dizard, 2010) lo que caracteriza la revolución tecnológica real no es la centralidad de la recopilación de conocimiento e información, sino la forma en que dicha información se procesa y aplica para generar conocimiento.

Recogiendo las ideas comentadas hasta el momento, nos gustaría destacar los principales fundamentos que guían esta investigación. La importancia de:

1. El diseño de experiencias y eventos en los eventos educativos, y su influencia en el participante como elemento fundamental;
2. La identificación de prácticas de formatos combinados que incluyen elementos para el desarrollo del aprendizaje y la interacción de forma presencial y online;
3. El conocimiento holístico de los formatos de aprendizaje combinado (presencial y online), así como los retos y oportunidades que se presentan a partir de esta hibridación en los eventos.

Este trabajo podría abrir la puerta a otras investigaciones centradas en el diseño de experiencias única y exclusivamente online a partir de la participación en eventos, y también comparativas y medición de transferencia de conocimiento en eventos que combinan la modalidad presencial y online.

Como ya apuntábamos en líneas anteriores el diseño de eventos se ha convertido recientemente en una disciplina de gran interés dentro del propio sector de eventos, cada vez más apoyada también por el ámbito académico, en el que existen revistas especializadas que de alguna u otra manera recogen artículos en relación a esta temática, como son “*International Journal of Event Management Research*”, “*Journal of Convention & Event Tourism*”, “*International Journal of Hospitality and Event Management*”, entre otros.

Desde nuestra propia experiencia profesional internacional, y habiendo tomado parte en equipos multidisciplinares hemos vivido la dificultad y los retos de desarrollar proyectos y programas dentro de este ámbito, haciendo entender a todas las partes involucradas en la toma de decisión la importancia y relevancia del diseño de eventos como parte fundamental para su éxito. Además, y en términos generales, diremos que este ámbito requiere de una serie de conocimientos multidisciplinares, a veces pasados por alto y poco reconocidos, ya que hasta hace poco ha estado únicamente relacionado a la industria del turismo.

Como ya presentábamos en el punto anterior a nivel introductorio, el principal interés de esta tesis es contribuir a la puesta en valor de los eventos educativos con formatos de aprendizaje combinado (presencial y online) en la experiencia del participante. Además de explorar los retos y oportunidades, tanto para las organizaciones que lideran proyectos con estas características, como para los participantes asistentes de estos eventos. Pensamos así, que nuestra investigación aportará valor tanto a la Academia, siendo éste un ámbito poco explorado, como a los distintos agentes que participan en la práctica en el ámbito más profesional, que buscan conocer y dar valor a esta práctica y formatos.

Durante los últimos años, revistas profesionales del sector como *Convene*, y *Headquarters Magazine* y *Kongress Magazine*, e informes realizados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y American Express, además de las ya mencionadas dentro del ámbito académico anteriormente, han resaltado la importancia de muchos de los aspectos que justificarían también nuestro objeto de estudio. Además, de las asociaciones más relevantes que representan al propio sector de eventos como son *Meetings Professional International (MPI)*, *Professional Convention Management Association (PCMA)* e *International Congress and Conference Association (ICCA)*; y asociaciones de índole académica a nivel europeo como son *Association for Events Management Education (AEME)* y *Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS)* con grupos especiales de interés relacionados con desarrollar nuevas vías de investigación en el campo de la industria de eventos.

Aquí cabe destacar también, el impacto de las tecnologías de la información reconociendo su valor y aportación, no como meros soportes, sino como medios transmisores de información, que además ayudan al desarrollo de una cultura participativa de la cual podremos beneficiarnos en una gran variedad de formas (Castells, 2004). Así no podemos dejar de lado la relación que guarda el desarrollo de las tecnologías de la información con la evolución e innovación en el

sector de eventos, especialmente en nuestro ámbito de estudio.

Tras esta argumentación y justificación, además de como expondremos más adelante, entendemos que nuestro objeto de estudio es un tema de interés general, e influyente dentro del ámbito profesional, académico y social.

## **Hipótesis de trabajo, finalidad y objetivos**

La hipótesis general que subyace al planteamiento de esta investigación es que, las nuevas prácticas, formatos y herramientas dentro de la organización de eventos educativos están transformando el sector y obligando a repensar las prácticas, reconsiderando los elementos exclusivamente logísticos, para destacar el valor del contenido, el formato en el que se presenta, y el acceso a éste en términos de tiempo y espacio. Otras hipótesis que dan soporte a este argumento central y las cuales nos gustaría contrastar se refieren, en primer lugar, al aprendizaje combinado (presencial y online) como formato, en los eventos de índole educativa, que influye y se percibe como una experiencia positiva y favorecedora para la experiencia y percepción de transferencia de conocimiento por parte de los participantes; y, en segundo lugar, los eventos, en especial aquéllos con gran carga educativa, entendidos como herramienta potenciadora para el aprendizaje adulto y el aprendizaje a lo largo de la vida.

Guiada por estas hipótesis, esta investigación busca explorar y analizar, a nivel teórico y práctico, cuestiones relativas al valor del formato de aprendizaje combinado (presencial y online) en los eventos de índole educativa además de identificar factores determinantes en esta práctica. Por tanto, el objetivo general (OG) del estudio es elaborar una guía flexible y dinámica para el diseño estratégico de eventos con formatos de aprendizaje combinado (presencial y online), capaces de propiciar una experiencia óptima en las y los participantes.

Las preguntas clave de investigación que derivan de este objetivo y subyacen a este análisis pueden formularse de la siguiente manera:

1. ¿Cuáles son los desafíos y oportunidades de incluir elementos del aprendizaje combinado en los eventos de índole educativa?
2. ¿Cómo podemos garantizar un buen diseño de eventos educativos con formatos de aprendizaje combinado para lograr una experiencia óptima en las y los participantes?

Para completar los campos de conocimientos necesarios, además del objetivo general y las preguntas de investigación, en las siguientes líneas haremos referencia a los objetivos específicos (OE):

*OE1:* Profundizar en los impactos de los eventos, sus tipologías y la posición de los eventos educativos en la industria de eventos.

Esto implica:

- a) Contextualizar y conocer los fundamentos de la industria de eventos a nivel global.
- b) Conocer los tipos de impactos referentes a la industria de eventos y profundizar en aquellos relacionados con nuestro objeto de estudio, en este caso los de índole económico y sociocultural.
- c) Definir el concepto de evento, conocer sus tipologías e identificar el posicionamiento de los eventos educativos dentro de la industria.

*OE2:* Comprender el papel de la experiencia y el diseño de eventos en los eventos educativos.

Esto supone:

- a) Entender la noción de experiencia y sus relaciones con el ámbito de los eventos.
- b) Esclarecer la noción de diseño dentro del ámbito de los eventos y destacar algunos de sus fundamentos académicos y prácticas profesionales.
- c) Ahondar en algunas de las teorías del aprendizaje y transferencia de conocimiento que reconocen los diferentes espacios y tiempos para que se propicie el aprendizaje combinado.

*OE3:* Visibilizar el posicionamiento de los profesionales y participantes en eventos educativos con formatos de aprendizaje combinado (presenciales y online) y participativos.

Esto requiere:

- a) Comprender las inquietudes, retos y oportunidades de expertos y profesionales que participan en el diseño e implementación de formatos de aprendizaje combinado en eventos educativos.
- b) Delimitar los retos y oportunidades que ofrece este tipo de eventos a una audiencia que no posee necesariamente conocimientos previos en materia del aprendizaje combinado.

*OE 4:* Determinar los factores críticos en el diseño de eventos educativos con formatos de aprendizaje combinado.

Esto involucra:

- a) Comprender el discurso actual sobre el aprendizaje combinado y las tecnologías de la información.
- b) Articular los retos y oportunidades del aprendizaje combinado en eventos educativos, a la luz del análisis de las voces de profesionales y participantes.

## **Metodología**

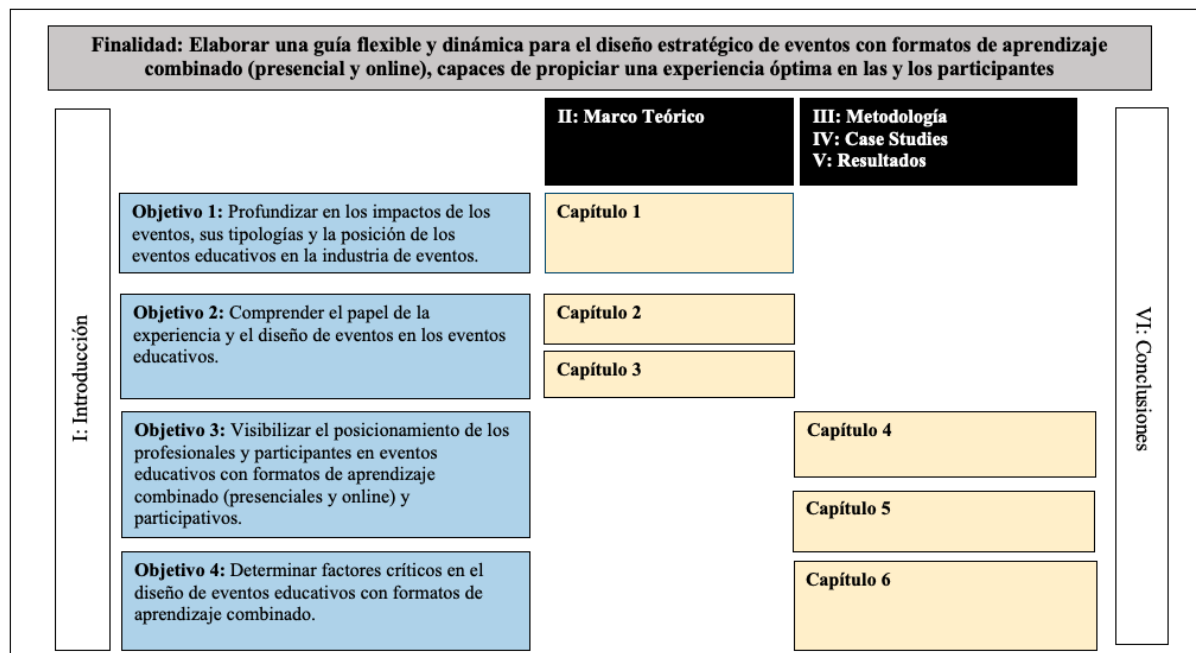
Desde el punto de vista metodológico, se trata de una investigación eminentemente cualitativa y relativamente aplicada, ya que su finalidad es conocer en mayor detalle los aspectos potenciadores y limitadores de la puesta en práctica de diferentes elementos que combinan la experiencia presencial-online en el diseño de un evento educativo. Además, esta investigación toma la perspectiva epistemológica y posición empírica que sostienen que el conocimiento proviene de la experiencia y del contacto directo con la realidad (Hathcoat y Nicholas, 2014). Dicho esto, existen tres estrategias clave que han apoyado el logro de este objetivo y ampliar el conocimiento. En primer lugar, la revisión bibliográfica; en segundo lugar, los estudios de caso y, en tercer lugar, las entrevistas en profundidad como técnica para recabar la información. La elección de estas técnicas responde al carácter exploratorio de la misma investigación, y la búsqueda de la relación entre el fenómeno, el impacto de los eventos educativos con dinámicas de aprendizaje combinadas en los participantes, y su propio contexto.

El enfoque metodológico general y los diferentes enfoques cualitativos permitieron que los conceptos y las categorías identificadas se fusionaran en una imagen más amplia y consolidada que guiaron la estructura principal, los resultados y las conclusiones de esta investigación.

Además, este trabajo metodológico se complementó con la trayectoria investigadora y profesional que se refleja en el Anexo 1, donde se describen las diferentes participaciones en eventos, discusiones y publicaciones en las que la doctoranda ha estado involucrada a lo largo del período de investigación del doctorado.

En las próximas líneas, figuras y tablas presentamos de manera gráfica la relación entre los objetivos, la metodología empleada y los capítulos de la tesis en los que dichos objetivos se desarrollan. Además, describimos y explicamos las metodologías empleadas, (revisión bibliográfica, estudios de caso y entrevistas en profundidad) en mayor detalle.

**Figura 1. Relación entre objetivos y capítulos**



Fuente: Elaboración propia.

### Revisión bibliográfica

La revisión bibliográfica abarca la exploración de la industria de los eventos y su impacto, las nociones de la experiencia y el diseño, y las teorías relacionadas con el aprendizaje. Las revistas científicas, especialmente, fueron fuentes de conocimiento en torno a los temas de investigación de gestión de eventos, experiencias de ocio y turismo, y educación. Además, se consultaron informes elaborados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) referentes a la industria de eventos, su impacto y líneas futuras de desarrollo. La revisión bibliográfica ha documentado ampliamente la parte teórica de la tesis (sección II) que comprende los capítulos (1), (2) y (3). En cuanto a la parte empírica de esta investigación (sección III y sección IV), los recursos que informan el capítulo (4) y el capítulo (5) son los casos de estudio y las entrevistas en profundidad semiestructuradas. Además, también nos hemos apoyado en referencias bibliográficas y artículos de índole académica en las secciones dedicadas a los resultados (sección V) y las conclusiones (sección VI), respectivamente.

## **Estudios de caso**

Los estudios de caso presentados en esta tesis (sección III y sección I) en el capítulo (4) y capítulo (5) han sido seleccionados intencionadamente (Patton, 1990) y están condicionados por las limitaciones de la línea de tiempo del investigador doctoral y el nivel de acceso a ellos. Según Yin (2009), los estudios de caso resultan ser el método reconocido para examinar eventos de naturaleza contemporánea en los que los comportamientos no pueden manipularse, y en los que se pueden agregar dos recursos extra, la observación directa de eventos de fenómenos a estudiar; y las entrevistas a las personas involucradas en los mismos hechos (Yin, 2009). La selección de los estudios de caso se realizó por las siguientes motivaciones: encontrar características comunes y similitudes; comprender el posicionamiento de los diferentes perfiles de los participantes; y el intento de definir los retos y oportunidades de los entornos de aprendizaje combinado en eventos de índole educativo.

Los criterios para la selección de los estudios de caso fueron los siguientes: el liderazgo de la organización dentro de sus propias disciplinas; la motivación de la organización para explorar, mejorar y avanzar en los formatos educativos; el grado de innovación en aprendizaje combinado y el diseño experiencial de los formatos; la extensión en el tiempo y el espacio, la interacción remota y presencial para los participantes; y por último, pero no menos importante, las posibilidades de acceso a los estudios de caso para la doctoranda.

Lo anterior llevó a la selección de tres casos de estudio: una conferencia de negocios celebrada simultáneamente en diferentes ciudades; un curso de formación desarrollado con un programa educativo a distancia, que culmina con un curso y evento presencial; y una escuela de campo internacional con un programa educativo a distancia, que culmina con un aprendizaje experiencial y presencia en un congreso internacional.

Con el fin de mantener cierto orden y facilitar la lectura cruzada de los diferentes casos de estudio, la descripción presentada aborda, al menos, para cada uno de ellos:

- el perfil y las características del organizador
- las características del evento, programa y elementos de diseño de programa
- el perfil del grupo participante

Además, daremos cuenta de:

- El papel de la doctoranda, ya que ilustra información significativa

## **Entrevistas en profundidad**

Las entrevistas cualitativas han sido el núcleo de esta investigación. La selección de los entrevistados se hizo en base a los criterios prácticos, y reconocidos por Gorden (1975) y Vallés (2009), considerando el acceso tanto social como físico del participante, su disposición de informar y compartir, y su precisión en las capacidades de comunicación.

El método utilizado para abordar la recopilación de datos de casos ha sido la entrevista en profundidad semiestructurada. Mediante este método, las entrevistas individuales nos han brindado la oportunidad de realizar una investigación detallada de las perspectivas personales de las personas; para una comprensión profunda del contexto personal en el que se ubica el fenómeno de la investigación; y para una cobertura temática muy detallada (Ritchie, 2003).

El primer grupo de entrevistas pertenece a organizadores y diseñadores, expertos, que tienen amplios conocimientos y experiencia en la organización de entornos de aprendizaje digitales, combinados e híbridos. Además, en este grupo, hemos incluido a los líderes de los proyectos de los estudios de caso presentados, y varios consultores y académicos que trabajan en el campo del aprendizaje combinado. Este grupo de entrevistados aportan relevancia a la investigación con su amplio conocimiento y experiencia en la materia, el aprendizaje combinado y, en algunos casos, la digitalización de contenidos e información en eventos. Sin duda, su puesta en común está relacionada con la experiencia estratégica y de diseño de los proyectos que vienen realizando durante la última década y la evolución de las tecnologías de la información.

El segundo grupo de entrevistas pertenece a profesionales de eventos educativos y empresariales que han experimentado de una forma u otra en entornos de aprendizaje combinados y digitales. Están involucrados activamente en la industria de eventos empresariales y educativos y, además, ya han puesto en práctica lo aprendido y experimentado. La relevancia de este grupo está relacionada con la forma en que observan, a veces desde su mente crítica, la forma en que evolucionan los eventos de índole educativa, y las oportunidades y desafíos que se presentan. Son los profesionales responsables que prueban y ponen en práctica lo aprendido y experimentado con el público general.

El tercer grupo de entrevistas está relacionado con el público general, los participantes estándar y, en este caso, los futuros profesionales relacionados con el ocio, sin conocimientos o habilidades profesionales mixtas o híbridas. Su valor en esta investigación está relacionado con el impacto y el análisis sobre el valor de la experiencia de aprendizaje que el paradigma del aprendizaje combinado está proporcionando en el contexto relacionado con el ocio.

**Tabla 1. Relación entre objetivos, métodos y capítulos**

| Objetivos   | Recolección de datos   | Capítulo     |
|---|------------------------|--------------|
| <b>Objetivo 1: Profundizar en los impactos de los eventos, sus tipologías y la posición de los eventos educativos en la industria de eventos.</b>   |                        |              |
| a) Contextualizar y conocer los fundamentos de la industria de eventos a nivel global.  | Revisión bibliográfica | Capítulo (1) |
| b) Conocer los tipos de impactos referentes a la industria de eventos y profundizar en aquellos relacionados con nuestro objeto de estudio, en este caso los de índole económica y sociocultural. | Revisión bibliográfica | Capítulo (1) |
| c) Definir el concepto de evento, conocer sus tipologías e identificar el posicionamiento de los eventos educativos dentro de la industria.   | Revisión bibliográfica | Capítulo (1) |
| <b>Objetivo 2: Comprender el papel de la experiencia y el diseño de eventos en los eventos educativos.</b>  |                        |              |
| a) Entender la noción de experiencia y sus relaciones con el ámbito de los eventos.   | Revisión bibliográfica | Capítulo (2) |
| b) Esclarecer la noción de diseño dentro del ámbito de los eventos y destacar algunos de sus fundamentos académicos y prácticas profesionales.  | Revisión bibliográfica | Capítulo (2) |
| c) Ahondar en algunas de las teorías del aprendizaje y transferencia de conocimiento que reconocen los diferentes espacios y tiempos para que se propicie el aprendizaje combinado.               | Revisión bibliográfica | Capítulo (3) |

| Objetivos  | Recolección de datos  | Capítulo   |
|--|---|--|
| <b>Objetivo 3: Visibilizar el posicionamiento de los profesionales y participantes en eventos educativos con formatos de aprendizaje combinado (presenciales y online) y participativos.</b> |   |  |
| a) Comprender las inquietudes, retos y oportunidades de expertos y profesionales que participan en el diseño e implementación de formatos de aprendizaje combinado en eventos educativos.    | Estudios de caso<br>Entrevistas en profundidad con representantes de los casos de estudio y profesionales   | Capítulo (5) y especialmente (6.2) (6.4) y (6.4) |
| b) Delimitar los retos y oportunidades que ofrece este tipo de eventos a una audiencia que no posee necesariamente conocimientos previos en materia del aprendizaje combinado.               | Estudios de caso<br>Entrevistas en profundidad con audiencia sin conocimientos previos en materia del aprendizaje combinado.                                      | Capítulo (5) y especialmente (6.3) (6.4)         |
| <b>Objetivo 4: Determinar los factores críticos en el diseño de eventos educativos con formatos de aprendizaje combinado.</b>  |   |  |
| a) Comprender el discurso actual sobre el aprendizaje combinado y las tecnologías de la información.   | Entrevistas en profundidad representantes de los casos de estudio y profesionales y con audiencia sin conocimientos previos en materia del aprendizaje combinado. | Capítulo (6)                                     |
| b) Articular los retos y oportunidades del aprendizaje combinado en eventos educativos, a la luz del análisis de las voces de profesionales y participantes.                                 | Entrevistas en profundidad representantes de los casos de estudio y profesionales y con audiencia sin conocimientos previos en materia del aprendizaje combinado. | Capítulo (6)                                     |

Fuente: elaboración propia.

## Estructura de la tesis

En este apartado se esboza su estructura y se aborda el contenido de cada capítulo haciendo referencia a la metodología emprendida para su desarrollo.

La investigación se divide fundamentalmente en cinco (5) secciones:

Sección I: Introducción

Sección II: Marco teórico

Sección III: Metodología

Sección IV: Estudios de caso

Sección V: Resultados

Sección VI: Conclusiones

Podemos ver que además de la Introducción (Sección I) y las Conclusiones (Sección V), el núcleo de esta investigación se divide en dos partes. Una parte ofrece una visión más conceptual del tema (sección II) y cubre los capítulos (1), (2) y (3), mientras que la otra parte ofrece un análisis empírico (sección III y sección IV) y cubre los capítulos (4) y (5). El gráfico I.1 presentado anteriormente ya capturó la relación entre los objetivos con los capítulos, y asimismo el desarrollo de esta investigación.

Más precisamente, la estructura de la investigación y el contenido de los capítulos se describen a continuación.

La *Introducción* (sección I) establece el marco de esta tesis, describe la hipótesis y las preguntas de investigación y define el propósito y los objetivos de la investigación. Además, proporciona una visión general de las herramientas metodológicas utilizadas para la investigación y su estructura.

Sección II. Marco teórico cubre los capítulos (1), (2) y (3) y explora los objetivos de la investigación desde un nivel más conceptual.

Capítulo (1) *Aproximación a la industria de eventos* se centra primordialmente en contextualizar la industria de eventos. Haciendo un intento de aproximación a las bases y fundamentos de una industria global, y resumiendo los impactos más característicos de los

eventos, centrándonos en los impactos económicos y socioculturales estrechamente ligados con el objetivo de esta tesis. En la tercera parte del capítulo además de buscar un significado al concepto de evento, repasamos su tipología en términos generales para concluir destacando los eventos de índole educativa.

Capítulo (2) *La experiencia y el diseño del evento* se acerca a la temática de la experiencia y el diseño de eventos, ambos dos aspectos clave en esta tesis doctoral. Mientras que en el primer apartado nos acercaremos, repasando algunos de los autores académicos fundamentales, a la definición de experiencia y su estrecha relación con el ocio, en el segundo y tercer apartado haremos una breve reflexión sobre el concepto de la economía de la experiencia, y resaltaremos desde otras perspectivas y miradas de autores académicos la relación entre el desarrollo de experiencias y los eventos. En el cuarto apartado referido al diseño de eventos, además de referirnos al diseño de eventos de manera conceptual, intentaremos reflejar su importancia y algunos de los principios básicos a tener en cuenta.

Capítulo (3) *Aprendizaje combinado y formatos híbridos* presenta uno de los pilares fundamentales dentro de esta tesis, en él exploraremos el estado del arte de las prácticas digitales y online dentro del sector de eventos desde la perspectiva educativa y la transferencia de conocimiento. Tras hacer una previa contextualización para así ayudar a la conceptualización del significado del aprendizaje combinado, en el primer apartado, exploraremos y nos apoyaremos en algunas de las teorías relacionadas con la transferencia de conocimiento y el aprendizaje, que además nos ayudarán a comprender cómo se suceden la generación y la transferencia de conocimiento dentro de los diferentes tiempos y espacios, y la importancia de todo esto en la era digital. Además, haremos una breve revisión sobre los formatos de índole digital actuales consolidados y puestos en práctica en el ámbito de los eventos educativos de índole asincrónica y sincrónica.

Sección III. *Metodología* cubre el capítulo (4) en el cual se contextualiza el enfoque metodológico seguido, además de la presentación de los casos de estudio y las entrevistas en profundidad.

Capítulo (4) *Metodología* se presentan las bases metodológicas, además de la selección y presentación preliminar y general de los estudios de caso, las entrevistas en profundidad, los métodos y el proceso de recolección de datos y el análisis de datos.

Sección IV. *Estudios de caso* cubre el capítulo (5), en él se presentan y explican cada uno de los estudios de caso con sus principales características.

Capítulo (5) *Datos de los estudios de caso* articula los tres estudios de caso de referencia de esta tesis. Los tres estudios de caso se presentan de manera individual y por orden de acontecimiento. En primer lugar, *Fresh 18 Conference*, una conferencia global convocada anualmente, en esta ocasión en formato híbrido (presencial y online) especializada en diseño de reuniones y experimentación de nuevos formatos, técnicas, herramientas y tecnologías dentro de la industria de eventos. En segundo lugar, *Digital Event Strategy Bootcamp*, evento educativo con programa interactivo y combinado (presencial y online) destinado a los profesionales de eventos con el fin de educarlos a planificar, producir y medir estratégicamente eventos digitales e híbridos. En tercer y último lugar, *2018 Douglas Ribeiro da Silva International Field School*, una iniciativa educativa que combina, el aprendizaje online, el aprendizaje experiencial y la participación en un congreso científico internacional.

Sección IV. *Resultados* cubre el capítulo (6) donde se presentan los principales hallazgos de la investigación empírica y además se relacionan con los conceptos del marco teórico.

Capítulo (6) *Resultados* presenta y articula en tres apartados diferenciados los principales hallazgos de la investigación empírica. El primer apartado presenta los resultados de las entrevistas profesionales. El segundo apartado pertenece a las entrevistas de la audiencia general-participantes, mientras que el tercer y último bloque, recopila y se vincula a los conceptos del marco teórico para articular los hallazgos de esta investigación.

Finalmente, en la sección *Conclusiones* (sección V), se revisan las preguntas y los objetivos de la investigación, y enumerando también algunas de las observaciones clave. En este apartado se presenta una guía como una herramienta conformada por factores críticos, variables e indicadores con un grado considerable de apertura, de manera que sean generalizables para su uso entre profesionales especializados en eventos educativos que necesitan enfrentarse a entornos de aprendizaje combinado. Esta sección se cierra recogiendo las limitaciones del estudio y las líneas futuras de investigación.

## **II. MARCO TEÓRICO**

# Capítulo 1: Aproximación a la industria de eventos

1.1. Introducción

1.2. Bases y fundamentos de una industria global

1.3. Impactos de la industria de eventos

1.4. Evento: concepto y clasificación

1.5. Resumen

## **1.1. Introducción**

Este capítulo contiene uno de los pilares teóricos fundamentales de la investigación, y se centra primordialmente en contextualizar la industria de eventos. En la primera parte del capítulo (1.2) se hace un intento de aproximación a las bases y fundamentos de una industria global, haciendo un repaso a sus orígenes, destacando así la representación de organizaciones a nivel mundial de diversas características. En la segunda parte del capítulo (1.3), se resumen los impactos más característicos de los eventos y se destacan el impacto económico y sociocultural, estrechamente ligados con el objetivo de esta tesis. Para ello, además de apoyarnos en evidencias académicas, han sido de gran utilidad los informes presentados por organizaciones internacionales relacionadas con la industria de eventos y del turismo. En la tercera parte del capítulo (1.4), además de buscar un significado al concepto de evento, repasamos su tipología en términos generales para concluir destacando los eventos de índole educativa. En la última parte de este capítulo (1.5) se resumen de manera global los conceptos fundamentales del capítulo, señalando la diversidad y el potencial de la industria de eventos.

Por lo tanto, las preguntas y reflexiones que se plantean en este capítulo son las siguientes:

- ¿Qué papel ocupan los eventos a nivel global?
- ¿Cómo han llegado a ser lo que son hoy en día los eventos?
- ¿Cuáles son los impactos económicos y socioculturales de los eventos?
- ¿Cómo se pueden clasificar los eventos y cuál es su tipología?

## **1.2. Fundamentos conceptuales de una industria global**

La industria de eventos es una industria joven y dinámica que, sin duda alguna, está creciendo y madurando a un ritmo muy rápido. Desde sus orígenes en Europa y América del Norte, y a partir de la década de los 50, hasta ahora se ha convertido en una industria verdaderamente internacional, testigo de grandes inversiones en todos los continentes. Sin embargo, denota carencias en algunas de las características propias de las industrias más establecidas recientemente como, por ejemplo, una terminología bien definida y estructuras apropiadas de educación y capacitación. Tradicionalmente, los eventos han formado parte del sector de turismo de negocios, un sector importante, aunque a menudo infravalorado dentro de la industria turística en general. Sin embargo, y debido a su ritmo de crecimiento vertiginoso, quizá sea el momento de reducir su relación con el turismo y elevar su relevancia de manera

independiente. Como afirman varios autores (Shone y Parry, 2004; Allen et al, 2005; Bowdin et al., 2006), la industria de eventos ha ido creciendo a medida que su propio cometido e impacto ha ido ganando relevancia y reconocimiento en la sociedad como herramienta para el desarrollo de negocios, impulsora de regeneración urbana, actividad de tiempo libre, atractivo en destinos turísticos, además de área temática académica y profesional.

Si bien los orígenes de la industria de eventos de hoy residen en los congresos políticos y religiosos de siglos anteriores, seguidos de las reuniones de negocios y las convenciones de asociaciones comerciales y profesionales, el desarrollo y el reconocimiento de la industria es un fenómeno mucho más reciente, especialmente en Europa, que data de mediados a finales del siglo XX. La formación de asociaciones relacionadas con una industria concreta es, a menudo, una forma útil y objetiva de marcar la gestación real de una industria. Por lo que es casi imprescindible dedicar algunas líneas en este apartado a la labor de las asociaciones profesionales y académicas que han impulsado la relevancia y reconocimiento, y han conseguido legitimar la propia industria de eventos. Indudablemente, la aparición de las diferentes opciones académicas relacionadas con la industria de eventos ha ayudado a dicho reconocimiento y legitimación de la profesión. Además, la industria ha comenzado a reconocer la necesidad de establecer procesos y programas educativos en el currículum formativo de los profesionales del sector (Getz, 2002; Getz, 2008, Getz y Page, 2016; Rogers, 2018).

Y como veremos, a la industria de eventos no le ha faltado representación a nivel global. La siguiente tabla presenta el origen cronológico de las principales asociaciones internacionales de la industria de eventos.

**Tabla 2. Listado de asociaciones y año de fundación**

| <b>Listado de asociaciones profesionales</b>                          |      |
|---|------|
| International Association of Exhibitions and Events (IAEE)            | 1928 |
| Professional Convention Management Association (PCMA)                 | 1957 |
| Association Internationale des Palais de Congrès (AIPC)               | 1958 |
| International Congress and Convention Association (ICCA)              | 1963 |
| European Federation of Conference Towns (EFCT)                        | 1964 |
| International Association of Professional Congress Organisers (IAPCO) | 1968 |
| British Association of Conference Destinations (BACD)                 | 1969 |
| Meeting Professionals International (MPI)                             | 1972 |
| Meetings & Events Australia (MEA)                                     | 1975 |
| Joint Meetings Industry Council (JMIC)                                | 1978 |
| Association of British Professional Conference Organisers (ABPCO)     | 1981 |
| Meetings Industry Association (MIA)                                   | 1990 |

Fuente: Rogers, T. (2008, p. 5).

Destacamos aquí tres organizaciones de ámbito profesional cercanas a nuestra actividad profesional y personal: *Meetings Professional International* (MPI) que, desde 1972, con más de 20,000 miembros representados en 60 países y desde su propia fundación, ha invertido más de \$10 millones en proyectos de investigación y educación (Berridge, 2007). Otras organizaciones de índole profesional, como *Professional Convention Management Association* (PCMA). Fundada en 1963, cuenta con 7,000 miembros y una audiencia de 50,000 repartidos en América del Norte, Europa, Oriente Medio y Asia; e *International Congress and Convention Association* (ICCA) fundada en 1963, representando más de 1,000 organizaciones, en más de 100 países a nivel internacional. Asociaciones con planes estratégicos que impulsan, tanto la educación, como la necesidad de crear y proporcionar itinerarios para futuros profesionales del sector. Además, cabe mencionar, el crecimiento del número de cursos y educadores especializados en el área de eventos, y el reconocimiento de organizaciones como *Association for Events Management Education* (AEME), creada en el año 2004 y que, desde un ámbito más académico, tiene como objetivo prioritario avanzar en la educación de la industria de eventos, apoyando y elevando el perfil de esta disciplina. Gracias a todas estas iniciativas, son cada vez más los recursos bibliográficos dedicados a temáticas generales y específicas en la gestión de eventos (Berridge, 2007). Y es que la industria de eventos sigue progresando. Podemos decir que es un sector reconocido, además de ser visto políticamente como una fuente con un potencial importante de ingresos y empleo. Los eventos, con frecuencia forman parte

de la estrategia de regeneración de una comunidad y ofrecen oportunidades de negocio para que las organizaciones muestren y compartan su experiencia. A medida que se desarrollan los eventos, también lo hace la actividad y el contexto que los rodea, teniendo así un efecto multiplicador. Inevitablemente, este impulso conduce a una mayor generación de oportunidades (de empleo), lo que conlleva a un mayor reconocimiento de las habilidades para planificar, organizar y gestionar eventos (Getz, 2008).

Además, la expansión mundial y la relevancia que los eventos han tomado como un elemento importante de la vida comercial, política y asociativa han dado como resultado un reconocimiento creciente de los conocimientos, habilidades y competencias de los profesionales dentro de la industria de eventos, como son los organizadores de reuniones y exposiciones, además de los ejecutivos de viajes de incentivo y la gerencia de marketing de destino. Como señalan Sperstad y Cecil (2011) ha habido un cambio de paradigma en lo que parecía un rol limitado a la gestión logística, para convertir a los profesionales en diseñadores de eventos, creadores estratégicos de experiencias centrados en medir el impacto de la experiencia del evento. Como consecuencia, la organización de eventos ahora puede ser considerada una profesión por derecho propio que funciona como interlocutora con las diferentes partes interesadas y tiene la posibilidad de ofrecerles una amplia gama de beneficios.

La mayoría de las definiciones de lo que constituye una profesión se centra en un conjunto de rasgos objetivos que cualquier grupo debe demostrar para ser considerado una profesión. Greenwood (1957), argumentó que una profesión debería tener los siguientes elementos:

- Un cuerpo sistemático o teoría o conocimiento
- Autoridad comunitaria, regulación y credibilidad
- Un código ético
- Una cultura profesional, o una cultura de valores, normas y símbolos.

Está claro que una definición precisa del cuerpo de conocimiento único de cualquier disciplina representa un paso vital para que se defina como una profesión independiente. Esto a menudo toma la forma de un conjunto de conocimientos acordados que impulsa el reconocimiento y el crecimiento de la disciplina y ayuda a garantizar que la profesión en cuestión se aplique solo después de que las competencias necesarias se hayan adquirido y verificado a través de calificaciones formales, generalmente reguladas por organismos profesionales. En este caso, podemos decir que la industria de eventos cuenta con una profesión argumentada y reconocida.

### 1.3. Impactos de la industria de eventos

Para poder considerar el nivel de éxito de un evento durante un largo período de tiempo, es esencial que las partes interesadas adopten un enfoque holístico para la evaluación de los impactos, a través de criterios e indicadores económicos, sociales y ambientales. El impacto total del evento, por lo tanto, debe considerarse como una evaluación tanto de los costes como de los beneficios que proporciona un evento, teniendo en cuenta sus efectos positivos y negativos.

Un gran número de autores establecen la necesidad de medir los impactos de los eventos con el fin de poder monitorizarlos y evaluarlos. Sin embargo, una revisión de la literatura reciente muestra que los métodos utilizados y los contenidos sometidos a evaluación varían considerablemente (Thomas y Wood, 2004). Una de las prácticas más frecuentes para las artes, la cultura y los eventos ha sido el análisis de impacto económico. Si bien es cierto que existe un gran marco de referencia con literatura científica abordando la temática de los eventos y su valor e impacto económico (Burns et al., 1986; Crompton y McKay, 1994; Crompton, 1995; Dwyer y Forsyth, 1997; Delpy y Li 1998;), nuestro interés irá un poco más allá, siguiendo la literatura que ha resaltado los impactos tangibles e intangibles, además de sus efectos multiplicadores, en el ámbito socio-económico (Dwyer, L., Mellor, R., Mistillis, N., y Mules T., 2000a). Aquí nos gustaría destacar que la medición económica por sí sola no es suficiente para evaluar los impactos tangibles e intangibles de un evento (Dwyer et al., 2000b; Bowdin et al., 2006) y como Jones (2001) sugiere, centrarse únicamente en los beneficios del gasto directo producirá una imagen incompleta del impacto de los eventos y sus diferentes posibilidades.

En términos generales podemos decir que los impactos de un evento pueden ser tanto tangibles como intangibles (Dwyer et al., 2000a). Por un lado, los impactos tangibles son aquellos que pueden medirse, por ejemplo, en términos de cantidad de gastos incurridos o ingresos obtenidos. Sin embargo, los impactos intangibles son aquellos que son más difíciles de cuantificar o medir como, por ejemplo, la capacidad de un evento para ayudar a definir la identidad de una sociedad, desarrollar el orgullo y el talento a nivel local. Por otro lado, entre los impactos intangibles negativos (costes intangibles), se incluyen los costes ambientales, como la degradación de la flora y fauna, y los costes sociales como la contaminación acústica. En cuanto a los impactos

intangibles positivos (beneficios intangibles), se incluyen, entre otros, la emoción y el sentimiento que la comunidad puede obtener y desarrollar gracias a la experiencia de un evento. En cualquier caso, será lógico poner igual énfasis en la evaluación de los impactos tanto positivos como negativos de un evento, en términos de criterios económicos, y socioculturales y ambientales. Si bien es cierto el impacto ambiental es un aspecto clave a tener en cuenta en la industria de eventos, de acuerdo a los objetivos de esta tesis destacaremos exclusivamente los impactos económicos y socioculturales, siendo este último el más relevante y más estrechamente relacionado con nuestro objeto de estudio que es contribuir al conocimiento y valor de los eventos educativos que utilizan el aprendizaje combinado, y su efecto en la experiencia integral del participante.

### **1.3.1. Impacto económico**

Los eventos son un benefactor económico vital para las economías locales y nacionales. La inversión en instalaciones e infraestructura para conferencias puede generar beneficios sustanciales a través del gasto de organizadores y delegados (y personas acompañantes), con beneficios tanto directos como indirectos para los destinos en los que se realizan los eventos. También pueden obtenerse beneficios sociales para los asistentes al evento y para las comunidades que organizan estos eventos. No puede obviarse, sin embargo, que existe la posibilidad de que los eventos generen impactos sociales negativos. Los problemas ambientales y de sostenibilidad salieron a la luz desde el comienzo del nuevo milenio, y la minimización de los efectos nocivos para el medio ambiente es ahora uno de los objetivos principales para la mayoría de los organizadores de eventos (Rogers, 2008).

Las evaluaciones del valor de la industria de eventos, para la mayoría de los países son, en el mejor de los casos, solo estimaciones, basadas en información extraída de encuestas nacionales y locales. Los cálculos del valor, o impacto económico, de los eventos miden el cambio neto en la economía local (o nacional) resultante de la organización de eventos, es decir, cómo han influido, y qué diferencia han reflejado dichos eventos en niveles de gasto, ingresos y empleo. Estos cálculos también deben tener en cuenta una serie de factores, descritos por Cooper et al. (1993), que se aplican a la industria del turismo en su conjunto, como son, por ejemplo, el gasto en alojamiento, alimentación, comunicaciones, y servicios de entretenimiento, entre otros (Rogers, 2008).

Sin embargo, el valor del gasto turístico representa solo una imagen parcial del impacto económico, por lo que para una evaluación completa del impacto económico se deberán tener en cuenta otros aspectos, que incluyan:

- efectos indirectos e inducidos;
- gastos externos y desvinculados de la economía local;
- desplazamientos y costes de oportunidad.

Cooper et al. (1993) se refieren al efecto "en cascada" que produce el gasto turístico, que se aprecia en términos logísticos (hoteles, restaurantes, transporte, etc.) y que tiene un efecto directo e impregnan el resto de la economía.

La medición del impacto económico del gasto turístico se realiza, además, mediante un análisis con efecto multiplicador. Lo cierto es que existen varios tipos de multiplicadores, y es importante utilizar los multiplicadores más pertinentes para cada tipo de área y función, como pueden ser los indicadores que miden los ingresos adicionales o el empleo para un área concreta que surge del gasto turístico. Sin embargo, las fórmulas utilizadas para calcular el impacto económico de los eventos suelen ser complejas y requieren muchos recursos administrativos. Por estas mismas razones, muchos profesionales de la industria, obligados a dar cuenta del valor del turismo de eventos en su ciudad o área, tienden a utilizar el gasto bruto total calculado multiplicando los diferentes elementos (Rogers, 2008):

- número de participantes
- gasto por participante (este variará dependiendo del origen y tipo de evento)
- número de días que dura el evento
- días extra (participantes que llegan antes del comienzo del evento o se quedan después del evento)
- miembros adicionales (los acompañantes);
- gastos de los organizadores

Si bien las múltiples ventajas y oportunidades para los destinos que atraen y alojan eventos de negocios son ampliamente reconocidas, el reto de medirlas con un grado razonable de precisión ha demostrado ser algo extraordinario. Uno de los desafíos clave para medir los impactos económicos a largo plazo ha sido la falta de una metodología consistente en los destinos anfitriones y para comparar el volumen de eventos comerciales entre diferentes destinos y durante un período de tiempo. Además, este desafío se ha visto agravado por una serie de

características de la propia industria de eventos, incluida su estructura fragmentada y compleja, además de la falta de definiciones claras y sistemas de informes deficientes (Davidson, 2019). Sin embargo, se han probado varios métodos para evaluar los impactos económicos, a menudo con el fin de justificar el gasto público requerido para la inversión en infraestructura relacionada con diversos tipos de eventos, tales como instalaciones para conferencias y centros de exposiciones (Dwyer y Forsyth, 1993, 1997; Kim et al., 2003). Jones y Li (2015) señalan que, entre esos métodos, el modelo *input-output* (IO) se ha utilizado en la evaluación del impacto económico de eventos de índole empresarial y turístico, a pesar de que también existen numerosas limitaciones en este modelo de análisis (Li y Jago, 2013).

Cabe destacar algunos de los progresos que se hicieron en 2006, y como resultado de la colaboración entre la Organización Mundial del Turismo (OMT), la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, *Meeting Professionals International* y *Reed Travel Exhibitions*, se publicaron los primeros estándares mundiales para llevar a cabo estudios nacionales de impacto económico, que son los estándares de *Meetings Satellite Accounts* (MSA), que fueron una extensión de los estándares ya presentados anteriormente de *Tourism Satellite Accounts* (TSA). Estos primeros estándares ya habían sido adoptados por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas en 2000 como un estándar internacional para todos los países que desean medir el impacto del turismo en sus economías. Estos estándares (MSA) se publicaron en un informe de la OMT titulado “*Measuring the economic importance of the meetings industry. Developing a Tourism Satellite Account extension*” (OMT, 2006).

El MSA es un marco de medición que tiene como objetivo estimar los principales indicadores nacionales clave para eventos de negocios de manera más concreta como son el valor agregado bruto (VAB) y el empleo directamente relacionado con dichas actividades. Sin embargo, el uso de este marco para estimar estos indicadores económicos está lejos de ser simple, ya que requiere que los investigadores del impacto económico obtengan datos de las diferentes partes como son los participantes los organizadores, patrocinadores, expositores y del lugar que lo aloja y donde se desarrolla. Además, varios autores coinciden en que el sistema de análisis de la TSA en el que se basa el marco de MSA, tiene sus propias limitaciones, que a su vez fueron compartidas en los estándares de MSA. Jones y Li (2015), por ejemplo, sugieren que una de las principales limitaciones de los sistemas MSA es el modelo propuesto que calcula el gasto directo de los asistentes, organizadores y el emplazamiento, pero, sin embargo, no evalúa los impactos indirectos de su actividad en el destino en el que se desarrolla el evento. En su

evaluación de cinco estudios nacionales (Li et al., 2013) que se llevaron a cabo utilizando las directrices de la OMT, Jago (2012) refleja dos limitaciones adicionales. Si bien los estudios produjeron estimaciones de las contribuciones económicas hechas por los eventos a las economías nacionales de manera consistente, la metodología tenía dos debilidades:

- El hecho de que los estudios requieran una amplia gama de recopilación de datos hace que las estimaciones y la confección de resultados sean una tarea costosa de realizar.
- Los resultados tienen poca relevancia a nivel de destino regional (estados o provincias), y mucho menos a nivel de ciudad, donde se deben tomar decisiones clave, por ejemplo, sobre inversión en infraestructura y acciones marketing concretas.

Esta última debilidad es quizás la más significativa. Dado que las decisiones de gestión e inversión generalmente se toman a nivel de ciudad y de manera casi independiente. Durante mucho tiempo ha habido un interés considerable en calcular la contribución económica que los eventos hacen a la economía local, en lugar de a nivel nacional. En particular, las ciudades que están considerando invertir en infraestructura para eventos generalmente tienen una necesidad de respaldar la evidencia del impacto económico existente y potencial de la industria de eventos en su localidad (Jago, 2012). Pero como han indicado investigadores como Jones y Li (2015), existe una dificultad considerable para extender los enfoques de MSA al análisis regional. Hasta la fecha, parece que el desarrollo de un método totalmente confiable para evaluar los impactos económicos único y exclusivo a nivel de ciudad ha resultado difícil de alcanzar.

Por otro lado, las organizaciones individuales que buscan calcular el retorno de la inversión (ROI) de sus eventos también se enfrentan a desafíos similares. Aunque, por ejemplo, exponer en una feria comercial, la organización de un programa ejecutivo o de incentivos, o realizar un evento corporativo, es casi evidente que absorbe valiosos recursos en términos de tiempo y dinero, una parte importante de la dificultad para medir este tipo de ROI de los eventos se debe a lo que se ha denominado "el efecto retraso". Este efecto ocurre debido al período que puede transcurrir entre, por ejemplo, un empleado que asiste a un curso de formación y la aparición del cambio de actitud o la acción deseada como resultado de su participación en ese evento formativo (Jago, 2012).

A medida que la atención de los responsables en la toma de decisión se centra cada vez más en los beneficios no turísticos, entendemos que los eventos podrían ser un elemento para ofrecer a los destinos anfitriones una mejora en el rendimiento, el crecimiento de la productividad y la innovación de las organizaciones e instituciones locales. Sin embargo, la medición y la

estimación precisa y convincente de los impactos beneficiosos derivados de la organización de eventos resulta casi una tarea imposible.

Podemos concluir, en base a lo descrito en líneas anteriores, que existe más allá de un impacto y beneficio turístico por parte de los eventos empresariales, pero que, sin embargo, el impacto económico en su totalidad es extremadamente difícil de cuantificar de manera significativa (Jago, 2012; Jones y Li, 2015; Li et al., 2013; Li y Jago, 2013).

### **1.3.2. Impacto sociocultural**

Recientemente hemos sido testigos de una tendencia creciente en el número de eventos organizados que han dejado un legado duradero de mejoras en la comunidad y en los destinos que albergan estos eventos. Esto quizás tal vez impulsado por una demanda de la sociedad, empresas y negocios que, a su vez, han despertado un compromiso ético, una conciencia social y responsabilidad con los países y sociedades en las que se organizan y desarrollan (Dwyer y Jago, 2006). Los impactos socioculturales, en algunos casos también denominados legados, de la actividad del evento son percibidos, tanto por las personas que asisten y participan en el evento, como por las comunidades de destino que los alojan (Getz 1997, 2008). Como describiremos en el próximo apartado, en la tipología de eventos, veremos que éstos operan en una gran variedad de escalas, y que engloban una gran diversidad y tipologías de ámbitos, espacios y relaciones interpersonales. Esta última, la interacción social y cultural, es una característica clave de los eventos que facilita la conexión, en sus muy diversos grados de cohesión, entre diferentes comunidades que se forman durante el período determinado que dura el evento (Richards, de Brito, y Wilks, 2013). Por su parte, el impacto sociocultural, hasta muy recientemente y en comparación con el impacto económico y el impacto medioambiental, no había sido considerado como un aspecto relevante a tener en cuenta. Además, quizás su carácter intangible junto a su naturaleza diversa y multifacética, explican las dificultades que, en la mayor parte de los casos, implica su medición. Entre los impactos socioculturales se pueden incluir el desarrollo de redes sociales, el orgullo comunitario, los sentimientos de inclusión o exclusión, la integración social, los cambios en las percepciones de actitudes y el desarrollo o preservación de tradiciones, y pueden ser de índole individual, familiar, grupal o comunitario. Así pues, y en cuanto a entender el valor total del impacto sociocultural será necesario observar

el ciclo de vida completo de un evento, incluyendo el contexto en el que tiene lugar (Richards, de Brito, y Wilks, 2013).

En el informe presentado en 2011 por Business Events Sydney titulado “*Beyond Tourism Benefits: Measuring the Social Legacies of Business Events*” (Edwards, Foley, y Schlenker, 2011) examina los denominados anteriormente impactos socioculturales que derivan, en este caso concreto, de los eventos internacionales educativos de índole empresarial. Además de los impactos socioculturales descritos en líneas anteriores, en la siguiente tabla presentamos la clasificación y variedad de impactos socioculturales identificados, tanto a nivel individual como comunitario.

**Tabla 3. Impactos socioculturales**

| <b>Impactos socioculturales de eventos empresariales</b>  |
|---|
| <p><b>Desarrollo del conocimiento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creciente conocimiento a nivel local.</li> <li>• Conocimiento que mejora la educación.</li> <li>• Conocimiento que mejora la práctica profesional.</li> </ul>  |
| <p><b>Redes, relaciones y colaboraciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso a oportunidades de trabajo en red para profesionales e investigadores locales.</li> <li>• Fomento de creación de redes y relaciones profesionales a largo plazo.</li> <li>• Creación de redes como catalizadores de colaboraciones en investigación.</li> <li>• Desarrollo de nuevos productos y tecnologías a través de nuevas colaboraciones en investigación</li> </ul> |
| <p><b>Resultados educativos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oportunidades para estudiantes de postgrado locales.</li> <li>• Mayor atractivo del sector educativo en un área concreta.</li> </ul>   |
| <p><b>Recaudación de fondos para la capacidad investigadora futura</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oportunidades de recaudación de fondos.</li> <li>• Mayor acceso a recursos de financiación del gobierno y / o sector privado.</li> </ul>  |
| <p><b>Sensibilización sobre una materia y área de estudio concreta</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar conciencia sobre cuestiones específicas del sector.</li> <li>• Concienciar sobre cuestiones sociales más amplias.</li> <li>• Perfilar organizaciones, asociaciones y / o centros locales.</li> </ul>  |
| <p><b>Demostración y prestigio para el destino</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición y representación del talento local</li> <li>• Mejora de la reputación y liderazgo del anfitrión en una temática concreta</li> </ul>  |

Fuente: Traducción de la investigadora en base a Edwards, et al. (2011, p. 29).

Sin embargo, y a pesar de todos los impactos positivos de los eventos mencionados en líneas anteriores, podríamos decir que éstos coexisten con los desafíos del desarrollo de actividades de índole social integradas en los programas de eventos, ya que existe el riesgo o interés de que estas actividades se realicen para generar una buena cobertura de relaciones públicas para una institución concreta, en lugar de crear un impacto positivo y duradero para la comunidad anfitriona (Rogers, 2008).

Una vez considerados y presentados los impactos a nivel económico y sociocultural para finalizar con este apartado, nos gustaría destacar los informes presentados por la Organización Mundial del Turismo (OMT), “*Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry - Developing a Tourism Satellite Account Extension*” (2006) y “*Global Report in the Meetings Industry*” (2014), en los que han colaborado diferentes asociaciones, algunas de ellas de gran referencia internacional. De esta manera, reflexionaremos sobre algunas de las cuestiones que argumentan y justifican lo mencionado en líneas anteriores y también nuestra investigación. En primer lugar, el reconocimiento que se le da a la propia industria de eventos diferenciándose del sentido más amplio del sector turístico. Este se trata de un elemento notorio a destacar ya que de alguna manera siempre ha sido una industria estrechamente vinculada al turismo; y, en segundo lugar, la contribución de las actividades de la industria de eventos y el impacto generado en el crecimiento global de la economía, la divulgación del conocimiento y el reconocimiento de las prácticas profesionales. Además, la industria de eventos destaca como facilitadora fundamental e influyendo en la construcción de un entendimiento entre las diferentes regiones y culturas a nivel global. Así mismo, destacamos algunos de los elementos presentados en el “*Global Report in the Meetings Industry*” (2014) algunos de las cuales presentan una relación directa con nuestro objeto de estudio sobre la labor e impacto de los eventos en la divulgación de conocimiento, como son: la promoción de la inversión, el mercado, las comunicaciones, y la tecnología; el fomento y la contribución en la educación y el desarrollo profesional; y herramienta facilitadora de atracción de expertos, creando y ayudando a difundir el conocimiento a nivel global. En este mismo informe (OMT, 2014), cabe destacar dos aspectos fundamentales; por un lado, el reconocimiento que aporta la industria de eventos en términos de desarrollo profesional y transferencia de conocimiento, además de la generación de inversiones, creación y conservación de puestos de trabajo; y, por otro lado, la necesidad de considerar dentro de la industria de eventos nuevos formatos educativos. En este último apartado, se subraya el desarrollo de nuevas estrategias para la industria de eventos en términos de: potenciadora de crecimiento global económico con la creación de fóruns para el desarrollo

de productos y servicios; facilitadora en términos académicos y técnicos en el desarrollo profesional e intercambio de conocimiento; patrocinadora de las diferentes comunidades facilitando el acceso global al conocimiento y diferentes competencias; impulsora para la mejora de las infraestructuras de transporte, hostelería y turismo, que potencien económicamente la actividad en términos más profesionales, y no meramente turísticos; y finalmente, promotora de la cooperación y la colaboración internacional fomentando y manteniendo redes empresariales y profesionales, apoyando la transición económica facilitando el reciclaje profesional y el desarrollo profesional. Así mismo, otra de las ideas principales que se destaca en el informe, es el cambio de valores en cuando al consumidor de eventos se refiere. La consecución de estas estrategias mencionadas, el cambio de valores e intereses afecta enormemente a la articulación de la propia industria de eventos enfrentando algunos comportamientos ya asentados, así, por ejemplo: el valor integral del proyecto frente a la comparación y medición continua de precio/coste; la cantidad comparada frente a con la calidad en cuanto a la búsqueda de experiencias más significativas; y la pasividad como meros receptores, frente a ser participantes activos en la creación de contenidos, de productos y experiencias. Ante esta situación, el atractivo y crecimiento de los nuevos formatos y conceptos que afectarán a los espacios y los organizadores. Aquí cabe destacar el desarrollo de los nuevos formatos y las herramientas que facilitan la organización de eventos híbridos y digitales de índole educativa, que presentan nuevas oportunidades y retos para la industria de eventos.

#### **1.4. Evento: concepto y clasificación**

Como afirman Davidson y Hyde (2014) el estudio y análisis de la industria de eventos encuentra problemas terminológicos. A pesar del rápido crecimiento de la industria, o quizás debido a ese rápido crecimiento, la falta de una terminología estandarizada y universalmente aceptada para la discusión de la industria en su conjunto es notable ya que existen muchos términos que se usan indistintamente. Por ejemplo, las designaciones "conferencia", "convención" y "congreso" se utilizan de manera diversa en los Estados Unidos y en el continente europeo, respectivamente, para definir las reuniones a gran escala. Incluso, a nivel más amplio, se discute si el término de "turismo de negocios" es exacto o apropiado para describir un sector que abarca conferencias, exposiciones y viajes de incentivos. Se cree que el vínculo con el "turismo" genera confusión que además puede conllevar, en ocasiones, una serie de percepciones negativas. Si bien el turismo de negocios se usa ampliamente en Europa como

el término genérico aceptado, en Australia la industria ha adoptado el término "eventos empresariales" con el fin de describir su enfoque fundamental (Marques y Santos, 2017).

El acrónimo MICE (para reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones o eventos) también se usa ampliamente a nivel global, a pesar de sus connotaciones algo desafortunadas. A nivel micro, palabras como "conferencia", "congreso", "convención", "reunión", incluso se usan, a menudo, como sinónimos o indiscriminadamente. Otras palabras que también se usan con significados similares e indistintamente son "simposio", "coloquio", "asamblea", "cónclave", "cumbre".

Si bien hemos dicho anteriormente que los eventos operan en una gran variedad de escalas, dedicaremos la primera parte de este apartado a presentar su diversidad tipológica en términos generales para después destacar los eventos de índole educativa, interés principal de esta tesis. Para abordar este apartado, y porque resulta casi imposible hacer una única definición del concepto de evento, nos acercaremos al gran espectro y variedad de eventos que han sido estudiados y explorados por diferentes autores. Como veremos en las próximas líneas estos autores no sólo harán mención a las ocasiones en las que tiene lugar un evento, sino también destacarán las categorías, la tipología, las características y los contextos en los que se desarrollan y nos darán una perspectiva global, en muchas ocasiones necesaria para comprenderlos en su totalidad o de manera holística.

Debido a esta gran variedad, y como afirman Shone y Parry (2004), existe cierta complejidad e incertidumbre a la hora de hacer una clasificación única y absoluta. Resulta así, casi imposible, hacer una definición genérica de evento, sin hacer una revisión acercándonos a la tipología de eventos, ya que el tipo de evento al que nos estemos refiriendo caracterizará de alguna manera u otra su definición. Además, la industria de eventos es una materia relativamente nueva en el ámbito académico, y como consecuencia las definiciones y los términos utilizados varían de manera muy amplia dependiendo del tipo de evento al que nos estemos refiriendo, siendo casi imposible llegar a una definición universal.

Como en todas las nuevas industrias y temáticas que surgen en cualquier ámbito, existe a priori un grado de incertidumbre en la manera que son descritas y entendidas (Berridge, 2007), y este es el caso de la industria de eventos, en la cual existe una gran variedad de interpretaciones en lo que a definiciones se refiere. Como explica Berridge (2007) una de las razones por las que esto ocurre, es por el mero hecho de que los eventos ocurren en los muy diversos ámbitos de

la sociedad, y en diferentes tipos de organizaciones. Por lo que, para un individuo o grupo es algo único, especial y extraordinario, para otro grupo será algo más ordinario y cotidiano. Como también defiende Berridge (2007), muchos autores dedicados al estudio de la industria de eventos abordarán y enfocarán su estudio desde una perspectiva y contexto muy concreto, limitando así el concepto y enfoque. Sin embargo, y a pesar de la cierta libertad que esto nos otorga para encajar la definición de nuestro objeto de estudio, será necesario recordar en las próximas líneas algunas de las aportaciones de diversos autores que nos ayudarán a señalar y profundizar en las características del tipo de eventos al que nos estamos refiriendo en esta tesis, los eventos de índole educativa. Shone y Parry (2004:3) han resaltado lo extraordinario, y fuera de lo habitual de los eventos dando la siguiente definición:

Special events are that phenomenon arising from those non-routine occasions which have leisure, cultural, personal or organizational objectives set apart from the normal activity of daily life, and whose purpose is to enlighten, celebrate, entertain or challenge the experience of a group of people.

Otros autores, como Goldblatt (2002:6), han elegido resaltar el aspecto de celebración de los eventos en sus definiciones “*A special event recognizes a unique moment in-time with ceremony and ritual to satisfy specific needs*”. Sin embargo, vemos cómo esta definición deja fuera a otros muchos tipos de eventos como pueden ser los campeonatos deportivos, eventos musicales, lanzamiento de productos, etc. Revisando la definición de Getz (1997) y haciendo más hincapié en la experiencia de los participantes la define como: “*To the customer or guest, a special event is an opportunity for a leisure, social or cultural experience outside the normal range of choices or beyond everyday experience*” (Getz, 1997:4). Por otro lado, Berridge (2007) y en base a la clasificación que hace se acerca ciertamente más a nuestro objeto de estudio aunando el siguiente tipo de eventos, las reuniones y convenciones, llamándolos “*Reuniones y Convenciones*” y definiéndolos como Berridge (2007:12):

The assembly of people for the purpose of exchanging information, debate or discussion, consensus or decisions, education, and relationship building, scheduled alone or in conjunction with other events.

Además, la definición hecha por Berridge (2007), nos adelanta algunos de los aspectos claves y fundamentales que comenzaremos a desarrollar en las próximas líneas y capítulos de nuestra tesis. En primer lugar, el acto en sí de encuentro entre las personas con el objetivo de intercambiar información de una manera u otra; la educación, entendida también como la

transferencia de conocimiento y desarrollo personal, será un aspecto clave; y finalmente, y relevante en nuestro estudio, la formación de vínculos y relaciones.

Según Berridge (2007) en casi todas las economías emergentes existen diferentes opiniones y perspectivas desde dónde mirar el objeto de estudio. Sin embargo, no podemos obviar que existe un elemento fundamental y esencial. Y es que un evento no existe meramente por sí mismo, sino que sea de la índole que sea, alguien deberá pensar en la razón de su existencia y contextualizarlo. Pensar en el qué, para quién y cómo, serán algunas de las cuestiones clave a definir en la gestión de eventos. Reflexión que también aportan y desarrollan Getz y Page (2016), resaltando tres aspectos fundamentales. En primer lugar, aquellos eventos estratégicamente planificados y creados con el fin de obtener resultados específicos incluyendo objetivos de impacto económico-empresarial, cultural, social y medioambiental; en segundo lugar, la planificación de eventos implica el diseño e implementación de una temática concreta, una configuración determinada, y un programa concreto, que plantean, facilitan y limitan las experiencias para los participantes y los agentes implicados; y por último, resaltar que cada experiencia que se crea en el evento es única y personal, resultante de las interacciones con el contexto determinado, el programa y el grupo.

Tras estas aproximaciones a la definición de eventos, nos interesa reflejar la clasificación en tipología de eventos que hacen Getz y Page (2016) y que presenta una gran heterogeneidad de eventos. Esta clasificación es relevante en tanto que nos ayuda a clarificar el tipo de eventos al cual nos vamos a referir en nuestro objeto de estudio. Dentro de la categoría de “Negocios y Comercio” nos centraremos en los eventos educativos.

**Tabla 4. Tipología de eventos**

| <b>Celebración y cultural</b>             | <b>Negocio, comercio, educación</b> | <b>Artes y entretenimiento</b>               | <b>Deportes y recreación</b>    | <b>Política</b>     | <b>Funciones privadas</b> |
|---|-------------------------------------|--|---------------------------------|---------------------|---------------------------|
| Festivales, conmemoraciones patrimoniales | Reuniones, convenciones             | Conciertos programados, espectáculos, teatro | Competiciones, campeonatos      | Cumbres             | Ritos de paso             |
| Carnavales                                | Ferias, exposiciones                | Exposiciones de arte                         | Encuentros únicos, <i>tours</i> | Espectáculos reales | Fiestas                   |
|   |                                     |  |                                 | Visitas VIP         |                           |
| Ritos religiosos                          | Mercados                            | Instalación y arte temporal                  | Eventos de diversión            | Militares           | Reencuentros              |
| Peregrinación                             | Eventos corporativos                | Ceremonias de premios                        | Festivales deportivos           | Congresos políticos | Bodas                     |
| Desfiles                                  | Congresos científicos y educativos  |  |                                 |                     |                           |

Fuente: Traducción de la investigadora en base a Getz y Page (2016, p. 53).

### **1.4.1. Eventos empresariales y eventos educativos**

En la anterior clasificación (Getz y Page, 2016) es un tanto heterogénea en tanto a que los ejemplos mostrados van más allá del simple negocio y comercio y abarcan, por ejemplo, las reuniones y convenciones, y congresos científicos y educativos.

Como afirma Davidson (2019) en el siglo XXI, los eventos empresariales siguen representando un canal vital para el comercio y para la creación y transferencia y de conocimiento, desempeñando un papel crucial en la vida empresarial, intelectual y política de las comunidades a nivel global. Incluso, como hemos destacado en apartados anteriores constituyen una importante actividad económica, ya que ha surgido toda una industria, compuesta por profesionales especializados que planifican, diseñan y organizan eventos de índole empresarial. Como destaca también Davidson (2019) uno de los ingredientes y objetivos básicos de los eventos empresariales es facilitar la comunicación entre los participantes, que pueden definirse como eventos planificados en determinados momentos y lugares que reúnen a profesionales o grupos de interés similares para conectarse entre sí con el fin de compartir ideas e información, o tomar decisiones. Pero si bien la mayoría de los eventos empresariales tienen múltiples

propósitos, el objetivo fundamental casi siempre es cambiar y buscar un efecto en el comportamiento de los participantes mediante la facilitación de la educación, negociación, inspiración, motivación, celebración y conexiones entre los participantes Davidson (2019). Siguiendo al mismo autor (Davidson, 2019) podemos decir que, si bien los eventos empresariales adoptan una gran cantidad de formas diferentes, también demuestran varias características que son comunes a todos los tipos, incluidos los eventos de índole educativa. La primera de ellas, la ubicación. La gran mayoría de este tipo de eventos tienen lugar en ciudades que destacan por cubrir todas las necesidades básicas de infraestructura, de logística y de proveedores. Existen excepciones a esta regla que no se limitan exclusivamente a los centros urbanos, por ejemplo, los eventos de incentivo, pero son los menores. En segundo lugar, la temporalidad y sincronización del momento en el que se planifican. Los eventos empresariales y educativos son complementarios a la estacionalidad de los viajes de ocio. Esta complementariedad con los viajes de ocio se suma al atractivo, para los destinos y proveedores, siendo una oportunidad y un medio para equilibrar los patrones de estacionalidad del turismo. Incluso con el fin de facilitar la asistencia de los participantes los eventos empresariales y educativos por norma general se llevan a cabo en las estaciones de primavera y otoño, y de lunes a viernes. La tercera característica, la movilidad. Esta característica de los eventos empresariales y educativos lo convierte en un foco de atención importante entre las estrategias de marketing y promoción de los destinos, proveedores y patrocinadores, y que intentan influir en las decisiones de los organizadores sobre el lugar de celebración de sus eventos. En cuarto lugar, la fusión y la combinación de actividades. Aunque los diferentes formatos de la industria de eventos de índole empresarial y educativo están determinados por sus propios objetivos y formatos, a menudo se combinan y fusionan con formas híbridas. Por ejemplo, muchas grandes conferencias incluyen una exposición de productos y servicios de interés para los participantes. Asimismo, la mayoría de las exposiciones están acompañadas de un programa de seminarios educativos, mediante el cual los asistentes pueden asistir a presentaciones de expertos y mesas redondas relacionadas con el tema de la exposición. Esta fusión entre diferentes tipos de eventos empresariales y educativos ofrece el potencial de agregar un valor considerable a los eventos, desde el punto de vista de los participantes. En quinto y último lugar, la interacción en persona. Incluso en este período donde la comunicación electrónica es parte del trabajo y la vida cotidiana, el tipo de interacción en persona facilitada por los eventos empresariales y educativos representa un aspecto importante de su poder distintivo y duradero. Como afirma Arvey (2009) desde una perspectiva psicológica, hay una serie de características de los eventos cara a cara que les otorgan ventajas considerables sobre otras formas de comunicación que son:

los eventos presenciales permiten a los asistentes participar y observar estilos de comportamiento verbales y no verbales que no se capturan en la mayoría de las comunicaciones que suceden de manera electrónica; las reuniones presenciales ocurren en “tiempo real”, en lugar de en tiempo asincrónico. Las comunicaciones digitales pueden retrasarse por una variedad de razones, no siempre se reciben y, a veces, se interrumpen debido a problemas técnicos; los eventos empresariales y educativos presenciales proporcionan el contacto humano, una necesidad primitiva fundamental entre los seres humanos como seres sociales; los eventos presenciales brindan la oportunidad a los participantes para desarrollar la transparencia e intercambio, que no son siempre posible con otras formas de comunicación; y por último, los eventos presenciales permiten evaluar competencias y habilidades que no se evalúan fácilmente en las comunicaciones electrónicas.

No obstante, es innegable que los extraordinarios avances en los formatos de comunicación y tecnologías de la información habilitados en el siglo XXI han producido sistemas que, para los diferentes tipos de eventos, ofrecen una alternativa atractiva a los eventos presenciales en los que todos los participantes están físicamente presentes (Davidson, 2019). De hecho, uno de los objetivos principales de nuestra tesis será explorar las oportunidades y retos que las tecnologías de la información y los medios digitales ofrecen en la organización de eventos de índole educativa. Como afirman McEuen y Duffy (2010) la decisión de utilizar formatos habilitados por las tecnologías de la información para eventos o de reunir a los participantes físicamente es extremadamente importante, ya que los eventos presenciales requieren la mayor inversión de todos los tipos de eventos y, por lo tanto, tienen mayores expectativas de un alto rendimiento de la inversión. Estos mismos autores destacan tres situaciones en las que creen que es más probable que un formato presencial puede ser la mejor opción: para captar la atención; para inspirar un clima emocional positivo; y para construir redes y relaciones humanas.

A pesar de que dentro del ámbito académico existe una más clara identificación y definición, en el ámbito profesional vemos como se utilizan indistintamente los conceptos de conferencias, congresos, convenciones los cuales tienen e implican ligeras connotaciones como son el tipo de organizador y el tipo de participante. Si bien los eventos educativos a menudo se han considerado, bajo el paraguas de eventos de índole empresarial, como hemos podido comprobar, estos son ligeramente diferentes ya que su enfoque principal está en la creación e intercambio de conocimiento. Además, dentro de la categoría de eventos educativos, las conferencias académicas y profesionales parecen ser las más notorias. Sin embargo, existen

otro tipo de eventos más pequeños, privados, además numerosos, que se llevan a cabo con los mismos propósitos (Page y Getz, 2016). Como defienden los mismos autores, la educación, incluidos los formatos participativos y la capacitación, son el elemento y experiencia distintiva de este tipo de eventos. Aquí nos atrevemos a decir, que los eventos educativos se han convertido en un espacio reconocido para la educación y formación continua de los profesionales de diferentes disciplinas. El concepto de educación continua se sustenta en la Conferencia Mundial de Educación Superior convocada en 1998 por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 1998), la cual plantea que la educación a lo largo de la vida es un eje fundamental del sistema educativo que deberá atender las necesidades y oportunidades que se presentan en el marco de las sociedades del conocimiento (Fernández-Pérez, 2014).

## **1.5. Resumen**

Este apartado lo dedicaremos única y exclusivamente a hacer un repaso global de las aportaciones que nos ha brindado este primer capítulo y nos ayudan a resolver uno de los primeros objetivos de nuestra tesis como es hacer una breve aproximación a la relevancia global de la industria de los eventos, sus impactos, y las diferentes tipologías existentes.

En primer lugar, y haciendo referencia a su relevancia global encontramos que se trata de una industria que ha ido ganando su propio espacio diferenciándose del sector turístico, en parte y, gracias a las representaciones asociativas de nivel internacional. Si bien éstas se han desarrollado mayormente en el territorio anglosajón, podemos arriesgarnos a decir que poco a poco el sector de eventos está adquiriendo relevancia y profesionalidad en otras regiones y mercados, como el latinoamericano. Asimismo, cabe destacar la formación y representación profesional tanto a nivel académico como empresarial ya que son una parte fundamental en el progreso, desarrollo y trascendencia de la industria de eventos. También, además, del reconocimiento de un profesional con conocimientos multidisciplinares.

En segundo lugar, y con respecto a los impactos económicos y socioculturales, podemos decir que los estudios realizados a nivel local, nacional e internacional confirman que la industria de eventos brinda beneficios económicos y socioculturales sustanciales para aquellas comunidades y organizaciones que han acogido el sector e invertido en la infraestructura necesaria para atraer y retener la actividad a lo largo del tiempo. Además, cabe destacar y

reflexionar sobre la importancia de no tener una visión reduccionista sobre su impacto económico y sociocultural, sino tener una mirada holística e integral sobre el efecto que esta industria tiene a nivel individual y organizacional. Igualmente, el legado y el efecto dominó que la consecución y organización de eventos genera, podríamos decir que tiene numerosos impactos en diferentes disciplinas y actividades empresariales. Los eventos ofrecen un contexto social y proporcionan beneficios duraderos en términos de desarrollo de conocimientos y habilidades, creando redes para la colaboración y el aprendizaje, estimulando la inversión y mejores prácticas.

En tercer, y último lugar, en cuanto a la noción y conceptualización del evento, su tipología, y falta de una terminología estandarizada y universalmente aceptada, obliga a esclarecer el tipo de evento al que nos referimos cuando hablamos de eventos de índole educativa. Sólo así, después, podremos centrar nuestro objeto de estudio, sus características y posibilidades que se ofrecen en torno a él. Sin embargo, no podemos negar que la gran diversidad y variedad en su tipología también demuestra el potencial y las innumerables posibilidades que tiene la industria de eventos.

## Capítulo 2: La experiencia y el diseño del evento

2.1. Introducción

2.2. Definiendo la experiencia

2.3. Experiencia y eventos

2.4. Diseño de eventos

2.5. Resumen

## 2.1. Introducción

Como ya adelantábamos y reconocíamos en el capítulo anterior, la industria de eventos se enfrenta actualmente a diferentes retos de muy diferente índole. La evidencia de su impacto social, cultural y económico ha hecho que se vuelvan más complejos, a medida que también su rango de funciones se ha ido ampliando; eventos como lugares de reunión, espacios para la creación, conexión y discusión, catalizadores económicos, creadores de sentido de comunitario son foros de negocios, entre otros. Así pues, diremos que los eventos, debido a la gran diversidad que representan, se diseñan con el fin de cumplir roles muy particulares en la sociedad y en el ámbito empresarial. La organización y planificación de estos eventos de muy diferente índole requiere de un proceso de imaginación creativa y el uso de diferentes metodologías. En este segundo capítulo nos acercaremos a la temática de la experiencia y el diseño de eventos, ambos dos aspectos clave en esta tesis doctoral. Para ello, en el primer apartado (2.2) nos acercaremos, repasando algunos de los autores académicos fundamentales, a la definición de experiencia y su estrecha relación con el ocio. En el segundo apartado (2.3) haremos una breve reflexión sobre el concepto de la economía de la experiencia, argumentando su relevancia debido a la demanda de experiencias y patrones de consumo de las personas. En el tercer apartado (2.4), daremos un paso más ampliando y resaltando desde otras perspectivas y miradas de autores académicos la relación entre el desarrollo de experiencias y los eventos. En el cuarto apartado (2.5), referido al diseño de eventos, además de referirnos al diseño de eventos de manera conceptual, intentaremos reflejar su importancia y algunos de los principios básicos a tener en cuenta. Por quinto y último lugar (2.6), resumiremos algunas de las cuestiones clave referentes al diseño de experiencias y el diseño de eventos.

Por lo tanto, las preguntas y reflexiones que se plantean en este capítulo son las siguientes:

- ¿A qué nos referimos cuando hablamos de experiencia?
- ¿Qué relación hay entre la experiencia y los eventos?
- ¿Qué es el diseño de eventos?
- ¿Cuál es la relación entre evento, experiencia y diseño?
- ¿Qué relación tienen la experiencia y el diseño con el participante del evento?

## 2. 2 Definiendo la experiencia

En este apartado nuestro punto de partida es una reflexión sobre la articulación de la experiencia del evento, si no podemos articularla, ¿cómo podremos planificar y diseñar el evento? Y, si no entendemos lo que significa para las personas, ¿cómo podemos saber qué es lo importante y priorizar los formatos y actividades? Para comenzar a dar respuesta a estas reflexiones observaremos diferentes significados de experiencia, siempre desde la perspectiva del ocio, para después adentrarnos en lo que denominan la economía de la experiencia.

Para nuestro objeto de estudio resulta imprescindible dedicar un espacio para comprender el fenómeno de la experiencia. La experiencia es un concepto fundamental en el ocio. Según Mannell y Kleiber (1997) el éxito se basa en la estructuración del contexto de ocio de tal manera que se creen o fomenten experiencias previsiblemente satisfactorias. Lo que una persona percibe, siente, aprende o recuerda, en una palabra, su experiencia, a menudo influye en el comportamiento. Mannell y Kleiber (1997) advierten que para comprender la experiencia de ocio en su totalidad, debemos examinar la experiencia a través de la interacción de las disposiciones psicológicas internas de la persona (percepciones, sentimientos, emociones, creencias, actitudes, necesidades y características de la personalidad) y las influencias situacionales que forman parte del entorno social de un individuo (otras personas, normas grupales y comunitarias, producciones humanas y medios de comunicación). Como argumenta Kleiber (1999), el ocio puede proporcionar una base para la autoexpresión y potencialmente mejorar la condición humana, particularmente donde se abordan las necesidades y las barreras existentes. Por otro lado, autores como Maslow (1968) y Csikszentmihalyi (1990) hacen referencia a las experiencias óptimas como estados de alta implicación o dedicación psicológica en actividades o entornos.

En los estudios que hacen referencia a las experiencias de ocio, los investigadores han puesto el foco en tres dimensiones concretas: la dimensión conductual, que hace referencia al comportamiento de las personas ante las diferentes situaciones; la dimensión afectiva, relacionada con los estados de ánimo, las emociones y los sentimientos; y por, último, la dimensión cognitiva capaz de conocer y comprender los pensamientos e imágenes para transformar la realidad. Page y Connell (2010) resumen el enfoque principal de los investigadores de ocio donde el concepto de experiencia ha generado las siguientes tres áreas de estudio:

1. La forma de la experiencia de ocio. Particularmente la actividad realizada y el contexto en el que tiene lugar.
2. La experiencia inmediata en el lugar que se da. Se evalúa en el momento exacto de la experiencia y durante la participación.
3. La experiencia de ocio después del evento. Reflexión, a posteriori, sobre la experiencia vivida.

Diversos autores también se refieren a la experiencia de ocio como una naturaleza multidimensional y caracterizada por la variedad de experiencias que pueden ocurrir. Por ejemplo, Lee et al. (1994) se refirieron a la naturaleza transitoria, dinámica y compleja de las experiencias de ocio. Para la mayoría de las personas, el ocio es visto como una mezcla de experiencias placenteras (en ocasiones también desagradables) que generalmente se caracterizan por sentimientos de diversión, disfrute y relajación. Como resultado de los estudios y aplicaciones de la teoría psicológica social, actualmente los investigadores de ocio y eventos se centran también en estudiar los sentimientos, actitudes y motivaciones del comportamiento de las personas en las actividades de ocio y eventos, no concentrándose única y exclusivamente en las tasas de participación o las futuras tendencias de ocio o eventos. En otras palabras, la variedad, frecuencia y calidad de la experiencia ha tomado relevancia y se estudia como una medida de satisfacción general, en lugar del tipo real de ocio o evento en el que una persona participa (Smith y Godbey, 1991).

Mannell y Kleiber (1997) argumentan las experiencias de ocio utilizando el concepto de "experiencia consciente inmediata" y que, para comprenderlo, se requiere un seguimiento del comportamiento de las personas en tiempo real. Para ser denominado ocio, la experiencia debe ir acompañada de una sensación de libertad, competencia y control. Por esta razón, necesitaremos entender que la experiencia consciente inmediata en eventos debe basarse en los siguientes principios (Mannell y Kleiber, 1997):

- La anatomía de la experiencia, por ejemplo, teniendo en cuenta su intensidad y duración;
- Los estados de ánimo, emociones, sentimientos (autoevaluación de la experiencia); intensidad, relajación, excitación, activación (aburrido / excitado; enérgico / cansado; activo / pasivo; alerta / somnoliento);
- La implicación: duración percibida; foco estrecho de atención; pérdida del ego;

- Los componentes cognitivos (ideas, creencias, pensamientos, imágenes y significados adjuntos);
- El sentido de competencia / control
- La sensación de libertad

Aquí nos gustaría rescatar algunas de las reflexiones que presenta Monteagudo Sánchez (2008) sobre el término experiencia y el proceso de revalorización que se ha hecho de ella asociándola a términos de plenitud, intensidad, calidad y satisfacción. Así, convirtiéndola conceptualmente en algo de carácter extraordinario y que se aleja de la rutina y lo cotidiano, y que además se impregna en la persona propiciando de alguna manera el cambio, la mejora o el crecimiento. Como afirma la misma autora (Monteagudo Sánchez, 2008), y tras recoger sus varias definiciones de La Real Academia de la Lengua (RAE, 2004) el denominador común de estas acepciones es la idea de *vivencia*. La experiencia queda vinculada a la persona porque nace de sus vivencias, de aquello que le ha sucedido, que ha presenciado o que ha provocado ella misma. Sin embargo, quedarnos en esta relación experiencia-vivencia, a pesar de ser una condición necesaria, sería una visión simplista. Así pues, podemos decir como la misma autora (Monteagudo Sánchez, 2008) ha expresado la experiencia conlleva en su propia naturaleza una serie de características básicas que ratifican su valor por encima de cualquier vivencia, como son los rasgos de la conciencia-diferenciación, la asimilación, la significación y la transformación, la emoción y el carácter memorable. En primer lugar, la conciencia-diferenciación, vivir una experiencia exige además de ser consciente de la misma que la persona protagonista entienda e interprete lo que está percibiendo y lo identifique como algo extraordinario. En segundo lugar, la apropiación/asimilación, como ejercicio y actitud en la que se manifiesta el sentido de protagonismo, además de un grado de apertura y receptividad, reflejado en Pine y Gilmore (1999) como inmersión. En tercer lugar, la significación, en cuanto a que la vivencia adquiera sentido para la persona. En cuarto lugar, la capacidad de transformación que ofrecen las vivencias. La transformación podrá explicitarse en un momento determinado como consecuencia concreta, pero también darse en el camino fruto de la acumulación de vivencias. En quinto lugar, la emoción, ya que toda vivencia tiene un fuerte componente emocional. La variedad e intensidad de las emociones modulan y dan forma a la existencia de las experiencias en las que no se corresponden necesariamente una correlación positiva entre la intensidad y el estímulo que la provoca. Y en sexto y último lugar su carácter memorable, y como define la RAE (2004) significa “digno de memoria”, digno de ser recordado. Y es que nuestra memoria es selectiva y tiende a recordar aquellas vivencias que

han dejado una huella memorable, y cuyo legado pertenece y permanece en nuestra historia de vida (Monteagudo Sánchez, 2018).

Tras esta primera aproximación a la definición de experiencia y la aportación de los estudios de ocio al estudio de ésta, dedicaremos las próximas líneas a resaltar algunas de las tendencias que han calado en el sector de eventos para, de alguna manera justificar la relevancia de la experiencia en la gestión y planificación de eventos.

### **2.3. Experiencia y eventos**

Desafortunadamente, aunque la experiencia en el campo del turismo ha atraído mucha atención por parte de los investigadores (por ejemplo, Ryan, 2010), esto no se ha aplicado al ámbito de los eventos, donde la atención se ha enfocado en los impactos económicos y las motivaciones de los visitantes (Gursoy, Kim y Uysal, 2004). Como afirma Richards (2015) la literatura sobre experiencias de eventos es muy limitada y además la encontramos casi siempre fragmentada, lo cual en ocasiones puede resultar difícil de relacionarla y argumentarla en el ámbito de estudio de interés. Tras el reconocimiento del papel relevante que ocupa la experiencia (Berridge, 2007) y siendo conscientes que el interés ha crecido más en ser partícipes de experiencias en lugar de comprar bienes surge la necesidad de comprender cómo tales experiencias son construidas e interpretadas (Berridge, 2007). Como argumenta el mismo autor (Berridge, 2007), las construcciones y las experiencias no son estáticas, sino que en muchas ocasiones serán dinámicas y cambian a lo largo del tiempo. La percepción e interpretación de las experiencias son, en definitiva, el resultado de diferentes construcciones desarrolladas desde una variedad múltiple de posibilidades (Berridge, 2007). Siguiendo lo que Clawson (1966) sugiere, existen cinco etapas clave en las que se produce la experiencia: 1) expectativas, 2) viaje al lugar del evento, 3) actividad en el lugar del evento, 4) viaje de regreso, 5) recolección y recuerdo del evento. El significado que demos a estos contextos estará expuesto a fluctuaciones y variaciones durante todo el transcurso de la propia experiencia, convirtiéndola así en una situación multidimensional y dividida en diferentes etapas (Lee et al., 1994; Hull et al., 1996). A su vez, Kelly (1990) señala que las experiencias pueden clasificarse como agradables y/o desagradables, positivas y/o negativas, además de identificarse como episodios transitorios e interrumpidos. Como afirma Buswell (2004:5):

*‘So, as we encounter an experience it is not static from beginning to end but rather it is ‘shaped by myriad complex perceptual constructs and this explains why it is regarded as a multi-dimensional phenomenon’.*

**Figura 2. Etapas de la experiencia**



Fuente: Elaboración propia en base al proceso de Clawson y Knetsch (1966).

Dando un salto más, acercándonos a nuestro objeto de estudio, y reafirmando lo expuesto en líneas anteriores diremos que las experiencias de eventos se definen como una circunstancia extraordinaria, y que suceden fuera del contexto de la vida cotidiana (Walls, et al., 2011). Getz y Page (2016) también destacan la importancia de lo inusual y fuera de lo común como una característica fundamental en la experiencia del evento. Además, según Collins (2004), las experiencias de eventos también pueden interpretarse como rituales de interacción que generan energía emocional, cuyas condiciones se han identificado de la siguiente manera: 1) el aspecto inusual y fuera de lo ordinario, 2) la pertenencia de grupo, 3) la barrera hacia el exterior, 4) la interacción interpersonal y sentido de comunidad, 5) atención sobre un mismo objeto y 6) estado de ánimo e intensidad emocional compartidos. Por otro lado, el modelo presentado por De Geus, Richards, y Toepoel, (2016) destaca las características de múltiples fases e influencia de la experiencia del evento. En este modelo, los autores defienden que la experiencia del evento es una interacción entre un individuo y el propio contexto y destacan cuatro elementos. El primero de ellos la relación afectiva, el cual tiene que ver con la energía emocional, la aventura y los valores, etc.; el segundo elemento, la relación cognitiva y su vínculo con el aprendizaje, el intelecto y la reflexión; el tercer elemento, representa la relación física, y su correspondencia con el comportamiento, la participación activa y la creatividad; y el cuarto y último elemento, la novedad en la experiencia las que se destacan el carácter distintivo y singular del evento. El modelo presentado por De Geus, Richards, y Toepoel, (2016) tiene varias similitudes con el modelo de experiencia interactiva presentado por Falk y Dierking (2011), y el modelo de experiencia turística mostrado por Cutler y Carmichael (2010) donde se afirma que las experiencias producen resultados, como la satisfacción y otras emociones que afectan directamente en el comportamiento y aprendizaje del participante.

Además, en el contexto de nuestra investigación de estudio de caso y relacionada también con la experiencia, es muy necesario comprender los elementos de memoria y emoción, ya que estos se convierten en un factor clave a tener en cuenta al diseñar experiencias en eventos de índole educativa. En términos generales, hay dos tipos de recuerdos emocionales: por un lado, la memoria implícita, conocida como subconsciente, que permanece intacta; y, por otro lado, la memoria explícita, consciente, que se filtra a través de creencias y nuevas experiencias concebidas como hechos (Wood, 2015). Asimismo, será relevante la clasificación de las emociones. Éstas se pueden clasificar en términos generales, en emociones positivas como son la felicidad y la satisfacción; o en emociones negativas como son el miedo, la decepción y la ansiedad (Wood, 2015). En segundo lugar, las emociones son culturalmente dependientes. La importancia y descripción de las emociones están relacionadas cultural y socialmente con la persona misma (Mesquita y Nico, 1992; Russell, 1991). Una tercera característica de las emociones es el enfoque temporal que tienen. Las emociones pueden centrarse en el pasado, el presente o el futuro, y este enfoque temporal parece afectar e influir en el comportamiento de la persona. Además, las emociones positivas centradas en el futuro, tales anticipaciones, parecen tener un mayor efecto conductual que las emociones positivas pasadas (por ejemplo, la nostalgia) o las emociones centradas en el presente (por ejemplo, la felicidad) (Winterich y Haws, 2011). Este reconocimiento del concepto de tiempo dentro de la respuesta emocional se vuelve particularmente importante cuando se evalúan las emociones generadas en un evento, y sugiere la importancia de recopilar datos no únicamente durante el evento, sino también antes y después del mismo (Winterich y Haws, 2011). A pesar del debate continuo sobre si las emociones se forman principalmente debido a las respuestas fisiológicas a los estímulos, o si por el contrario suceden mediante el procesamiento cognitivo y la interpretación subjetiva (Wood, 2015), las emociones son claramente dinámicas y deberían ser una consideración importante en el diseño y planificación de eventos (Fox, Kirwan y Reeb-Sutherland, 2012). Así mismo, los pensamientos, creencias y emociones de las personas son procesos centrales que subyacen a la motivación (Schunk y Usher, 2012). El papel de la motivación, desde las perspectivas intrínseca y extrínseca (Deci y Ryan, 1985; Harter, 1981), será un antecedente clave en el comportamiento para dar forma a las experiencias en los eventos de índole educativa.

### **2.3.1. La economía de la experiencia**

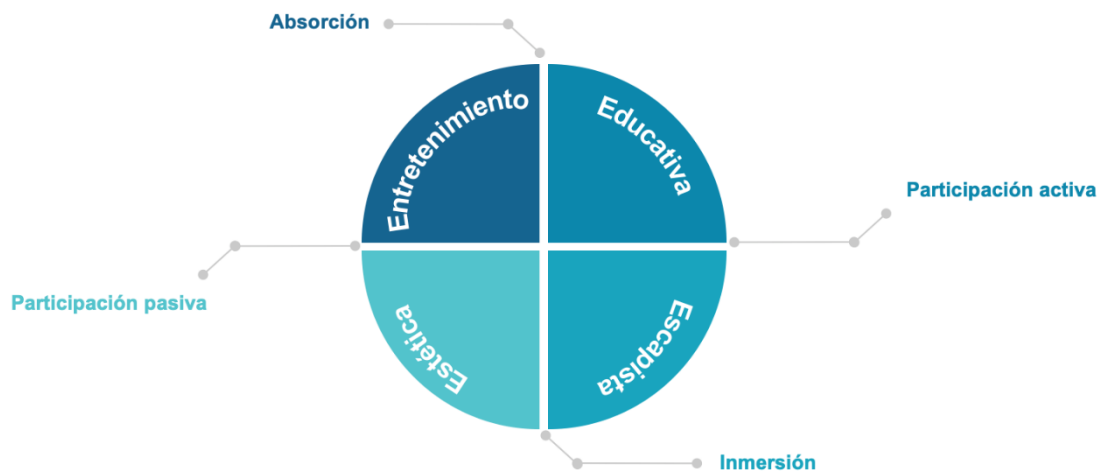
Una de las tendencias más profundas en el mundo de los eventos ha sido la aceptación del sector de eventos en utilizar el concepto de experiencias para fines de marketing y marca

corporativa. Esto ha ocurrido debido al aumento fácilmente observado de la demanda de experiencias en lugar del consumo de productos, y el poder de los eventos y otras experiencias para conectarse emocionalmente con los individuos. Todo esto ha dado lugar a lo que algunos llaman la economía de la experiencia y una serie de industrias creativas, Mossberg (2007) sugirió que el crecimiento de estas industrias creativas puede explicarse gracias a los nuevos patrones de consumo, el desarrollo de las nuevas tecnologías y la necesidad de reuniones, cuidado, entretenimiento y disfrute por parte de los consumidores. Jens (2009) identificó una serie de tendencias que impulsan el crecimiento de la economía de la experiencia, que son las siguientes: la globalización, el comercio internacional, la tecnología, la individualidad, y por último la búsqueda de autenticidad.

Pine y Gilmore (1999), quienes, en su influyente texto *La Economía de la Experiencia*, afirmaron que las empresas organizan una experiencia cada vez que involucran a los clientes, conectándose con ellos de una manera personal y memorable. Autores como Smidt-Jensen, Kytt y Winther (2009) argumentan que esta nueva evolución económica se basa en el hecho de que los consumidores generalmente están cada vez más abiertos a las experiencias y más dispuestos a asumir riesgos e invertir sumas de dinero para experimentar algo nuevo, porque los bienes y servicios básicos ya no les satisfacen lo suficiente. Pine y Gilmore (1999) sugirieron cuatro dimensiones de experiencia, derivados de dos dimensiones de intersección. Desde la perspectiva de análisis de la experiencia de un evento, la dimensión horizontal en el modelo de Pine y Gilmore (1999) es una simple dicotomía activa-pasiva, que refleja la conexión entre cliente y evento. Por un lado, la absorción estado en el cual las personas están mentalmente absorbidas en la experiencia y la acción ocupa toda su atención. Y, por otro lado, la inmersión es cuando la persona está física o virtualmente inmersa" en la experiencia. Además, Pine y Gilmore (1998) muestran experiencias en dos dimensiones:

- 1) Participación activa y pasiva de la persona,
- 2) Relación y conexión con el medio ambiente que une a los clientes con lo que sucede.

**Figura 3. Diseño de experiencias participativas I**



Fuente: Traducción y adaptación de la investigadora en base a “*The Four Realms of an Experience*” en Pine y Gilmore (1999, p.30).

**Figura 4. Diseño de experiencias participativas II**



Fuente: Elaboración propia en base a “*The Four Realms of an Experience*” en Pine y Gilmore (1999. P. 30).

Pine y Gilmore (1998) se refieren al entretenimiento como la acción que ocupa la atención de una persona de manera agradable y divertida. Los mismos autores sugieren que es una de las formas más antiguas de experiencia. En las experiencias "estéticas" (Pine y Gilmore, 1998) los individuos se sumergen en un evento o entorno, pero tienen poco o ningún efecto sobre él, dejando el entorno esencialmente intacto. Así, la participación pasiva en el modelo de Pine y

Gilmore (1998) equivale a entretenimiento o experiencias estéticas, mientras que la participación activa equivale a educación y escapismo. La educación, para Pine y Gilmore (1998) debe ser interactiva, y con el fin de facilitarla, alumno y educador tienen la responsabilidad de estar involucrados. El compromiso mental es probablemente más difícil de realizar que el compromiso físico. Por lo tanto, el compromiso físico a menudo se usa para promover el lado mental. Además, hacer que la educación sea divertida, como en el entretenimiento educativo (*edutainment*), es un enfoque eficaz. Las experiencias escapistas, por su parte, requieren una inmersión mucho mayor que las experiencias educativas o de entretenimiento, según Pine y Gilmore (1998). En lugar de jugar el papel pasivo de teleadicto, ver actuar a los demás, el individuo se convierte en actor, capaz de afectar el rendimiento real. El modelo de cuatro dimensiones de Pine y Gilmore (1998), puede relacionarse claramente con los motivadores básicos de búsqueda-escape identificados por Iso-Ahola (1980) aplicados al ocio y los viajes, como lo confirman muchos estudios sobre las motivaciones del evento.

La *Economía de la Experiencia* (Pine y Gilmore, 1999) proporciona detalles sobre cómo crear experiencias, y las directrices de los autores que la han desarrollado sintonizan con los ideales y necesidades de los profesionales de eventos, a pesar de que originariamente su proceso y adaptación apuntaba a un público que lo acogiera muy minoritario. Dentro de este proceso, la primera tarea será establecer el tema y objetivos de la experiencia, incluyendo el guión de una historia participativa para unificar todos los elementos que la componen (Pine y Gilmore 1998). Como afirman Pine y Gilmore (1998), el tema elegido debería definir el sentido del tiempo, el lugar y la realidad de los individuos. Los temas se hacen tangibles y memorables a través de "señales positivas" que dejan impresiones duraderas a lo largo del tiempo. En definitiva, el cometido final de la *Economía de la Experiencia* es la transformación del individuo. Como argumentan también Pine y Gilmore (1999) los eventos son experiencias producidas, y las transformaciones ocurren dentro del individuo. Estas transformaciones surgirán de las experiencias significativas y podrán ser acumulativas. Así pues, muchos diseñadores de eventos buscan facilitar o guiar tales transformaciones, especificando resultados en términos de salud y bienestar, aprendizaje, autorrealización y felicidad. Pine y Gilmore (1999:165) vendrían a argumentar algo así como "cuando personalizas una experiencia, tiene un impacto y transformación en el individuo".

A su vez, en el modelo de Pine y Gilmore (1999) se destacan también dos tipos de participaciones: la participación pasiva del individuo, la cual equivale a un entretenimiento (absorción pasiva) o una experiencia meramente estética (inmersión pasiva), mientras que la

participación activa equivale a una conformación educativa (absorción activa) y escapista (inmersión activa). Como una extensión de esta línea de razonamiento, debemos considerar las ideas de cocreación y experiencias liberadoras, que sugieren una experiencia continua, y se vinculan claramente con los conceptos de participación, compromiso, y ocio serio que se dan entre el contexto y el individuo. Aquí encontraremos cuatro niveles claramente diferenciados por Pine y Gilmore (1999):

Nivel 1. El entretenimiento puro es pasivo, como observar deportes o ver una actuación, sin un compromiso ni una participación activa por parte del individuo. En este sentido, el espectáculo pretende abrumar los sentidos, especialmente lo visual, dejando poco espacio para el compromiso o el aprendizaje. La apreciación estética del arte es un poco diferente, ya que requiere una respuesta emocional.

Nivel 2. Compromiso: participación. El significado de la experiencia puede ser mediado y facilitado, pero no creado por los productores del evento. Las audiencias interactivas brindan un compromiso al menos parcial, aunque solo sea a nivel emocional y cognitivo.

Nivel 3. Cocreación: la innovación y creatividad del usuario es parte del proceso de producción del evento. Los significados de la experiencia son fluidos, a medida que avanza el concepto y el evento. Si bien el evento podría ser principalmente un concepto de entretenimiento, los cocreadores se sienten comprometidos.

Nivel 4. Experiencias liberadoras: las personas rechazan la organización formal planificada de eventos por ser demasiado restrictiva, y dejar poco espacio a lo espontáneo. En este contexto, el entretenimiento es un estado mental (auto-entretenimiento), no una producción.

Dentro de las investigaciones de mercado, la economía de la experiencia ha sido adoptada como un área importante dentro de los estudios de investigación. Cuando O'Sullivan y Spangler (1998) se refieren al campo de marketing y experiencia en una de las estrategias para el nuevo milenio afirmaron que existen tres actores fundamentales en la economía de la experiencia. En primer lugar, los creadores como fabricantes que inspiran sus productos como una experiencia en la comercialización. En segundo lugar, los "potenciadores" son proveedores de servicios que utilizan las experiencias para aumentar los niveles de satisfacción entre los usuarios, y por lo que se diferencian de otros competidores. Y los "creadores de experiencia"

son proveedores de servicios que pueden crear experiencia como la esencia de su negocio. Para O'Sullivan y Spangler (1998), las experiencias de eventos son las siguientes:

- La participación e implicación del usuario;
- El compromiso físico, mental, social, espiritual o emocional;
- El cambio en el conocimiento, habilidad, memoria o emoción;
- La percepción consciente de haber encontrado, ido o vivido intencionalmente a través de una actividad o evento;
- El esfuerzo dirigido a abordar una necesidad psicológica o interna.

O'Sullivan y Spangler (1998) también identificaron cinco parámetros de experiencia:

1. Las diferentes etapas y momentos: eventos o sentimientos que ocurren antes, durante y después;
2. La experiencia real: factores y variables que influyen y tienen un efecto en la participación y dan forma a los resultados;
3. La necesidad de ser atendido y sentirse partícipe de un grupo;
4. Los roles del participante y otras personas involucradas, así como su personalidad, expectativas, y comportamiento, en la formación de resultados;
5. Los roles y relaciones con el proveedor de la experiencia. La capacidad y voluntad de personalizar la experiencia.

En el modelo presentado por Fallasi (1987), no pretende ser un modelo de diseño de eventos, sino un ejemplo para visualizar las implicaciones generales, se reflejan tres momentos claramente diferenciados. El primero de ellos, los antecedentes, utiliza el concepto de "valorización" de Fallasi (1987) es un momento centrado y de preparación para que los asistentes entrarán en un espacio y tiempo reservado para fines concretos y especiales. El segundo momento, y siguiendo la terminología de Fallasi (1987) el "tiempo fuera de tiempo", es decir, se debe percibir que está fuera de lo normal, más allá de la rutina y es un momento único. Es el momento, la zona experimental distinta llamada "liminal / liminoide", la cual debe delimitarse en términos espaciales como temporales, y donde la planificación y programación juegan un papel fundamental. Esta zona puede ser diseñada con elementos no únicamente decorativos, sino de elementos entretenimiento, actividades y estímulos sensoriales de todo tipo. En la medida de lo posible, todos los involucrados en el evento deben experimentar la pertenencia y el intercambio que define *communitas*. En tercer lugar, la reversión, momento de restablecimiento y de reflexión sobre la percepción de emociones y transformaciones.

### **2.3.2. Diversas direcciones de investigación en la experiencia de eventos**

Como explican Kociatkiewicz y Kostera (2012), las características clave de la economía de la experiencia que debemos comprender en relación con los eventos incluyen la inmediatez, la subjetividad, la alegría y el rendimiento de la economía de la experiencia. Dentro del contexto de los eventos, la investigación de Kociatkiewicz y Kostera (2012), destacó una serie de otros conceptos clave que configuran el significado de la experiencia del evento. Por un lado, la velocidad en la que transcurre un evento, y, por otro lado, las escalas que dan forma a dos elementos clave de la experiencia resultante: lo inmediato y lo memorable. Estas reflexiones e investigaciones proporcionan una base sobre la cual comenzar a enfocarse en el significado de la experiencia, además de recapacitar y considerar conceptos clave que ayudarán a identificar qué forman estas experiencias.

Como afirma Ryan (2012) en primer lugar el individuo percibe que tiene un significado y con el cual se identifica. Es decir, existe un grado de interés concreto que además es significativo. Sin embargo, la importancia atribuida a la naturaleza del evento puede ser temporal o duradera, y así debe también distinguirse. Ryan (2012) destacó conceptos identificables en el análisis de significado en experiencias de eventos:

- Significado duradero, algo que surge cuando la persona que asiste al evento tiene un interés constante en el evento.
- Identificación, argumentando que cuanto más estrecha es la asociación de un individuo con un evento a través de intereses o conexiones personales, más se identifica con el éxito deseado del evento.
- Anticipación como determinante de la experiencia y el papel de la comunicación previa en la información y en la preparación del individuo.
- Eventos como experiencias liminales, ya que están fuera de las experiencias cotidianas.
- El papel del evento en estimular respuestas emocionales, y también especialmente comunitarias cuando se comparte con otras personas con los mismos intereses.

Esto llevó a Ryan (2012) a desarrollar la siguiente figura (Figura 5), basada en el nivel de significado en un evento y la duración del interés en el evento con cuatro tipos de participantes identificados en cada uno de los cuatro cuadrantes. De hecho, estudios como los de Scott (1996)

enfatan cuán importantes son muchos de los argumentos para la asistencia a eventos en términos de significado, sociabilidad y unión familiar (incluidas las comunidades), escapar de la rutina, la emoción y la curiosidad como hechos frecuentes que sustentan la experiencia y significado derivados de eventos. Investigaciones recientes de Ziakas y Boukas (2013) han sugerido que es posible que necesitemos adoptar enfoques de investigación fenomenológica para comenzar a comprender las experiencias y el significado en los eventos, comprender lo que es memorable, por qué y durante cuánto tiempo se conservan las memorias. Por otro lado, los enfoques adicionales de la economía cultural que utilizan métodos de valoración para comprender el valor de los eventos para las personas han utilizado el enfoque Triple-Ex para observar la experiencia, el alcance de la visita (duración) y el gasto de la visita (Andersson y Armbrecht, 2014). También se han aplicado métodos de investigación más tradicionales en torno a las nociones de calidad del servicio que emanan del marketing (por ejemplo, Song, Ahn y Lee, 2014) en relación con la economía de la experiencia, observando que la esttica y el entretenimiento se encuentran entre los elementos experimentales más importantes.

**Figura 5. Matriz de significado del evento y duración del interés**



Fuente: Traducción y adaptación de la investigadora en base a Ryan (2012, p. 257).

Se han llevado a cabo muchas investigaciones sobre la motivación para asistir a eventos, especialmente festivales, y en su mayoría confirma la teoría del "buscar escapar" de lo

cotidiano y rutinario, lo que sugiere que las personas anticipan claramente que un evento será algo especial y fuera de lo común. Podrías tropezar con un evento de manera espontánea y sorprenderte, pero aún así habrá una sensación de haber salido de algún lugar y entrado a un lugar especial. Tiene que existir un elemento de "entrada" que marque una transición de lo ordinario a lo extraordinario. Tratar de capturar estos elementos y medirlos sigue siendo un proceso desafiante. La teoría del *flow* de Csikszentmihalyi (1990) se ajusta a este modelo. Sugiere que las personas busquen una "excitación óptima", lo que lleva a experiencias de *flow* que pueden caracterizarse por una participación profunda, concentración intensa, falta de autoconciencia y trascendencia de uno mismo. Estas son experiencias intrínsecamente gratificantes. En la medida en que los diseñadores puedan facilitar el *flow*, se puede esperar que los asistentes a eventos sientan un grado de euforia (de fantasear o inmersión total en música o actividad), una sensación de logro (logros atléticos, dominio de una habilidad, estimulación intelectual) o transformación (a través de un intenso proceso emocional o espiritual).

Como ya veíamos en el modelo de *La Economía de la Experiencia*, cuando el reconocimiento de la experiencia forma parte de la comprensión del ocio, y en la construcción de cualquier programa de actividades en su dimensión formal y contextual, pueden enmarcarse en dos tipos de modelos, un modelo pasivo y un modelo activo (Berridge 2007). En el modelo de proceso activo habrá una participación en la producción real de la experiencia, de las habilidades, de los objetos, y, por último, del rendimiento en sí por parte de los participantes. En el proceso pasivo, por el contrario, los participantes estarán únicamente involucrados en el consumo de experiencias, conocimientos, artefactos, actuaciones y bienes producidos por otros (Haywood et al., 1995). Este enfoque que distingue entre las tipologías de actividades nos ayudará a comprender similitudes, diferencias y relaciones entre los tipos de actividades que queramos programar en nuestro evento, además de identificar claramente los entornos en los que tendrán lugar las actividades (Berridge, 2007). Dentro de nuestro objetivo general de investigación en conocer, identificar, y delimitar el impacto de los eventos educativos que utilizan formatos híbridos, podríamos aplicar directamente lo que Torkildsen (2005) afirma y es que la construcción de la experiencia siempre requiere de la participación activa del participante, y al menos, asimilar e interpretar el significado de los estímulos sensoriales proporcionados. La interpretación de estos estímulos es la clave para comprender la experiencia de los individuos. Reconocer y comprender más acerca de cómo se construyen e interpretan las experiencias, y la forma en que se desarrollan en el curso de una actividad para los participantes, nos permitirá

ser más conscientes de cómo pensar para crearlas (Berridge, 2007). Llegados a este punto nos gustaría resaltar dos elementos que De Geus, Richards, y Toepoel (2016) resaltan en la experiencia de eventos y la relación entre: 1) experiencia, interacción y participación; 2) experiencia y resultados.

Como propone Getz (2012), en su esencia, las experiencias genéricas de eventos están relacionadas con el estado mental del individuo y sus circunstancias particulares, y no con el programa o entorno del evento. A su vez, la interacción estará influenciada por diferentes expectativas y motivaciones Getz (2012). Tanto las experiencias de ocio como las de turismo están generalmente relacionadas con la interacción social (Huang y Hsu, 2009; Mossberg, 2007; Morgan, 2010; Stamboulis y Skayannis, 2003; Tung y Ritchie, 2011). Además, autores como Andersson (2007) enfatizan que la interacción dentro de la experiencia es activa y requiere participación. Además, haciendo referencia a la experiencia turística es algo que el individuo construye activamente (Andersson, 2007), o "cocrea" (Prahalad y Ramaswamy, 2004) y, por lo tanto, las experiencias requieren cierto grado de compromiso (Oh, Fiore y Jeoung, 2007; Pine y Gilmore, 1998, 1999), o participación (Dimanche, Havitz, y Howard, 1991). De modo y aplicando estos hallazgos al ámbito de los eventos, entendemos que las experiencias son interacciones entre un visitante y el entorno del evento tanto físico como social, y requiere cierto grado de participación activa. Las partes interesadas del evento, desde el invitado hasta los medios y el público en general, cada uno de los cuales pueden tener experiencias bastante diferentes del mismo evento. La experiencia del evento siempre depende al menos, y en parte, de las expectativas y actitudes de los involucrados, y de la voluntad de uno de entrar en el espíritu de la ocasión. Además, diferentes partes interesadas se verán directa o indirectamente afectadas y dependerán de sus roles. En consecuencia, necesitamos una mayor comprensión de las expectativas que las personas aportan a los eventos y cómo describen sus experiencias.

Las experiencias producen resultados, como satisfacción, emociones, y comportamientos concretos. Después de todo, el individuo también se ve afectado por la experiencia (Snel, 2011) y los académicos coinciden en que las experiencias desencadenan una multitud de reacciones emocionales, físicas, cognitivas y espirituales (Mossberg, 2007; Pine y Gilmore, 1998, 1999; Walls, et al., 2011). Schmitt (1999a, 1999b) propuso que se pueden distinguir cinco tipos diferentes de experiencias: experiencias sensoriales, experiencias afectivas, experiencias cognitivas creativas, comportamientos de experiencia física y estilo de vida, y experiencias de identidad social que resultan de relacionarse con un grupo o cultura de referencia.

Probablemente se asume que las personas asisten a conferencias y reuniones por razones extrínsecas, porque es parte de la descripción de su negocio o trabajo, por lo que se ha realizado muy poca investigación pertinente. Ciertamente, incluso los especialistas en marketing necesitan saber más cómo atraer y satisfacer a sus consumidores, mientras que en los estudios de eventos educativos quieren saber si estas experiencias son categóricamente diferentes de las de otros eventos. Una perspectiva interesante para involucrar a la audiencia en las conferencias es el uso del drama, descrito por Nelson (2009). El propósito aquí es mejorar la experiencia mediante el uso de señales creativas y emocionales que introducen elementos dramáticos en la experiencia.

## **2.4. Diseño de eventos**

El diseño de eventos es la creación, desarrollo conceptual y puesta en escena de un evento utilizando principios y técnicas para capturar e involucrar a la audiencia con una experiencia positiva y significativa. La experiencia diseñada para el evento, que es el proceso de diseño continuo del evento, que maximiza la efectividad de la comunicación con la audiencia y puede influir y modificar el comportamiento de la audiencia (Brown y James 2004). Brown y James (2004) argumentaron que el proceso de diseño de un evento es esencial para el éxito del evento porque conduce a la mejora del evento en cada uno de sus niveles. Los valores y motivos centrales del evento proporcionan el punto de partida: ¿por qué y para quién se celebra un evento? ¿Cuáles son sus objetivos y qué resultados queremos obtener? Brown y James (2004) discutieron cinco principios de diseño para eventos que son los siguientes: escala, forma, atención, sincronización y construcción. También enfatizaron la necesidad de creatividad y singularidad en el diseño de eventos, ya que es poco probable que los eventos genéricos que ofrecen los mismos beneficios sean duraderos. Esto se puede lograr, en parte, incorporando los rituales y símbolos de la comunidad anfitriona. Berridge (2007) analiza el campo del diseño de experiencia y argumentó que el propósito del diseño de eventos es crear las percepciones, cogniciones y comportamientos deseados. La construcción y el mantenimiento de las relaciones son esenciales, y el estímulo de las conexiones emocionales a través del compromiso es el vehículo.

Tras esta breve introducción, creemos oportuno acercarnos al concepto del diseño. Como afirman Richards, Marques, y Mein, (2015) existen algunas ideas ampliamente difundidas sobre qué es el diseño y a pesar de que existe una gran diversidad de enfoques en cuanto a lo que el diseño se refiere, nosotros lo haremos siempre desde la perspectiva del diseño aplicado

a eventos. Por ejemplo, Cox (2005), se refiere al diseño como la unión entre creatividad e innovación, por la cual se dan forma a las ideas con el fin de convertirse en propuestas prácticas, con el fin de atraer a usuarios y clientes. Además, como ya apuntábamos en líneas anteriores existen muy diversos actores que tendrán un papel fundamental en el desarrollo del evento, convirtiendo el evento en algo más que un producto práctico, y siendo también catalizadores con muy diversos fines como por ejemplo generadores, contenedores y diseminadores del conocimiento (Richards, Marques y Mein, 2015).

Al revisar el diseño del evento, se podría argumentar que gran parte de la mayoría de la literatura se centra en la perspectiva de la producción y los resultados del evento (Richards, Marques y Mein, 2015). Sin embargo, y como veremos en las próximas líneas han surgido diferentes metodologías y modelos de diseño de eventos que nos acercan a un pensamiento más crítico y estratégico.

#### **2.4.1. Los fundamentos y la importancia del diseño de eventos**

Los fundamentos del diseño de eventos consisten en definir la gestión, el entorno, y las personas, todo con el objetivo de facilitar experiencias únicas, satisfactorias y memorables que atraerán a invitados, clientes y participantes, con la esperanza de crear audiencias leales. Es la combinación de estos elementos, dentro de los parámetros casi ilimitados de los formatos, lo que está en el ámbito del diseño. En cada evento las experiencias de los involucrados serán diferentes, ya sea porque sus expectativas, estados de ánimo y comportamiento serán diferentes.

Como sostienen Brown y James (2004) el diseño de eventos en ocasiones ha sido ignorado a pesar de que es crucial para su propio éxito. Los mismos autores identifican cinco principios básicos en el diseño de eventos: tamaño, formato, enfoque, tiempo y producción. Y es que como afirma Ouwens (2015) la necesidad de innovación y transformación de la industria de eventos es algo más que evidente. En primer lugar, en términos de canalizadores de experiencias; y, en segundo lugar, como contribuyentes de valor social, económico y cultural.

Tomando la definición de Getz (2007) como punto de partida, la cual define un evento como un acontecimiento que ocurre en un tiempo y lugar determinado; un conjunto de características especiales; un hecho destacado y significativo, podemos deducir que existen diferentes aplicaciones a tener en cuenta en el diseño del evento. Como afirman Richards, Marques, y Mein (2015) el uso adecuado de los eventos como plataformas que generan valor en la economía del conocimiento, los procesos de diseño para eventos pueden aplicarse con los

siguientes fines: aumento de efectividad y eficiencia; aumentar el reconocimiento y el valor de los eventos entre los sectores interesados; garantizar la producción y tener un efecto multiplicador como pueden ser las prácticas sociales, procesos culturales e impactos económicos; minimizar los efectos adversos como el impacto medioambiental; y optimizar el éxito del evento en términos de números de visitantes y la calidad de la experiencia.

Como señala Brown (2005), el proceso de realización de un evento debe tener como punto de partida el propio diseño, siendo este un aspecto que va más allá de la mera decoración y su apariencia como tal, convirtiéndose en un proceso básico que se prolongue en el tiempo. Brown (2005) define el diseño del evento como la creación, el desarrollo conceptual y el diseño de un evento para maximizar el impacto positivo y significativo para los participantes del evento. Asimismo, el diseño de eventos tendrá también otras implicaciones como son la relación con los lugares en los que se llevan a cabo (Richards, Marques y Mein, 2015).

#### **2.4.2. Prácticas en el diseño de eventos**

En las siguientes líneas repasaremos brevemente algunas de las metodologías y modelos de diseño de eventos que se acercan a nuestro objeto de estudio. A partir de ellas, veremos el valor del diseño de la experiencia, dentro de un tiempo, espacio y contexto determinado.

##### **a) Imagineering**

Bien es cierto que los orígenes de *Imagineering* han estado sujetos a diversas interpretaciones a lo largo de los años. El término de *Imagineering* fue introducido en la escena internacional por Walt Disney y siempre relacionado con el proceso de desarrollo interno y proceso de creación de parques temáticos. Más tarde la interpretación de Disney del proceso de *Imagineering* y su enfoque en las experiencias dieron forma a su significado. La imaginación se convertiría en un proceso orientado a la experiencia, utilizado predominantemente y en primera instancia en la industria del ocio, para después filtrarse en otras áreas (Ouwens, 2015). Posteriormente, autores como Pine y Gilmore (1999) y Wolf (1999) describieron y distinguieron este enfoque de la experiencia en términos más generales, y proporcionando la experiencia como una alternativa al enfoque comercial predominante (Ouwens, 2015).

Sin embargo, Nijs y Peters (2002) redefinieron *Imagineering*, y dieron un enfoque más integral para el diseño de experiencias. Para ello, argumentaron que tanto las experiencias como la

imaginación, están más estrechamente relacionadas con los valores y el significado, dejando en un segundo plano su relación con la relación del diseño en términos físicos y definición de espacios, la cual podría ser que podría ser la base de la interpretación de Disney. Para Nijs y Peters (2002), los intangibles, como son los valores del participante, serán los elementos centrales del proceso de *Imagineering*, en lugar del diseño físico real de las experiencias.

Desde esta perspectiva, *Imagineering* toma los valores de las personas como punto de partida y con el fin de crear una relación sostenible con individuos y organizaciones (Ouwens, 2015). Por lo tanto, y en una primera instancia, el *Imagineering* se relacionó con el desarrollo de experiencias, quizás a nivel físico, idea que se tradujo posteriormente en la definición de *Imagineering* hecha por Nijs y Peters (2002) como la creación de valor desde una perspectiva de experiencia. En este sentido el significado de la experiencia tiene un papel central. Además, mediante el uso de una narrativa y conceptos imaginativos, tendrá como objetivo inspirar, involucrar y en el proceso, en el cual y mediante el uso de la narrativa y los conceptos imaginativos, tiene como objetivo inspirar, incluir y orientar a las personas en la dirección deseada. En este mismo contexto, podríamos decir que el *Imagineering* va también algo más allá del diseño de la experiencia y estará estrechamente relacionado con la responsabilidad social corporativa (RSC), el diseño social, la innovación y la transformación (Ouwens, 2015). Además, tal y como articula e ilustra Nijs (2019) el diseño de experiencia puede contribuir a desentrañar la innovación experiencial en términos corporativos, públicos y sociales.

## **b) Design Thinking**

En términos generales el pensamiento de diseño busca un enfoque centrado en el ser humano, en nuestro caso lo denominaremos participante, que defina la estrategia de acuerdo con la integración en el contexto. Los ejemplos son múltiples y, como lo demuestra Lockwood (2010), puede tener un enfoque utilizado por las organizaciones que buscan nuevos modelos para permanecer y perdurar en el tiempo. Si bien es cierto que el término del pensamiento de diseño se utiliza comúnmente para diferentes ámbitos, haremos únicamente referencia al pensamiento de diseño dentro de la estrategia de eventos de índole educativa, visto como una acción catalizadora en la creación de los espacios de aprendizaje. Como afirma Kohls (2019), el pensamiento de diseño tiene un enfoque holístico en el que se involucran las diferentes partes interesadas de manera cocreativa, combinando pensamientos de índole analítica e intuitiva. Además, el proceso iterativo que lo engloba ofrece poder dar salida y soluciones de manera innovadora y sistemática a diferentes retos y problemas (Meinel y von Thienen, 2016). Por lo tanto, el pensamiento de diseño no se trata únicamente de crear nuevos productos o servicios,

sino que su enfoque holístico requiere de una comprensión profunda del contexto para así poder satisfacer las necesidades de un entorno, incluidos los problemas ocultos o emergentes (Kohls, 2019). Como afirma el mismo autor, en la literatura sobre el pensamiento de diseño encontraremos con frecuencia diferentes principios y acciones que podrían tenerse en cuenta dentro del proceso de planteamiento de pensamiento de diseño como son el pensamiento lateral, la colaboración interdisciplinaria, la experimentación, el *storytelling*, la participación, la cocreación, y el análisis. En cualquier caso, dentro de este proceso el foco de atención e interés serán las necesidades humanas, las cuales comprenderemos principalmente mediante la observación y la empatía. Resaltando así el significado de la cocreación, y creando junto con los usuarios en lugar de para los usuarios.

Además, en la última década han surgido nuevas filosofías y metodologías en el diseño de eventos. Y aquí explicaremos brevemente tres modelos en los que se incluyen procesos de manera aplicada y en los cuales reconocen al participante y su experiencia como una parte crucial en el diseño de eventos. El modelo de Rippen y Bos (2010) denominado *5 Wheel Drive* contempla dos realidades en el proceso de diseño de eventos: una realidad centrada en la realidad del productor durante el cual se crea y diseña el evento; y una segunda realidad en la que se refiere a la experiencia del evento temporal previsto de los participantes. El modelo presentado como *Meeting Support Matrix* dentro de la propuesta más general de *Meeting Architecture* por Vanneste (2008), tiene como objetivo apoyar el diseño de eventos mediante la aplicación de un proceso en el que se detallan las herramientas, conceptos y técnicas a utilizar para conseguir los objetivos propuestos del evento. Un aspecto relevante de esta metodología es la definición temporal (antes, durante y después) en la que se realizarán las acciones. Y, por último, el *Event Canvas* (Frissen, Janssen y Luijter, 2016) como herramienta visual que ayuda estratégicamente con el diseño del evento, con el fin de articular las necesidades, deseos y expectativas, además de los costes, beneficios y recorrido experiencial de las diferentes partes interesadas. Se trata de un proceso-guía por lo que cada decisión refleja múltiples puntos de vista que darían los resultados deseados.

En definitiva, y como afirma Berridge (2007), con el diseño de eventos nos referimos, por un lado, al efecto del contexto y la composición de sus diferentes elementos; y, por otro lado, el efecto que los elementos diseñados del propio evento tienen en la experiencia del participante. De hecho, y como el mismo autor (Berridge, 2007) afirma que la naturaleza multidimensional de los eventos significa diseñar procesos y elementos dentro de un contexto que tiene el

potencial de crear experiencias diferentes. Dentro de nuestro ámbito de estudio, el proceso de diseño tendrá una importancia fundamental, y estará claramente diferenciado en dos contextos muy diferentes, por un lado, la definición del espacio presencial y, por otro lado, el espacio digital, en los que además deberemos encontrar un punto de unión entre ambos.

## 2.5. Resumen

El objetivo fundamental de este capítulo ha sido comprender el papel de la experiencia en los eventos y el diseño de eventos, con el fin de encontrar su justificación y relación con los eventos educativos. Para ello, en primer lugar, hemos hecho un acercamiento al término y concepto de la experiencia en el que ha resultado imprescindible aproximarnos a las reflexiones de Mannell y Kleiber (1997). El diálogo con estos y otros autores ha proporcionado una contextualización relacional entre la experiencia y los eventos, resaltando la importancia de las disposiciones psicológicas internas de la persona y las influencias situacionales que forman parte del entorno social de la misma como características fundamentales a tener en cuenta. A su vez, la Economía de la Experiencia resulta ser un modelo sumamente práctico que nos aporta luz y una metodología práctica para el desarrollo de experiencias en los eventos de índole educativa. En segundo lugar, hemos hecho una aproximación al diseño de eventos, repasando algunos de sus fundamentos y características para finalizar con algunas de las prácticas que conocemos de primera mano. Sin duda alguna, recogiendo la idea de Berridge (2007) que analiza el campo del diseño de experiencia y argumenta que el propósito del diseño de eventos es crear las percepciones, cogniciones y comportamientos deseados, nos acercaba aún más a argumentar que el evento es algo más que un producto práctico, siendo también un elemento catalizador, generador, contenedor y diseminador de conocimiento (Richards, Marques, y Mein, 2015). De hecho, las metodologías y procesos de diseño de eventos como *Imagineering*, *5 Wheel Drive*, *Meeting Architecture* y *Event Canvas* nos acercan a un pensamiento más crítico, estratégico y pragmático. Así pues, podemos ver claramente que existe un punto de unión entre el diseño de eventos y la consecución de experiencias, y es que cada vez más autores incluyen la perspectiva del participante en los modelos de diseño de eventos (Richards, 2015). Podríamos decir que el diseño de eventos ha evolucionado y ha pasado de ser una disciplina solitaria, a convertirse en una parte integrada dentro de las estrategias de comunicación, marketing y planificación de eventos. Autores como Wiegerink y Peelen (2010), quienes, a pesar de describir los eventos como una herramienta estratégica con intenciones y objetivos claros desde la perspectiva del productor y como parte integral de la política de marketing de las organizaciones, los reconocen

desde la perspectiva de experiencia del participante como un elemento crucial en el proceso de diseño. Además, será en este proceso de diseño del evento en el que será relevante identificar las motivaciones, los impulsos, la percepción sensorial, las emociones y la importancia del significado en la creación de una experiencia óptima para los participantes del evento. En nuestro caso en particular, y como veremos en el siguiente capítulo, el diseño de experiencias y el diseño de eventos tendrán un valor fundamental en la transferencia de conocimiento y en la definición de los diferentes espacios y tiempos.

## Capítulo 3: Aprendizaje combinado y formatos híbridos

3.1. Introducción

3.2. Aprendizaje combinado

3.3. Teorías relacionadas con el aprendizaje

3.4. Formatos en línea y digitales aplicables a eventos educativos

3.5. Resumen

### 3.1. Introducción

En este tercer capítulo teórico, y pilar fundamental dentro de esta tesis, exploraremos el estado del arte de las prácticas digitales y en línea dentro del sector de eventos desde la perspectiva educativa y la transferencia de conocimiento. En el primer apartado (3.2), resulta imprescindible hacer una previa contextualización para así ayudar a la conceptualización del significado del aprendizaje combinado, también con el fin de situar al lector dentro de este paradigma. En el segundo apartado (3.3), exploraremos y nos apoyaremos en algunas de las teorías relacionadas con la transferencia de conocimiento y el aprendizaje, que además nos ayudarán a comprender cómo se suceden la generación y la transferencia de conocimiento dentro de los diferentes tiempos y espacios, y la importancia de todo esto en la era digital. En el tercer apartado (3.4) haremos una breve revisión sobre los formatos de índole digital actuales consolidados y puestos en práctica en el ámbito de los eventos educativos de índole asincrónica y sincrónica. En el cuarto y último apartado de este capítulo (3.5) explicaremos a modo resumen y resaltaremos algunas de las características y bases fundamentales del aprendizaje combinado y los formatos híbridos.

- ¿Qué es el aprendizaje combinado? ¿Cuál es su relevancia?
- ¿Existen teorías que apoyen la práctica del aprendizaje combinado?
- ¿Cuáles son algunas de las prácticas y formatos más comunes que soportan el aprendizaje combinado?

### 3.2. Aprendizaje combinado

Antes de comenzar a desarrollar esta primera idea, creemos conveniente hacer una reflexión acerca de los grandes avances habidos en las tecnologías de la información. A finales del siglo pasado, los académicos del MIT Sloan School of Management declararon que la complejidad y la incertidumbre sin precedentes que caracterizan el entorno empresarial actual, junto con los rápidos desarrollos en la tecnología de la información y la dinámica organizacional, plantearían una serie de preguntas urgentes para la actualidad (Malone, T., Morton, M. y Russman Halperin, R., 1996). Y es que el mundo, los desarrollos tecnológicos y su complejidad no se han ralentizado en los últimos veinticinco años, sino todo lo contrario. Trasladando esta reflexión al ámbito que nos concierne, observamos que los eventos de ámbito educativo que cuentan con un enfoque únicamente lineal para la transferencia de conocimiento y el aprendizaje, en un mundo no lineal (Castells, 2000), ya no tienen su éxito asegurado (Robinson, 2011; Giacalone, 2004; Rynes et al.,

2001). Ante esta situación dentro del ámbito de las tecnologías de la información repasaremos las cinco características que plantea Castells (1996) que tienen una relación directa con las transformaciones sociales. La primera de las características se refiere a la esencia de la información como materia prima, y cómo la tecnología puede actuar sobre la propia información. La segunda de ellas tiene que ver con la omnipresencia de los efectos de las tecnologías en nuestra actividad cotidiana, ya que la información es una parte integral de nuestra actividad, y actualmente la gran mayoría de nuestros procesos estarían moldeados por el medio tecnológico. La tercera de las características se refiere a la lógica de las conexiones entre las redes de un sistema, y al conjunto de relaciones que utilizan las nuevas tecnologías de la información. Y es que las configuraciones red parecen estar bien adaptadas a la creciente búsqueda de interacción y a los diferentes patrones que se desarrollan y surgen de esa propia interacción. En cuarto lugar, y estrechamente ligada con las redes y sus conexiones, el paradigma de la tecnología de la información se basa en la flexibilidad. Las tecnologías de la información permiten que procesos, organizaciones e instituciones sean variables, pudiendo reorganizarse y cambiar sus componentes de manera ágil. Y, por último, la quinta característica de esta revolución tecnológica es la creciente convergencia y unión de tecnologías específicas dentro de un sistema integrado.

El término de aprendizaje combinado ha recibido una variedad de significados e interpretaciones diferentes (Sharma y Barret, 2007), como la composición del aprendizaje presencial y el aprendizaje a distancia (Frendo, 2005), donde cada una de las partes se convierte en una pieza fundamental de todo el proceso de diseño (Sharma y Westbrook, 2016). Como varios autores subrayan (Hall y Preston, 1988; Saxby, 1990; Dizard, 2010), lo que caracteriza la revolución tecnológica real no es la centralidad de la recopilación de conocimiento e información, sino la forma en que dicha información se procesa y aplica para generar conocimiento. Como afirma Castells (1996) las tecnologías de la información no son simplemente herramientas que se aplican, sino procesos que se desarrollan, que además se han fortalecido y han sido redefinidas por sus usuarios. Bates (1995), experto en educación a distancia, afirma que la tecnología aplicada a la educación y el aprendizaje no es una herramienta buena o mala en sí misma, sino que es la forma en que se utiliza lo que realmente importa. En definitiva, debemos buscar un uso inteligente, apropiado y efectivo que se conecte con los objetivos educativos que se han definido para las herramientas utilizadas (Bates, 1995). Además, al considerar cualquier estrategia para introducir el aprendizaje combinado, resulta fundamental hacerlo con cuidado y posicionarse dentro del contexto más amplio, no solo con el objetivo de atraer, retener y motivar al talento, sino también

ser estratégico y abordar razones más convincentes de retorno de la inversión y ahorro de costos (Thorne, 2003).

### **3.3. Teorías relacionadas con aprendizaje**

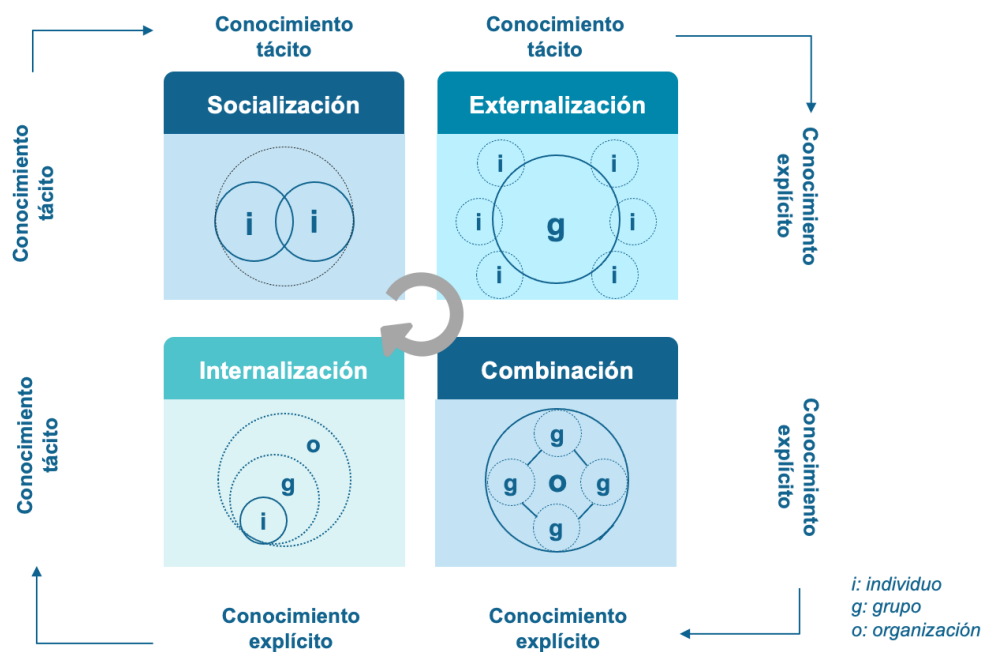
En los siguientes apartados describiremos y argumentaremos las teorías de transferencia de conocimiento y aprendizaje que apoyan nuestro objeto estudio, el conocimiento, identificación e impacto de los eventos educativos que utilizan formatos (presencial y online) en la experiencia integral del participante. Comenzaremos con la teoría desarrollada por Nonaka, Takeuchi y Umemoto (1996) sobre transferencia de conocimiento, que si bien es cierto tiene su origen en el ámbito empresarial, está estrechamente conectada con nuestro intereses y objeto de estudio como son los eventos educativos. Esta teoría servirá como primera aproximación a la relación entre individuo y grupo, y a la relación de estos en sus diferentes espacios y el aprendizaje. Después, y con el fin de profundizar en otros aspectos relevantes para esta tesis doctoral, se hará un breve repaso sobre la teoría de la autodeterminación (Deci y Ryan, 2008) centrada en las motivaciones humanas y el desarrollo personal; el aprendizaje experiencial (Kolb, 1984), con especial interés en su ciclo de cuatro etapas; y finalmente, presentaremos la teoría del conectivismo (Siemens, 2005), teoría del aprendizaje dentro de la era digital.

#### **3.3.1. Teoría de la transferencia de conocimiento**

En su teoría de transferencia de conocimiento Nonaka, Takeuchi y Umemoto (1996) afirman que existen dos tipos de conocimiento: el conocimiento explícito, el que se puede expresar en palabras y números, que además puede compartirse fácilmente; y el conocimiento tácito, que tiene que ver con la experiencia personal y resulta más difícil de formalizar. Será la interacción entre estos dos tipos de conocimiento lo que conduce a la creación de nuevo conocimiento. Nonaka, Takeuchi y Umemoto (1996) conceptualizan esta interacción en un modelo denominado SECI, en cual se describe un proceso dinámico que se divide en cuatro patrones mediante los que se transfieren la información y conocimiento. En primer lugar, la socialización, un patrón relacionado con el conocimiento tácito, el cual es compartido entre los individuos y puede acentuarse a través de las actividades que se realizan conjuntamente; en segundo lugar, la externalización, se refiere a la búsqueda de codificar o estructurar el conocimiento tácito y convertirlo en explícito y así crear un intercambio de información de manera comprensible para que otros individuos lo comprendan; en tercer lugar, la combinación

que implica la recepción e integración, la difusión del conocimiento explícito y el procesamiento por parte del individuo receptor para que sea más accesible y aplicable; finalmente, la internacionalización, la cual requiere una reflexión individual para identificar el conocimiento relevante aplicable para uno mismo y dentro de su propio contexto. En definitiva, el modelo de Nonaka y Takeuchi (1996) describe el proceso por el cual el conocimiento explícito y tácito se transfieren y convierten. En la siguiente figura que presentamos vemos cómo el modelo adopta un proceso en espiral, el cual discurre por los diferentes estadios de socialización, externalización, combinación e internacionalización.

**Figura 6. Creación de conocimiento como proceso de auto-trascendencia**



Fuente: Traducción de la investigadora en base a Nonaka y Konno (1998, p. 43).

Al mismo tiempo, resulta interesante el concepto de *ba* presentado por Nonaka y Konno (1998) el cual considera el espacio compartido, en su más amplia definición, que sirve como base para la creación de conocimiento. Repasamos brevemente en las siguientes líneas cómo se sucede la transferencia de conocimiento en los diferentes espacios representados por Nonaka y Konno (1998).

### *Origen Ba*

Se trata del espacio tanto físico como en línea donde los individuos simpatizan y empatizan con otros individuos traspasando cualquier tipo de barrera. Estos individuos, comparten

sentimientos, emociones y experiencias. Las experiencias físicas y presenciales son clave para la transferencia de conocimiento tácito. Es el primer *ba* en el que comienza el proceso de creación de conocimiento y se representa en la fase de socialización. En definitiva, la creación de conocimiento a través de la socialización.

### *Interacción Ba*

El espacio *ba* en el que se interactúa se construye de manera más consciente. La selección de personas con una combinación adecuada de conocimientos y capacidades específicas será fundamental para formar equipo de proyecto, equipo de trabajo o equipo multifuncional. A través del diálogo, los modelos y habilidades mentales del individuo se convierten en términos y conceptos comunes. En este momento, ocurren dos procesos dentro del individuo; por un lado, se recibe el modelo mental de los demás, pero también se refleja y se analiza el suyo propio.

### *Cyber Ba*

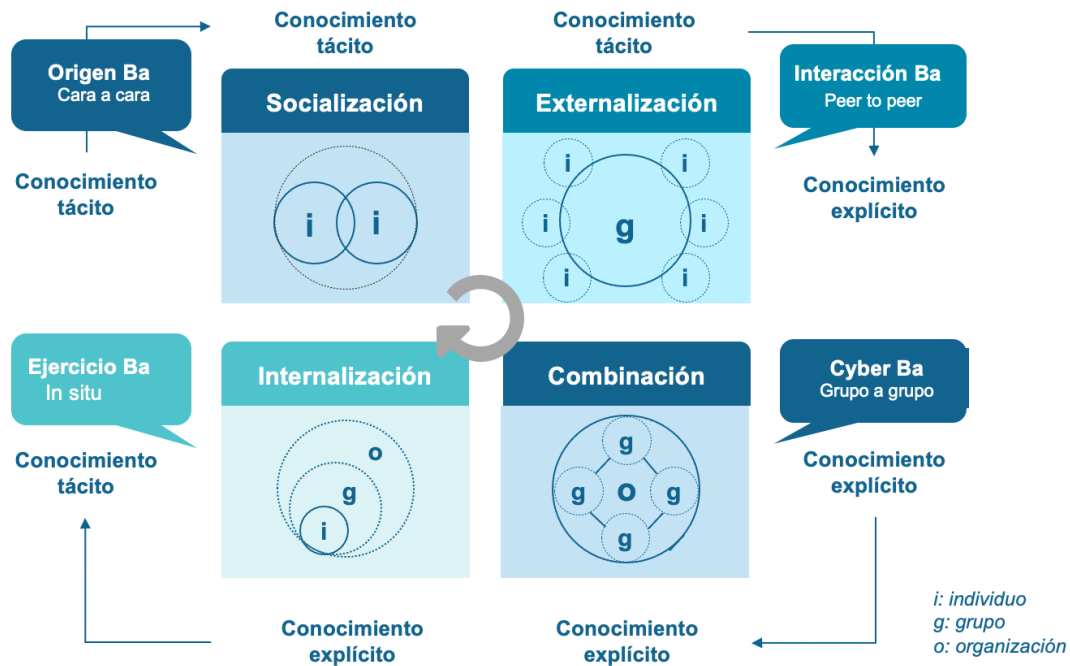
Este es el lugar donde el conocimiento tácito se hace explícito, y representa el proceso de externalización, y el diálogo es clave para tales conversiones. La interacción entre ellos proporciona un lugar para el diálogo donde las personas se involucran conjuntamente en la creación de significado y valor. Es un lugar de interacción en un mundo virtual en lugar de espacio y tiempo reales.

Aquí, la combinación de nuevo conocimiento tanto tácito como explícito generan y sistematizan el conocimiento dentro y para toda la organización. La combinación de conocimiento explícito es más eficiente en entornos colaborativos que utilizan las tecnologías de la información. El uso de redes en línea, materiales grupales, documentación y base de datos ha crecido exponencialmente durante la última década, mejorando este proceso de conversión.

### *Ejercicio Ba*

El ejercicio de *ba* apoya la fase de internalización. El ejercicio de *ba* facilita la conversión del conocimiento explícito en conocimiento tácito. Consiste principalmente en realizar ejercicios continuos que enfatizan ciertos patrones y el trabajo de tal patrón, enfatizando así el aprendizaje mediante la participación activa.

Figura 7. Concepto “Ba”



Fuente: Traducción y adaptación de la investigadora en base Nonaka y Konno (1998, p. 46).

Tras esta explicación de la teoría de la transferencia de conocimiento por Nonaka, Takeuchi y Umemoto (1996) y el espacio *ba* presentado por Nonaka y Konno (1998), desarrollaremos en las próximas líneas las ideas principales de las teorías como son la teoría de la autodeterminación (SDT), el aprendizaje experiencial y el conectivismo. A través de estas teorías nuestro objetivo es evidenciar cómo el aprendizaje y la transferencia de conocimiento se da en diferentes espacios y tiempos. Estas teorías dan soporte a los casos de estudio y reflexiones que presentaremos en el capítulo metodológico.

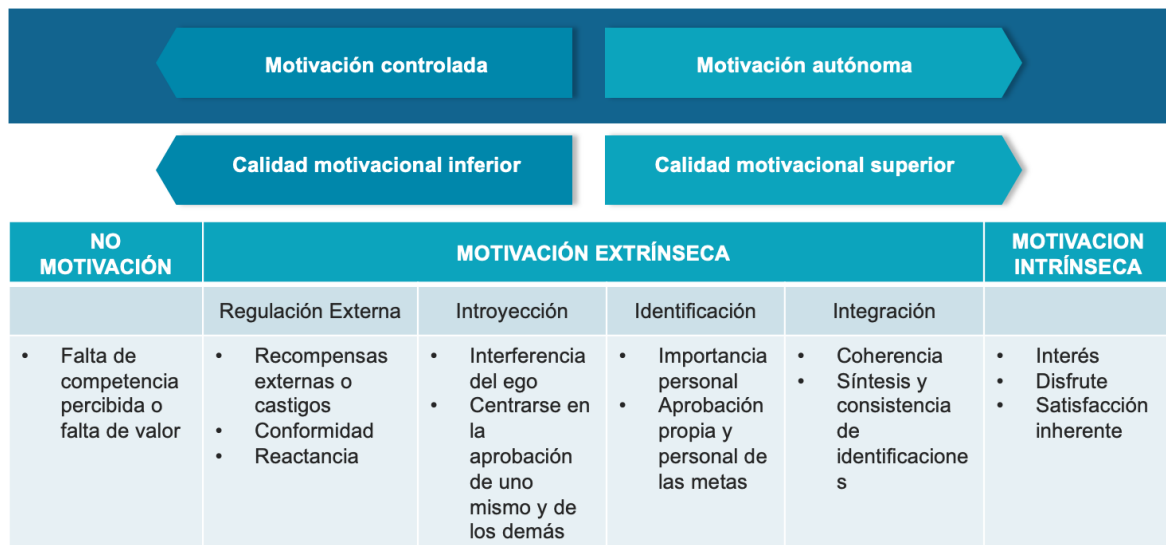
### 3.3.2. Teoría de la autodeterminación (Self Determination Theory - SDT)

En las teorías cognitivas contemporáneas, la motivación se refiere al proceso mediante el cual las actividades orientadas hacia un objetivo son activadas, dirigidas y mantenidas (Schunk, Pintrich y Meece, 2008), destacando la relevancia de los pensamientos, creencias y emociones de cada individuo, ya que son los procesos centrales que subyacen a la motivación (Schunk y Usher, 2012). Como explican Deci y Ryan (2008), mientras que muchas de las teorías históricas y contemporáneas de la motivación han tratado este constructo como un concepto unitario e indisoluble, centrando su interés en la cantidad de motivación que los individuos

tienen en ciertos comportamientos y desempeño de ciertas actividades, la SDT diferenció principalmente dos tipos de motivación, la motivación intrínseca y la motivación extrínseca. La motivación intrínseca está asociada a la realización de actividades por propio interés y disfrute, lo que resulta en una satisfacción espontánea de ser partícipe en la actividad misma. Por el contrario, la motivación extrínseca requerirá un instrumento de conducción entre la actividad y el resultado, como son las recompensas tangibles o verbales (Gagné y Deci, 2005). La idea inicial de esta teoría era que la calidad de la motivación de los individuos sería más importante que la cantidad de motivación y sería, además, relevante para predecir resultados relacionados con el bienestar psicológico y la salud, el rendimiento, la resolución creativa de problemas, y el aprendizaje. Además, según la teoría SDT, una de las distinciones centrales es la diferencia entre la motivación autónoma y la motivación controlada. En la motivación autónoma encontraremos aspectos relacionados tanto con la motivación intrínseca como con otros aspectos que podrían identificarse con la motivación extrínseca, en los que los individuos se habrían identificado con el valor mismo de la actividad y la habrían integrado en sí mismos. Diremos que cuando los individuos actúan de manera voluntaria, con deseo y determinación nos encontraríamos ante una motivación autónoma. Por el contrario, en la motivación controlada existe una regulación externa, en la cual el comportamiento se ve afectado por una serie de circunstancias externas asociadas con alguna forma recompensa o castigo. Cuando las personas sienten que están controladas, experimentan presión para pensar, sentir o comportarse de una manera particular. Tanto la motivación autónoma como la controlada dirigen la energía y el comportamiento (Deci y Ryan, 2008). Llegados a este punto, diremos que la motivación es la actitud interna, en ocasiones impulsada también por factores externos, hacia el nuevo aprendizaje, y es lo que en definitiva mueve al sujeto a aprender. Además, en este mismo proceso en el que se adquieren nuevos conocimientos, la motivación juega un papel fundamental. Según los estudios de Ausubel, Novak y Hanesian (1997), uno de los principales exponentes de la pedagogía constructivista, además de una actitud favorable, el sujeto debe disponer de estructuras cognitivas necesarias para relacionar los conocimientos previos con los nuevos aprendizajes, es decir construye nuevos conocimientos a partir de los conocimientos que ya posee. Este tipo de aprendizaje se denomina también aprendizaje significativo (Ausubel, Novak y Hanesian, 1997). En las próximas líneas repasaremos brevemente una de las subteorías desarrollada por Deci y Ryan (1985) denominada teoría de integración orgánica (OIT), en la que se desarrollan cuatro tipos de motivación por las cuales los comportamientos derivados de las motivaciones extrínsecas se regulan.

- Regulación externa: Es el caso clásico y fácil de identificar en cuanto a la motivación se refiere. En la regulación externa el comportamiento estará controlado por estímulos externos claramente identificados. Las personas estarán motivadas por alcanzar un resultado deseado, como pueden ser de recompensa tangible o evitar algún tipo de castigo o sanción. Un claro ejemplo de este tipo de motivación sería “asisto a este evento educativo porque mi jefe afirma que es una buena práctica para mi profesión”
- Regulación introyectada: En comparación con la regulación externa en la que el control del comportamiento proviene de estímulos externos administrados por otros, en la regulación introyectada, los estímulos y consecuencias son aplicados por los individuos a sí mismos. Representa una internalización parcial dentro del individuo ya que no se ha convertido aún en una de las motivaciones de su propio ser, por lo que no son regulaciones no asimiladas y, por lo tanto, no autodeterminadas por el individuo. Un ejemplo de este tipo de motivación tendría que ver en cuanto al individuo cree que es su deber realizar ciertas acciones y actúa para evitar la culpa, afirmar su valía, o recibir aprobación de los demás. Por ejemplo: “sólo si voy a este evento, mis compañeros creerán que soy un profesional con dedicación”
- Identificación: Es el proceso por el cual los individuos además de reconocer, también aceptan el valor de un comportamiento, y así han internalizado su regulación y aceptado como propio. Habrá mayor compromiso y desempeño por parte del individuo. Por ejemplo: “iré a este evento porque es algo importante para mi carrera profesional”
- Integración: Se trata de la forma más completa de internalización de la motivación extrínseca. No sólo implica que el individuo haya identificado la importancia del comportamiento, sino que además lo haya integrado y relacionado en muchos de sus otros comportamientos. Lo que inicialmente era una regulación externa se ha transformado completamente en autorregulación, dando como resultado una motivación extrínseca autodeterminada. Por ejemplo: “sé que la participación en este evento me proporcionará conocimientos que no puedo adquirir en otro lugar y eso lo valoro mucho”. Es decir, el individuo realizará la acción por los beneficios y no por el disfrute en sí de la acción o de la práctica.

**Figura 8. Motivación controlada y motivación autónoma**



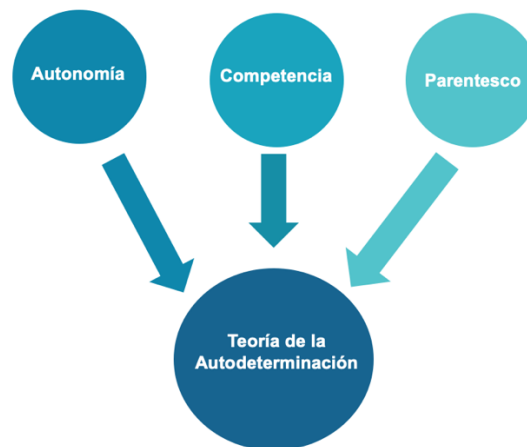
Fuente: Traducción y adaptación de la investigadora en base a Ryan y Deci (2000, p. 72).

Sin embargo, uno de los aspectos fundamentales de la SDT es la argumentación de que la satisfacción del individuo responde a tres necesidades psicológicas básicas: la autonomía, la competencia y la relación. Estas tres serían esenciales para que las personas logren crecimiento psicológico, internalización y bienestar (Deci y Ryan, 2000).

En primer lugar, la necesidad de autonomía, es decir la aceptación de las propias acciones al más alto nivel de reflexión (Dworkin, 1988). SDT define la necesidad de autonomía como la necesidad de los individuos de actuar con un sentido de propiedad de su comportamiento y sentirse psicológicamente libres (Deci y Ryan, 2000). La necesidad de autonomía es el origen de las acciones de cada individuo sin necesidad de ser empujado y arrastrado por fuerzas externas (DeCharms, 1968). La necesidad de autonomía fue el foco de la investigación inicial de SDT, ya que demostró ser esencial para explicar el impacto negativo de los incentivos extrínsecos y la conservación de la motivación intrínseca (Deci, Ryan y Koestner, 1999). En segundo lugar, la competencia, como la necesidad de buscar el control del resultado y el dominio de la experiencia. SDT define la necesidad de competencia como la necesidad de tener una sensación de dominio sobre en el entorno y así poder desarrollar nuevas habilidades. SDT considera que la necesidad de competencia es inherente a nuestra tendencia natural a explorar y manipular el entorno, y la búsqueda de desafíos y retos (Deci y Ryan, 2000). En otras teorías, como la teoría cognitiva social, también aparece la necesidad de competencia, donde la autoeficacia del individuo se considera el principal motor motivacional (Bandura, 1977). En

tercer lugar, la relación, como la necesidad de satisfacción de estar conectado y compartir un entorno social determinado (Gagné y Deci, 2005). Esta necesidad se satisface cuando las personas sienten la pertenencia de grupo, experimentan un sentido de comunidad y desarrollan relaciones cercanas. La relación como una necesidad psicológica básica se basó en sus beneficios evolutivos en términos de supervivencia y reproducción (Deci y Ryan, 2000).

**Figura 9. Elementos de Teoría de la Autodeterminación**



Fuente: Elaboración propia

Tras esta presentación sobre la Teoría de la Autodeterminación en la que hemos destacado los diferentes tipos de motivación que podemos encontrar, nos gustaría cerrar este apartado haciendo una breve reflexión sobre la implicación que tiene esta teoría, y con especial interés la motivación autónoma y la motivación regulada, en los eventos de índole educativa. Si bien habíamos expresado en el Capítulo 1 de esta tesis dedicado a la tipología de eventos, que el objetivo fundamental de los eventos empresariales y educativos es, casi siempre, cambiar y buscar un efecto en el comportamiento de los participantes mediante una facilitación (Davidson, 2019), con relación a lo que hemos visto en líneas anteriores sobre la SDT, entendemos que existen dos momentos clave para el participante. El primer momento referido a la acción de decisión de participación en el evento, el cual puede estar estimulado por una motivación autónoma, existe un deseo voluntario de tomar parte, o una motivación controlada. Dicho esto, podríamos atrevernos a decir, incluso, que el tipo de motivación que lo estimula podrá tener un efecto directo en la experiencia y por tanto en el aprendizaje. El segundo momento, se trata del momento en el cual sucede la acción, en este caso el evento educativo. Indudablemente, este momento tendrá un formato y características acorde a sus objetivos, y en gran número de

ocasiones lo veremos facilitado y guiado por una serie de profesionales expertos. De tal manera que los participantes estarán “motivados” por una serie de estímulos externos que los inviten a tomar acciones como puede ser la realización de acciones e interacciones en grupo y entre los diferentes participantes. Además, podríamos decir que, en su gran mayoría, los eventos de educativos buscan, consciente o inconscientemente, dar sentido a los elementos de: autonomía, dotando de responsabilidad de comportamiento y acción al participante; competencia, permitiendo el control de resultado esperado, el dominio de la experiencia y la búsqueda de retos y desafíos de acuerdo a los intereses del participante; relación, proporcionando el espacio y la conexión en el cual se comparte un entorno social determinado.

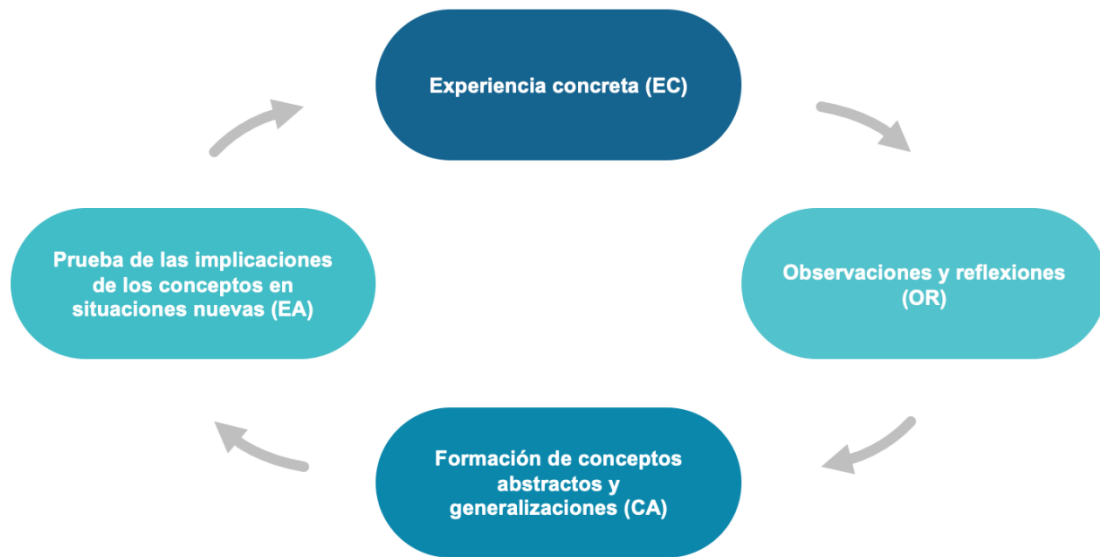
### **3.3.3. Aprendizaje experiencial**

La teoría del aprendizaje experiencial, por su parte, sugiere una mirada holística en la que se integran y combinan experiencia, percepción, conocimiento y comportamiento. El aprendizaje concebido holísticamente incluye actividades que se adaptan y varían a través del tiempo y el espacio. Se trata de un funcionamiento integrado de relaciones y conexiones entre la persona y el entorno, en las que pensar, sentir, percibir y comportarse relacionados a un contexto serán clave para este proceso de aprendizaje (Kolb, 1984). Además, investigaciones previas han demostrado que los estilos de aprendizaje están influenciados por el tipo de personalidad, la educación, la elección profesional y el estado laboral actual (Kolb, 1984). Para comprender la teoría del aprendizaje experimental recorreremos la visión e ideas de David Kolb (1984) de manera muy breve desde sus orígenes, y así poder también interpretar el modelo de ciclo de aprendizaje que nos presenta en cuatro etapas. Como afirma el mismo autor (Kolb, 1984), la teoría del aprendizaje experiencial se diferencia, por un lado, de las teorías racionalistas y cognitivas que tienden a enfatizar la adquisición, manipulación y recuerdo de símbolos abstractos; por otro lado, de las teorías de aprendizaje conductistas que rechazan el papel de la consciencia y la experiencia subjetiva en el proceso de aprendizaje.

Como ya adelantábamos en líneas anteriores, expondremos el ciclo de aprendizaje de cuatro etapas, y definido por Kolb (1984) como el proceso mediante el cual el conocimiento se crea a través de la transformación de la experiencia. La primera etapa, tiene que ver con la experiencia concreta, desde su enfoque más práctico; en segundo lugar, la observación reflexiva, revisar y reflexionar sobre la propia experiencia desde diferentes perspectivas; en tercer lugar, la conceptualización abstracta, deducir y crear posibles generalizaciones y principios; y, por último, la experimentación activa, aplicar y testar lo aprendido en otro tipo de situaciones

similares o de índole más compleja. El aprendizaje experimental se basa en la noción de que la experiencia desempeña un papel fundamental en el aprendizaje y el cambio (Ng et al., 2009).

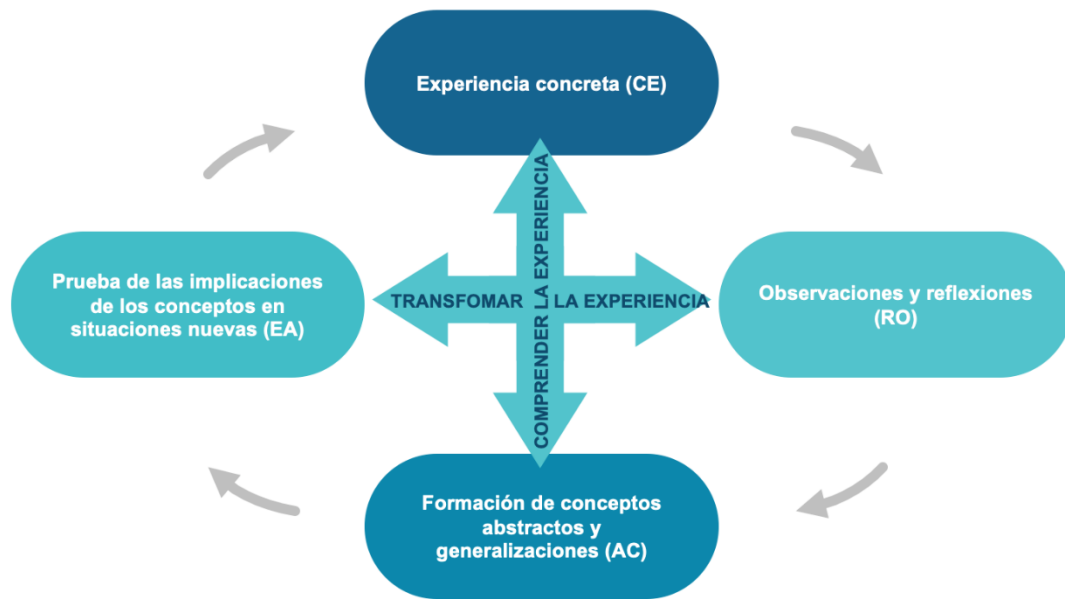
**Figura 10. Modelo de aprendizaje experiencial**



Fuente: Traducción de la investigadora en base a Kolb (1984, p. 21).

En otras palabras, la teoría del aprendizaje experiencial argumenta que ese proceso dinámico que surge de la resolución de un individuo se da en una doble dialéctica de experimentar-conceptualizar y actuar-reflexionar (Kolb, y Kolb, 2008). Por un lado, los dos modelos dialécticamente relacionados con la comprensión de la experiencia son la experiencia concreta (EC) y la conceptualización abstracta (CA); y, por otro lado, los dos modelos dialécticamente relacionados con la transformación: observación reflexiva (OR) y experimentación activa (EA). En este proceso de construcción de conocimiento que implica una correlación entre los cuatro modos de aprendizaje, las experiencias inmediatas serán la base de las observaciones y reflexiones. Tras la asimilación de reflexiones, se transforman en conceptos abstractos de los que se obtienen nuevas aplicaciones, que podrán servir en definitiva para crear nuevas experiencias (Kolb, y Kolb, 2008).

**Figura 11. Ciclo de aprendizaje experiencial**



Fuente: Traducción de la investigadora en base a Kolb y Kolb (2008, p. 299).

### **3.3.4. Conectivismo**

La teoría del aprendizaje en la era digital presentada por Siemens (2005) enfatiza la importancia del aprendizaje informal en la experiencia de aprendizaje general, en la que las comunidades de prácticas, redes y la realización de tareas relacionadas con el trabajo son centrales. Además, combina alguno de los elementos más relevantes de las teorías del aprendizaje, estructuras sociales y tecnología. Se trata, quizás, de un nuevo enfoque pedagógico en el que George Siemens (2005) propone nuevos enfoques pedagógicos basados en los principios del conectivismo. A través de dichos principios el proceso de aprendizaje se ve facilitado e influenciado por las conexiones y redes digitales entre las personas. Como afirma el mismo autor (Siemens, 2005) el aprendizaje, definido como conocimiento que se procesa, no solo reside en el individuo, sino que también se centra en relacionar la información especializada, con otro tipo de conexiones que permiten ampliar el estado actual de conocimiento. Además, el conectivismo es potenciado por la comprensión de que las decisiones se basan en fundamentos e informaciones que cambian rápida y constantemente. La capacidad del individuo en diferenciar entre información relevante y no relevante será clave. Así pues, enumeramos los principios del conectivismo que destaca Siemens (2005):

- El aprendizaje y conocimiento tienen como base la diversidad de opiniones.
- El aprendizaje es un proceso de conexión entre vínculos especializados fuentes de información.
- El aprendizaje puede alojarse en instrumentos o mecanismos de índole no humana.
- La capacidad de saber más es más esencial de lo que se conoce actualmente.
- El fomento y la conservación de las conexiones son cuestiones clave para facilitar el aprendizaje continuo.
- La habilidad de ver conexiones entre diferentes ámbitos, ideas y conceptos es una habilidad fundamental.
- La consecución de un conocimiento actualizado y lo suficientemente preciso es la intención de todas las actividades de aprendizaje conectivista.
- La toma de decisión en su proceso de aprendizaje en sí mismo. Lo que hoy puede ser una respuesta correcta, mañana podría ser incorrecta debido a las modificaciones en la información que afectan a su propio contexto.

El punto de partida del conectivismo es el individuo. El conocimiento personal está compuesto de una red y contexto determinado, que alimentan las organizaciones e instituciones, y que a su vez retroalimentan la red, y en definitiva también tienen un efecto continuo en el aprendizaje del propio individuo. Este ciclo permitirá a cada uno de los individuos seguir actualizados dentro de su área, gracias y a través de las conexiones y relaciones que han formado (Siemens, 2005).

### **3.4. Formatos online y digitales aplicables a eventos educativos**

Tras la presentación de esta última teoría podemos deducir que según las teorías presentadas en las líneas anteriores existen cuatro elementos fundamentales: el individuo, la comunidad o red, el espacio y el tiempo. Nos gustaría cerrar este bloque volviendo al pensamiento de Castells (1996) haciendo hincapié en algunas de las premisas que presenta el autor sobre la sociedad red, y es que las funciones y los procesos dominantes en la sociedad contemporánea se organizan en torno a diferentes redes, que además son capaces de configurar las características de nuestras sociedades y acciones. Las redes vistas como estructuras abiertas, capaces de expandirse sin límites e integrar nuevas conexiones que comparten los mismos códigos de comunicación. Tomando estas premisas de individuo, tiempo, espacio y red daremos un paso más en nuestra disertación para presentar diferentes formatos educativos que combinan el

aprendizaje presencial y en línea. A pesar de que el aprendizaje combinado, también conocido como aprendizaje híbrido, ha recibido variedad de significados e interpretaciones (Sharma y Barret, 2007; Sundari, et al.), nosotros nos quedaremos con una de las interpretaciones más generales que hace referencia a la combinación entre el aprendizaje cara a cara y el aprendizaje a distancia (Frendo, 2005), y en el cual la estructura de dicho aprendizaje está diseñada cuando ambos elementos, el aprendizaje presencial y a distancia, se convierten en una parte importante del todo (Sharma y Westbrook, 2016).

Tras esta breve introducción sobre el aprendizaje combinado, nuestra labor en las próximas líneas será trasladar estas premisas a la práctica y presentar los diferentes formatos combinados que existen y que gracias a diferentes herramientas tecnológicas y más concretamente cómo la Comunicación Vía Ordenador CVO (*Computer Mediated Communication*) tiene una aplicación directa en una variedad de eventos de índole educativa. Para ello, y con el fin de hacer una simple pero relativa clasificación, nos apoyaremos en la premisa que los modelos y las aplicaciones educativas de la tecnología se proporcionan en dos formatos distintos de interacción entre las diferentes personas, espacios y tiempos: el formato asincrónico y formato sincrónico (Hines y Pearl, 2004). Por un lado, la aplicación asincrónica ocurre en tiempo diferido y no requiere la participación simultánea (Branon y Essex, 2001). Así pues, los momentos de aprendizaje no están sincronizados en tiempo y espacio, sino que los participantes lo experimentarán de manera independiente. La aplicación asincrónica tiene sus orígenes en las primeras formas de educación a distancia, como fueron las escuelas por correspondencia (Keegan, 1996). Como afirman en un estudio realizado a diferentes educadores (Branon y Essex, 2001) el formato en discusión asincrónica fue útil para estimular una discusión más profunda y reflexiva. Algunas de las limitaciones identificadas en los formatos de interacción asincrónica incluían, la falta de retroalimentación inmediata y sensación de aislamiento, entre otras. En el estudio realizado por Dede y Kremer (1999) sobre las preferencias de los estudiantes, se concluyó que la discusión asincrónica proporcionaba un modelo de intercambio más rico e inclusivo, pero que requería más tiempo y proporcionaba menos interacción social que los formatos de índole sincrónica. Por el contrario, la aplicación sincrónica ocurre en tiempo real y requiere la participación simultánea entre los diferentes participantes (Romiszowski y Mason, 2004). Los formatos y aplicaciones de índole sincrónica se remontan a la década de 1940 con circuitos cerrados en el uso de la televisión, y a la década de 1980 en la que las videoconferencias y la televisión interactiva permitían a los estudiantes discutir diferentes conceptos y realizar preguntas. En el mismo estudio, Branon y Essex (2001)

identificaron que las herramientas sincrónicas utilizadas, en este caso el chat, fueron útiles para tomar decisiones en equipo, generar ideas, crear y construir diferentes comunidades y tratar problemas técnicos. Por el contrario, algunas de las limitaciones identificadas fueron la moderación de los participantes a gran escala, y la falta de tiempo para reflexionar. Además, y como afirman Hines y Pearl (2004) si bien las discusiones sincrónicas son más difíciles de implementar proporcionan una mayor sensación de presencia y espontaneidad.

A continuación, y con el fin de mostrar la variedad de oportunidades que existen dentro de ese formato de aprendizaje combinado (presencial y online), y dado que no existe una clasificación formal establecida, nos apoyaremos en la clasificación de los formatos de acuerdo, a los dos tipos de aplicaciones vistas en líneas anteriores, la aplicación asincrónica y la sincrónica. Cabe decir que únicamente presentaremos de manera descriptiva las herramientas, formatos y plataformas desde una perspectiva general y educativa. En ningún caso detallaremos los elementos ni especificaciones técnicas de producción que la componen, ni los conocimientos necesarios para puesta en marcha para cada uno de los formatos. Comenzaremos así por las herramientas y formatos de índole asincrónica, que quizás sean los formatos más básicos para después presentar los formatos de índole sincrónica, que tendrán otro nivel de complejidad.

### **3.4.1. Formatos de índole asincrónica**

#### **Chat de texto y Ambientes Virtuales Textuales (*Multi Object Oriented – MOOs*)**

Recogiendo su idea original los chats de texto, en los que las personas se comunican por escrito son una forma sincrónica y simultánea de comunicación. Actualmente, esta modalidad dependerá de la plataforma o ámbito concreto en el que lo estemos utilizando, ya que también podrán encontrarse como un formato asincrónico. Por otro lado, los ambientes virtuales textuales (MOOs) son un entorno digital que permiten que más de una persona chatee a la vez, de tal manera que ofrecen la oportunidad de tener una conversación grupal o individual (Sharma, y Barret, 2007).

#### **Foros y tabloneros de anuncios**

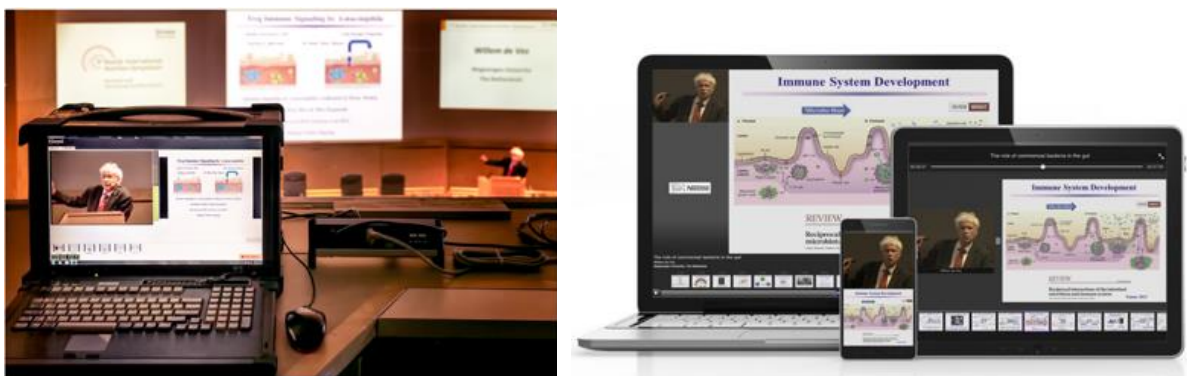
Los foros son un espacio concreto y dedicado, y una forma de comunicación en línea, en la que los participantes tienen claramente un interés o tema en común que comparten. Los tabloneros de anuncios, en su versión digital, son esencialmente lo mismo que un foro, o en muchos casos

funcionan de la misma manera, en el que los usuarios que deseen contribuir o seguir una discusión en particular (Sharma y Barret, 2007).

### ***Webcastig y podcasting***

*Webcasting* y *podcasting* son dos tecnologías que facilitan la transmisión y retransmisión de contenido en línea en formato de video y audio. El *webcasting* (web + *broadcast*) consiste en la transmisión o retransmisión por Internet de tal manera que el contenido puede ser consumido por los diferentes usuarios en tiempo real o a posteriori. En el caso en que se desarrolle en tiempo real, una de las metodologías más avanzadas es que es un formato que permite interacción con el ponente y otros participantes, como si realmente asistieran al evento presencialmente. Uno de los grandes potenciales del formato de *webcasting* consiste en que además de retransmitir vía internet el contenido educativo, en directo o diferido, ofrece la oportunidad de: la grabación y postproducción de contenido; el fácil acceso bajo demanda por parte del usuario; el contenido interactivo y de búsqueda de contenido fácil. Por otro lado, el *podcasting*, se refiere principalmente a archivos de audio que se ofrecen y consumen por medios digitales móviles desde un sitio web o un servicio de suscripción en línea. Los recientes avances en tecnología han creado *podcasts* que también sincronizan imágenes con audio. Otros formatos con funciones de tecnología similares incluyen la grabación de conferencias y videografías (grabaciones digitales de pantalla de ordenador con o sin narración de audio) (Traphagan, Kucsera, y Kishi, 2010).

### **Imagen 1. Ejemplo de *webcasting***



Fuente: <https://www.klewel.com/product/> (2020, 8 de diciembre)

### 3.4.2. Formatos de índole sincrónica

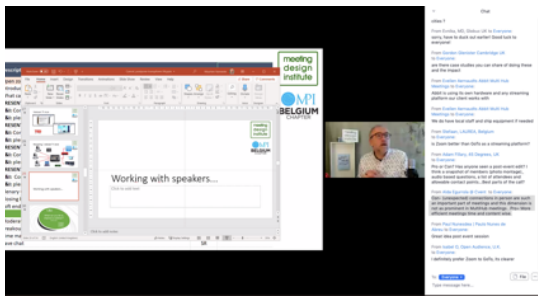
#### **Videoconferencias, conferencias digitales y en línea**

Como bien indica su nombre las videoconferencias permiten a las personas comunicarse en tiempo real con otros a través de un enlace de video y audio. En el extremo más sofisticado están las videoconferencias vía satélite donde la tecnología es directamente proporcionada y monitorizada por una compañía de telecomunicaciones. En el otro extremo encontramos el uso de una cámara de video de escritorio conectada a un ordenador, y utilizada entre dos o más personas que pueden ver y oírse. En una conferencia, una sesión puede incluir la transmisión en tiempo real de un evento, como una sesión plenaria, y conectar con una audiencia concreta que sigue la transmisión de forma remota en otro lugar. Otro formato muy común es una conferencia grupal que involucra a personas que se comunican desde diferentes lugares, y en la que todos inician sesión desde su propia ubicación. A continuación, presentamos diferentes opciones, dentro del ámbito educativo de los eventos, que incluyen videoconferencia como herramienta esencial (Sharma y Barret, 2007).

#### **Seminarios web (*webinars*)**

Los seminarios web prácticamente permiten que un gran número de participantes se unan y escuchen mientras uno o más ponentes presentan el contenido de manera online. Además, por norma general usan herramientas de videoconferencia que permiten preguntas y respuestas por parte de los participantes en los que además se pueden presentar videos en vivo o pregrabados. La literatura lo empieza a reconocer como una modalidad que permite el desarrollo de las habilidades de pensamiento superior y el análisis, la síntesis y la evaluación (Peinado, Bustillo, y Gálvez, 2019). Además, y debido a su carácter sincrónico proporciona una discusión en tiempo real, espontaneidad y una interacción directa entre los participantes (Power y St-Jacques, 2014). Además, los seminarios web presentan la posibilidad de almacenar su contenido y por tanto ofrece la oportunidad de visionarlos y recurrir a ellos más de una ocasión, diferenciándose de una experiencia más rígida como es la clase presencial magistral (Nagy y Bernschütz, 2016; Zoumenou et al, 2015) y convirtiéndolo así en una herramienta asincrónica pero flexible en el tiempo.

## Imagen 2. Ejemplo de seminarios web



Presentación, ponente y chat



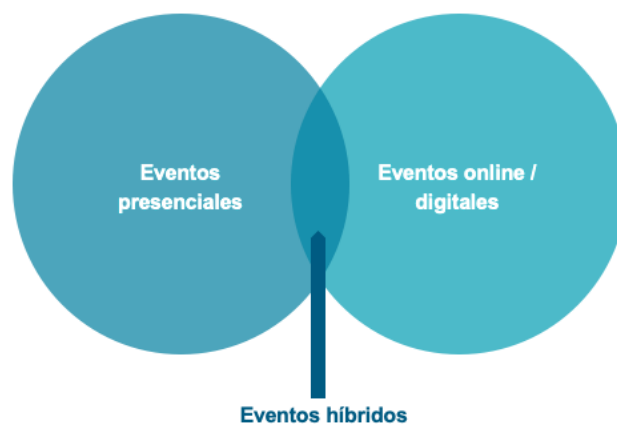
Presentación, participantes y chat

Fuente: Elaboración propia.

## Eventos híbridos

En la organización y diseño de eventos, existen una serie de elementos cruciales a tener en cuenta, como son el programa y las presentaciones, la interacción entre los participantes etc. En este caso, los eventos híbridos integran herramientas tecnológicas en las prácticas tradicionales en el diseño de eventos con el fin de crear nuevos tipos de experiencias para los participantes. En este formato se incluyen los eventos que cuentan con al menos un grupo de participantes cara a cara que se conectan digitalmente con otros participantes que se encuentran en otras múltiples ubicaciones. Algunos de los mejores eventos híbridos crean experiencias únicas para los diferentes tipos de participantes en diferentes lugares (Vanneste, 2018).

## Figura 12. Eventos híbridos

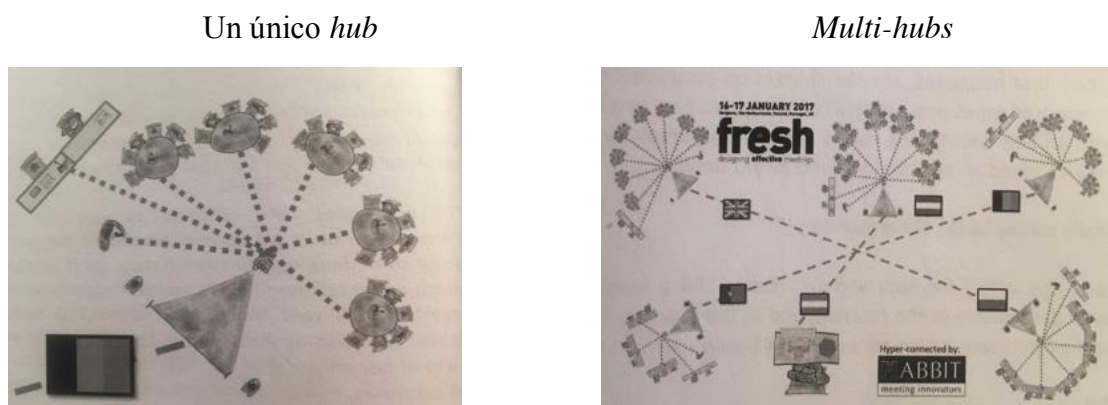


Fuente: Elaboración propia

### Eventos *multi - hub*

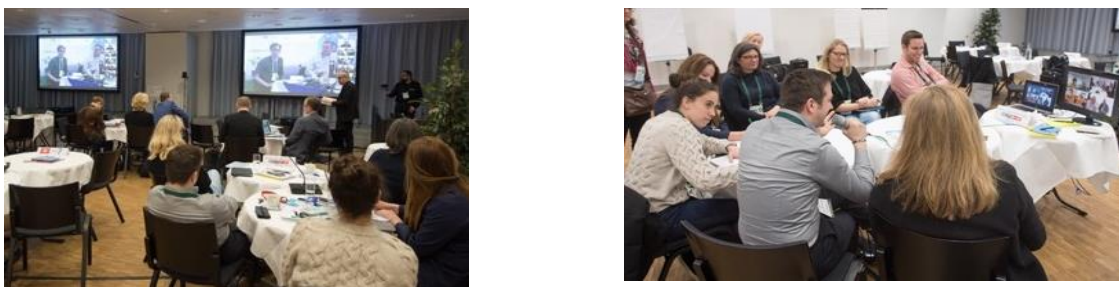
Dentro del espectro de los eventos híbridos encontramos los eventos *multi-hub*. Como bien lo explica Vanneste (2018) los eventos *multi-hub* son eventos con varios grupos conectados entre sí que se encuentran en diferentes lugares. Los grupos que están interconectados y participan en un único programa al mismo tiempo y conectados por vídeo y sonido. Los ponentes pueden presentar desde cualquier ubicación, y un panel de expertos podrá tener a cada panelista en diferentes ubicaciones. Por su parte, los participantes podrán ver y escuchar a todos los demás participantes independientemente de dónde se encuentren. Una observación importante en este formato es que cada grupo no es únicamente un grupo per se, sino que cada grupo dispone de un dispositivo central que lo identifica y monitoriza.

**Imagen 3. Ejemplo de eventos *multi - hub* I**



Fuente: Vanneste (2018, p. 21 y p. 62)

**Imagen 4. Ejemplo de eventos *multi - hub* II**



Fuente: Página web de Meeting Design Institute y FRESH Conference 2018 (<https://www.flickr.com/photos/meetingarchitecture/albums/72157664500853047/with/26238188887/>) ([2020, 8 de diciembre]).

**Tabla 5. Ejemplos de comunicación asincrónica y comunicación sincrónica**

| Comunicación asincrónica   | Comunicación sincrónica   |
|--|---|
| Chat de texto y Ambientes Virtuales Textuales (Multi Object Oriented - MOOs) | <i>Webcasting</i> , videoconferencias, conferencias digitales y en línea  |
| Foros y tabloneros de anuncios   | Eventos/conferencias online y digitales   |
| <i>Webcasting y podcasting</i>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminarios web</li> <li>• Eventos híbridos</li> <li>• Eventos multi-hub</li> </ul> |

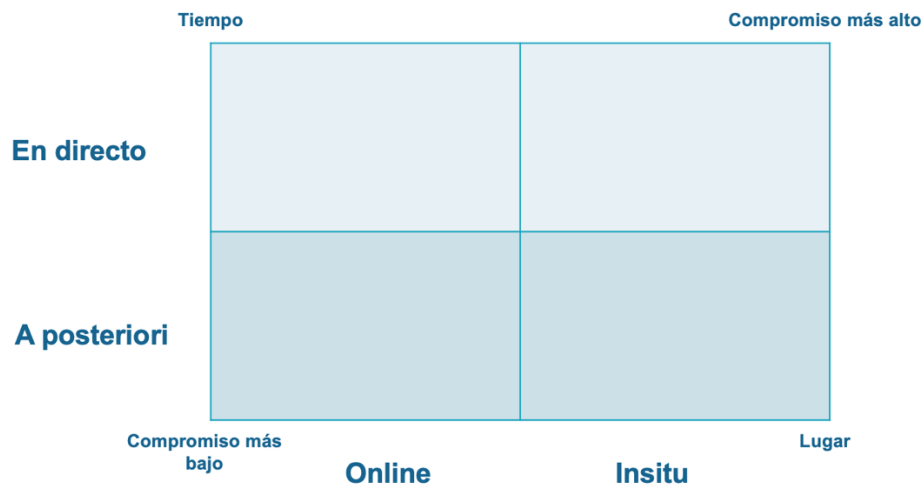
Fuente: Elaboración propia.

Los formatos de eventos digitales de índole educativa tienen la oportunidad de poder utilizar los materiales a posteriori y así convertirlos en material educativo, y hacerlos accesibles a través de los sistemas de gestión de aprendizaje (*Learning Management Systems - LMS*).

### **3.4.3. Implicación y relación entre formato-participante**

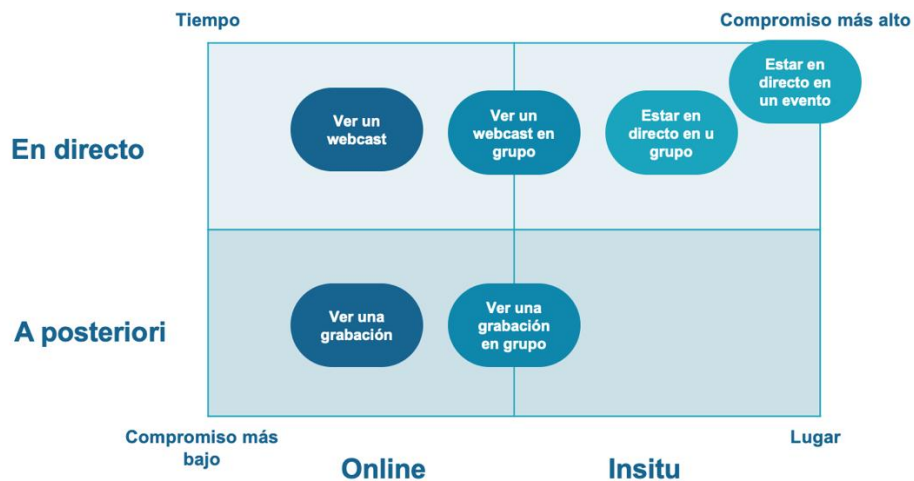
Después de hacer esta clasificación y volviendo a algunas de las ideas que presentábamos en líneas anteriores sobre la relación entre las dimensiones de tiempo, espacio el siguiente gráfico representa de alguna manera la relación de implicación del participante con los diferentes formatos presentados. Para esto utilizaremos lo que Vanneste (2018) denomina gráfico de implicación de los participantes. Como afirma el propio autor (Vanneste, 2018) parece obvio que seguir un evento en vivo es más atractivo que verlo una vez ya haya sucedido y, así mismo, poder disfrutar del evento en el mismo espacio que acontece será más atractivo que verlo en línea. Además, explica que quizás no sea posible expresar y comparar el valor exacto de cada forma de consumir un evento, pero es evidente que hay una diferencia significativa. El grado de implicación al que se refiere Vanneste (2018) tiene que ver con el grado de compromiso del participante con el evento, la sesión o presentación.

**Figura 13. Nivel de compromiso de los participantes en eventos I**



Fuente: Traducción de la investigadora en base a Vanneste (2018, p. 55).

**Figura 14. Nivel de compromiso de los participantes en eventos II**



Fuente: Traducción de la investigadora en base a Vanneste (2018, p. 56).

### 3.5. Resumen

Después de haber hecho una aproximación sobre la industria de eventos, la experiencia y el diseño de eventos, este tercer y último capítulo del marco teórico busca esclarecer y justificar el aprendizaje combinado como un valor o elemento añadido para el participante de un evento de índole educativa. El primer punto, reflexiona y conceptualiza sobre el aprendizaje combinado. Apoyándonos en la reflexión de Castells (2000) sobre las tecnologías de la información y cómo afectan al ámbito educativo, los eventos de ámbito educativo que cuentan

con un enfoque únicamente lineal para el aprendizaje y la transferencia de conocimiento, en un mundo no lineal ya no tendrían su éxito asegurado. Aquí nos gustaría hacer un inciso, entendemos de gran relevancia, y es que claramente en los últimos meses, como apuntábamos en nuestra primera reflexión y antes de seguir profundizando, los tiempos que corren de pandemia han llevado y resaltado la importancia utilizar y poner en práctica otro tipo de metodologías como es el aprendizaje en línea y combinado.

En segundo lugar, además de la relevancia que toma la motivación, para conocer y adentrarnos en las motivaciones autónomas y controladas, y su relación con el aprendizaje, las teorías relacionadas con el aprendizaje y la transferencia de conocimiento que presentamos (teoría de la transferencia de conocimiento, teoría de la autodeterminación, aprendizaje experiencial, y conectivismo) nos ayudan a justificar cómo, tanto la transferencia como el aprendizaje, pueden darse en diferentes espacios, tiempos y contextos entre las diferentes personas a nivel individual y grupal. Además, estas teorías, nos sugieren la construcción presencial o virtual de dichos espacios y tiempos determinados, con una comunicación multidimensional, que propicia el intercambio de conocimientos y facilita la interacción y relación entre los participantes, dependientes de los objetivos del evento educativo. Asimismo, funcionan como soporte teórico a los casos de estudio que reflejaremos en el próximo capítulo reservado a la metodología.

En tercer y último lugar, presentamos y explicamos algunos de los formatos de índole sincrónica y asincrónica más consolidados dentro de la industria de eventos, también dentro del ámbito educativo, que además servirán también como base teórica para la presentación de los casos de estudio presentados en el capítulo metodológico.

# III. METHODOLOGY

## Chapter 4: Methodology

4.1. Introduction

4.2. General methodological framework and steps followed

4.3. Case study selection

4.4. Data Collection

4.5. Data Analysis

4.6. Summary of methodological challenges

## 4.1. Introduction

At the initial stages of this research and given the background of the doctoral student, she had years of professional experience (in blended learning) primarily European, but also with the opportunity of exploring diverse activities globally. Yet, she had the desire to dig deeper in the knowledge of educational events and blended learning.

Without this commitment and willingness to learn and understand, from the professional perspective, but also to meet and interact with other professionals in the field of educational events and blended learning, the research would have been purely theoretical, and quite the opposite of what we are looking to do through this dissertation, that is applied research generating scientific knowledge.

More so, the active participation in the case studies together with the interviews, have contributed to the knowledge and understanding developed in the field of educational events and blended learning and are in a way or another reflected in this chapter.

In general, this chapter aims to tackle the following matters:

- The type of the methodological approach followed
- The selection of the case studies and the reasons behind this choice
- The differences between participants' interview and the reasons behind this choice
- The challenges encountered

Having said this, the chapter presents the methodological basis, and it is divided into four sections. The first one (4.2), gives the context to the methodological approach, the steps followed; the second one (4.3), introduces the data collection methods such as the case study and the interview selection criteria; and the presentation; in the third section (4.4) the data analysis is shown; in the fourth and last section (4.5) we go through the methodological challenges encountered.

Annex (2) and Annex (3) provide more information about the interviews.

## **4.2. General methodological framework and steps followed**

The methodological approach of this dissertation is the result of an iterative process with reformulation and adaptation to opportunities and challenges that have been presented as the research was being carried out. More so, this research takes an epistemological perspective and the position of empiricism recognizing that the knowledge comes from the experience and from straight contact with reality (Hathcoat and Nicholas, 2014).

The reformulation of the methodological design and approach was necessary: synchronising the timing and level of access to the case studies and interviews was key in the doctoral research process.

### **4.2.1. Qualitative approach**

This doctoral dissertation adopts a qualitative methodology approach, and it has a descriptive and an exploratory nature. Following the foundations of Snape and Spencer (2003) and the listed distinctive characteristics of qualitative research, we can see these attributes apply directly to our dissertation as the qualitative research followed:

- aims to provide an in-depth and interpreted understanding of the blended learning phenomenon by learning from experts and professionals' practices, and participants' circumstances, experiences and different perspectives.
- provides a number of samples that are small in scale, but purposively selected based on a relevant criteria. In our case, we are looking at three different case studies in which the doctoral research student has the opportunity to actively participate in one way or another. We will be explaining the case studies one by one in the following lines.
- collects data involving close contact between the researcher and the research participants. The participants selected for the semi-structured interviews provided an interactive and engaging discussion around the main topics of discussion, which allows to analyse emergent matters. Furthermore, the data collected was detailed, rich and extensive enough to cover the research questions.
- analysis is open to emergent concepts and ideas, with the possibility of providing detailed description and classification, patterns of association, and the chance to develop further typologies and explanations.
- supports the interpretation and meaning through mapping and mirroring the research participants experiences, understanding, perspectives, etc.

Another feature of qualitative research, and according to Canales Cerón (2006), is that the origin of the research questions is pertinent to the social transformation processes and changes. In relation to the case studies presented in this dissertation, the research questions are related to, not only the challenges and opportunities of the blended learning phenomenon, but also to their impact in the participant learning experience. In other words, the questions that articulate this research arise from deepening into the influence of educational events with blended learning formats on the participants' experience. Therefore, the origin of the research questions and its general and specific objectives is rooted in how (social) transformation is happening around the matter of blended learning, making qualitative research a suitable approach.

Furthermore, we would like to highlight, and as Ritchie (2003) presented, one of the functions of the qualitative research is its explanatory function. This function's main aspect is to look for meaning and examine the reasons, why a phenomenon occurs and what are the forces and influences that drive it. Other authors (Marshall and Rossman, 1999; Robson, 2002) have determined this kind of functions of qualitative research as descriptive or exploratory. Said this, the principal purpose of this type of research will be to explore and describe participant's understanding and interpretations, in our case, of how the blended learning phenomena impacts the participant's experience. Furthermore, the explanatory research will be looking at the *why* and which are the factors that drive it. Following Ritchie's (2003) explanation, the qualitative research will facilitate the process to explore subjects in-depth and to understand what lies behind, or what is grounded in a decision, attitude, behaviour or phenomenon. Also, allowing the connections between people's thoughts and acts.

In addition to the characteristics of the design and the origin of the questions that articulate this research, qualitative research is characterized by the fact of being subjectively mediated. As we will see reflected between the relationship and the case studies selected, we must accept that there is a certain grade of interpretivism. As Snape and Spencer (2003) have explained on this matter, the researcher and the social world have an impact and they feed each other; although being transparent throughout the entire process about our role, facts, values and findings have been influenced by our professional perspective, values and experience; and, at last but not least, we were concerned about exploring and understanding the social world using not only participant's understanding but also our own understanding and reflections have been key.

## **4.2.2. Steps of the methodological outline**

Throughout our methodological framing timeline there have been two key moments. The first one, when readjusting the research questions according to our limitations in accessing data (cases and interviewee categories). And the second one, the selection of the three case studies that we are going to use, together with the interviewee specific characteristics that could support us in our doctoral research main objectives.

## **4.3. Data collection**

### **4.3.1. Case study selection**

The case studies presented in this dissertation have been purposely selected (Patton, 1990) and are conditioned by the doctoral researcher timeline constraints and level of access to them. More so, following Patton's (2002) explanation on purpose sampling the carefully selected rich-information selected cases and informants will support us in answering our research questions. According to Yin's (2009), case studies turn out to be the distinguished method to examine events of a contemporary nature in which behaviours cannot be manipulated, and in which can be added two extra resources, the direct observation of phenomenon events to study; and the interviews of the people involved in the same events (Yin, 2009).

The case study selection was done by the following motivations: to search for common successful features; to understand the positioning of the different participant's profiles; and the attempt to define the challenges and opportunities of blended learning environments.

Although the original idea of the case study selection was associated with the medical educational field events and learning from their best practices, we decided to search for educational business events and leisure related ones that resemble those practices. Therefore, the criteria in selecting the case studies were as follows: the organisation's leadership in the different fields, in this case, educational/business events and leisure; the organisation's motivation in exploring, enhancing and advancing in educational formats; the high grade of innovation in blended learning and experiential design of the formats; the extension in time and space, remote and face-to-face interaction provided to the participants; and at last but not least, the entry access possibilities to case studies to the doctoral student.

The above led to the selection of three cases: 1) a multi-hub business conference, 2) an educational bootcamp, and 3) an international field school. The following table shows the case

study relationship with the time (before, during, after) and the space (face-to-face, online) where the programme activities impacted on the participant’s learning experience.

**Table 6. Case studies classification**

|        | Online   | Onsite  |
|--------|--|---|
| Before | Educational bootcamp<br>International field school |   |
| During | Multi-hub business conference                      | Multi-hub business conference<br>Educational bootcamp<br>International field school |
| After  | Educational bootcamp<br>International field school |   |

Source: Elaborated by the researcher.

Next, we will account for the heterogeneity, deepening into the characteristics of each of them. It is necessary to remark, however, on the need to recognize the diffuse boundaries, that each of the case studies presented on blended learning experience has a unique combination of contextual elements, characteristics, objectives, designing elements and participants. In order to maintain a certain order and facilitate the cross-reading of the different case studies, the description presented here addresses, at least, for each of them:

- the profile and characteristics of the organiser
- the characteristics of the event, programme, and designing elements
- the profile of the participant group

In addition, we will account for:

- the role of the doctoral student, as it illustrates some information on the subjectivity mediation which is significant for subjective research.

#### **4.3.2. Interview selection criteria**

The participants interview selection was done based on a practical criteria, recognised by Gorden (1975) and Vallés (2009) considering participants’ social and physical relevant information access, their willingness to inform and share, and their accuracy in communication capabilities. The method used to approach the cases data collection has been the in-depth semi-structured interview. Through this method, individual interviews have provided us with an

opportunity for detailed investigation of people's personal perspectives; for in-depth understanding of the personal context within which the research phenomenon is located; and for very detailed subject coverage (Ritchie, 2003). In the following lines, we are describing each of the interviewee profiles, the number of interviews conducted and the input relevance that they are providing to this dissertation.

The characteristics of the interview profiles:

1. The first group of interviews belongs to organisers and designers, experts, that have extended knowledge and experience in organising virtual, blended and hybrid learning environments. They have included online components (remote speakers, remote audience, digital learning content) that are applicable for the meeting design experience. For this type of interviews, we have included the project leaders from the case studies presented, and several consultants and scholars that work in the field of blended learning. The consultants and scholars have been also related in one way or another in the case studies presented. This group of interviewees input relevance to the dissertation is associated with the extended knowledge and experience in the subject matter, blended learning and, in some cases, the event and information content digitalisation. Undoubtedly, their sharing is connected to the strategic and designing experience from projects they have been carrying out for the last decade and the evolution of information technologies. In total seven (7) interviews have been carried out in this group.
2. The second group of interviews belongs to business events professionals that have experienced in one way or another on virtual, blended and hybrid learning environments in business events and others. They are actively involved in the business and educational events industry and, furthermore, they have already put in practice what they have learned and experienced. For this type of interviews, we have included participants from the following case studies: FRESH Conference 2018 (case study 1) and Digital Strategy Bootcamp (case study 2). The relevance of this group is connected to the way they observe, sometimes from their critical mind, on the way the business and educational events are evolving, and the opportunities and challenges that are presented. They are the responsible professionals that try out and put in practice what they have learned and experienced with the general audience and participants. In total four (4) interviews have been carried out in this group.

3. The third group of interviews is connected to the general audience, standard participants, and in this case future leisure related professionals, without either blended nor hybrid professional knowledge and skills. The interviews under this category took part in the 2018 Douglas Ribeiro da Silva International Field School (case study 3). They experienced a virtual learning and networking platform dedicated to the field school main theme and context to be studied. Their input value to this research relates to the impact and analysis on the learning experience value that the blended learning paradigm is providing in a leisure related context. In total nine (9) interviews have been carried out in this group. The following diagram shows the relationship between the three different groups of interviews and the effect they have one into another.

**Tabla 7. Summary of case studies and profiles**

| Case Study  | Interview profiles 1   | Interview profiles 2                             |
|---|--|--|
| FRESH Conference 2018<br>(case study 1)                                       | Organisers and designers with<br>extended knowledge<br>(Experts) | Business and educational events<br>practitioners |
| Digital Strategy Bootcamp<br>(case study 2)                                   | Organisers and designers with<br>extended knowledge<br>(Experts) | Business and educational events<br>practitioners |
| 2018 Douglas Ribeiro da Silva<br>International Field School<br>(case study 3) | General audience<br>(student-participants)                       | -  |

Source: Elaborated by the researcher

### 4.3.3. Interview protocol

In order to carry out the semi-structured in-depth interview, the interview protocol included in Annex 1 is considered as a guide. As can be seen, there are three different interview protocols for each of the sampling groups that have been defined. The interviews have been divided into a series of topics guides that correspond with several concepts in the construction of the theoretical framework. This was done intentionally, and the idea behind the design of the interview protocols was to obtain complementary information as much as possible from each of the groups. The questions from the interviews will be addressed but they will not be considered in the following presented order or grouped in this way, as it will always follow the

path marked by the conversation and avoid overlaps and repetitions of questions and answers, as is typical of the semi-structured interviews. The interview protocol was designed and started to be implemented long before the completion of the construction of the theoretical framework. We are here presenting the three different interview topic guides for each of the group.

Firstly, the interview topic guide and questions developed for organisers and designers with extended knowledge and experience in organizing virtual, blended and hybrid learning environments was divided in the following blocks: their expertise in the field, the impact of blended learning in designing the programme and content; the added value or interfering participant's learning and experience; the role of information technologies blended and online learning paradigm in educational events; and, trends on information technologies and future online and blended learning practices' and formats on educational events. The emphasis and relevance of this group of interviews was the educational event production and design itself, and lessons learnt from previous practices.

Secondly, the interview topic guide and questions developed for business and educational events practitioners was the same in terms of question's content to the group of organisers and designers, previous paragraph mentioned group. However, the direction of the interview and highlights were related to the interviewees professional participant's experience and application readiness of blended learning formats for the educational events they organize.

And, thirdly, the topic guide and questions developed for the participant-students that took part at the World Leisure International Field School 2018 in São Paulo, was divided in the following blocks: student's motivations to take part in the field school; their experience on previous online or blended learning programmes; the design of the programme with the three stage process; their attitude/opinion/impression towards the online platforms in terms of experienced challenges and opportunities.

#### **4.3.4. Conducting and transcribing the interviews**

Given that the interviews took place at very different times, it was impossible to travel and meet the selected interviewees in person. This would be even quite complicated given the different geographical locations where these people are located. Therefore, the interviews were

organised remotely mainly via zoom platform, except one of them that answers were sent in written.

All interviews lasted between thirty minutes and one hour, they were recorded through the zoom platform itself, and transcribed in a later stage.

## 4.4. Data analysis

### 4.4.1. Analysis of the interviews

Once the interviews were all transcribed, we were confronted with a large and voluminous amount of data. However, very rich in content and definitely contributing to the knowledge base of this research, and giving answers to our research questions such as, how the combination of face-to-face and online formats impact the participant's experience and the perception of knowledge transfer; and to understand the challenges and opportunities for designing a blended educational event.

For the analysis of the qualitative data, we relied on NVIVO 12 software that supported us in the coding process and theme categorisation. We followed the steps identified by Weiss (1994), which are explained below:

- *Coding*. The first step consisted in linking what the respondents said in their interview to the concepts and categories that appear in the final analysis. Some of the categories coincided with the already identified ones in the interview blocs, however some others emerged and were added as interviews were happening. Categories might have been added or modified once the overall material was available.
- *Sorting*. Although we were not interested in quantitative analysis, we relied on NVIVO 12 software that helped us to sort and group the coding. The sorting was done by looking into the predetermined themes, emerging themes and pulling together real examples from the interviews.
- *Local integration*. During this phase we organised and integrated our observations and understandings, giving coherence and meaning to the individual files.
- *Inclusive integration*. This part involved building a single coherent story where the isolated areas of analysis were also included. We were already trying to elaborate a draft

mode framework, however, as data was collected at different stages the final format was not completely clear until the very end of analysis.

**Figura 15. Data analysis process**



Source: Elaborated by the researcher.

In the following section, findings from each of the group interviews are shared. Although at the very beginning of the methodology it helped us to target three different groups, for interview conducting purposes, when looking at the data coding and analysis it was decided that it would have much more sense to merge the professional categories (from case study 1 and case study 2). This has been a strategic decision as it will simplify and make the representation of the findings much more consistent, as the findings of these two groups (from case study 1 and case study 2) are very much correlated.

- The first target group of analysis combines the groups of interviews carried out to organisers and designers (experts) that have extended knowledge and experience in organising virtual, blended and hybrid learning environments together with the business events professionals that have experienced in one way or another on virtual, blended and hybrid learning environments in business events. The mixing of these two groups of interviews belongs to FRESH 18 Conference (case study 1) and Digital Event Strategy Bootcamp (case study 2), were the emphasis and the value of the interviews relies on learning more about: a) the production and designing elements; b) the learning experience; c) the information technologies role in terms of the opportunities, challenges and value; and d) the future trends.
- The second target group of the analysis belongs to the interviewee category of the general audience, standard participants from the 2018 Douglas Ribeiro da Silva International Field School 2018 (case study 3). The significance and emphasis rely on exploring the interviews through the following aspects analysed: a) participant's motivations, b) preferred learning style and facilitation c) memorable experiences and experiential learning, d) impact, e) eLearning platform challenges and opportunities.

**Tabla 8. Case studies and predetermined themes summary**

| <b>Case Studies</b>  | <b>Predetermined Themes</b>   |
|--|---|
| FRESH 18 Conference<br>(case study 1)  | a) Production and designing elements<br>b) Blended learning experience  |
| Digital Event Strategy Bootcamp<br>(case study 2)                            | c) Information technologies role in terms of the opportunities, challenges and value<br>d) Future trends  |
| 2018 Douglas Ribeiro da Silva International Field School 2018 (case study 3) | a) Participant's motivations,<br>b) Preferred learning style and facilitation<br>c) Memorable experiences and experiential learning,<br>d) Impact and application<br>e) eLearning platform challenges and opportunities |

Source: Elaborated by the researcher.

## **4.5. Summary of methodological challenges**

In this chapter the most relevant aspects regarding the methodology of this research have been reviewed. First, the issues that make this a qualitative research have been argued, explained in what sense we can consider that this research has an exploratory approach, and rising the reflection subjective/interpretivism as a researcher. Second, the steps of the methodological outline have been described, from the logic and criteria behind case selection to the semi-structured in-depth interview approach and target identification. Finally, a point has been devoted to the way in which this data has been analysed.

After this general review of content of the chapter and as a conclusion, we would like to remark on a couple of matters. The first one has to do with the subjective mediation of the researcher, materialised in two moments: the data collection and writing. And the second one, we think is important to clarify, is related to the case study selection and interpretation cannot be understood outside their context, whose value lies precisely in the generation of knowledge dependent on the context and the different scenarios presented.

## **IV. CASE STUDIES**

## Chapter 5: Case Study Data

5.1. Introduction

5.2. Case study 1: Fresh 18 Conference

5.3. Case study 2: Digital Strategy Bootcamp

5.4. Case study 3: 2018 Douglas Ribeiro da Silva International Field

School

5.5 Summary

## 5.1. Introduction

Current chapter presents in detail three reference case studies of this thesis that we have selected as a reference and as a medium to conduct in-depth interviews. The first one, Fresh 18 Conference, an event organised by Meeting Design Institute, a global conference convened annually, this time in a hybrid format (face-to-face and online), specialised in meeting design and experimentation with new formats, techniques, tools and technologies within the events industry. The second one, Digital Event Strategy Bootcamp, an educational event driven by Professional Convention Management Association, with an interactive and combined program (face-to-face and online) aimed at event professionals in order to educate them to strategically plan, produce and measure digital and hybrid events. The third one, and last one, 2018 Douglas Ribeiro da Silva International Field School, an educational initiative from the World Leisure Organization, that combines online learning, experiential learning and participation in an international scientific congress.

## 5.2. Case study 1: FRESH 18 Conference

Date: 27-28 February 2018. Places: Basel, Copenhagen, Johannesburg and London

### **Profile and characteristics of the organiser:**

The Meeting Design Institute (MDI) is a member-based organisation with the mission of developing meeting design alongside logistics and hospitality. As a global community of companies and professionals that offer creative solutions for meetings and event planners. The institute brings together education, tools and services that support the design of more effective meetings and events (MDI, 2020).

### **Characteristics of the event, programme, and designing elements:**

FRESH is an annually convened global conference, and one of the main projects of MDI, specialising in meeting design and experimentation of new formats, techniques, tools and technologies within the meeting industry. Since its start in 2012 in the city of Copenhagen, the FRESH conference has educated a large number of event design professionals, entrepreneurs and event related professionals from all over the world. While the conference was growing during 2013, 2014 and 2015 year, as a face-to-face conference adding different blended

learning and networking components such as remote audiences and speakers, and online dedicated facilitators and presenters. While in 2017, the FRESH conference, and as a premiere in the event's industry, was organised as a five-city conference, meaning that the conference programme, content, speakers and participants were split in five different cities. In 2018, with the theme of "initiate interaction", the conference moved one step forward facilitating the dialogue between four different meeting spaces and in three different time zones: namely London, Copenhagen, Basel and Johannesburg. As Vanneste's (2018) trying to determine the concept that defines this event's new format, it was defined as a Multi-City meeting. However, due to the large variety of concepts that have been used previously "multi-venue", "polly location", "multi room", etc. The shortest definition the author gives is that "A multi-hub meeting is groups meeting groups remotely" Vanneste (2018). Nevertheless, this definition can be somehow misleading, since it can clearly be identified with remote office video-conference calls. We think that the longest definition and description that Vanneste (2018) gives to the multi-hub can not only be more clearly recognized and understood by a wider audience, but also give us the key elements that differ from other type of conference formats, Vanneste (2018:20) has stated the following:

A multi-hub meeting is a conference or event with several connected groups of ten to a hundred people each, each in a different location. They all are participating in a single programme at the same time but connected with (high density) video and sound. Speakers can present from any location, a panel can have a panellist in each location, every participant sees all the other participants and can be seen by all participants. Every participant when speaking via a microphone within arm's reach. A multi-hub IS NOT a webcast or recording of sessions for on-demand viewing.

### Image 5. FRESH Conference 2018



Source: MDI and FRESH Conference 2018 Flickr website (<https://www.flickr.com/photos/meetingarchitecture/albums/72157664500853047/with/26238188887/> [2020, 8 de diciembre]).

The technology and technical expertise took an important role during the entire process. Without getting into many technical details the robot cameras (VC520) that were used during the hybrid meeting were key and supported a unique communication model facilitating the segmentation into smaller groups. These together with high-speed internet connectivity allowed the presentation and participation without any interruption between the different hubs.

#### **Profile of the participant group:**

In total more than a hundred participants took part from the different cities with the following profiles: corporate and association planners, who are without any experience on digital events, willing to learn, discover and experience tools and techniques you can apply to improve the online and digital participant's experience.

#### **Role of the doctoral student:**

The doctoral researcher connection to this first case study goes back to 2010 when she was Project Manager of the organisation behind this case study between 2010 and 2014. As a team member of the organisation, she was actively involved in designing and managing FRESH conferences in 2012, 2013 and 2014. For the case study presented, FRESH 18 – Multi hub Meeting Initiate Interaction, she was only participating in the hub of Basel, Switzerland. The active participation and past working experience give her the knowledge to understand not only how information technologies are evolving, but also how these are applied to educational events digitalization.

### **5.3. Case study 2: Digital Event Strategy Boot Camp**

Date: 26–29 July 2018. Place: Calgary

#### **Characteristics of the organiser:**

Professional Convention Management Association (PCMA) formally incorporated as a non-profit in 1958 has 7,000 members and an audience of 50,000 across North America, Europe, the Middle East and Asia. With 17 chapters and activities in 30 countries, becoming one of the global leaders in business events. PCMA has become the platform where knowledge is shared

with members through extraordinary experiences and multi-channel engagement (PCMA, 2020). One of the examples is the Digital Experience Institute (DEI) working as the main force of live streaming, digital events and hybrid meeting strategy and production, and supporting the Digital Event Strategist certification (PCMA, 2020). The PCMA Digital Experience Institute® (DEI) offers a comprehensive toolkit to help you effectively plan, produce and measure results of digital events.

### **Characteristic of the event, programme, and designing elements description:**

The Digital Event Strategy (DES) online course is a seven-week, interactive program teaching event professionals how to strategically plan, produce and measure digital and hybrid (in-person and digital) events. From July 26–29, though PCMA worked with Meetings + Conventions Calgary to offer 18 DES candidates an opportunity to meet face-to-face in Calgary for the first-ever DES Boot Camp. The program packed all 10 modules of the DES course into two days for the group of students who travelled from the USA, Europe, and other parts of Canada.

The program counted with an education manager and lead instructor for the program who led the group of candidates through; firstly, an orientation call in early May 2018; secondly, organised the selected candidates into virtual groups and assigned pre-work for different ten learning modules to complete with their peers to prepare you for the onsite activities; and finally, 2-day boot camp in Calgary, Alberta Canada by the end of July 2018. The program concluded with an online exam to obtain the DES certification.

The learning management system (LMS) put in place for the different learning modules aims to maximise the users digital experience including unique features such as presentations webinars, audiovisual materials and testing modules that provided the organisers to leverage their educational content to further their mission and, at the same time, engage with the participants. The education manager and the lead instructor of the program highlighted the impact on engagement and active learning due to the connection among participants prior to the onsite educational event. Wingler said (McMillin, 2018):

*“We wanted active and engaged learning. (...) The feeling of already being familiar with your peers created that feeling of comfortability and openness to active learning.”*

She also pointed out the importance of creating different learning spaces and formats where participants have the option to work in groups and with each other, and how these formats can work in one space and another. Wingler said (McMillin, 2018):

*“It served as a reminder that we need to do more to incorporate group activities into online sessions and courses. With the face-to-face environment, candidates were more apt to speak up with personal experiences, share ideas, and ask questions they have about producing digital events than we have been seeing in online-only courses.”*

### **Profile of the participant group:**

In total eighteen candidates took part in the Digital Event Strategic programme that were related to the following professional profiles: event marketers, who wanted to measure digital event return on investment; corporate planners, hosting digital stakeholder meetings; association event and meetings professionals planning virtual exhibits; event sales team members who wanted to better understand their clients; and freelancers who desire the technical skills to produce hybrid events.

### **Role of the doctoral student:**

For this second case study, the doctoral researcher was DES Summer Boot Camp scholarship winner. She was part of the DES Summer boot camp that started with an orientation call in early May, including group pre-work to prepare for the onsite activities and conclude with the 2-day boot camp in Calgary, Canada. She obtained her DES certification in autumn 2018. This first-hand experience allowed her to feel the entire process from the participant’s perspective. Moreover, not only learn from one of the most innovative and relevant organisations in the events industry on how to face this new paradigm of blended learning, but also to acquire the certificate in the field of digital experience.

## **5.4. Case study 3: 2018 Douglas Ribeiro da Silva International**

### **Field School**

Date: 24- 28, August 2018. Place: São Paulo, Brazil

### **Profile and characteristics of the organiser**

The World Leisure Organization (WLO) is a non-profit, non-governmental body of individuals and organisations from throughout the world and promotes leisure as integral to social, cultural, economic and sustainable environmental development. As a world-wide advocacy and knowledge-driven membership-focused organisation, WLO Leisure is dedicated to understanding leisure, advancing quality of life and well-being of individuals, communities and nations through leisure; promoting and understanding of the benefits of leisure; and encouraging access and inclusion for all. WLO achieves its mission, vision and goals through its programs and activities that are developed according to four main strands: advocacy, research, education and knowledge transfer (WLO, 2020).

### **Characteristic of the event, programme, and designing elements description:**

As an initiative of World Leisure Organization (WLO) Centers of Excellence network, the 2018 Douglas Ribeiro da Silva International Field School program was designed and carried out in collaboration with Sesc, São Paulo (Social Service of the Commerce) and Senac, São Paulo (Nacional Service of Commerce Apprenticeship) and *Queixadas by Quilombaque*. The latter, being an important artistic and cultural production that promotes development and local recognition, led the onsite learning experience. The field school took place between 24<sup>th</sup> and 28<sup>th</sup>, August 2019 in the city of São Paulo, Brazil, as a satellite event of the 2018 World Leisure Congress “Leisure Beyond Constraints”. Existing local contacts with a local Eco-Cultural and Tourism Development Agency (*Queixadas by Quilombaque*) facilitated the identification of Perus as the hosting community and located on the outskirts of São Paulo. The criteria for choosing this destination was: community’s previous experience in receiving researchers; the goodwill in hosting the students; the diversity of existing projects to work on; and potential in following up on the recommendations proposed by the field school participants.

#### *Pre-activity:*

The activity and learning experience started two months prior to landing in the Perus community. Aiming to have an immersion and combined online and face-to-face learning experience before arrival, students were invited to take part in an online platform and encouraged to research on case studies relevant to community tourism, exploring the issues, problems, challenges opportunities, ethics, community resilience and leisure access. Gaining understanding, in a broad sense, how Brazilians use their leisure time based on their education, income and social class and

the rise of inequality when it comes to leisure. The planning and activities presented on the online platform to the students were as follows: presentation and welcome from field school leaders, including a with motivational and informational message; open forum inviting students to introduce themselves and get to know each other; itinerary, objectives and research topics related to the field school program; assignments and group work information; multimedia information with must readings and audiovisuals; Pecha Kucha presentation format information; and work proceedings for the case study book. In the meantime, a dedicated educational-professionalisation nine-week program was delivered for the homestay host representatives, so that they could develop skills in the following four areas: organisation and planning of the tourist welcome; accommodation and work techniques; hygiene in cooking; and entrepreneurial attitude. This dedicated program was developed and put in place by teachers and students from Senac, whose pedagogical expertise envisions the performance in real and social development projects.

More so, and as part of the program and so that students had an immersion in the field as deep as possible, a dedicated educational-professionalisation nine-week program was delivered for the homestay main representatives, so that they could develop skills in the following four areas: organisation and planning of the tourist welcome; accommodation and work techniques; hygiene in cooking; and entrepreneurial attitude. This dedicated program was developed and put in place by teachers and students from Senac, whose pedagogical expertise envisions the performance in real and social development projects.

*Onsite field activity and congress Pecha Kucha presentation:*

The main field work objectives for the four days program designed for the field school in Perus were: to go through socio cultural tours, including dialogs about historical and conceptual aspects of the territory, accompanied by local guides and interpreters; and to promote the participation of the students in the socio-cultural traditional manifestations in the community.

Students conducted case study analysis of various aspects of community tourism and community development within a leisure context. During the field work, each student was encouraged to use their own multiple disciplinary insights of leisure studies and related study areas (e.g., gender issues, community development, urban design, Imagineering, sustainable leisure management, quality of life,) and relying on various international backgrounds and knowledge, a critical examination of the conditions and opportunities for leisure access and inclusion in the community. Furthermore, throughout the field experience students were using photovoice participatory action research (Sitter, 2017) to capture their observations. The field work culminated in a Pecha Kucha

presentation format (Klein Dytham Architecture, 2008) presenting 20 photos, 20 seconds verbal presentation per photo, at the end of the 2018 World Leisure Congress.

**Image 6. Field School Sao Paulo**

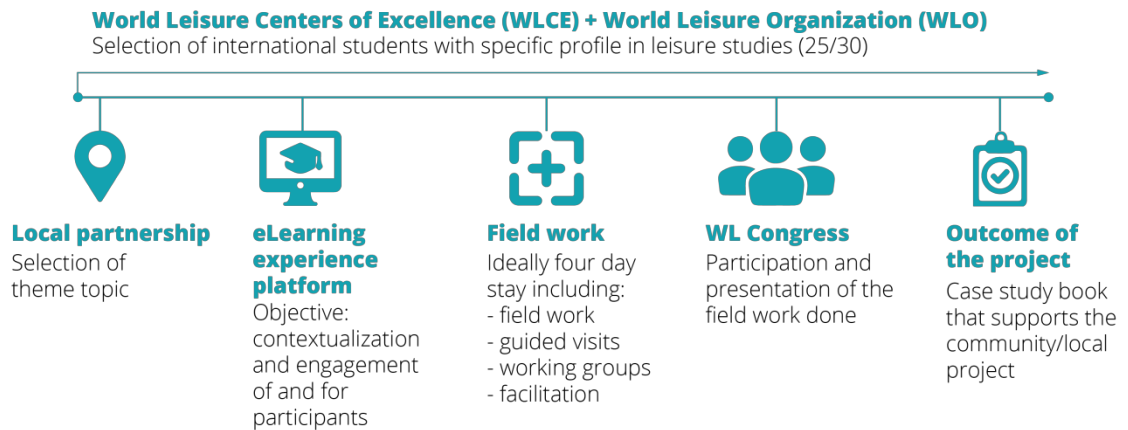


Source: Elaborated by the researcher.

*Post activity - Case study book:*

Working groups of 3 to 4, students wrote a mini case study which started being researched and put together in the congress week and completed in the following weeks or months after the congress. The case study book (Schroeder, 2018) was elaborated to share the experiences and perceptions of the leisure practices experienced by the students in the Perus Community. The purpose of this document is to provide inspiration to people involved in community development projects anywhere in the world.

**Figura 16. Field School experiential learning process**



Source: Elaborated by the researcher.

### **Characteristics of the participant group:**

In total twenty-four students, enrolled in a Master or in the final years of an undergraduate Leisure Studies and Tourism Management related programs, were selected from an open call application and representing eleven universities from eight different countries.

### **Role of the doctoral student:**

The doctoral researcher is currently WLO Communication and Events coordinator and was co-designer and managing field school programme from the beginning to the end together with the aforementioned stakeholders. Having this role during the entire process allowed the doctoral student to have an active role during the entire process, and even more relevant, the opportunity to engage and interact with the different parties including the field school participants, having so, a first-hand experience too.

## **5.5. Case study summary**

This section provides a summary of case study key points, stressing the patterns and challenges when it comes to designing and producing a blended learning environment in its widest sense. More precisely, the points highlighted by the case studies presented in this chapter are looked into with a critical eye. Since the overall aim of the chapter (5) was to explore how organisations are dealing with the planning and designing of providing blended learning

environments for educational events through the three case studies exposed, and the learnings and take-aways from this section are mainly focused on the practical side. Further issues that arose from the interviews feed into the conclusions of this research.

Specifically, by looking into the chosen case studies, the research aimed to understand and gather evidence on the following elements, that also guided the data collection inquiry for the case studies.

**Tabla 9. Elements examined in the case study research**

|  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. the profile and characteristics of the organiser</li><li>2. the characteristics of the event, programme, and designing elements</li><li>3. the profile of the participant group</li><li>4. the role of the doctoral student</li></ol> |
|--|

Source: Elaborated by the researcher.

Given that the schemes selected are not identical, neither in content nor in the way evaluation is approached, there is no attempt to make any comparisons between the cases. Instead, we have opted for discussing and grouping the main characteristics that emerged from each of the cases analysed.

The main element emerging from the analysed case studies is that it is difficult to come to applying any systematic best practices nor conclusions. We observed that the willingness from part of the organiser in organising an effective and engaging educational events with blended learning components was relevant, however, the feeling is that we are at very initial stages where experimentation and exploration are central and part of the general practice.

The main points emerging from the case studies can be summarized as follows:

- The organisations behind promoting blended learning for educational events have a mission and vision of working towards improving their educational programmes. Their international profile shows the willingness of creating opportunities, and therefore, foresee the value of gathering and engaging participants at different levels and from all over the world. Their achievements and progress come from no fear to failure, and always taking them as a learning and improving attempt.

- The importance of involving and commitment from the different stakeholders in the process remains a relevant asset for the execution and success of the programmes.
- The dedicated team members and expertise on various fields and working towards the same objectives becomes fundamental for the design, execution and production of the educational events.
- The characteristics and motivations of the participants of willing to experience different learning formats and take part actively, seem to have a significant role within the process and also to provide constructive feedback for organisers.
- There are increasing attempts to design and put in practice the blended learning in educational events. There are plenty of unexploited possibilities, formats and elements to put in practice to contribute to participant's learning experiences.
- The participant experience is central when designing educational events with blended learning components.
- The case studies confirm the observation exposed in Chapter 3, that knowledge transfer occurs at different times and spaces. This is a clear characteristic of designing blended learning environments and bringing those opportunities to participants to get the most out of it.
- The biggest challenge though remains to prove the value at management level.
- The large number of opportunities and elements playing key roles in designing and execution deserve and justify the team members' expertise that should be involved within the entire process.
- Measuring the impact and evaluation of educational events with knowledge transfer objectives and demonstrating immediate results and outcomes can be challenging. By contrast, the social impact and legacy should be part of a long-term strategy and follow up.

The following table provides a summary that shows the different case studies profile and characteristics:

**Tabla 10. Case studies profile and characteristics summary**

| Case Study/ Time  | Organisers name and characteristics   | Characteristics of the participant group and profile | Participant learning experience impact time | Learning and interaction space | Face-to-face space city encounter          | Summary of the designing elements programme description  |
|---|---|--|---|--------------------------------|--|--|
| Case study 1<br><br>FRESH 18 Conference /<br><br>Date: 27-28 February, 2018                                   | Meeting Design Institute.<br><br>Global organisation dedicated to education for business event professionals  | Business and educational events practitioners        | During                                      | Remote and face-to-face        | Basel, Copenhagen, Johannesburg and London | Face-to-face and remote audience in different locations, connected and happening at the same time.                       |
| Case study 2<br><br>Digital Event Strategy Boot Camp<br><br>Date: 26–29 July, 2018.                           | Professional Convention Management Association (PCMA) – Digital Experience Institute (DEI)<br>Global organisation dedicated to advancing engagement around digital events, meetings and learning. | Business and educational events practitioners        | Before, during and after                    | Remote and face-to-face        | Calgary                                    | Online course and group work prior to a face-to-face gathering bootcamp. It culminated with a remote certification exam. |
| Case study 3<br><br>2018 Douglas Ribeiro da Silva International Field School<br><br>Date: 24- 28 August, 2018 | World Leisure Organization – Worldwide leading organisation in the leisure field  | Future leisure related professionals                 | Before, during and after                    | Remote and face-to-face        | São Paulo                                  | Online content and network prior to field work and congress presentation. The project culminated with a case study book. |

Source: Elaborated by the researcher.

## V. FINDINGS

## Chapter 6: Findings

6.1. Introduction

6.2. Findings of the professional interviews

6.3. Findings from the general audience interviews

6.4. Following theoretical framework concepts to articulate the findings

## **6.1. Introduction**

The following chapter aims to present the findings resulting from professionals and the general audience interviews.

The chapter is articulated into three main blocks. The first block refers to the findings from the professional interviews (6.2). They have been grouped and highlighted based on the data analysis, within the predetermined and the emerged topics are presented as follows: production and designing elements; blended learning opportunities; blended learning challenges; and future trends. The second block (6.3) belongs to the general audience-participants interviews. The grouping of the predetermined and emerged topics is presented as follows: participant's motivations; preferred learning style and learning facilitation; experiential learning and memorable experiences; impact and application; and eLearning platform opportunities and challenges. The last and final block (6.4) of this chapter, compiles and is linked to the theoretical framework concepts in order to articulate the findings of this research.

## **6.2. Findings from the professional interviews**

The material was gathered and analysed in a systematic way. This approach also allowed us to build bridges between observations, active participation in the case studies and contrasting knowledge acquired from the theoretical framework and professional experience in the field.

Although we tried to address all lists of topics during the interviews and to all the experts, in some of them they did not provide substantial knowledge that would give value to our research questions. Therefore, what follows are themes and emerged themes, with organised texts based on real excerpts from the interviews in a way that provide guidance and answer to our research questions.

### **6.2.1. Production and designing elements**

Chapter 2 described the importance of the event design and how creativity and innovation became a fundamental role for a successful educational event. When looking at event experiences also gave some insights into the elements to take into account. However, the interviews with experts focused on their opinions regarding the elements that are relevant for the designing and producing educational events that combine face-to-face and online elements. There were three aspects that arose from the interviews, and that we could also observe and

experience from the case studies presented and in which we took part actively. The first aspect, the team expertise, highlighting the importance of teams composed by multidisciplinary members that work collaboratively. Not only from the technical and technology perspectives, but also having the knowledge in organising face-to-face events and translating the elements to the online environment. Related to this aspect an expert and a professional participant highlighted the following:

*“And the second thing it required a bit of effort from the organiser because you need to know how to do it. You need to take care of your participants the same way you would do if they were there in person”.* (Expert 4)

*“So, the video and the video feed were excellent. So, like you could clearly see the presenters, even though the camera wasn't zoomed in too close, it wasn't zoomed out too far. You really could see who was on stage”.* (Professional participant 2)

The second aspect relates to the moderation and community management, in the sense of providing the participants with the right programme schedule, satisfactory learning and networking environment where participants interact, feel engaged and connected to the whole event. One of the experts explained it with the following words:

*For multi hub meetings it is even more important because it's the way that people in small groups feel connected to the whole conference. So, the interaction becomes even heavier in value. It is more needed for the group to feel good than in a real conference. So. We were testing different concepts of interaction and how the facilitator was part of that, and the facilitator could do. (...). So, there is this online experience and it's real because you have real people. And it's our role as organisers of the multihub meetings to make those real people in that hub. Have conversations together. So, we have to organize interactive moments where there is discussion about a topic. (...) So, you do have that real onsite experience that real face-to-face interaction. But there is also an online component but that is an enrichment I would say to the local experience.* (Expert 2)

The previous idea comes together with the role of the professional facilitator in guiding the participants and making them feel connected through the entire educational event programme. During several expert's interviews they make comments like:

*I think beyond technology it's all about community management moderation in the room of the conference or online community management with them. Managing you know they're the life participants and the distance participants. I think it's really important to have someone that is very good in this domain which is not technological. It's human just to make sure that people can interact and can feel engaged.* (Expert 3)

*So, it's kind of a moderator of the event. So, this is a role. And this is a role and they are skilled enough to engage participants or to have speakers to make them feel comfortable. So, this is something that can be very helpful.* (Expert 4)

The third aspect relates to the importance of the content curation and storytelling. Something that we mentioned in the theoretical framework (Chapter 2) where we explained not only the need of event design and thinking but the idea of building a storyline as a context and bringing it to the audience. In short, materialising the story in a way that participants became an active part of it. Some of the experts' comments were as follows:

*“It needs to be relevant, the content. Relevant and connected to something. To an assignment, discussion that leads up to a presentation or preparing for the exam.”* (Expert 1)

*“(…) concept of curation, you know, like a museum curator. You know, museums have thousands and thousands of answers from certain artists, but they only show specific ones. And a lot of times they show them in a specific order, you know, where there is a sort of story to be told. And I think that's way more important than most people realize.”* (Professional participant 1)

*“If you decide to organize a hybrid event or something that is going online even for people who are there, it is very important but even more for people who are from home. There is a way to create slides and the material you are sharing. You know this is very important”* (Expert 4).

One of the key research questions from our dissertation was to explore critical factors in terms of barriers and facilitators that blended educational events were providing as part of the experience design. In the following section we will be looking at the information technology's role from the opportunities and challenges perspective in the blended learning environments. We, then, will start with the opportunities and follow with the blended learning challenges.

### **6.2.2. Blended learning experience: opportunities**

When it comes to blended learning opportunities, there are a couple of interesting points that came out from interviewing experts in the field, and also from the professional participants perspective how they see it applying to their own professional career. The first highlight and the take-away was related to the accessibility and flexibility, connected to: first, reducing costs in terms of travel, making reservations and booking speakers; second, information technologies as channels that bring an extra opportunity to knowledge sharing and connecting to a larger audience regardless time and space; and third, raising the level of discussion as participants may have acquired knowledge prior to the event happening. Some of the experts pointed out that blended learning can support them in the following terms:

*“ (...) definitely making it accessible. So for example, at our public conference where people are restricted by travel or the cost of a registration, the hybrid experiences kind of allows accessibility for those who are either able to come in person or those who can't or are limited or constrained by scheduling, are able to participate and actually absorb content online. “(...) it definitely is the most possible or most efficient way for me to do a kind of post-secondary education or because you can dedicate that much time in person.” (Professional participant 2)*

*“It might save you time. And sometimes to raise the level of discussions in class. And, that's what you hope for as a lecture. The level of the discussions can go up, because otherwise you are discussing the basics and the principles, but you want to reach a higher level of discussion – and that's the added value.” (Expert 1)*

*“(...) people have the chance now to participate in more education happening everywhere.” (Expert 4)*

*“And one of them is of course that you potentially have more participants because the conference is now closer to more people. So instead of being in one place and being close to the citizens of one city or one country now. (...) one of the biggest reasons to reach is to lower costs, easier to book the speakers, easier to comply with regulations.” (Expert 2)*

More so, the second highlight relates to what we have referred in Chapter 3 and knowledge transfer theories, where we can no rely any more on a linear knowledge transference approach, where the premises of where we learn and who we learn from have been disrupted by the possibilities that information technologies brought as an opportunity to expand and share knowledge. In short, the life of the event has been extended in time and space, bringing more interaction opportunities than never before.

*“But they do that sometimes only once a year or so there is a big value to capturing that moment actually. Sometimes the people meet only one day a year and if we can capture what's going on when they meet all together, this is really important. (...) That's why hybrid and blended learning is very interesting I think, because we cannot do everything only online because. We need to go to connect with the people physically but however it would be stupid to do only things at events because there is such an opportunity with the digital solution that I see that mix is a perfect solution.” (Expert 3)*

*“So, we actually were given access to those online to keynote speakers and different leadership individuals where they can ask questions and engage with them. We've done situations where we have crowdsource so you know they use this and some of the different TV formats but where they can decide what sessions they want to watch and engage with the presenters.” (Expert 6).*

*“If there are knowledge clips available, and the lecturer provides web access for instance, for students where they can ask questions and maybe explain some things for students. This provides for students a real big opportunity. Also, that they study more in time which is really a nice objective.” (Expert 1)*

In the following section we are presenting the challenges pointed out by the experts and professionals based on their experience and what they encountered recently when planning and trying to execute blended learning environments for educational events.

### 6.2.3. Blended learning experience: challenges

We can say that summing up experts and professionals have encountered two main challenges when organising educational events in blended learning formats. While the first one relates to the strategy and planning, the second one, is connected to the interaction and audience engagement.

When it comes to the strategy and planning there are elements to consider from the execution and production level to data privacy elements. The multi faces and multidisciplinary team members need becomes a great challenge for educational event designers and planners who will need to juggle and digest information from different disciplines, such as audio-visual expertise and/or distance learning and adult learning. In some of the experts and professional words:

*“So, I think there's a whole learning curve that individuals need to know what the strategy is and how to execute that engagement to make sure that they do it properly. Because like I said I've seen lots of groups that turn the camera on, and people will just literally tune out. You also have to know the whole privacy which we're seeing worldwide and data collection and then you also have different countries (...).”* (Expert 6)

*“I think in general the biggest challenge is the focus, you know, getting people's attention and keeping people's attention. And I think this is a challenge because the expectations are very high. (...) So, you have to be able to do a very good job. It has to be very relevant to people, or at least it has to be something in it for them. And I like to use that, because if you think of live sports, for example, the Olympics, the World Cup. That is exciting because it's happening right now. There is a huge amount of work put into making those events look good and, you know, in the stream good and the commentators are good and all this kind of things. And even then, a lot of people are probably watching three things at the same time, you know, they have the Olympics going on TV, they're on their phone doing some emails or checking Facebook.”* (Professional participant 1)

Quite a few of the experts and professional interviews remarked on the features of adding interactivity related features that could enhance participant's engagement. But not only this, but being conscious of how the different stakeholders (participants, speakers, sponsors, venue, etc.) are and feel engaged through the entire process of the organisation and as part of the meeting.

Engagement and interactivity with stakeholders:

*“It’s about adding features to have more interactivity. So this is our main challenge is to make sure that people obviously will get the most of it out of the webcast and the most of it meaning that they will find what they are looking for and they will get the best learning experience. So, what we would like to add is for instance interactivity with not only comments motivation but also some kind of quizzes and evaluation as in any learning environment with quick questions and answers.” (Expert 3)*

*“They don’t understand how to create a connection out to engage with people that they need no specific channel and that during the event something in the venue needs to happen in a specific way because there are other people watching from somewhere else.” (Expert 4)*

*“I could follow them. I could follow the content. However, there is a lack of interactivity, of course. And this is for both sides. This is for the students or for the participant, but also for the speaker. Because sometimes as a speaker, it’s also weird if you don’t talk to some audience.” (Professional participant 3)*

*“I mean this is something that takes some consideration and some good thinking and I know for conference sponsors are important, the sponsors have to be at the conference preferably where everybody is. So now you’re cutting it in five. They have smaller groups. For sponsors this also is complicating things so there is nothing the benefits and downsides too. It’s a long list.” (Expert 2)*

## **6.2.4 Future trends**

At last but not least, we are dedicating the following lines to the aspects and trends that will concern and will impact educational events in terms of blended learning action points in the near future. It is true that all of a sudden and because of the COVID-19 outbreak, the events industry professionals had to look for many different ways to educate themselves and explore different ways and bring their events to the online format. However, delivering successful blended learning education became more important than ever. In the following lines we will be looking at some of the aspects that were considered as future trends, before the COVID-19 outbreak), but that they are still relevant to consider.

The first one, relates to from one side to the costs of production and how equipment and networks pricing are lower than ever before. Secondly, the role of social media channels in terms of becoming relevant life streaming platforms as an alternative to highly cost production companies. And at last, and maybe as a consequence of these two, the free access to content. In words of some of the interviewees:

## Costs and sustainability – social media in the market:

*“I would say, you know, a future trend is that these webcasts technology cost decreases, video camera and streaming become cheaper, that there won’t be a need to charge more for webcast viewing and other trends. (...) we could see a lot of conferences to uptake on webcasting in the future because travel restrictions are going to start to implicate the participation rate. So, I guess overall, the world environments probably influence if people start using this more and more.” (Professional participant 2)*

*“Social media like Facebook social networks are working on it. On giving a better you know tool a better solution to a life streaming real time and probably what I see that could be the trend mixing you know an official streaming with everything in place and everything going perfectly and the moderator and speakers and everything.” (Expert 4)*

*“And that's I think that's where the opportunity lies because there's so much content. I don't think most people want to pay for content. So, the idea of, you know, recording something or paying to be part of a virtual experience, there are exceptions, of course. You know, if it's a very specific thing in a very specific field, you know, or medical thing that, you know, only a few people in the world know how to do something. Yes, people will pay for it.” (Professional participant 1)*

The opportunity of reaching a wider audience, can also be the other side of the same coin, in terms of facing a larger number of competitors, that will lead to personalisation in terms of educational content providers. Some of the experts in online education expressed the following:

*“Universities are already experimenting with the possibility to get your course certificates from some other institutions with actual national projects (...) it will be threatened by the possibilities that students have, other possibilities, or collaborations with other universities where they can follow courses, in a digital way. (...) in what way can we offer students more flexible education that they can select courses (...) it might not even be if you are interested in leisure, you might be also interested in tourism, in hospitality but also maybe logistics or even media. Which is also media and leisure that are a relevant combination (...). But at this moment there is not one single overlap between those academies.” (Expert 1)*

There has been an aspect that has been repeating in the last few lines, and it is about community management. In this case, we are looking at it from the social and human behaviour angle.

## Community management – Adaption and adoption – Social media channels:

*“You see people watching things on their phone. They're used to tweeting. They're used to that engagement. But I think there are a lot more open to it. So, the biggest thing I think is we went from trying to educate people about the experience, trying to translate what the experience is going to be like, trying to educate the industry that why they need to do this. And now participants expect it. They're looking for not just a face-to-face component but how they can engage (...) I do think the whole engagement piece is really critical. And you know in a world of technology and we're seeing this in trends in society. People get what we're isolated. So, I think that whole engagement component and connecting people. I think technology just itself isn't the answer. I think it's that strategy and that blending and that engagement which is really important.” (Expert 6)*

*“I think the biggest change that has happened over the time is the adaption of how we are as social individuals. (...) And I would start asking them questions about how you know their audience and whether you look at the social world and how videos are being consumed now.”* (Expert 6)

*“(...) there is a paradox where on one hand everything goes fast but on the other hand everything is moving slowly. (...) I think there is a lot to do in terms of for instance the recommendation of content and the search like you know everybody uses Google or YouTube for getting recommended videos but still that this is close to the domain of artificial intelligence to understand what the user who would like to search for so I'm most thinking on what these kind of technologies of platforms now about interfaces. I see there are many meetings and conferences that are private and they don't necessarily need to be life streamed. But obviously it's a big advantage when you need to communicate with someone who is in another country. So, I think the technology is already there for life streaming and for recording it will also the technology is there so now it's about people to use this technology right like we do now.”* (Expert 3)

Content search support, curation and content demand / Technology and facilitation:

*“I think, yes, you can go on Google and search for absolutely anything, but you end up shortage in your little circles, so you end up sort of in the same places. So, it's kind of figuring out where people's attention is and being there and, you know, working to be part of that. It's like, you know, you search for anything you don't know that much about on Google.”* (Professional participant 1)

*“I think it's a very good way to include more people and different locations. If the provided technology and internet works well and the facilitator knows the job.”* (Professional participant 3)

### **6.3. Findings from the general audience interviews**

Therefore, what follows are themes and emerged themes, with organised texts based on real excerpts from the interviews in a way that provide guidance and answer to our research questions. After resuming the data analysis for the first group, we now dedicate the following lines to analyse the raised points from general audience and gathered from the Field School 2018 (case study 3). We will go individually from: a) participant's motivations, b) preferred learning style and facilitation c) memorable experiences and experiential learning, d) impact, e) eLearning platform challenges and opportunities. As emerging leaders and future professionals in the leisure field their input comes as a very valuable feedback.

### 6.3.1. Participants' motivations

Since the participants' enrolment in the programme was voluntary and only determined by the criterion of their degree studies, their motivations involve: the newness of the programme as the first experience as such in their university career options; the curiosity in expanding their knowledge in an already known or discovered field of study; the opportunity to meet new people with the same interests from all over the world; the excitement of travelling to a new country where they have never been before; and last but not least leadership engagement and encouragement to join such a programme.

Curiosity:

*"I feel like it was the country at first, because I didn't know much about the programme but later on when I started learning about the topics that we were going to address and stuff then I started getting more motivated because of the programme."* (Student 7)

*"So, I didn't really know what we were in for on going into it. It was kind of a mystery."* (Student 2).

Novelty and adventure:

*"I kind of just wanted the experience of doing something like that as I've ever done that before."* (Student 1)

*"For me it was the chance basically to have that experience which combines research and field work in a foreign country. And this was particularly interesting because it was a country, I would say that I had never been to, a very different culture and in a completely different context in which I am used to operating."* (Student 4)

The global nature of the field trip:

*"And then definitely the intercultural learning aspect of it. So, knowing there were students coming from a bunch of different places all around the globe and being able to have that experience together [...] was also a big motivation for me."* (Student 9)

Feeling encouraged by the organisation:

*"I was doing a research internship at Vancouver Island University and they were the ones who invited me to participate in the field school."* (Student 7)

### 6.3.2. Preferred learning style and learning facilitation

The preferred learning style and learning facilitation revealed by the participants could indicate when and where it is best for them to learn and transfer knowledge, also according to the theories explained above. Some of the remarks about learning spaces and facilitation had to do with

fostering conversations and discussions with other colleagues, active experimentation and first-hand storytelling within the community visited, and guidance from experienced leadership in the field of study and context.

Experienced context and guidance:

*“I would say a combination, because I really like hands-on and being onsite helps a lot to kind of reflect on things. But if you don't have the general context, for instance, it's difficult to relate.”* (Student 8)

Active participation:

*“In addition to the homestay, active experimentation with the community and Quilombaque influenced my learning.”* (Student 7)

*“I still would say the work on the ground in Perus.”* (Student 8)

Exchange and collaboration:

*“I think that the co-work helped my learning.”* (Student 6).

*“I like talking with other participants throughout the programme, which helped reinforce what we were experiencing. Probably the most useful thing.”* (Student 1)

### **6.3.3. Experiential learning and memorable experiences**

Participants in the study highlighted that many of their most memorable experiences had to do with the experiential learning opportunities and activities that were planned and organised throughout the entire programme. Also, the experiential learning gave them a moment to reflect on and correlate new knowledge; a sense of belonging to a group; and they remarked on the level of interaction, engagement and active participation due to involvement in the community itself.

High level of interaction:

*“We were learning as we went along because it was experiential learning where we were kind of observing stuff around us and being able to experience that with 24 other people who were able to discuss it, and that was the most useful thing, having gone through the experience with other people and discussing it with them.”* (Student 1)

Sense of belonging to a group:

*“... leaders of Quilombaque. They had this charisma and this power to really influence the way people behave in groups.”* (Student 4)

*“My team-mates, especially local students. They were very helpful to me.”* (Student 6)

Involvement with the community:

*“The observation, conceptualisation and reflection in the talks and conversations with the community and the members of Quilombaque, which I would point to as the main reason for my change or extended view of several aspects.”* (Student 3)

*“I would also say just the value of storytelling for remembering their history and their heritage.”* (Student 9)

### **6.3.4. Impact and application**

By analysing the data, it becomes apparent that the learning experience in the field school had a direct impact that was very closely connected to the participants’ personal and professional knowledge and skills development.

Participants’ knowledge development:

*“So, oddly enough the idea of a leisure economy was something that I really picked up there and I really like the idea of a leisure economy and actually did a project on it in school now.”* (Student 2)

*“Something that we don't see a lot is leisure and learning, how leisure can help community development is something that I can apply to my professional career, I guess.”* (Student 7)

Participants’ skills development:

*“I would say I learned about the ability to work with people from other countries. Doing the case studies and contrasts, with intercultural groups. That was definitely a big learning takeaway for me, just learning how to get to balance different perspectives and work together when there is a bit of a language barrier and to be patient with people or not, and then also just, you know, even after that, even after the field school ended.”* (Student 9)

*“A lot of leadership skills. I went to the field school thinking I had very good leadership skills. But it made me question my leadership skills, my leadership style.”* (Student 2)

Participants’ personal development:

*“These kinds of things that open your mind, right? So, I’ll never see slum areas in the same way that I used to see them, probably.”* (Student 7)

*“[...] and it always opens your mind when you try new places but especially when you get into the community, because usually as a traveller you tend to be more on the surface.”* (Student 8)

### 6.3.5. eLearning platform opportunities and challenges

The participants' attitude and feelings towards the eLearning platform's opportunities and challenges can be understood through the possibilities and barriers that such online technology tools can offer via the planning, process and facilitation.

According to the participants' experience, online tools such an eLearning platform can help to better understand the context of the field work and task involvement, to get one's mind ready and visualise, and get to know and network with other participants before arrival.

To better understand the context:

*“Really useful, the readings just help me get my head in the right space to be able to participate and get the most out of it. So, if I hadn't done those readings, I probably wouldn't have understood the importance a lot.”* (Student 1)

*“Previous preparation is a very important aspect of the field school, otherwise the students are just ‘Ok, why are we doing this? What's the point of that?’ So, if you have a general contextualisation and know what is expected, I think it helps a lot in the learning process. Because, then once you are there you kind of know better what you're observing, like you are more attentive to certain details that you wouldn't be otherwise. [...] And then you can make the connections.”* (Student 5)

Preparing one's mind and visualising:

*“I think I read all or most of the readings they have there, and that really helped me to get into context, because I didn't know about leisure topics before. So that really helped understand what the focus was.”* (Student 7)

*“I think that the e-platform definitely helps to visualize and know what your tasks are and what you have to read. So, that's a positive point.”* (Student 4)

Group networking before arrival:

*“And I also participated in the forum, and that was also good because I got some answers to my questions, and I also started meeting people that were going to be there.”* (Student 7)

*“[...] the learning platform first was a great way to just start talking about the topic and start having conversations with other students.”* (Student 5)

The challenges and barriers posed by the eLearning platform that the field school's participants identified are clearly related to its design, accessibility, the participants' engagement, facilitation and moderation.

#### Design and accessibility:

*“Probably accessibility, because I had to keep practising it through my emails to find the website.” (Student 1)*

*“...although it was a bit of a struggle figuring out how it works, you know, with things being posted and to get connected to it.” (Student 8)*

#### Differences in engagement:

*“It would have been nice to have a little bit more engagement on that end, like I know everyone was invited onto the platform but as far as the discussion forum, yes, there were a few people that were posting a lot, but then a lot of people that weren't at all.” (Student 9)*

*“I guess the barrier is like it's hard to engage with students” (Student 5)*

#### Facilitation/moderation:

*“...trying to facilitate the debate amongst all the participants so they can get active and start thinking about what's going to happen.” (Student 7)*

The following table summarises the case studies, the predetermined themes from the interviews and the emerged themes that arose during the professional and participant's interviews.

**Table 11. Summary of the case studies – predetermined themes and emerged themes**

| Case study  | Predetermined themes   | Emerged themes   |
|---|--|--|
| FRESH 18 Conference<br>(Case study 1)             | a) Production and designing elements<br>b) Learning experience<br>c) Information technologies role in terms of opportunities, challenges and value<br>d) Future trends | <b>Production and designing elements</b><br>Audiovisual needs: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Expertise</li> <li>- Production setting</li> <li>- Time zones</li> <li>- Costs</li> </ul> Facilitation and community management<br>Content and content curation<br><b>Information technologies role</b><br>Opportunities: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accessibility and flexibility</li> <li>- Extending the life of the event</li> <li>- Time and cost saving</li> <li>- Engagement and interactivity</li> </ul> Challenges <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategy and planning</li> <li>- Engagement and interactivity</li> <li>- Sponsorship</li> </ul> |
| Digital Event Strategy Bootcamp<br>(Case study 2) |  | <b>Future trends</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costs and sustainability</li> <li>- Competition</li> <li>- Personalization</li> <li>- Community management</li> <li>- Data relevance</li> <li>- Adaption and adoption as social individuals</li> <li>- Technology and facilitation</li> <li>- Social medial channels</li> <li>- Content curation and search engines</li> </ul>   |

| Case study | Predetermined themes | Emerged themes   |
|------------|----------------------|--|
|            |                      | <b>Participants' motivations</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Curiosity</li> <li>- Novelty and adventure</li> <li>- Global character of the field trip</li> <li>- Feeling encourage by the organisation</li> </ul> <b>Preferred learning style and facilitation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Experienced context and guidance</li> <li>- Active participation</li> <li>- Exchange and collaboration</li> </ul> |

|   |  |  |
|---|--|--|
| <p>2018 Douglas Ribeiro da Silva International Field School 2018 (Case study 3)</p> | <p>a) Participants' motivations<br/> b) Preferred learning style and facilitation<br/> c) Memorable experiences and experiential learning<br/> d) Impact and application<br/> e) eLearning platform challenges and opportunities</p> | <p><b>Memorable experiences and experiential learning</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- High level of interaction</li> <li>- Sense of belonging to group</li> <li>- Involvement with the community</li> </ul> <p><b>Impact and application</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Students' knowledge development</li> <li>- Students' skill development</li> <li>- Students' personal development</li> </ul> <p><b>eLearning platform</b></p> <p>Challenges:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Design and accessibility</li> <li>- Differences in engagement</li> <li>- Facilitation and moderation</li> </ul> <p>Opportunities:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Better understand the context</li> <li>- Set up the mind and visualisation</li> <li>- Group network prior to arrival</li> </ul> |
|---|--|--|

Source: Elaborated by the researcher.

## 6.4. Following theoretical framework concepts to articulate the findings

After showing the findings in the previous sections, we return to some notions pointed out throughout the construction of the theoretical framework both, in Chapter 2 dedicated to event experience and event design, and Chapter 3 related to knowledge transfer, learning theories and blended learning. Thus, this section looks for the concrete examples of the cases and the expressions out more frequently in the theoretical framework, such as the impact of events, the strategic and design thinking, the participant's experience and the information technologies' role. In addition, other uses or potentialities of blended learning are pointed out that, although they are not so cited in the bibliography, they emerge from the analysis of the cases or they appeared - explicitly or implicitly - in the conversations held with the experts, professionals and general audience participants interviewed from the case studies selected. Although what has been written so far has done little more than insist on this idea, it should be reiterated that the focus of this research is not to determine the steps nor the elements of a blended learning experience must have, but to understand how this, from their main function as an added component, may serve as implications for practitioners, academics and designers targeting

blended learning environments in educational or other events with learning and knowledge transfer objectives.

In order to articulate the relation between the findings and the theoretical framework concepts, the notion of blended learning serves as a backdrop. It should be remembered, therefore, what we understand by blended learning for the purposes of this research is the composition of face-to-face learning and distance learning (Frendo, 2005), where each of the parts becomes a fundamental piece of the entire design process (Sharma and Westbrook, 2016). Said this, we are providing a summary for each of the key concepts we have been highlighting throughout this dissertation such as: economic and sociocultural impacts, and educational events; event experience and event design; motivation, knowledge transfer and blended learning. It is true, that they are all interrelated, however, we want to bring more clarity through the following classification:

- Educational events, economic and sociocultural impacts

Throughout the different three case studies presented and the interviews conducted we could identify, not only the sociocultural impact and effects at individual and community level, but also how educational events can play a key role for different audiences, with different formats. The flexibility of educational events openness to creativity and innovation have clearly become a great asset for providing lifelong learning opportunities as explained in Chapter 1 from the theoretical framework dedicated to the educational events. Having said this demonstrates its value and its relevant space inside the event's industry itself.

- Event experience and event design

When it comes to the event experience and event design there are several aspects that we would like to stress, and that are directly connected to the aspects we have presented in the Chapter 2 from the theoretical framework dedicated to event experience and design. As we have seen from the authors contextualising event experience (leisure experience and experience economy), we could understand the key matters and expectations related to participants' role, engagement, interaction and participation levels that arise from the participants' interviews. Additionally, when looking at the event design and looking back at the practices mentioned (Imagineering, Design Thinking, 5 Wheel Drive, Meeting Support Matrix and Event Canvas) these are clearly connected to the importance of the elements that arose from the professionals and participants' interviews, such as the strategic planning in terms of objectives and target

audiences; the storytelling and the curation of programme characteristics and components. More so, one of the highlights when it comes to event design was the production and the composition of the team expertise, looking at moderation and the role of the facilitator as key components for a successful blended learning event. Having said this, we understand that the event experience and event design elements are key and part of the strategy and the implementation to deliver a successful educational event.

- Motivation, knowledge transfer and blended learning

In this third and last block, was key to show evidence between the motivation, learning and knowledge transfer. This can be clearly seen by going through the elements of the third case study presented 2018 Douglas Ribeiro da Silva International Field School. In relation to participant's intrinsic motivation: curiosity, novelty, adventure, and the global character of the event, played a key role in their enrolment decision making, and provoked their state of mind and willingness to take part actively in the program. Also, the external motivation, from the different stakeholders, encouraging students about joining this global program was relevant. Secondly, and when looking at the preferred learning style, facilitation, memorable experiences, the experiential learning, and the impact of the entire process on the participants, we can connect the case study to the four stages presented by Kolb (1984) and as follows:

- 1) the hands-on approach connected with the high level of interaction among the group of individuals; the sense of belonging to a group and the involvement with the community.
- 2) the reflective observation, reviewing and reflecting on the experience and making connections with similar or current experiences the students may have had.
- 3) the abstract conceptualisation, concluding and learning from the experience itself; and the active experimentation, by trying out what has been experienced.
- 4) the impact of learning experience can be observed in the perceived participants' knowledge, skill and personal developments acquired.

At last but not least, an important aspect to explore from the case studies and interviews was to explore the opportunities and challenges that an online education platform could contribute to the learning process and experience. Through the in-depth interviews we could learn how adding the online platform learning component can: firstly, support the early understanding of the context by introducing key elements and concepts to be taking into account by the participants; secondly, assist to set up the mind and visualization of how the onsite and field

work may look like; and thirdly, work as the first touchpoint for the group network platform prior to arrival to the event. On the other hand, there were points of attention in using online learning platforms such as: the accessibility and design should be easy and attractive enough so that participants do not find any obstacles when looking for the content and materials; set up the same rules and tasks to all participants so that all of them are at the same level of engagement and commitment; including the moderation at leadership should be a priority through the entire process.

In any case, the aforementioned statements connect us to the theories of the shared space concept of *ba* presented by Nonaka and Konno (1998) where the groundwork for knowledge creation merges, the physical, virtual mental spaces; and the learning theory for the digital age presented by Siemens (2005) that emphasizes the importance of informal learning in the overall learning experience.

# VI. CONCLUSIONS

Introduction

Reviewing the research questions

Reviewing the research objectives

Key remarks

Strategic planning guide for designing educational events with  
blended learning formats

Limitations

Future lines of research

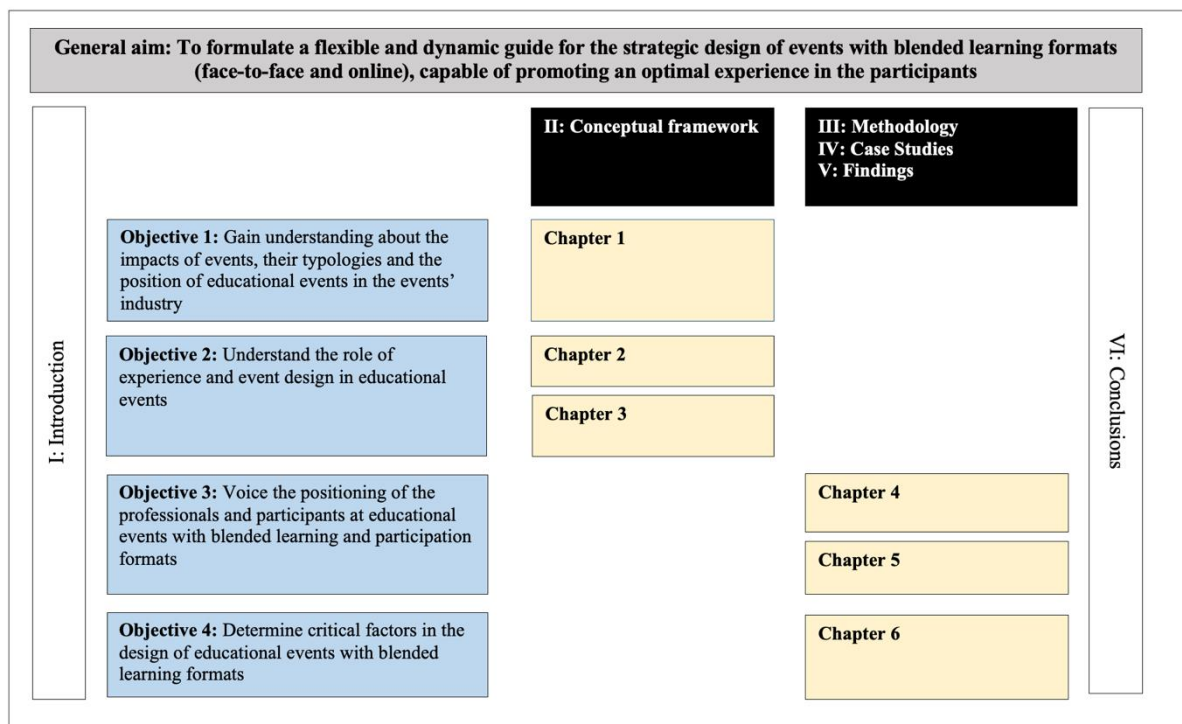
Final remarks

## Introduction

The section of this thesis implies a dialogue with the thesis as a whole and preferably between the research questions and the objectives with the gathered results.

In order to arrive at the main conclusions section, we need to recall the research questions, and main objectives of this study and how they are approached in each of the chapters of the dissertation. It should be remarked at this point that the research was nurtured from the wish to understand and articulate how blended learning elements and formats can impact educational events and participant’s experience. The following figure shows us the connection and relation between the objectives and the chapters of this research.

**Figura 17. Relation between objectives and chapters**



Source: Elaborated by the researcher.

As it can be shown from the image the first two objectives come back as topics at different chapters, such as, the event’s industry approach (Chapter 1), the experience design and the event design (Chapter 2) and the state of the art of blended learning and formats (Chapter 3). While the third objective was captured in the methodology section (Chapter 4 and Chapter 5), the fourth, and last objective, has been presented in the findings section (Chapter 6). Arrived

at this stage we find it important to emphasize here that it would be quite bold to say that the objectives and the methodological approach were crystal clear from the very beginning of the start of this dissertation. As we have mentioned a couple of times, this thesis made itself along the way and its own conceptual and methodological approaches have been under discussion once and again.

Having said this, firstly, we are now offering a review of the research questions main outcomes for each of them. Secondly, the objectives and their degree of accomplishment will also be reviewed. Thirdly, further key remarks will be put forward in regard to the designing and implementing blended learning formats in educational events to enhance participant's experience. Fourthly, a strategic planning guide for designing educational events with blended learning formats is presented. And, at last but not least, limitations, future research lines and final remarks are presented.

## **Reviewing the research questions**

The two main questions that guided this research, can be formulated as follows: How can we guarantee a good design of educational events with blended learning formats to achieve an optimal experience for the participants? What elements are critical in configuring the design of educational events with blended learning formats and what is their influence on the participant's experience at different levels (social, cognitive and emotional)?

Before trying to give an answer to this question, it became necessary to remember some important concepts: How are educational events determined/represented within the event's industry? What is event experience? What is event design? What is blended learning? A great deal of effort and pages in this thesis were dedicated to give an answer to these preliminary questions.

### **1. The educational events representation within the event's industry**

As Davidson and Hyde (2014) state, the study and analysis of the events industry finds terminological problems. Despite the rapid growth of the industry, or perhaps because of such rapid growth, the lack of a standardized and universally accepted terminology for the discussion of the industry as a whole is notable as there are many terms that are used interchangeably. Also, due to this great variety, and as stated by Shone and Parry (2004), there is a certain complexity and uncertainty when making a single and absolute classification.

With regards to the definition and delimitation of educational events, looking at the typology of events presented in Table 4, we could see that educational events were delimited under the umbrella of business events. As we have explained in Chapter (1), it is true that business and educational events can share general characteristics such as location, timing, mobility, fusion and in-person interaction, however, the educational events have slightly different objectives that are aligned with being the platform to provide learning and knowledge transference opportunities in its various formats. More so, we can clearly recognise economic and sociocultural impacts that are unique to educational events, such as knowledge development, raising awareness about a specific subject and area of study, creation of networks as catalysts for research collaborations, and development of new products and services through new research collaborations. We can also say that educational events have become the recognised space for adult and life-long learning platforms for professionals and academics in different fields.

## **2. The notion of event experience**

Another key concept that articulates the argumentation presented in this thesis is that of “event experience”. It has been essential to explore the notion of “experience” relying on leisure experience theories and understanding its basic principles that apply to the events. As stated by Richards (2015), the literature on event experiences is very limited and fragmented, what becomes a difficulty to relate and argue in the field of study of interest. Said this, firstly, leisure related authors like Mannel and Kleiber (1997) gave us the vision and relation between the context and the individual, and warn to understand the experience in its entirety, by examining the experience through the interaction of the internal psychological dispositions of the person and situational influences that are part of the individual's social environment. Secondly, we could not agree more that one of the most influential trends in the world of the events industry is the acceptance in using the concept of experiences for corporate branding and marketing purposes. The increase in demand for experiences rather than product consumption, and the power of events and other experiences to connect emotionally with individuals. All this has given rise to what some call the “experience economy”. More so, looking at these perspectives explained deeply in Chapter (2) related to event experience we could sum up and highlight that there are several elements that will condition and are directly related to the event experience perceived by the participant like: the intensity and duration of the event; the individual personality, mood, and expectations; the grade of physical, mental and emotional engagement; and, the cognitive components and competence senses amongst many others. We must admit

that the different visions gathered from leisure experience and the experience economy authors, amongst others, have been useful for the analysis as they clearly suggest and support the understanding of the potential impact of event experience elements on the participant's experience.

### **3. The notion of event design**

Once the concepts of educational events and event experience were clarified to the best of my abilities, it was easier to delineate what is understood by "event design". As stated by Richards, Marques and Mein (2015) there are some widely disseminated ideas and a great diversity of approaches when it comes to "design". However, as the same authors (Richards, Marques, y Mein, 2015) pointed out that the vast majority of literature in referring to event design is focused on the perspective of event production and outcomes.

Throughout this thesis we have always tried to focus our approach from the design applied to events, and with a holistic and strategic perspective. When it comes to justifying even design relevance, Brown and James (2004) argued that the event design process is essential for the success of the event and defined five design principles for events which are: scale, shape, attention, timing, and construction. The reflection and strategic thinking in each of these parameters leads to the improvement of the event at each of its levels.

The lines dedicated in Chapter (2) to event design practices fulfil the function to show and articulate concrete practical examples, that could serve to see the value of the event design within a given time, space and context for educational events. Here we cannot forget what Berridge (2007) stated about the multidimensional nature of events and the means of designing processes and elements within a context that has the potential to create different experiences. Within our field of study, the event design process will be of fundamental importance, and it will be clearly differentiated in two very different contexts. On the one hand, the definition of the face-to-face space and, on the other hand, the digital space, in which we must also find a point of union between the two.

### **4. The concept of blended learning and formats**

At last but not least, one of the fundamental pillars within this thesis was to explore the concept of blended learning within the event's industry and, specifically, from the educational and the transfer of knowledge point of view. Regarding this, our very first approach was to understand and correlate blended learning within the educational events. For that, it was crucial to

contextualize and reflect on the current situation and lean on the information technologies as key means that help to materialize the blended learning.

As we saw in the Chapter (3) of this thesis, the term blended learning has received a variety of different meanings and interpretations (Sharma and Barret, 2007), such as the composition of face-to-face learning and distance learning (Frendo, 2005), where each of the parts becomes a fundamental piece of the entire design process (Sharma and Westbrook, 2016). It was also fundamental to understand that what characterizes the real technological revolution is not the centrality of the collection of knowledge and information, but the way in which the information is processed and applied to generate knowledge (Hall and Preston, 1988; Saxby, 1990; Dizard, 2010). Arrived here, we could definitely relate this statement to the event experience and event design, as they become two of the greatest assets to make the process strategically happen. Information technologies are not simply tools that are applied, but processes that are developed, which have also been strengthened and redefined by their users Castells (1996).

## Looking back at the research objectives

The main objective of this research was to formulate a flexible and dynamic guide for the strategic design of events with blended learning formats (face-to-face and online), capable of promoting an optimal experience in the participants. By looking at the aforementioned concepts and explanations we could say that, in general terms, the main objective was met. Of course, further research could and should be carried out. We will be pointing this out in the section named “Future Research”.

With regard to the specific objectives that needed to be achieved for that general objective to be met, we are explaining how they were achieved:

### **a) Gain understanding about the impacts of events, their typologies, and the position of educational events in the events industry**

The first objective of the research was to gain understanding about the global relevance of the event’s industry, its impacts, the different typologies and the position of educational events in the event’s industry.

In order to explain and achieve this objective it was important to start from a very general perspective, to then narrow the scope in order to understand the purpose of educational events

in this dissertation. Said this three actions points were identified: firstly, approach the bases and foundations of a global industry, reviewing its origins, and highlighting the representation of organisations worldwide of various characteristics that set up the pace for its development; secondly, identify and summarise the most characteristic impacts of the events in terms of economic and sociocultural aspects, by showing academic and international organisations report evidences; thirdly, and when looking for a meaning to the concept of event, we review its typologies in general terms and we concluded highlighting the characteristics of events with an educational nature. The reviewing and the achievement of this objective lead us to: recognise the value of an industry as itself, and its independence from the tourism industry; identify the character of tangible and intangible impacts in general, highlight its impact throughout economy and sociocultural perspectives, and perceive its domino effect to other disciplines and sectors; and, find and specify educational events position and characteristics within the event's industry, and more importantly and in particular, identify its distinctive features from the business events. In addition to the aforementioned, position educational events at the core of the continuing education and life-long learning and as an opportunity and one of the tools for human development makes them a great asset within the event's industry.

#### **b) Understand the role of event experience and event design in educational events**

In order to respond to the second objective, it was necessary to understand the great diversity that events represent, that educational events are designed in order to fulfill very particular roles in society and in the business environment. Our first step in order to answer this objective was fundamental to first understand the concept of experience together with its close relationship with leisure. Exploring the concept of experience in such a way not only brought us the essential principles linked to it, but also made us understand the experience as whole, and as an integral part of the participant. The elements and principles that have a direct impact on the experience are: the experience intensity and duration; the participant's moods, emotions and feelings; the participant's engagement level and cognitive components (believes, thoughts, etc.); the sense of competence and control of what is being experience; and at last but not least, the feeling of freedom to live the experience. By bringing into the equation the experience economy concept due to the demand for experiences and consumption patterns of people was key and functioned as a bridge to take a further step and introduce other perspectives and views from academic authors the relationship between the event experience and the participant's motivations and behavior. These led us to comprehend the relevance and focus our approach

of the event design applied to events with a holistic and strategic perspective, and because the experiences promoted with blended learning events are also seen as a whole. When it comes to defend even design relevance, Brown and James (2004) argued that the event design process is essential for the success of the event and defined five design principles for events which are: scale, shape, attention, timing, and construction. The reflection and strategic thinking in each of these parameters will lead to the improvement of the event at each of its levels. The lines dedicated in Chapter (2) to event design practices have the function to show and articulate concrete samples and methodologies, that serve to see the value of the event design within a given time, space and context for educational events. Within our field of study that clearly identifies two different contexts (face-to-face and online), understanding the relevance and how event experience and event design processes are articulated and connected has been of fundamental importance. Furthermore, and connected with the general objective, we dedicated a full chapter to knowledge transfer, learning theories and formats not only to connect them to the main scope of our thesis, but also as an essential element to bridge and connect the theoretical framework and the methodology.

The described knowledge transfer and learning theories presented in Chapter (3), aimed to support our subject of study and justify the different settings, and relations, from where knowledge transfer and learning could happen and emerge. Particularly, throughout these theories, our objective was to show and find conceptual and theoretical evidence how learning and knowledge transfer occurs in different spaces and times. We can also find that these theories are mirrored in the case studies presented in the methodological chapter. At last but not least, presenting the synchronous and asynchronous formats in Chapter (3) helped us to show in a practical way some of the current most used formats in blended learning educational events. It is obvious that the current pandemic situation has opened the Pandora box bringing a great number of innovation and creativity to the matter of blended learning and educational events. This shows the endless opportunities that information technologies could bring to blended learning and educational events. We believe that the presented formats in Chapter (3) formats could be practiced and experienced in many different environments, and in consequence support different objectives when it comes to blended learning educational events. In any case, as a doctoral student giving answer to this question was a great challenge since there was the need to tap into other disciplines, such as psychology, knowledge transfer and learning theories that back up the main objective of the thesis and contribute to the knowledge and the value of educational events that use blended learning formats (face-to-face and online elements) on the participant's integral experience

### **c) Voice the positioning of the professionals and participants at educational events with blended learning and participation formats**

The idea of voicing the positioning of the professionals and participants at educational events with blended learning and participation formats has to do with the epistemological perspective of this thesis and the position of empiricism that maintains that knowledge comes from the experience and from straight contact with reality (Hathcoat and Nicholas, 2014). Having said this there are two key strategies that have supported the achievement of this objective and expand the knowledge. On the one hand, the case study selection that was purposely done (Patton, 1990) and was conditioned by our timeline constraints and level of access to them and, on the other hand, the in-depth interviews. As explained in the Methodology (Chapter 4) we have accounted for the case study heterogeneity. It is necessary to remark and recognize the diffuse boundaries that each of the case studies presented on blended learning experience as each of them has a unique combination of contextual elements, characteristics, objectives, designing elements and participant's profiles. Having said this, the aim was to find case studies that were: rich enough, having direct relation to the theoretical framework and concepts, and at the same time were the mean to provide the feasibility to conduct the interviews. Therefore, the criteria in selecting the case studies were as follows: the organisation's leadership in their own field, in this case educational/business events and leisure field; the organisation's willingness to explore and experience in educational formats; the innovation in blended learning and experiential design of the formats; and the remote and face-to-face interaction provided to the participants. Of course, the entry access possibilities we had to case studies were also key. In regards to the in-depth interviews, the first target group of analysis combined the groups of interviews carried out to designers (experts) that have extended knowledge and experience in organising digital and blended learning environments, and to business events professionals that have experienced in one way or another on digital and blended learning environments in business events. The second group, on the other hand, is connected to the general audience, standard participants, and in this case future leisure related professionals, without any blended professional knowledge or skills.

Through the in-depth individual interviews, we were able to get detailed input on people's personal perspectives; in-depth understanding of the personal and professional context within which the research phenomenon is located; and very detailed subject coverage.

In any case, having the chance to explore the case studies and conduct the interviews served as an instrumental objective, that from our perspective was absolutely needed to access to the

opinions, knowledge and experience from the different professionals and participants' profiles. This objective is definitely opening the door and guiding us to the following and last objective of this thesis.

**d) Determine critical factors in the design of educational events with blended learning formats**

This was one of the pillars of this thesis analysis, since it allowed us to give answers to the underlying hypothesis of: 1) The blended learning (face-to-face and online combination) is a format that influences and is perceived as a positive and favorable experience and perception of knowledge transfer by the participants, and 2) events, especially those with a high educational load, are an empowering tool for lifelong learning and adult education. The division of two main target groups, and the analysis together with the identification of needs, challenges, opportunities and future trends proved to be a useful way to articulate the Findings (Chapter 6) in a strategic and comprehensive way and, to identify critical factors in the design of educational events with blended learning formats. More so, the flexibility and possibility to include the emerged themes from the in-depth interviews to the equation, brings an extra value to answer this objective. Here we would like to remark that the division of the two target groups gave us two different perspectives that could feedback one another. In the following lines we would like to highlight the main issues that arise from each of the groups following the challenges and opportunities framework analysis:

- The challenges describe difficulties or obstacles in meeting the needs and demands of the blended learning in educational events. Experts and professionals highlighted the following challenges to cope with: the need of specific team member's profiles and expertise; the investment in production and information technologies to deliver new platforms settings; dealing with different geographical time zones to convene targeted audiences; proving the cost-effectiveness and data management; dealing with worldwide current and new competitors; the adaption and adoption as social individuals. The remarks from the experts and professionals, offer the space to look and grow into areas such as understanding the project strategic management and production elements. On the other hand, participants' remarks were related to: the participant's experience design and accessibility; the opportunities to provide interaction and engagement through different means; and, the leadership and guidance in terms of facilitation and

moderation. The different remarks made by the two different groups brings two different perspectives, that are equally important and outlines the relevant and immediate challenges that blended educational events face, considering the type of demands of each of them. All in all, the dialogue between these two groups offers the learning opportunity to look at the same matter from two different angles, and points of action, specially, for the experts and the professionals.

- The opportunities define assets that support to meet the needs and demands in the blended learning paradigm at educational events. In this case experts and professionals positioned themselves positively in terms of accessibility, flexibility, time and cost savings that currently technologies of information are providing to make blended learning happen. On the other hand, participants' reflection pointed out the strength of the blended learning as an opportunity to raise the curiosity, to better understand the context, to set up the mind and visualization, and to provide a group network prior to when the event takes place. While the experts' and professionals' opinions focused on practicalities and elements that blended learning could bring, the participants' perspective was related to the scope in fostering the experience and the motivations possibilities. However, both groups coincide in similar features to be improved and developed in order to provide a greater experience: the role of the facilitation and community management; the content curation and personalization bringing unique opportunities depending on audiences needs; the use of social media channels as a means to connect and share; and the possibility to expand the life of the event in time.

## **Key remarks**

Up to this point in this chapter we have tried to give answer to the research questions and the objectives. In the following lines we will draw the key points of this exploratory and practical dissertation. Then, we will outline the limitations, possible lines for future research and final remarks.

The results of this exploratory and practical dissertation, and one of the main contributions of this research, is that this thesis shows how online and face-to-face dynamics can work together and influence the participants' holistic experience expanding it in time and space.

Having said this, and also explained the achievement of the thesis objectives and in relation to the research questions, we would like to devote the following lines to reflect and discuss some of the points that have emerged and give title to this dissertation “The influence of educational events with blended learning formats (face-to-face and online) on the participants’ experience”

1. The first issue relates to the **professionalism and interdisciplinary team** profiles and skills that are needed in order to design, produce and implement such kinds of blended learning environments. We can say that the Covid-19 situation has not only boosted the recognition of professionals in this area but has also set up the scene to at least consider the opportunities and possibilities that are available. Furthermore, the relevant elements that arise from educational events and blended learning, deserve further thought on the profiles needed with different backgrounds and, at least, in: event strategy planning, digital event strategy planning, production, information technologies, education, and the user experience design. While face-to-face events seem to have clear standards of how to plan and implement them, for blended learning educational events we could identify new roles and skills needed that could build new multidisciplinary teams.
2. The second one relates to the **accessibility**. Regarding this matter we would like to introduce two different perspectives. The first perspective purely connected to the content accessibility. It is true that blended learning in educational events can be seen as a positive opportunity for different audiences that want to consume educational content. And as the research showed (see Chapter 1) also an enormous possibility for lifelong learning that can definitely impact at social, cultural and economic levels. More so, as reflected in the Findings (Chapter 6) the accessibility was one of the elements to take into account when designing the blended learning formats and the user experience. Ultimately, the accessibility as the way to build, connect the tools and elements that facilitate the processes for participants’ experience. The second perspective is posing a question and discussion related to the implementation costs, who has the proper means and resources to produce, distribute, promote and make the content profitable? The creation of value, how are strategists and producers working towards creating value? What kind of audience can access the content we are providing? Who and where is the audience? What kind of steps do they need to take? After all, we are referring to being able to facilitate and implement cost-effective solutions that could assist the objectives

and the target audience's needs and expectations. This issue leads to the next matter of content curation.

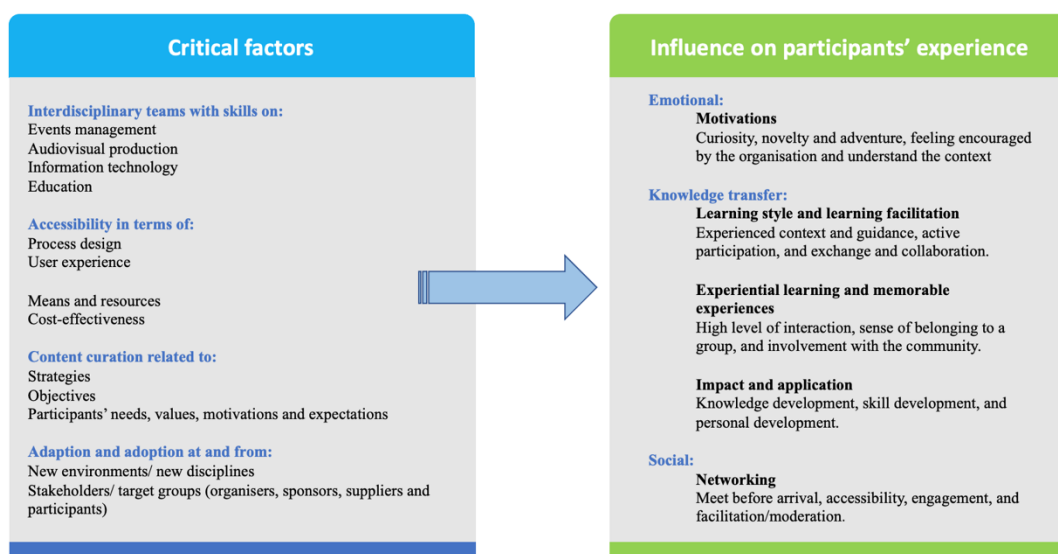
3. The third matter we would like to bring is related to the event design, and explicitly to the **content curation**. Due to the Covid-19, it is very common to hear the words of the “content saturation” because of the great amount of information that we can find nowadays, and about “webinar fatigue” because of the large amount. Looking back at the concepts presented in Chapter 2 of event experience and event design, we can highlight as a first point that the motivations and expectations can play a key role in the content curation. Is our content offer aligned with our targeted audiences needs and motivations? How are we going to facilitate and guide them to consume it? Is the content format we are providing aligned with the objectives and the outcomes we want to achieve? Of course, we could even identify that the content curation is an element that should be aligned within a more integral strategy, that has been usually defined as “extending the life of the event” by offering pre-event and post-event content including networking and interaction possibilities that could foster the engagement among the different stakeholders.
4. The last remark we would like to mention is in relation to the **adaption and the adoption**. Again, here we would like to introduce two different perspectives. The adaption from the educational event management perspective to have the knowledge and skills to face new environments related to other disciplines, and new contexts. And the adoption, to understand to what extent the different stakeholders (speakers, sponsors, participants) are willing to embrace blended learning environments. It is true that due to Covid-19 it is being proved that the digital dynamics of the blended learning have been boosted and improved exponentially, so in this case the event's industry is doing a great effort to adapt to the “new reality” that it is possible to offer digital environments as an alternative to face-to-face events. More so, audiences that were reluctant to test it may have seen value in this as a tool and as an alternative to share information and knowledge, and network within their communities.

Having arrived at this point we would like to go one step further and show how the aforementioned key remarks relevance can configure the design of educational events to influence the participants' experience at emotional, knowledge transference and social levels.

First of all, the multidisciplinary team members with different skills will be in charge and have the knowledge and the capacity of building the environment where emotional, knowledge transference and social connecting elements are set up. Secondly, it would be highly important to define and design the blended user experience journey by choosing the right formats, tools and technical and human resources. This will play a key role from creating the stimulus and awakening participants' emotions (curiosity, novelty, adventure, etc.) to providing the space and moments for participants to interact, exchange and collaborate. Thirdly, the content curation strategy will have an influence on the participants' knowledge, skill and personal development. Therefore, understanding participants' needs, values, motivations and expectations will be decisive when deciding the content of the programme. At last, but not least, the fourth remark refers to the adaption and adoption from the stakeholders' perspective. In this case stakeholders' capability, flexibility and openness to shape and embrace the elements could influence their integral experience.

It is without saying that all the above needs to be aligned with the event's general strategies and objectives and finding the balance to provide a cost-effective opportunity.

**Figura 18. Critical factors influence on the participants' experience**



Source: Elaborated by the researcher.

Some of the premises explained by Bates (1995) on education technologies the non-linear world by Castells (2000), the collective intelligence by Lévy (1997) and the actionable transmission of knowledge explained by Ravn (2015) and Ravn and Elsborg, (2011) can support in thinking further on the features that need to take into account when trying to design creative and successful formats in blended learning environments for educational events.

## **Strategic planning guide for designing educational events with blended learning formats**

Arriving at this point, we could ask ourselves: is it possible to pose a model with indicators that could guide the design of educational events with blended learning formats? And, furthermore, that could provide or guarantee the participants' optimal experience?

The “blended” and more so “hybrid” concept is fairly new and has been given a range of different meanings and interpretations (Sharma & Barret, 2007), such as the mix between face-to-face learning and distance learning (Frendo, 2005). The way a course is designed when both elements, face-to-face and distance learning, become an important part of the whole learning course design (Sharma & Westbrook, 2016), such as the mix between face-to-face learning and distance learning (Frendo, 2005). As several authors have mentioned (Hall & Preston, 1988; Saxby, 1990; Dizard, 1982; Forester, 1985), what characterizes the current technological revolution is not the central importance of gathering knowledge and information, but the way in which such knowledge and information is applied to generate knowledge and information processing. The dissemination of technology has empowered itself and has been redefined by its users. Information technologies are now not simply tools being applied, but are also processes being developed (Castells, 1996). As distance education expert Tony Bates (1995) states, this technology applied to education is not a good or bad tool in itself, but it is the way in which it is used that really matters. In short, we must seek an intelligent, appropriate and effective use that connects with the objectives that have been defined for the tools used (Bates, 1995). Also, when considering any strategy to introduce blended learning, it has to be carefully deliberated and positioned within the broader context, not only aiming to attract, retain and motivate talent, but also being strategic and addressing more compelling reasons of return on investment and cost savings, says Kaye Thorne (2003). The challenge when we move to designing an educational event with a blended learning format will be ensuring that all participants have the same experience in terms of the possibility to follow all content and

networking activities. To ensure a positive experience, by integrating in the best possible way the online and physical/face to face elements for both online and physical formats of participation, across the whole educational event.

Considering the three main theoretical pillars from the theoretical framework (educational events, event experience and design, and blended learning), that sustain this thesis and integrating the outputs from the case studies and interviews (predetermined themes, emerged themes and key remarks) in the following lines we are presenting a flexible, dynamic and open guide with different levels of variables and indicators. The purpose of the guide is to support the strategic thinking to design educational events with blended learning formats and within its different components. More so, to provide the professional organiser of educational events and programs, taking into account not only the organiser perspective, but also the participants' point of view, and provide them with a tool in which fundamental aspects are valued in order to achieve and guarantee an optimal participants' experience.

This work is articulated as a guide of key factors, variables and indicators to response to the design of blended learning formats for educational events so that they are generalizable for use among educational events professionals that need to face blended learning environments. Considering the different nature and configuration an event can take and recognising events and educational events as a fast growing and changing industry, nurtured with components from different disciplines the presented guide is defined as a generic variable and indicator guide with a considerable degree of openness. The guide serves as an instrument for the design of events and programs of an educational nature with blended learning (face-to-face and online) formats. For this, the objectives we set ourselves are:

- a. Articulate the obtained key remarks into determined key factors: interdisciplinary team; accessibility and viability; content curation; and, adaption and adoption. They become the starting point that could set up the scene as general items to look into when starting to design an educational event with blended learning formats.
- b. Synthesize and articulate the predetermined themes and emerged themes from case studies and interviews (Table 11) and connect them with the identified four key factors (interdisciplinary team; accessibility and viability; content curation; and, adaption and adoption) based on the information they offer. This belongs to the variables listed as

Variables – Level 1 and Variables – Level 2 in the table. The idea behind grouping the variables in two different levels is to bring the conceptual elements into practical features to start looking at.

c. Establish a range of indicators with specific, observable, and measurable characteristics that can be used to guide the design of an educational event with blended learning format. The indicators are directly related to the key factors and variables grouping.

### **Key factor 1 – Interdisciplinary team**

As we reviewed in Chapter 1 dedicated to events' industry contextualization, we cannot deny that the great diversity and variety in events' typology also demonstrates the potential and the innumerable possibilities that the events industry has. Also, in terms of the different types of professionals involved in the planning and production of events. Although the different formats of the business and educational event industry are determined by their own goals and formats, they are often mixed and merged with hybrid forms. Said this, the event does not exist merely by itself, but whatever its nature, someone must think about the reason for its existence and contextualize it. Thinking about what, for whom and how will be some of the key issues to define in event management. This first key factor aims to clarify the academic-professional profiles of which the interdisciplinary team is made up in order to plan and develop a blended learning environment in educational events. The interdisciplinary team will be characterized by gathering professionals in the field of event management, education, audiovisual production and information technologies. More so, their skills and competences will play a relevant role in the design, implementation and coordination of all the elements to be put in place. Those skills and competences that are necessary can be defined, among other ones, by: leadership competences; knowledge in experience and event design; multimedia production and data analytics; and, the ability to work in interdisciplinary teams and communicate across different levels. Due to the different formats that an event can adopt, indicators related to the profiles and skills will be determined by the nature of the event itself. These are gathered, but not limited, to what is presented in the Table 12.

### **Key factor 2 – Accessibility and viability**

It is undeniable that the extraordinary advances in communication formats and information technologies enabled in the 21st century have produced systems that, for the different types of

events, offer an attractive alternative to face-to-face events in which all participants are physically present (Davidson, 2019).

In order to make a simple but relative classification, we relied on the premise that the educational models and applications of technology are provided in two different formats of interaction between different people, spaces and times: the asynchronous format and synchronous format (Hines and Pearl, 2004). More so, the theories related to learning and the transfer of knowledge that we present in Chapter 2 (theory of knowledge transfer, theory of self-determination, experiential learning, and connectivism) help us to justify how both transfer and learning can occur in different spaces, times and contexts between different people at the individual and group level. In addition, these theories suggest the face-to-face or virtual construction of these determined spaces and times, with a multidimensional communication, which encourages the exchange of knowledge and facilitates the interaction and relationship between the participants, depending on the objectives of the educational event. This second key factor refers to two main variables. The first variable related to the the content and information sharing, and ensuring all participants have an equal experience and that everyone can follow and join all content and networking opportunities. The blended and hybrid concept is fairly new, and identifying the different formats/activities, in offline and online mode, and how they are integrated in the event program, to enable the participant to achieve his/her goal as quickly and easily as possible are key to success. In essence, designing the participants' journey and its main components that could lead and guarantee an optimal experience, both online and physical participation across the whole educational event. Furthermore, the e-Learning platform design and the agile and universal information access are truly important. The second variable, relates to the analysis of the resources (human, technical, technological and monetary) that will guide us to choose between the range of resources we have available. In general terms, looking into the breakdown of costs-benefit analysis, identifying the challenges and opportunities, monetary and in-kind resources that we have available to design the event. Here, the sustainability component is presented, as how the elements and/or outputs from the event can be extended in time and space. Again, here the indicators are presented in the below, Table 12.

### **Key factor 3 – Content curation**

In the theoretical framework, and concretely in Chapter 2, dedicated to the experience and event design we reflected on the articulation of the event experience and how we can plan and design the event. All in all, we referred to creation, conceptual development and staging of an event using principles and techniques to capture and engage the audience with a positive and

meaningful experience. The experience designed for the event, which is the continuous design process of the event, which maximizes the effectiveness of communication with the audience and can influence and modify the behavior of the audience (Brown and James 2004).

Looking back at the reflections presented by Monteagudo Sánchez (2008) on the term of experience and the revaluation process, and associating it into terms of fullness, intensity, quality and satisfaction. The experience is linked to the person because it is born from their life lived moments and perceptions, from what has happened to them, which they have witnessed or that they themselves have caused. The same author (Monteguado Sánchez, 2008) has expressed the experience entails in its own nature a series of basic characteristics, such as the features of consciousness-differentiation, the assimilation, significance and transformation, emotion and memorable character. Said this, in this third dimension related to the impact on participants' experience and learning experience, we would like to highlight four (4) variables. The first one, the affective engagement, as the opportunities the event has to satisfy or connect with participants' values, needs, motivations, expectations and the sense of belonging to a group, so that it created a kind of identity. The second one, the cognitive engagement and the capacity that events have to impact on participants' knowledge, skills and personal development. The third one, the physical and online engagement, including the facilitation, the guidance and community management level from the organisers' side; the interaction and active participation level from the participants' perspective; and the networking and sharing opportunities offered before, during and post-event at individual and group level. At last, but not least, the experiencing novelty in terms of innovative elements put in place in comparison to other events and programmes. The indicators related to this key factor and variables are listed and presented in the below table, Table 12.

#### **Key factor 4 – Adaption and adoption**

Developing blended learning environments will require imaginative and creative design, together with open leadership and innovative mentality. More so, learning technology should not be envisioned as mere utility, but as an opportunity, where instructional design, multimedia production and data analytics are vital. Here we would like to explore these key factors from two different perspectives, and therefore variables. The first variable is related to the adaption, and looking from the organisers' perspective ,in the sense of the openness and flexibility to enhance new practices and formats, not only to embrace, but to have the knowledge and skills to face new environments related to other disciplines. The second variable, the adoption, to understand to what extent the different stakeholders are willing to embrace blended learning

environments. These are related to the digital skills and competences level they have, the current trends and practices they followed, and the use of information technologies and social media channels roles.

Recognising the educational events and blended learning as a job and work delivered by and for human beings, we would like to close these lines returning to the work and reflection of Castells (1996). Emphasizing some of the premises that the author presents about the network society and considering that the dominant functions and processes in contemporary society are organised around different networks, which are also capable of configuring the characteristics of our companies and actions (Castells, 1996) educational events with blended learning formats can indeed be seen as open structures, capable of expanding without limits and integrating new connections that share communication codes.

**Table 12. Strategic planning guide for designing educational events with blended learning formats**

| Strategic planning guide for designing educational events with blended learning formats |                      |  |  |
|---|----------------------|--|--|
| Key factors   | Variables Level 1    | Variables Level 2  | Indicators   |
| Interdisciplinary team  | Profiles             | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Professionals with event/project management knowledge</li> <li>▪ Professionals with knowledge in the educational field</li> <li>▪ Professionals with audiovisual production knowledge</li> <li>▪ Professionals with information technologies knowledge</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Number of professionals with knowledge in the event and/or project management field</li> <li>▪ Number of professionals with knowledge in the educational field</li> <li>▪ Number of professionals with knowledge in the audiovisual production field</li> <li>▪ Number of professionals with knowledge in the information technologies field</li> </ul> |
|   | Skills & Competences | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leadership</li> <li>▪ Experience and event design knowledge</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Number of leaded projects</li> <li>▪ Number of projects leaded/worked at that involved event experience and event design</li> </ul>   |

|                                      |                               |   |   |
|--------------------------------------|-------------------------------|---|---|
|                                      |                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Multimedia production and data analytics</li> <li>▪ Ability to work in interdisciplinary teams</li> <li>▪ Ability to communicate across different levels</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Number and/or type of projects developed that involved multimedia design formats and its data measurement</li> <li>▪ Profiles and expertise of their past/current co-workers</li> <li>▪ Number of different nature projects carried out and for different target audiences</li> </ul>  |
| <b>Accessibility &amp; viability</b> | Content & information sharing | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Blended learning programme design</li> <li>▪ e-Learning platform design</li> <li>▪ Participants' journey design</li> <li>▪ Participants' experience design</li> <li>▪ Agile and universal information access design</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Number of activities to be designed in online mode</li> <li>▪ Number of activities to be designed for face-to-face model</li> <li>▪ Number and type of spaces to be designed for information sharing and networking online</li> <li>▪ Number and type of spaces to be designed for information sharing and networking face-to-face</li> <li>▪ Number and types of resources (text, audio, visuals, audiovisuals, graphics, etc.) to be produced for the e-Learning platform</li> <li>▪ Number of elements to put at disposal of participants to guide them through the process</li> <li>▪ Speed of the blended learning platform loading</li> <li>▪ Number of languages to be present in the different elements/resources</li> </ul> |
|                                      | Means and resources available | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Costs' evaluation</li> <li>▪ Available resources (human, technical and technological)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Budget available</li> <li>▪ Costs of the resources to be contracted/ designed/ implemented/</li> </ul>   |

|                         |                            |   |  |
|-------------------------|----------------------------|---|--|
|                         |                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sustainability – long term value of the event</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Number and type of the resources already in place and available (human resources, e-learning platform, equipment, etc.)</li> <li>Number of future activities/possibilities that could benefit from the initiative</li> </ul>  |
| <b>Content curation</b> | Affective engagement       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Participants' values satisfaction</li> <li>Participants' needs satisfaction</li> <li>Participants' motivations satisfaction</li> <li>Participants' expectations satisfaction</li> <li>Participants' sense of belonging to a group/ practice (identity) satisfaction</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Number and/type of activities oriented to participants' values</li> <li>Number and/type of activities oriented to participants' needs</li> <li>Number and/type of activities oriented to participants' motivations</li> <li>Number and/type of activities oriented to participants' expectations</li> <li>Number and/type of activities oriented to participants' sense of belonging to a group satisfaction</li> </ul> |
|                         | Cognitive engagement       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Impact on the participants' knowledge development and future application</li> <li>Impact on the participants' skill development and future application</li> <li>Impact on the participants' personal development and future application</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Number and/or type of content/activities that support to acquire or to develop current knowledge</li> <li>Number and/type of content/activities that support to acquire or develop current skills</li> <li>Number and/or type of content/activities to acquire or support personal development</li> </ul>   |
|                         | Physical/online engagement | <ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitation, guidance and community management level</li> <li>Interaction and active participation level</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Number of sessions with facilitated vs number of sessions non-facilitated</li> <li>Number of spaces designed to share content between participants</li> </ul>   |

|                              |                                      |  |  |
|------------------------------|--------------------------------------|--|--|
|                              |                                      |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Number of spaces/moments/sessions that support: Q/A, one-to-one and group meetings, and participation in social networks. Opportunities and activities before, during and post event at individual and group level.</li> </ul>                  |
|                              | Experiencing novelty                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Innovative elements</li> <li>New experiences encountered</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Number of new formats/elements reflected in the project compared to previous similar projects/programmes</li> <li>Number and type of content oriented to foster new experiences</li> </ul>  |
| <b>Adaption and adoption</b> | Adaption (organisers' perspective)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Openness and flexibility to enhance new practices and formats</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Number of new elements and resources to be used</li> <li>Number of new formats to put in place</li> <li>Number of new disciplines to be connected with</li> <li>Number of new skills and competences to be acquired and/or developed</li> </ul> |
|                              | Adoption (participants' perspective) | <ul style="list-style-type: none"> <li>Digital skills and competences</li> <li>Current trends, practices and experience in terms of blended learning taken or willing to take by the different stakeholders</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Number of channels/platforms to used, experienced and actively to take part in</li> <li>Level of difficulty to be experienced</li> </ul>  |

Source: Elaborated by the researcher.

## Limitations of the study

All research suffers from limitations, this study is no exception. The limitations identified in this section have potentially influenced the applicability and transferability of the findings. As a consequence, recognizing some of these limitations at the beginning of the research process required a number of choices, which are explained in the following lines.

The first limitation is related to the literature review. The main notions of event's industry, event experience, event design and blended learning have been the subject of numerous researches and publications and it would not have been possible to review all of them. My attempt was to gather the main concepts and reflections, in order to apply them in practice. Another related limitation is that the most literature available on the topics is in English language and represents the Anglo-Saxon discussions and knowledge. However, there is no doubt that in a way or another these are relevant and bring significance to the topics presented.

The case studies guarantee the representation and the variety of different possibilities, and always connected to the topic of the research, in educational events with blended learning environments. Another important criteria was the access to information, which can be considered a limitation to a certain level. We must acknowledge that it was challenging to find relevant cases with valuable and innovative blended learning characteristics for this thesis.

Furthermore, considering that the methodology chosen is purely qualitative, it can be discussed that the level of information and knowledge that a researcher can obtain might be conditioned by the openness and clarity of the interviewees involved to share their opinions. We must highlight that we held sincere conversations with the three different profiles of people, as all the people contacted and interviewed seemed very keen in sharing their knowledge and opinions.

At last but not least, the experience and implication of the research student in the case studies analyzed could be considered to a certain extent a limitation. However, she tried to mitigate this limitation by not including any personal experience or opinion. It should be recognized, however, that exactly this experience and this network of people she has known in her non-academic capacity has enabled her to get a better understanding and entry point when selecting the case studies, the experts, the professionals and the participants to be interviewed.

## Future lines of research

As put by Colombo and Marques (2020) there is still a lack of attention to elements which constitute the experience, and the characteristics of different types of events, the differences between experience dimensions, attendee profiles and how they relate to each other. Therefore, the following research lines would add further to the knowledge already developed in this thesis.

The first one, to understand the participants' emotional and learning response to a blended learning experience and to what extent the intrinsic and extrinsic motivations play a role. As the study carried out by De Rooij and Bastiaansen (2017) in the performing arts field, it might be useful to deeply understand and measure the consumption motives of choosing blended learning. Ideally, this could support to market blended learning educational events to the different targets.

The second one, to understand to what extent the participants' cultural backgrounds and profiles impacts on the openness and positive reactions to blended learning events design. When we may expect that there are people more prone and open to blended learning in general than others, applying a comparative analysis could support understanding of similarities or differences in the profiles. This could support to establish future paths to improve blended learning in educational events and for different target audiences.

In addition, it would be very relevant to deepen into the value of leisure and events in designing for meaningful educational experiences, and specifically in blended learning formats. Again, this could be a comparative analysis by applying "leisure" related tools (gaming, *edutainment*,) at different moments and levels. This could help figuring out how it is felt by participants, in terms of interactivity and engagement, to include a disruptive "leisure" element, in comparison to including the "leisure" element as an integral part and in the storytelling of the blended educational event.

## Final remarks

As previously mentioned, without the commitment and willingness to learn and understand, from the professional and learner perspective, but also to meet and interact with other professionals in the field of educational events and blended learning, this research would have been purely theoretical, and quiet the opposite of what we were looking to do through this

thesis, that is applied science research. Despite the current uncertain future, due to Covid-19 pandemic, the events industry is currently shaking at very different levels and pushing educational events into online and hybrid settings, our commitment remains the same to keep exploring practices and methods that enhance participant's experience and learning to its best.

## Referencias

- Allen, J., O'Toole, B., McDonnell, I., Harris, R. (2005). *Festival and Special Event Management*. Milton, Australia: John Wiley & Sons.
- Andersson, T. D. (2007). The tourist in the experience economy. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7 (1), 46-58.
- Andersson, T. D., & Armbrecht, J. (2014). Use-Value of Music Event Experiences: A “Triple Ex” Model Explaining Direct and Indirect Use-Value of Events. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14 (3), 255-274.
- Arvey, R. D. (2009). *Why face to face business meetings matter* [White Paper]. Disponible en: <https://www.colestraining.com/wp-content/uploads/2009/10/Meetings-Why-Face-to-Face-Business-Meetings-Matter-a-white-paper-by-Dr-Richard-Arvey-1.pdf> (fecha de acceso 6/09/2020).
- Ausubel, D., Novak, J., & Hanesian, H. (1997). *Psicología educativa. Un punto de vista cognitivo*. México: Trillas.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84 (2), 191-215.
- Bates, A. W. (1995). *Technology, open learning and distance education*. London: Routledge.
- Berridge, G. (2007). *Events design and experience*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Bowdin, G., Allen J., O'Toole, W. Harris, R., & McDonell, I. (2006). *Events Management*. Oxford: Elsevier.
- Branon, R. F., & Essex, C. (2001). Synchronous and asynchronous communication tools in distance education. *TechTrends*, 45, 36-42.
- Brown, S. (2005). *Event Design – An Australian Perspective*. Paper presented at the Second International Event Management Body of Knowledge Global Alignment Summit, Johannesburg. Disponible en línea en: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.604.7731&rep=rep1&type=pdf> (fecha de acceso 22/11/2019).
- Brown, S., & James, J. (2004). Event design and management: ritual sacrifice? In: I. Yeoman, M. Robertson, J. Ali-Knight, J., S. Drummond & U. McMahon-Beattie (Eds.), *Festivals and Events Management*, (pp. 53–64). Oxford: Elsevier.
- Burns, J., Hatch, J. & Mules, T. (1986). *The Adelaide Grand Prix: the Impact of a Special Event*. Adelaide: The Centre for South Australian Economic Studies.
- Buswell, J. (2004). Sport and Leisure service encounter. In U. McMahon-Beattie & I. Yeoman,

- (Eds.), *Sport and Leisure Operations Management*, (pp. 3-15). London: Thomson.
- Canales Cerón, M. (2006). *Metodologías de investigación social*. Santiago: Lom Ediciones.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society: The Information Age*. Oxford: John Wiley & Sons.
- Castells, M. (2000). Toward a Sociology of a Network Society. *Contemporary Sociology*, 29 (5), 693-699.
- Castells, M. (2004). *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Clawson, M., & Knetsch, J. L. (1966). *Economics of Outdoor Recreation*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Collins, R. (2004). *Interaction Ritual Chains*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Colombo, A. & Marques, L. (2020). Motivation and experience in symbiotic events: and illustrative example grounded in culture and business events. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 12 (2), 222-238.
- Cox, G. (2005). *The Cox review of creativity in business: building on the UK's strengths*. Disponible en: [https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20120704143146/http://www.hm-treasury.gov.uk/d/Cox\\_review-foreword-definition-terms-exec-summary.pdf](https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20120704143146/http://www.hm-treasury.gov.uk/d/Cox_review-foreword-definition-terms-exec-summary.pdf) (fecha de acceso 25/04/2019).
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1993). *Tourism Principles and Practice*. Addison-Wesley: Longman Ltd.
- Crompton, J. (1995). Economic impact of sports facilities and events: eleven sources of misapplication. *Journal of Sport Management*, 9 (1), 14-35.
- Crompton, J. & McKay, S. L. (1994). Measuring the economic impact of festivals and events: some myths, misapplications and ethical dilemmas. *Festival Management and Event Tourism*, 2, 33-43.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York: Harper Perennial.
- Cutler, S. Q., & Carmichael, B. A. (2010). The Dimensions of the Tourist Experience. In M. Morgan, P. Lugosi & J. R. B. Ritchie (Eds.), *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives*, (pp. 3-27). Bristol: Channel View Publications.
- Davidson, R. (2019). *Business events*. Oxon: Routledge
- Davidson, R., & Hyde, A. (2014). *Winning Meetings and Events for your Venue*. Oxford: Goodfellow Publishers.

- De Geus, S., Richards, G., & Toepoel, V. (2016). Conceptualisation and operationalisation of event and festival experiences: Creation of an event experience scale. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16 (3), 274-296.
- De Rooij, P., & Bastiaansen, M., (2017) Understanding and Measuring Consumption Motives in the Performing Arts. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 47 (2), 118-135.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum Pres.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11 (4), 227-268.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 49 (3), 182-185.
- Deci, E. L., Ryan, R. M., & Koestner, R. (1999). A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation. *Psychological Bulletin*, 125 (6), 627-668.
- DeCharms, R. (1968). *Personal causation: The internal affective determinants of behavior*. New York: Academic Press.
- Dede, C., & Kremer, A. (1999). Increasing students’ participation via multiple interactive media. *Invention: Creative Thinking about Learning and Teaching*, 1 (1), 7.
- Delpy, L. & Li, M. (1998). The art and science of conducting economic impact studies. *Journal of Vacation Marketing*, 4 (3), 230-254.
- Dimanche, F., Havitz, M.E., & Howard, D.R. (1991). Testing the involvement profile scale in the context of selected recreational and touristic activities. *Journal of Leisure Research*, 23 (1), 51-66.
- Dizard, W. P. (2010). The coming information age. An International Journal. *The Information Society*, 1 (2), 91-112.
- Dworkin, G. (1988). *The theory and practice of autonomy*. New York: Cambridge University Press.
- Dwyer, L., & Forsyth, P. (1993). Assessing the benefits and costs of inbound tourism. *Annals of Tourism Research*, 20 (4), 751-768.
- Dwyer, L., & Forsyth, P. (1997). Impacts and benefits of MICE tourism: a framework for analysis. *Tourism Economics*, 3 (1), 21-38.
- Dwyer, L., & Jago, L. (2006). The economic contribution of special events. In L. Dwyer and

- L. Jago (Eds.), *Economic evaluation of special events: a practitioner's guide*, (pp. 129 – 147). Altona: Common Ground Publishing.
- Dwyer, L., Mellor, R., Mistillis, N., & Mules T. (2000a). A framework for assessing “tangible” and “intangible” impacts of events and conventions. *Event Management*, 6 (3), 175 – 189.
- Dwyer, L., Mellor, R., Mistillis, N. and Mules T. (2000b). Forecasting the economic impacts of events and conventions. *Event Management*, 6 (3), 191 – 204.
- Edwards, D., Foley, C., & Schlenker, K. (2011). *Beyond Tourism Benefits: Measuring the Social Legacies of Business Events*. Disponible en: <https://www.besydney.com.au/media/1619/beyond-tourism-benefits.pdf> (fecha de acceso 2/10/2019).
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2011). *The Museum Experience*. Walnut Creek, California: Left Coast Press.
- Falassi, A. (1987). Festival: Definition and Morphology. In: A. Falassi, A. (Ed.), *Time Out of Time* 1-10). Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Fenich, G. G. (2008). *Meetings, expositions, events and conventions*. Upper Saddle River: Pearson.
- Fernandez-Pérez, J. A. (2014). Educación médica continua y desarrollo de una profesión. La percepción de los actores. *Revista de Educación y Desarrollo*, 28, 21-35. Disponible en: [http://www.cucs.udg.mx/revistas/edu\\_desarrollo/anteriores/28/028\\_Fernandez.pdf](http://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/anteriores/28/028_Fernandez.pdf) (fecha de acceso 15/04/2020).
- Fox, N. A., Kirwan, M., & Reeb-Shuterland, B. (2012). Measuring the physiology of emotion and emotion regulation – Timing is everything. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 77 (2), 98 -108.
- Frendo, E., (2005). *How to Teach Business English*. Essex: Pearson Education.
- Frissen, R., Janssen, R., & Luijter, D. (2016). *Event Design Handbook*. Amsterdam: Bis Publishing.
- Gagné, M., & Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26 (4), 331-362.
- Getz, D. (1997). *Event management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communications Corp.
- Getz, D. (2002). Event studies and event management: On becoming an academic discipline. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9 (1), 12-23.
- Getz, D. (2007). *Event Studies. Theory, Research and Policy for Planned Events*. Oxford: Elsevier.

- Getz, D. (2008). Progress in Tourism Management. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29 (3), 403 – 428.
- Getz, D. (2012). Event Studies. In S. Page, & J. Connell (Eds.). *Routledge Handbook of Events* (pp. 27- 46). Abingdon: Routledge.
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. London: Routledge.
- Giacalone, R. A. (2004). A transcendent business education for the 21st century. *Academy of Management Learning and Education*, 3 (4), 415-420.
- Goldblatt, J. (2002). *Special Events: Twenty-First Century Global Event Management*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Gorden, R. (1975). *Interviewing. Strategy, techniques and tactics*. Homewood, Illinois: Dorsey Press.
- Greenwood, E. (1957). Attributes of a Profession. *Social Work*, 2 (3), 45-55.
- Gursoy, D., Kim, K., & Uysal, M. (2004). Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organisers: An Extension and Validation, *Tourism Management*, 25 (2), 171-181.
- Hall, P., & Preston, P. (1988). *The Carrier Wave: New Information Technology and The Geography of Innovation*. Boston, MA: Unwin Hyman.
- Hansen, N. (2010). *Conferences as dramaturgical learning spaces*. (Unpublished doctoral dissertation). Aarhus University, Copenhagen.
- Harter, S. (1981). A new self-report scale of intrinsic versus extrinsic orientation in the classroom: Motivational and informational components. *Development Psychology*, 17 (3), 300-312.
- Hathcoat, J. D, & Nicholas, M. C. (2014). Epistemology. In D. Coghlan & M. Brydon-Miller (Eds.), *The Sage Encyclopedia of Action Research*, (pp. 302-306). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Haywood, L., Kew, F., Bramham, P., Spink, J., Capenerhurst, J. & Henry, I. (1995). *Understanding Leisure*. Cheltenham: Stanley Thornes.
- Hede, A. M., & Kellet, P. (2017). Design processes around dynamic marketing communications for event organizations. In G. Richards, L. Marques & K. Mein (Eds.), *Event Design. Social perspectives and practices*, (pp. 109-121). Routledge: NY.
- Hines, R. A., & Pearl, C. E. (2004). Increasing interaction in web-based instruction: Using synchronous chats and asynchronous discussions. *Rural Special Education Quarterly*, 23 (2), 33-36.
- Huang, S., & Hsu, C. H. C. (2009). Effects of Travel Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, and Attitude on Revisit Intention. *Journal of Travel Research*, 48 (1), 29-44.

- Hull, V., R. B., Stewart, W. P., Hull, R. B. I. & Yi, Y. K. (1996). Experience patterns: Capturing the dynamic nature of a recreation experience. *Journal of Leisure Research*, 24 (3), 240-252.
- Iso-Ahola, S.E. (1980). *The social psychology of leisure and recreation*. Dubuque: W.C. Brown.
- Jago, L. (2012). *The Value of Business Events, Tourism & Business Events International*, Brussels: Joint Meetings Industry Council. Disponible en: [https://www.themeetingsindustry.org/web/wp-content/uploads/12.9\\_TheValueofBusinessEvents.pdf](https://www.themeetingsindustry.org/web/wp-content/uploads/12.9_TheValueofBusinessEvents.pdf) (fecha de acceso 12/02/2020).
- Jens, C. (2009). *Global Experience Industries: The Business of the Experience*. Aarhus: Aarhus University Press.
- Jones. C. (2001). Mega-events and host-region impacts: Determining the true worth of the 1999 Rugby World Cup. *International Journal of Tourism Research*, 3 (3), 241-251.
- Jones, C., & Li, S. (2015). The economic importance of meetings and conferences: A satellite account approach. *Annals of Tourism Research*, 52, 117-133.
- Keegan, D. (1996). *Foundations of distance education*. London: Routledge.
- Kelly, J. R. (1990). *Leisure*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kim, S. S., Chon, K., & Chung, K. (2003). Convention industry in South Korea: An economic impact analysis. *Tourism Management*, 24 (5), 533-541.
- Kleiber, D. A. (1999). *Leisure Experience and Human Development*, New York, Basic Books.
- Klein Dytham Architecture, (2008). *Pecha Kucha Night*. <http://www.pecha-kucha.org/> (fecha de acceso 115/02/2019).
- Klewel, (2020). *The Webcasting Company*. <https://www.klewel.com/product/> (fecha de acceso 8/12/2020).
- Kociatkiewicz, J., & Kostera, M. (2012). The Speed of Experience: The co-narrative method in experience economy education. *British Journal of Management*, 23 (4), 474- 488.
- Kohls, C. (2019). Hybrid Learning Spaces for Design Thinking. *Open Education Studies Journal*, 1 (1), 228-244.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Kolb, A. Y., & Kolb, D. A. (2008). Experiential Learning Theory: A Dynamic, Holistic Approach to Management Learning, Education and Development. In S. J. Armstrong and C. V. Fukami (Eds.), *The SAGE Handbook of Management Learning, Education and Development*, (pp. 42-68). London: SAGE.

- Lee, S. Y., Datillo, J., & Howard, D. (1994). The complex and dynamic nature of leisure experience. *Journal of Leisure Research*, 26 (3), 195 – 211.
- Lévy, P. (1997). *Collective intelligence: Mankind's emerging world in cyberspace*. United States: Plenum Trade.
- Li, S., & Jago, L. (2013). Evaluating economic impacts of mayor sport events – A meta-analysis of the key trends. *Current Issues in Tourism*, 16 (6), 591 – 611.
- Li, S., Bowdin, G., Heslington, E., Jones, S., Mulligan, J., Tara-Lunga, M.A., Tauxe, C., Thomas, R., Wu, P.Y., Blake, A., Jones, C., & Jago, L. (2013). *The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry*. Commissioned by Meetings Professional International. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/277308949\\_The\\_Economic\\_Impact\\_of\\_the\\_UK\\_Meeting\\_Event\\_Industry\\_commissioned\\_by\\_Meeting\\_Professionals\\_International\\_Foundation](https://www.researchgate.net/publication/277308949_The_Economic_Impact_of_the_UK_Meeting_Event_Industry_commissioned_by_Meeting_Professionals_International_Foundation) (fecha de acceso 4/03/2020).
- Lockwood, T. (2010). *Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value*, New York: Allworth Press.
- Malone, T., Morton, M., & Russman Halperin, R. (1996). Organizing for the 21st Century. *Strategy & Leadership*, 24 (4), 7-10.
- Mannell, R. C., & Kleiber, D. (1997). *A social Psychology of Leisure*. Stage College, PA: Venture Publishing Inc.
- Marshall, C., & Rossman, G.B. (1999). *Designing Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Marques, J., & Santos, N. (2017). Tourism development strategies for business tourism destinations: Case study in the central region of Portugal. *Tourism*, 65 (4), 437 – 449.
- Maslow, A. H. (1968). *Toward a psychology of Being*. New York: D. Van Nostrand Company.
- McEuen, M. B., & Duffy, C. (2010). *The future of meetings: The case for face-to-face*. Cornell University School of Hotel Administration. Disponible en: [https://ecommons.cornell.edu/bitstream/handle/1813/71304/2010\\_Duffy\\_Future\\_meetings.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ecommons.cornell.edu/bitstream/handle/1813/71304/2010_Duffy_Future_meetings.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (fecha de acceso 02/08/2020).
- McMillin, D. (2018). *Learning About Digital Events at F2F Event in Calgary*. Disponible en: <https://www.pcma.org/learning-about-digital-events-at-a-f2f-event-in-calgary/> (fecha de acceso (7/06/2020).
- Meeting Design Institute. (2020). *About*. <https://www.meetingdesigninstitute.org/> (fecha de acceso 4/03/2020)
- Meinel, C., & von Thienen, J. (2016). Design Thinking. *Informatik- Spektrum*, 39 (4), 310-314.

- Mesquita, B., & Nico, F. (1992). Cultural variations in emotions: a review. *Psychological Bulletin*, 112 (2), 77-99.
- Monteagudo Sánchez, M. J. (2008). Reconstruyendo la experiencia de ocio: características, condiciones de posibilidad y amenazas en la sociedad de consumo. En M. J. Monteagudo Sánchez, (Ed.), *La experiencia de ocio: una mirada científica desde los Estudios de Ocio*, (pp. 81-110). Documentos de Estudios de Ocio. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Morgan, M. (2010). The experience economy 10 years on: Where next for experience management?. En M. Morgan, P. Lugosi, & J. R. B. Ritchie (Eds.), *The tourism and leisure experience: Consumer and managerial perspectives*, (pp. 218–230). Bristol: ChannelView.
- Mossberg, L. (2007). A Marketing Approach to the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7 (1), 59-74.
- Nagy, J. T., & Bernschütz, M. (2016). The impact of webinar-webcast system on learning performance. *Education and Information Technologies*, 21 (6), 1837–1845.
- Nelson, K. B. (2009). Enhancing the attendee’s experience through creative design of the event environment: Applying Goffman’s dramaturgical perspective. *Journal of Convention and Event Tourism*, 10 (2), 120-133.
- Ng, K., Dyne, L. V., & Ang, S. (2009). From experience to experiential learning: Cultural intelligence as a learning capability for global leader development. *Academy of Management Learning & Education*, 8 (4), 511-526.
- Nijs, D. (2019). Introduction towards a new design discipline. In Diane Nijs (Ed.), *Advanced Imagineering: designing innovation as collective creation*, (pp. 1-20). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Nijs, D., & Peters, F. (2002). *Imagineering: Het Creëren van Belevingswerelden*, Amsterdam, Boom.
- Nonaka, I., & Konno, N. (1998). The Concept of “Ba”. Building a Foundation for Knowledge Creation. *California Management Review*, 40 (3), 40 – 54.
- Nonaka, I., Takeuchi, H., & Umemoto, K. (1996). A theory of organizational knowledge creation. *International Journal of Technology Management*, 11 (7/8) 833 – 845.
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications. *Journal of Travel Research*, 46, 119 – 132.
- Organización Mundial del Turismo. (2006). *Measuring the economic importance of the meetings industry. Developing a Tourism Satellite Account extension*. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284411955> (fecha de acceso: 16/09/2018).

- Organización Mundial del Turismo. (2014). *Global Report in the Meetings Industry*. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284416097> (fecha de acceso: 16/09/2018).
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1998). *Conferencia Mundial sobre la Educación Superior. La Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción*. París: UNESCO.
- O'Sullivan, E. L., & Spangler, K. J. (1998). *Experience marketing: Strategies for the new millennium*. State College, PA: Venture Publishing.
- Ouwens, F. (2015). The role of Imagineering as an event design strategy in the business event industry. In G. Richards, L. Marques and K. Mein (Eds.), *Event Design. Social perspectives and practices*, (pp. 37- 49). New York: Routledge.
- Page, S. J., & Connell, J. (2010). *Leisure: An Introduction*. Harlow: Pearson Education.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Newbury Park, CA: Sage.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. Thousand Oaks: Sage.
- Peinado, P., Bustillo, R., & Gálvez, C. (2019). Webinar: Una herramienta actual global al servicio del deep-learning presencial. *Journal of Management and Business Education*, 2 (3), 279 -292.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, 76 (4), 97-105.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*. Boston, MA: Harvard Business School Publishing.
- Power, M., & St-Jacques, A., (2014). The Graduate Virtual Classroom Webinar: A Collaborative and Constructivist Online Teaching Strategy. *Journal of Online Learning and Teaching*, 10 (4), 681-696.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation Experiences. The Next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18 (3), 6-14.
- Professional Convention Management Association. (2020). *Our history, Our Future*. <https://www.pcma.org/about/> (fecha de acceso 6/02/2020)

- Ravn, I. (2015). From one-way communication to active involvement [White paper]. Retrieved from Mind at Work: [https://www.mindatwork.nl/wordpress/wp-content/uploads/2016/11/from\\_one-way\\_communication\\_to\\_active\\_involvement\\_0.pdf](https://www.mindatwork.nl/wordpress/wp-content/uploads/2016/11/from_one-way_communication_to_active_involvement_0.pdf) (fecha de acceso 25/07/2019).
- Ravn, I., & Elsborg, S. (2011). Facilitating learning at conferences. *International Journal of Learning and Change*, 5 (1), 84-98.
- Real Academia de la Lengua. (2004). *Diccionario de la Real Academia de la Lengua*. (22a ed.).
- Richards, G. (2015). Measuring event experiences: And international view. In G. Richards and A. Ruiz Lanuza (Eds.), *Experiencias turísticas de festivales y eventos*, (pp.11-28). Tenerife: Colección Pasos.
- Richards, G., de Brito, M., & Wilks, L. (2013). *Exploring the Social Impacts of Events*. NY: Routledge.
- Richards, G., Marques, L., & Mein, K. (2015). *Event Design: Social perspectives and practices*. New York: Routledge.
- Rippen, J. & Bos, M. (2010). *Events and Beleven: Het 5 Wheel Drive-Concept*. The Hague: Boom Lemma.
- Ritchie, J. (2003). The Applications of Qualitative Methods to Social Research. In A. Ritchie & J. Lewis (Eds.), *Qualitative Research practice – A guide for Social Science Students and Researchers*, (pp. 24-46). London: SAGE.
- Robinson, V. (2011). *Student-centered leadership*. San Francisco: Jossey Bass.
- Robson, C. (2002). *Real World Research*. Oxford: Blackwell.
- Romiszowski, A., & Mason, R. (2004). Computer-mediated communication. In D. H. Jonassen (Ed.), *Handbook of research on educational communications and technology*, (pp. 397-432). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Rogers, T. (2008). *Conferences and Conventions. A global industry*. Oxford: Elsevier.
- Russell, J. (1991). Culture and categorization of emotions, *Psychological Bulletin*, 110 (3), 426-450.
- Ryan, C. (2010). Ways of Conceptualizing the Tourist Experience A Review of Literature. *Tourism Recreation Research*, 35 (1), 37-46.
- Ryan, C. (2012). The Experience of Events. In: S. J. Page & J. Connell (Eds.), *The Routledge Handbook of Events*, (pp. 248 – 258). New York: Routledge.

- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychological Association*, (55) 1, 68-78. Disponible en: [https://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2000\\_RyanDeci\\_SDT.pdf](https://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2000_RyanDeci_SDT.pdf) (fecha de acceso 24/01/2020).
- Rynes, S. L., Bartunek, J. M., & Daft, R. L. (2001). Across the great divide: Knowledge creation and transfer between practitioners and academics. *Academy of Management Journal*, 44 (2), 340-355.
- Saxby, S. (1990). *The Age of Information: The Past Development and Future Significance of Computing and Communications*. London: Macmillan.
- Schmitt, B. H. (1999a). *Customer experience management. A revolutionary approach to connecting with your customers*. New Jersey: John Wiley and Sons Inc.
- Schmitt, B. H. (1999b). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15 (1-3), 53-67.
- Schroeder, J. A. (ed.) (2018). *World Leisure Centers of Excellence Douglas Ribeiro da Silva International Field School. Perus, Brazil 2018*. Case Study Volume. Bilbao: World Leisure Organization.
- Schunk, D. H., Pintrich, P. R., & Meece, J. L. (2008). *Motivation in Education: Theory, research, and applications*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Schunk, D. H. & Usher, E. L. (2012). Social Cognitive Theory and Motivation. In R. M. Ryan. *The Oxford Handbook of Human Motivation*, (pp. 11-26). Oxford: Oxford University Press.
- Scott, D. (1996). A comparison of visitors' motivations to attend three urban festivals. *Festival Management and Event Tourism*, 3 (3), 121-128.
- Sharma, P., & Barrett, B. (2007). *Blended Learning: Using Technology in and Beyond the Language Classroom*. Oxford: Macmillan.
- Sharma, P., & Westbrook, K. (2016). Online and blended language learning. In F. Farr & L. Murray (Eds.), *The Routledge Handbook of Language Learning and Technology*, (pp. 320-335.). New York: Routledge.
- Shone, A., & Parry, B. (2004). *Successful Event Management*. London: Thomson.
- Siemens, G. (2005). Connectivism: A learning theory for the digital age. Disponible en: [https://jotamac.typepad.com/jotamacs\\_weblog/files/Connectivism.pdf](https://jotamac.typepad.com/jotamacs_weblog/files/Connectivism.pdf) (fecha de acceso 3/08/2018).
- Sitter, K. (2017). Taking a closer look at photovoice as a participatory action research method. *Journal of Progressive Human Services*, 28 (1), 36-48.

- Smidt-Jensen, S., Kytt, C. B., & Winther, L. (2009). The geography of the experience economy in Denmark: Employment change and location dynamics in attendance-based experience industries. *European Planning Studies*, 17 (6), 847-862.
- Smith, S., & Godbey, G. (1991). Leisure, recreation and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18 (1), 85-100.
- Snel, A. (2011). For the love of experience. Changing the Experience Economy discourse. Doctoral dissertation, University of Amsterdam, Amsterdam. Disponible en: <https://dare.uva.nl/search?identifier=cea6329e-e58f-4dff-8ab9-4a5e6b2b1c9f> (fecha de acceso 21/05/2020).
- Snape, D., & Spencer, L. (2003). The Foundations of Qualitative Research. In: J. Ritchie & J. Lewis, *Qualitative Research*, (pp. 1-23). Thousand Oaks: SAGE.
- Song, H. J., Ahn, Y. J., & Lee, C. K. (2014). Examining relationships among Expo experiences, service quality, satisfaction, and the effect of the Expo: The case of the Expo 2012 Yeosu Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20 (11), 1266-1285.
- Sperstad, J., & Cecil, A.K. (2011). Changing Paradigm of Meeting Management: What does this mean for academia? *Journal of Convention & Event Tourism*, 12 (4), 313-324.
- Stamboulis, Y., & Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24 (1), 35-43.
- Sundari, I., Swathika, M., Nivetha, V., & Megala, L. (2016). E-Blended Learning Using Web Technology. *International Journal of Advanced Research Trends in Engineering and Technology (IJARTET)*, 3 (12), 56 -59.
- Thomas, R., & Wood, E. (2004) Event-Based Tourism: A survey of local authority strategies in the UK. *Local Governance*, 29 (2), 127-136.
- Thorne, K. (2003). *Blended Learning: How to integrate Online & Traditional Learning*. London, UK: Kogan Page Limited.
- Torkildsen, G. (2005). *Leisure and Recreation Management*. New York: Routledge.
- Traphagan, T., Kucsera, J.V., & Kishi, K. (2010). Impact of class lecture webcasting on attendance and learning. *Educational Technology Research and Development*, 58 (1), 19-37.
- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38 (4), 1367–1386.
- Vallés, M. S. (2009). *Entrevistas Cualitativas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Vanneste, M. (2008). *Meeting architecture, a manifesto*. Turnhout: Meeting Support Institute.
- Vanneste, M. (2018). *Multi-Hub Meetings: When Groups Meet Group*. Turnhout: Meeting Support Institute.

- Walls, A. R., Okumus, F., Wang, Y., & Kwun, D. J.W. (2011). An epistemological view of consumer experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 30 (1), 10-21.
- Weiss, R. S. (1994). *Learning from strangers: The art and method of qualitative interview studies*. New York: The Free Press.
- Wiegerink, K., & Peelen, E. (2010). *Eventmarketing*. Benelux: Pearson.
- Winterich, K. P., & Haws, K. L. (2011). Helpful hopefulness: The effect of future positive emotions on consumption. *Journal of Consumer Research*, 38 (3), 505-524.
- Wolf, M. J. (1999). *The Entertainment Economy: How media forces are Transforming our Lives*. New York: Times Books, Random House.
- Wood, E. H. (2015). *How we think we felt: The importance of recollected experience and how to capture it*. In: *The Festival and Event Experience*. (24) 127-151. Leisure Studies Association.
- World Leisure Organization. (2020). *About us*. <https://www.worldleisure.org/about-us/> (fecha de acceso (23/01/2020)).
- Yin, R. K. (2009). *Case Study Research Design and Methods*. United Kingdom: SAGE.
- Ziakas, V., & Boukas, N. (2013). Extracting meanings of event tourist experiences: A phenomenological exploration of Limassol carnival. *Journal of Destination Marketing and Management*, 2 (2), 94-107.
- Zoumenou, V., Sigman-Grant, M., Coleman, G., Malekian, F., Zee, J. M. K; Fountain, B. J., & Marsh, A. (2015). Identifying Best Practices for an Interactive Webinar. *Journal of Family and Consumer Sciences*, 107 (2), 62-69.

## Anexos

### Anexo 1. Trayectoria investigadora

| Año  | Concepto  |
|------|---|
| 2017 | Presentación en congreso: AEME Conference 2017 – Cardiff Metropolitan University. Título de la presentación: <i>“Proposing a design thinking methodology in academic/profesional blended learning environments: extending the event experience over time and space”</i><br><br>Julio, 2017. Cardiff, Reino Unido.   |
| 2017 | Estancia internacional: Breda University of Applied Sciences.<br><br>Septiembre - Diciembre, 2017. Países Bajos.  |
| 2017 | Revisión libro: “Multihub Meetings”. Escrito por Maarten Vanneste y editado por Meeting Design Institute. Octubre, 2017.  |
| 2018 | Participación y representación a diferentes niveles en los estudios de caso y actividades relacionadas con ellos:<br><br>Estudio de caso 1 - Fresh 18 Conference (Basilea, Suiza). Marzo, 2018.<br>Estudio de caso 2 - Digital Strategy Bootcamp (Calgary, Canadá). Julio, 2018.<br>Estudio de caso 3 - 2018 Douglas Ribeiro da Silva International Field School (São Paulo, Brasil). Agosto, 2018. |
| 2020 | Autora principal y en colaboración con la Dra. María Jesús Monteagudo y la Dra. Marisa P. de Brito <i>“Blended learning for an educational event in a leisure context: impact on the participants’ experience”</i> para <i>World Leisure Journal</i> .  |

## Anexo 2. Protocolos de entrevista

| <b>1. Interview topic guide and questions developed for organisers, designers and experts that have extended knowledge and experience in organising virtual, blended and hybrid learning environments.</b> |   |
|--|---|
| <b>TOPIC LIST</b>  | <b>Mapping/ Mining Questions – Opening Questions</b>  |
| <b>EXPERTISE</b>   | Would you be so kind to tell me what is your expertise and experience with blended and online learning formats and applications?  |
| <b>IMPACT</b>  | <p>Do you think that blended and online learning environments can impact on participants (learning) experience?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Do you see this happening in a specific/particular way? How?</li> </ul> <p><b>Specific questions for each case study depending on the interviewee relationship:</b></p> <p><u>Fresh Conference 2018 – Initiate Interaction:</u><br/>How did you see this happening specifically when you designed FRESH18 – Initiate Interaction? What were you thinking about when designing the programme and the specific sessions (spider session/ bulldog session,...)</p> <p><u>Digital Event Strategy Bootcamp:</u><br/>What were the designing elements/factors that you considered when building the online/onsite programme (also speakers) of the Digital Event Strategy Bootcamp? How do you think that preparation of the online content helped the participants on the onsite gathering, and towards the exam preparation?</p> <p><u>International Field School 2018:</u><br/>In which sense do you think that the online platform helped the students to understand and work on the materials and case studies as their field work?</p> |
| <b>VALUE AND PARTICIPANT'S EXPERIENCE</b>  | <p>Do you think that blended learning/online components are adding value or hampers to the “face-to-face” participant learning and experience?</p> <p>If YES – In which sense do you think this is happening?</p> <p>If NO – Why do you think that?</p>   |
| <b>ROLE</b>  | <p>What do you think is the role of the information technologies on this blended and online learning paradigm in educational events?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Do you see any particular challenges?<br/>If yes, how do you see impacting the participants (learning) experience?</li> <li>- Do you see any particular opportunities?<br/>If yes, how do you see impacting in the participants (learning) experience?</li> </ul>   |
| <b>TRENDS AND FUTURE</b>   | How do you see that information technologies and online and blended learning practices are evolving in the future on educational events (learning experience in blended and online formats)? Any trends that you see coming up?   |
| <b>(Open question)</b>   | Any other thoughts/opinions that you would like to share on this matter? Maybe as final conclusion?   |

**2. Topic guide and questions developed for professionals and scholars that have knowledge and have experienced virtual, blended and hybrid learning environments, that are applicable for meeting design experience.**

| <b>TOPIC LIST</b>                        | <b>Mapping/ Mining Questions – Opening Questions</b>  |
|--|---|
| <b>EXPERTISE</b>                         | Would you be so kind to tell me what is your expertise and experience with blended/hybrid learning and its environments?  |
| <b>IMPACT</b>                            | Do you think that Blended-Hybrid learning environments can impact on students/participants (learning) experience?<br>- Do you see this happening in a specific/particular way?                      |
| <b>VALUE // PARTICIPANT'S EXPERIENCE</b> | Do you think that blended/hybrid learning components are adding value or hampers to the participant experience?<br>If YES – In which sense do you this happening?<br>If NO – Why do you think that? |
| <b>ROLE</b>                              | What do you think is the role of the information technologies on this paradigm (blended learning)<br><br>- Do you see any particular challenges?<br>- Do you see any particular opportunities?      |
| <b>TRENDS AND FUTURE</b>                 | How do you see that information technologies and practices are evolving in the future for this matter? Any trends that you see coming up?   |
| <b>(Final open question)</b>             | Any other thoughts/opinions that you would like to share in this matter? Maybe as final conclusion?   |

**3. Interview topic guide developed for the participant-students that took part at the World Leisure International Field School 2018 in Sao Paulo.**

| <p style="text-align: center;"><b>TOPIC LIST</b></p>   | <p style="text-align: center;"><b>Mapping/ Mining Questions – Opening Questions</b></p>   |
|--|---|
| <p style="text-align: center;"><b>EXPERIENCE</b></p> <p style="text-align: center;">To Measure:<br/>Affective engagement<br/>Cognitive engagement<br/>Physical engagement<br/>Experiencing novelty</p> | <p>What has been your overall experience at the Field School 2018 in Sao Paulo, Brazil? (Learning experience, personal experience, new connections)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. What motivated you to participate in the the Field School 2018 in Sao Paulo, Brazil?</b><br/>Probe: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is this the first time you travel to another country? If not, tell me about your previous travel experience.</li> <li>- Is this the first time you have participated in a study abroad program? If so, why did you choose this one?</li> <li>- If not, tell me about your previous study/learning abroad experience.</li> </ul> </li> <li><b>2. What are your most memorable experiences from participating in the Field School program? Can you tell me about them and why they are memorable?</b><br/>Probe: <ul style="list-style-type: none"> <li>- When, where, whom, what?</li> <li>- Why is this experience memorable to you?</li> <li>- What effect has/have these experiences had on you?</li> </ul> </li> <li><b>3. Were there any events that made you feel uncomfortable/stressful? If yes, could you tell me what happened and how you dealt with it? (Psychological adaptation)</b></li> </ol> <p><b>Experiential learning through the Field School</b></p> <p><b>2018 Questions about the Program</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. What have you learned from participating in the Field School 2018?</b><br/><br/>Probe:</li> </ol> |

|                      |  |
|----------------------|--|
|                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Does it make you reflect on Brazilian culture?</li> <li>- How about behavioral changes? (Learning behavior and social norms; community development)</li> <li>- How about travel skills?</li> <li>- How about slum tourism/ community development?</li> </ul> <p><b>2. How did you learn the things you mentioned?</b></p> <p>Probe: (Experiential learning theory: Observation, reflection, conceptualization, experimentation)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- What did you notice? (Observation)</li> <li>- What do you think about it? (Reflection)</li> <li>- What does it mean? (Conceptualization)</li> <li>- With such new understanding in mind, what did you do accordingly? (Experimentation)</li> </ul> <p><b>3. How did the different parts of the program work together and influence your learning? Which part do you think facilitated your learning? Which part do you think impeded your learning?</b></p> <p>Probe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- How about the readings?</li> <li>- How about the lecturers from local guides?</li> <li>- How about the field trips?</li> <li>- How about the homestay?</li> </ul> |
| <p><b>IMPACT</b></p> | <p>Do you think that this experience will have some impact in your professional and/or personal life in the future? If yes, how?</p> <p><b>4. Since the theme of the program was about sustainability, how did the different parts of the program influence your learning about sustainability?</b></p> <p>Probe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- What is your understanding of slum tourism /community development after the program?</li> </ul> <p><b>5. How would you describe your preferred learning style?</b></p> <p>Probe</p>   |

|   |  |
|---|--|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- What is your preferred learning style in school?</li> <li>- What is your preferred learning style during study abroad?</li> <li>- Did your learning style change?</li> </ul>  |
| <p style="text-align: center;"><b>eLearning Platform</b></p> <p><b>VALUE / PARTICIPANT'S EXPERIENCE</b></p> | <p>Would you be so kind to tell me what is your previous experience with digital/blended learning platforms?</p> <p>Did you use the Moodle eLearning platform?<br/>If yes, what was your experience?<br/>If not, why not?</p> <p>Do you think that the eLearning platform materials help you somehow for the Field School experience?</p> <p style="padding-left: 40px;">If YES – How?<br/>If NOT – Why do you think that?</p> <p>What did you like about the eLearning platform?<br/>Anything that you did not like?</p> <p>What are the <b>barriers and challenges</b> you have encounter or you think they have these kind of platforms?<br/>What are the <b>facilitators and opportunities</b> you feel about these eLearning platforms are giving to students?</p> <p>Do you think they can help in any other way? If yes, how?</p> |
| <p><b>(Final open question)</b></p>   | <p>Any other thoughts/opinions that you would like to share on this matter as final notes?</p>   |

### Anexo 3.

#### Entrevistas en profundidad

| Type of Participant          | Case Study                | Nationality |
|------------------------------|---------------------------|-------------|
| Expert 1 - Scholar           | Independent               | Dutch       |
| Expert 2                     | Fresh Conference          | Belgian     |
| Expert 3                     | Independent               | Swiss       |
| Expert 4                     | Independent               | Italian     |
| Expert 5                     | Digital Strategy Bootcamp | American    |
| Expert 6                     | Digital Strategy Bootcamp | American    |
| Expert 7– Scholar            | Field School              | Canadian    |
| Professional participant - 1 | DES                       | Portuguese  |
| Professional participant - 2 | DES                       | Canadian    |
| Professional participant - 3 | Fresh Confence            | Austrian    |
| Professional participant - 4 | Fresh Confence            | Swiss       |
| Participant - 1              | Field school              | New Zealand |
| Participant - 2              | Field school              | Canadian    |
| Participant - 3              | Field school              | Brasilian   |
| Participant - 4              | Field school              | Spanish     |
| Participant - 5              | Field school              | Brasilian   |
| Participant - 6              | Field school              | Chinese     |
| Participant - 7              | Field school              | Mexican     |
| Participant - 8              | Field school              | Dutch       |
| Participant - 9              | Field school              | Canadian    |
| Extra - educator             | Field school              | Brasilian   |
| Extra - educator             | Field school              | Brasilian   |
| Extra - homestay             | Field school              | Brasilian   |