

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA  
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

**ARTHUR SOVINSKI SCHEUER**

**A PARTICIPAÇÃO DO TURISMÓLOGO EM EVENTOS: ESTUDO SOBRE O  
EVENTO IV ENCONTRO PARANAENSE DE BIBLIOTECÁRIOS**

**PONTA GROSSA  
2018**

**ARTHUR SOVINSKI SCHEUER**

**A PARTICIPAÇÃO DO TURISMÓLOGO EM EVENTOS: ESTUDO SOBRE O  
EVENTO IV ENCONTRO PARANAENSE DE BIBLIOTECÁRIOS**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para do título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, departamento de Turismo.  
Orientadora Prof.<sup>a</sup> Dr. Rubia Gisele Tramontin Mascarenhas.

**PONTA GROSSA**

**2018**

ARTHUR SOVINSKI SCHEUER

**A PARTICIPAÇÃO DO TURISMÓLOGO EM EVENTOS: ESTUDO SOBRE O  
EVENTO IV ENCONTRO PARANAENSE DE BIBLIOTECÁRIOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de Bacharelado em Turismo, na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Setor de Ciências Sociais Aplicadas.

Ponta Grossa, 12 de novembro de 2018

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Rúbia Gisele Tramontin Mascarenhas - Orientadora**  
Doutorado em Geografia Universidade Federal do Paraná

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Mirna De Lima Medeiros**  
Doutorado em Administração de Organizações Universidade de São Paulo

**Prof<sup>a</sup>. Ma. Larissa Mongruel Martins de Lara**  
Doutorado em andamento em Administração

Dedico este trabalho primeiramente aos meus pais que me deram suporte e incentivo durante minha vida acadêmica, aos meus colegas, amigos e professores do Curso de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a minha Orientadora Professora Doutora Rúbia Gisele Tramontin Mascarenhas, por todo o ensinamento e paciência durante o processo deste trabalho e vida acadêmica dentro do curso de Turismo.

Aos meus colegas do curso de Turismo.

Agradeço também a todos os professores que me auxiliaram e compartilharam seus conhecimentos durante toda a vida acadêmica.

Por fim, agradeço meus pais por todo apoio e incentivo prestados durante toda minha vida.

## RESUMO

No turismo existem diversos serviços que envolvem pessoas e lugares, dentre eles, os eventos científicos, sendo classificado como congressos, convenções, assembleias, simpósios, seminários, reuniões, ciclos, sínodos, concílios, feiras, festivais e encontros. As empresas públicas e privadas, vêm de maneira para obter mais relações, o marketing e a comunicação entram como forma de divulgação dentro de mídias sociais. Para as atividades de supervisão e planejamento o turismólogo tem a responsabilidade de planejar e supervisionar todas suas fases, mantendo a hospitalidade de maneira a obter mais oportunidades para novas edições, trazendo investimentos para a região. O presente estudo de caso sobre o IV Encontro Paranaense de Bibliotecários foi a base para demonstrar a participação do turismólogo no planejamento e execução de eventos. Utilizando a metodologia qualitativa para analisar os relatórios prestados pelos organizadores, foi vista a ligação entre redes sociais, marketing, hospitalidade e nos eventos e a relação do profissional de turismo. O evento teve 242 participantes, sendo estes acadêmicos, professores e profissionais da área, contando com palestras, workshops, coffee break, etc. No evento verificou a participação de uma turismóloga formada e acadêmicos da UEPG de diferentes períodos que auxiliaram no planejamento e organização do evento. Chegou à conclusão que a participação do turismólogo nas fases do evento foi de suma importância para a sua realização. O trabalho se mostra importante para as próximas edições do evento visto que busca sua descrição e apontamentos observados na participação do turismólogo em seu planejamento e organização.

**Palavras-Chave:** Turismo de Eventos, Hospitalidade, Turismólogo

## **ABSTRACT**

In tourism there are several services that involve people and places, among them, scientific events, being classified as congresses, conventions, meetings, symposia, seminars, meetings, cycles, synods, councils, fairs, festivals and meetings. Public and private companies come in a way to get more relationships, marketing and communication enter as a way to spread within social media. For supervision and planning activities, tourism has the responsibility to plan and supervise all phases, keeping hospitality in order to obtain more opportunities for new editions, bringing investments to the region. The present case study on the IV Paraná Encounter of Librarians was the basis for demonstrating the participation of turismologists in the planning and execution of events. Using the qualitative-quantitative methodology to analyze the reports provided by the organizers, it was seen the connection between social networks, marketing, hospitality and events and the relationship of the tourism professional. The event had 242 participants, being these academics, professors and professionals of the area, counting on lectures, workshops, coffee break, etc. At the event, the participation of a trained touristician and UEPG academics from different periods that helped in the planning and organization of the event was verified. It came to the conclusion that the participation of the turismologist in the phases of the event was of great importance for its accomplishment. The work is important for the next editions of the event since it seeks its description and notes observed in the participation of turismólogo in its planning and organization.

**Key words:** Event Tourism, Hospitality, Tourism

## LISTA DE FOTOS

Foto 01: Cerimônia de abertura do evento.....	30
Foto 02: Visão geral dos participantes.....	31



## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Origem dos participantes do evento: .....	34
Gráfico 2: Gastos diários dos respondentes:.....	35
Gráfico 3: Avaliação do evento pelos respondentes .....	35
Gráfico 4: Avaliação do local do evento pelos respondentes .....	36

## LISTA DE IMAGENS

Imagem 01: Logo oficial do evento.....	35
--	----

## LISTA DE QUADROS

Quadro 5: Caracterização de eventos.....	19
Quadro 1: Atividades de concepção de eventos.....	20
Quadro 2: Atividades de pré-evento.....	21
Quadro 3: Atividades de eventos.....	21
Quadro 4: Atividades de pós-eventos.....	22
Quadro 6: Objetivos do trabalho.....	28
Quadro 7: Resultados do trabalho.....	40

## LISTA DE ABREVIATURAS

BICEN	Biblioteca Central Professor Faris Michaelle
FAUEPG	Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Institucional, Científico e Tecnológico da Universidade Estadual de Ponta Grossa.
FUMTUR	Fundação Municipal de Turismo
NUPEPES	Núcleo de Estudos, Pesquisa e Extensão em Pedagogia, Pedagogia Social e Educação Social.
UEPG	Universidade Estadual de Ponta Grossa

## SUMÁRIO

<b>1 Introdução</b> .....	14
<b>2 Referencial Teórico</b> .....	16
2.1 Turismo de eventos.....	16
2.1.1 Eventos Científicos .....	19
2.2 Comunicação em eventos.....	23
2.3 Hospitalidade e Alimentação.....	25
<b>3 Materiais e Métodos</b> .....	27
<b>4 Resultados e Discussões</b> .....	30
4.1 A Instituição .....	30
4.2 Descrição do Evento .....	32
4.3 Panorama dos Participantes .....	33
4.4 Comunicação .....	36
4.5 Alimentação e Hospitalidade.....	37
4.6 Apontamentos sobre o evento .....	38
<b>5 Considerações Finais</b> .....	40
<b>6. Referências Bibliográficas</b> .....	42

## 1 Introdução

O presente trabalho apresenta as fases dos eventos científicos e a participação do turismólogo durante o planejamento e execução, através do estudo de caso do IV Encontro Paranaense de Bibliotecários sediado pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e realizado pela Biblioteca Central Professor Faris Michaele (BICEN).

O turismo desenvolve atividades com pessoas e lugares de diferentes campos, como planejamento, agenciamento, hotelaria, gastronomia, entre outros. Dentre as áreas envolvidas dentro do turismo se destaca os eventos científicos. Os eventos segundo Spieker (2010) podem ser classificados em: excursões, desfiles, eventos técnicos e científicos, exposições, programas de visitas, encontros de convivência, e sua nomenclatura traz características e objetivos nas quais empresas públicas e privadas as desenvolvem, de forma para obter mais negócios, publicidade e público para seu crescimento. Os eventos são fonte de busca de conhecimento, unindo os profissionais de suas áreas para transmitir saberes e informações de interesse comum aos participantes, segundo Campello (2010) os eventos científicos podem desempenhar diversas funções, como o aperfeiçoamento de trabalhos científicos, pois durante o evento reflete o perfil de seus membros, além de uma análise geral de sua estrutura.

O turismólogo, quando empregado a essa função tem a responsabilidade de planejar, organizar e supervisionar todas as fases, e seus participantes. Sendo assim a participação do turismólogo para um direcionamento do evento com relação as demais atividades e ações se faz necessário no evento. Pode verificar que diversos espaços pelo mundo buscam uma valorização de seus serviços. Na grade curricular do curso de Turismo, apresenta a disciplina de Organização e Planejamento de Eventos, cuja ementa compreende que os alunos aprendem como planejar e executar um evento.

No encontro de bibliotecários foi possível identificar a participação de turismólogos formados e também em formação, nas fases de planejamento e

execução, visto de uma demanda. O presente trabalho busca demonstrar a participação do turismólogo no planejamento e execução de eventos e expor a perspectiva do participante e dos envolvidos no trabalho.

Este trabalho dividiu-se em etapas buscando descrever o evento, partindo disso teve a seguinte pergunta problema: Qual a importância do turismólogo na organização de eventos científicos?

Diante desta indagação, delineou-se como objetivo geral: Analisar a participação do turismólogo no evento dos bibliotecários. Assim, foram definidos quatro objetivos específicos: Descrever as etapas do evento de Bibliotecários; Compreender a hospitalidade do evento; verificar a comunicação do evento e uso das redes sociais; e demonstrar a importância do profissional de turismo em eventos científicos.

A Metodologia utilizada foi quali-quantitativa em análise dos questionários do evento prestados pela biblioteca e empresas particulares, entrelaçado com a pesquisa bibliográfica para levantamento de dados.

O trabalho foi organizado em diferentes seções, a primeira contempla o referencial teórico, considerando assuntos de Turismo de eventos com base nos autores de Brito e Fontes (2002) e Canton (2009), eventos científicos para Campello (2000) e Zanella (2004), hospitalidade Gotman (2001) e Gândara e Mascarenhas (2010), e comunicação Heringer e Dória (2012) e Barreto (2008), Gastronomia Maciel (2004) e Gândara (2012). Em seguida são expostas as escolhas da metodologia e expostos os resultados e discussões do trabalho. Por fim são apresentadas as considerações finais, e as referências bibliográficas.

## 2 Referencial Teórico

### 2.1 Turismo de eventos

O turismo é o deslocamento das pessoas de seus lugares para permanecer temporariamente em outro, pelos mais variados motivos, dentre as definições de turismo propostas pelos mais diferentes autores, uma delas apresentada por De La Torre (1997, p.19) que diz:

O turismo é um fenômeno que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupo de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultural ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Segundo a definição da Organização Mundial de Turismo (OMT, 2001, p.38), compreende “as atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”. As atividades de turismo podem ser apreciadas de diversas formas, como os eventos e ecoturismo, no qual podem fazer parte da atividade e trabalhar nela sem as restrições de permanência no local.

O turismo pode ser considerado uma atividade transformadora do espaço, uma que necessita a existência de uma organização dentro do setor que promove viagens e beneficia os locais receptores, pelos quais utiliza e pelos resultados que produz (BARBOSA, 2005, p.108).

Uma atividade que não consome os recursos naturais, mas os aproveita de forma que introduz mão de obra, investimentos dos setores públicos e privados. Dentre os diversos tipos de turismo que existem:

Uma vez que as necessidades dos indivíduos foram se modificando, e a busca por novas fontes de lazer foram se intensificando, o turismo também aumentou a sua gama de opções, oferecendo hoje diversos tipos de turismos, para satisfazer as diversas motivações que levam as pessoas a se deslocarem do seu local de origem à procura deste lazer (ORIONI, 2007, p.16).

Eventos são uma parte do turismo que considera os critérios das atividades turísticas, elaborando multiplicadores, criam imagens positivas para as cidades,



impactando a renda e o *trade* turístico, por meio de estudos dos profissionais da área. Para Brito e Fontes (2002) o turismo é um segmento que cuida dos vários tipos de eventos, que são realizados dentro de um mercado amplo e diverso. Para os autores, o turismo de eventos proporciona aos grupos a troca de informações e debates com relações sociais, culturais e industriais no mesmo tempo do deslocamento e visitação.

De acordo com Matias (2002), os eventos simbolizam um impulso para a economia de um município, no qual gera um grande movimento nos setores da economia, o que ocasiona maior lucro, e empregos para a população local. Estes segmentos possibilitam o desenvolvimento de infraestruturas e a capacitação de profissionais, com o turismólogo que recebe a responsabilidade de auxiliar no planejamento e construção de todas as fases de um evento.

Canton (2009) menciona que os eventos como produto turístico se sujeitam as limitações dos processos produtivos, que buscam trazer o máximo de lucros e resultados benéficos aos locais de realização, e ainda que mobiliza os agentes econômicos das regiões em que estão inseridos e diferentes prestadores de serviços. Para o autor, o governo e as iniciativas privadas visam o mercado de eventos para acelerar os aumentos dos visitantes, período de permanência, e gastos médios, ainda segundo o autor:

Os preços locais agregados aos custos intrínsecos do próprio evento são relevantes no resultado final, gerando o binômio de decisão: qualidade e preço. No item qualidade, inserem todos os componentes e subcomponentes do núcleo (CANTON, 2009, p.199).

Segundo relatório do Ministério do Turismo (2018) ano de 2017, 15,6% das pessoas tiveram como motivação principal negócios, viagem e convenções dentro no Brasil. Pode classificar os eventos científicos, segundo Coutinho (2010) as modalidades mais utilizadas são:

- Congresso - é promovido por instituições que representam os profissionais de suas áreas. Caracteriza-se como evento de grande porte, sazonal, sendo utilizados processos metodológicos, como debates, cursos e mesas redondas.
- Seminários - tem como objetivo a transmissão, atualização e debate, dos conhecimentos e técnicas centrados num tema básico. É realizada com a

exposição, discussão e conclusão do assunto pelos participantes em formas de grupos.

- Conferência - é a explanação de um assunto de conhecimento do conferencista, com questionamento da plateia com objetivo de aprofundar sobre um tema.
- Simpósio - onde duas ou mais pessoas, através de um assunto de conhecimento qualificado, sob direção de um coordenador, apresenta um tema de sua especialidade, o apresentando, e em formas de ponto de vista diferentes discutindo.
- Mesa-redonda - especialistas com posições contraditórias a respeito de um tema discutem em meio a um auditório e moderador.
- Fórum - promovida por grupos da comunidade, destinada à interesse coletivo, de determinada classe ou categoria profissional através de debates.
- Jornada - profissionais de determinada área de conhecimento, buscando o tratamento prático de determinado assunto, mediante demonstração.
- Debate - Uma discussão entre duas pessoas ou mais que defendem pontos de vista sobre um tema.
- Encontro - pessoas da mesma categoria profissional discutir temas atuais em suas áreas de atuação, tem como objetivo discutir vários aspectos de um ou mais assuntos, geralmente a duração do encontro pode variar de um a dois dias, com duração média de oito horas, cada.
- Palestra - é expor um assunto geralmente educativo para um público não muito grande, com questionamentos.
- Feira - é uma iniciativa de uma ou várias empresas que se associam para promover seus produtos e serviços visando à comercialização.
- Exposição - colocando-se à disposição do público visitante para informações. Diferente da feira por ser um evento mais informativo.
- Salão – Com o intuito de promover, divulgar e informar sobre produtos, gerando uma imagem positiva para a empresa.

Essas tipologias citadas podem ter diversos temas para numerosos públicos, pode se destacar dentro dos eventos científicos, os encontros, que se caracteriza o IV Encontro Paranaense de Bibliotecários, aqui estudado.

### 2.1.1 Eventos Científicos

Os eventos científicos auxiliam o amadurecimento e a discussão sobre os mais diversos assuntos, além de ser um catalisador para inovações, através de debates e trabalhos apresentados. É o caso do Encontro de Bibliotecários que teve como objetivo central de discutir as práticas e trocar experiência de ensino sobre a biblioteconomia, com alunos e profissionais da área. Para Campello (2000, p. 59) os eventos científicos são como forma de aperfeiçoamento de trabalhos, que desempenham um papel de melhoramento e oferecem aos participantes a oportunidade de se comunicarem pessoalmente com seus pares para troca de informações sobre projetos, o planejamento de trabalhos conjuntos, e oportunidade. Segundo Zanella (2004), os eventos são reuniões realizadas por um grupo de pessoas ou empresas em locais e datas definidos, tendo como objetivo de estabelecer contatos de natureza comercial. Por sua vez, são encontros programados e organizados como congressos, exposições e feiras:

[...] e os impactos exercidos por este segmento ao mercado turístico para que o profissional envolvido na confecção e até mesmo na execução de um projeto de evento saiba fazê-lo de maneira a alcançar os objetivos de seu pleito, ou seja, que possa realizar todas as etapas compreendidas num evento para que esse seja um sucesso, gerando impactos positivos perante a comunidade ou meio onde está inserido (SANTOS, 2010, p.1).

O profissional do evento estuda sobre o assunto para poder entender a essência e o motivo pelo qual um evento é realizado, assim o desenvolvendo de forma mais concisa ao seu contexto. Em questão da caracterização dos eventos:

Quadro 1: Caracterização de eventos

<b>Resumo da caracterização dos eventos</b>	
Quanto ao porte	Pequeno – Evento com número de até 200 participantes. Médio – Evento com número de participantes estimado entre 200 e 500. Grande – Evento com 500 participantes até 5.000. Megaevento – Evento acima de 5.000.
Quanto à data de realização	Fixa – Evento com data de realização invariável, de acordo com as comemorações cívicas, religiosas e outras. Realiza-se, anualmente, no mesmo dia, com periodicidade determinada. Móvel – Evento que sempre se realiza, porém em data variável, segundo o calendário ou os interesses da organização promotora. Esporádica – Evento de realização temporária, que acontece em função de fatos extraordinários, porém previstos e programados.

Quanto ao perfil dos participante	<p>Geral – Evento organizado para uma clientela em aberto, limitada apenas em função da capacidade do local de realização.</p> <p>Dirigido – Evento restrito a público que possui afinidades com o tema.</p> <p>De modo geral se subdivide em grupos de interesses diversificados</p> <p>Especifico– Evento realizado para público claramente definido pela identidade de interesse pelo assunto.</p>
-----------------------------------	---

Fonte: Adaptado de Coutinho (2010)

O quadro 05 mostra que os eventos são divididos além de suas características como tipologia, mas também quanto a seu porte e datas de realização. A globalização e o crescimento das transações de caráter comercial são alguns dos fatores que configuraram a realização dos eventos científicos com finalidades e interesses diversos.

Existem vários tipos de eventos, cuja denominação e função dependem de seus objetivos, dentre eles há o congresso, que segundo Campello (2000) é um evento de grandes proporções, de âmbito nacional ou internacional, que dura normalmente uma semana e reúne participantes de uma comunidade científica ou profissional ampla. A composição de atividades de um congresso pode ser palestras, conversas, painéis, plenários, conexos aos objetivos e temas do evento.

Simpósio, jornada, seminário, colóquio, fórum, reunião, encontro são denominações dadas a eventos científicos de âmbito menor que o do congresso, tanto em termos de duração, quanto de número de participantes, cobrindo campos de conhecimento mais especializados (CAMPELLO, 2000, p.58).

Os encontros são eventos científicos mais especializados em seus temas, porém de menor porte que um congresso, mas sua principal característica é a organização, que é dividida em quatro fases:

A primeira fase é a concepção, que segundo Zanella (2004) onde à construção do evento, sendo assim um processo decisivo, nessa fase são realizadas as atividades descritas no quadro 1.

Quadro 2: Atividades de concepção de eventos

<b>Resumo das atividades de concepção</b>	
Serviços iniciais	<p>Identificação dos objetivos (geral e específicos);</p> <p>Coleta de informações sobre os participantes, patrocinadores, entidades em potencial;</p> <p>Reconhecimento das necessidades do evento;</p> <p>Elaboração de alternativas para atender as suas necessidades;</p>

Serviços de secretaria	Listagem dos resultados desejados; Estimativas econômica e técnica; Estimativas de tempo e recursos necessários; Estabelecer diretrizes; Elaboração dos contornos dos projetos
------------------------	--

Fonte: Adaptado Matias (2004)

Zanella (2004) menciona como segunda fase o “pré-evento”, sendo esta: o planejamento que é o elemento fundamental no processo de organização de evento. É a fase decisiva, na qual estão inseridos a coordenação e o controle financeiro e social do evento.

Quadro 3: Atividades de pré-evento

<b>Resumo das atividades de pré-evento</b>	
Serviços iniciais	Identificar os órgãos, entidades e empresas com interesses voltados à execução do evento para fornecer patrocínio; Levantar os nomes e confirmar a presença dos convidados, conferencistas, autoridades; Definir a responsabilidade de todos os profissionais e prestadores de serviço envolvidos nas fases do pré-evento, per ou transverso e pós-evento;
Serviços de secretaria	Tomada de preço e confecção de material administrativo necessário ao evento; Controle e arquivo da correspondência recebida e expedida; Remessa de circulares e cartas informativas para os participantes potenciais e outros; Recebimento, controle e classificação dos trabalhos a serem apresentados. Recebimento, controle e confirmação das inscrições e adesões; Criação e execução de fluxograma de informações.
Detalhamento do projeto	Elaboração do pré-projeto para a organização do evento é o passo inicial, porque apresenta, em linhas gerais, a ideia do que se pretende realizar. Mas, para concretizar a ideia, é necessário que o pré-projeto seja detalhado, transformando-se no projeto do evento.

Fonte: Adaptado de Matias (2004)

A terceira fase é classificada como evento, Zanella (2004) menciona esta como o grande momento do evento, onde se concentram todas as atenções. A execução do evento com base em todos os planejamentos e construção.

Quadro 4: Atividades de eventos

<b>Resumo das atividades de evento</b>	
Serviços iniciais	Coordenação de pessoal encarregado; Recepção dos convidados; Recebimento de material do <i>coffee break</i> Atender e apoiar os plenários; Efetivas as inscrições;
Serviços de secretaria	Controle de entrada e saída de pessoal; Execução das atividades propostas; Entrega de material auxiliar;

	Supervisionar os serviços oferecidos;
--	---------------------------------------

Fonte: adaptado Matias (2004)

Durante o evento é aplicada as determinações previstas no planejamento, com o auxílio do *Checklist*, assim seguindo o cronograma já estabelecido. Por fim Zanella (2004), define os pós eventos: Nessa fase, pretende-se, através de um conjunto de iniciativas, perdurar no público-alvo a memória do evento e o interesse pela atividade e por uma avaliação do que foi realizado.

Quadro 5: Atividades de pós-eventos

Resumo das atividades de pós-evento	
Serviços iniciais	Formulários de procedimentos; <i>Checklist</i> ; Relatórios das atividades; Questionários de avaliação dos participantes;
Serviços de secretaria	Preparar relatório final das atividades; Publicação dos anais; Elaborar portfólio.

Fonte: Adaptado Matias (2004)

O quadro apresentado expõe as principais atividades realizadas durante o pós-evento, com a apuração dos dados dos questionários e prestação de relatórios ao evento de forma que tenha uma visão geral de todos os acontecimentos em cada uma das fases. Todas as fases mostram como operar em cada situação, apontado por Carneiro (1997):

Eventos são todos os acontecimentos previamente planejados, organizados e coordenados de forma a contemplar o maior número de pessoas em um mesmo espaço físico e temporal, com informações, medidas e projetos sobre uma ideia, ação ou produto, apresentando os diagnósticos de resultados e os meios mais eficazes para se atingir determinado objetivo. Pela própria definição, o evento vem se mostrando cada vez mais requisitado e, pela sua concepção estrutural e funcional, pressupõe ações cada vez mais complexas (CARNEIRO, 1997, p.65).

Uma serie de planejamentos e organizações devem ocorrer em uma determinada ordem, para assim atender o público interessado, além de incentivar uma próxima edição visando maior participação de pessoas.

Os eventos científicos com seu papel e importância segundo Lacerda (2008):

Os eventos científicos assumem um papel de grande importância no processo da comunicação científica na medida em que a transmissão de ideias e fatos novos chega ao conhecimento da comunidade científica de

maneira mais rápida que aquelas veiculadas pelos meios formais de comunicação (LACERDA, 2008, p.131).

Dessa forma o encontro de bibliotecários assumiu um importante papel em comunicação científica, por meio de links para a transmissão online das palestras por meio de redes sociais, que transmitiram informações sobre o evento, por meio de administração de empresas privadas.

## 2.2 Comunicação em eventos

A comunicação e o marketing em eventos surgem tentando estimular o consumo, reduzindo e oferecendo vantagens nos serviços com o auxílio das redes sociais. Segundo Heringer e Dória (2012) atualmente, com a variedade quase infinita de opções de produtos, serviços, preços e qualidade competitivos, oriundos dos avanços tecnológicos, as empresas que não desenvolverem diferenciais competitivos se veem fornecendo *commodities* ao mercado. Dessa forma os produtos, para os eventos são essenciais, para que possuam uma demanda de consumo e que se destaquem em relação aos outros similares ou futuros. Todos os participantes que criam muitas expectativas em relação ao produto ou serviço prestado sem mesmo ter um breve conhecimento da realidade da organização têm mais chances de ficarem insatisfeito, de mesma forma que os parceiros e prestadores de serviços.

O Marketing de Relacionamento entra com o objetivo de construir relações que atendam mutuamente as necessidades dos parceiros envolvidos: clientes, fornecedores, distribuidores, dentre outros, para a conquista e manutenção dos negócios (MCKENNA, 1999), nota-se que é necessário gerar uma relação de confiança com os clientes para obterem uma vantagem na concorrência.

Marketing de Relacionamento é “uma estratégia de marketing que visa construir uma relação duradoura entre cliente e fornecedor, baseada em confiança, colaboração, compromisso, parceria, investimentos e benefícios mútuos, resultando na otimização do retorno para a empresa e seus clientes”. (LIMEIRA in DIAS, 2003, p. 301)

O objetivo do *marketing* de relacionamento é manter o cliente por meio de sua confiança e segurança através do posicionamento e credibilidade da organização.

Esse tipo de relação é importante nos eventos científicos, pois mantém uma comunicação entre as empresas e potenciais investidores, além de criarem uma rede de contatos e relações de confiança e qualidade que poderá ser utilizada em outros eventos. O conceito desses programas envolve uma troca: a empresa oferece vantagens e benefícios a quem dá preferência a seus produtos e serviços (BOGMANN, 2002).

O marketing entra no meio de representar o que está sendo feito, e questionamentos, as redes sociais fornecem aos usuários uma maneira de comunicação com o evento de forma instantânea. De acordo com Goldberg (2001, p.41) “essas novas formas de comunicação, baseadas na internet, podem ter um impacto relevante na propagação de um produto por meio do marketing boca a boca”. O marketing como comunicação no mundo online se insere de forma de propagação de fotos e vídeos para seus usuários, as empresas viram essa oportunidade como forma de divulgar seus serviços e produtos. Nos meios de comunicação do encontro foram postados fotos e vídeos nos sites oficiais *Facebook*, *Sympla*, além de outras mídias, contando com acesso online as palestras. A comunicação online auxilia na transmissão de informações aos participantes, como páginas com conteúdo, *links* para assistir *online* o evento, e tirar dúvidas, contatos.

O crescimento do ciberespaço também provoca mudanças significativas no turismo mundial, tornando o acesso mais fácil e rápido as informações que o indivíduo precisa para planejar a sua viagem, desde a escolha do destino turístico, levantando preços, visita virtual a pontos turísticos, até a reserva online de hotéis, ou a compra de passagens aéreas pela *web*, além de outros serviços diretamente ligado à atividade do turismo (SILVA, 2007 apud FIGUEIREDO, 2009, p.527).

Nas redes é possível encontrar as informações sobre os locais além de terem abas específicas para os tipos de contato, serviços e informações, como taxas de inscrição, datas, apresentação de trabalhos, normas, além que tenha uma facilidade em obtenção da informação, a comunicação demonstra um querer receber bem os participantes. Desse modo o encontro de bibliotecários teve de criar sua identidade com base nas publicações para seu público alvo, além de manter um público por meio de transmissão online, e informações constantemente atualizadas. Também construir identidade do evento por meio da hospitalidade com os contatos dos participantes por meio da alimentação.



## 2.3 Hospitalidade e Alimentação

Segundo Gotman (2001), o termo hospitalidade refere-se ao relacionamento humano baseado no bem-receber, na ética e nos bons costumes, permitindo que tal relacionamento ultrapasse a interação imediata, assegurando a reciprocidade e a inclusão do outro em dada comunidade já existente. A hospitalidade é o ato de receber alguém que está vindo de fora e fazer com que se sinta parte do meio com suas vontades, e desejos emocionais. Os serviços de alimentação representam uma estrutura da hospitalidade, além da nutrição, bem como o ambiente e serviço, que transmitem diferentes motivações além de seu ambiente atual, para Gândara e Mascarenhas (2010, p.179-180), “a comida não apenas como fonte de satisfazer as necessidades fisiológicas, mas também de necessidades sociais e psicológicas”, necessidade do elemento humano nos serviços é um elemento fundamental no sistema de turismo, relevando os interesses, e tornando um serviço diferenciado, para eventos.

O acolhimento é um ato voluntário que introduz um recém-chegado, em uma localidade, e que o transforma em integrante desta comunidade, mas não se baseia inteiramente nas técnicas de atendimento, a hospitalidade é parte do ser humano, diferenciando-se por suas práticas sociais e culturais dependendo do meio ao qual está vinculado. Isto quer dizer que em cada sociedade pode-se ter distintas formas de hospitalidade, mas possuem como característica a alimentação. A hospitalidade torna-se um elemento fundamental dentro do turismo, bem como visto as diferentes funções que pessoas ocupam e interagem entre si, bem como a estrutura para o receptivo.

Eventos é trabalhar com pessoas, assim como a hospitalidade está envolvida, não apenas ser cordial com os participantes, mas sim fazê-lo parte do espaço em que está inserido, e uma dessas formas, é a alimentação que está diretamente ligada à hospitalidade, em eventos há diversos tipos de alimentação.

A alimentação tem um papel importante, sendo um diferencial para ser ofertado em experiências únicas:

A oferta turística de serviços de alimentação, item que faz parte da estada do turista, apresenta-se, portanto, como uma vantagem competitiva no desenvolvimento do turismo de uma localidade, podendo ser utilizada como

um diferencial passível de proporcionar experiências únicas para o turista, e assim tornar-se também um diferencial para sua comercialização (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p.25).

A uma oferta de alimentação nos eventos, uma forma de hospitalidade e um diferencial, que aproxima os participantes de forma que tenha maior interação entre eles. Segundo Ministério da Saúde (2016) as refeições nos eventos como os coffee breaks, jantares e almoço, promovem momentos para conversa e integração de novas pessoas demandando o convívio em um espaço agradável para a sua realização, junto ao prazer de comer em companhia, comidas saborosas e adequadas. Segundo Faith (2011) as pequenas indulgências e das aventuras do prazer, ou seja, que os consumidores demandariam pequenos prazeres ao longo do seu ciclo de vida como consumidor, escapadas emocionais para sair da rotina, buscando estímulos por meio do turismo e da alimentação.

A alimentação tem ligação com a sociabilidade e hospitalidade, pois depende da interação social, que segundo Maciel (2004):

[...] a alimentação refere-se a um conjunto de substâncias que uma pessoa ou um grupo costuma ingerir, implicando a produção e o consumo, técnicas e formas de provisão, de transformação e de ingestão de alimentos. Deste modo, a alimentação vai além do biológico, relacionando-se com o social e o cultural (MACIEL, 2004, p. 26 apud BASTOS: SANTOS, 2013, p.616-617).

Cada um dos apreciadores de comida e bebidas tem seu próprio círculo social, cultural e econômico para realizar seus desejos desenvolvidos com base em suas experiências e conhecimentos, Gândara (2012, p.183):

A formação social do paladar vincula-se contemporaneamente também ao significado simbólico atribuídos a bares, restaurantes e similares, justamente porque os consumidores também constroem suas preferências em relação à marca dos estabelecimentos.

O significado simbólico atribuído a alimentação segue padrões sociais dos indivíduos que os frequentam, adquirido por suas experiências de vida. As atividades atribuídas aos acadêmicos do curso de turismo para o encontro foram com relação à: prestação de informações, direções, entre outros; e nos serviços de *coffeebreak*, estando diretamente ligada a alimentação e ao receber bem durante o evento.

### 3 Materiais e Métodos

O presente trabalho trata-se de um estudo de caso, de metodologia quali-quantitativa e levantamento bibliográfico. Considerando-se o estudo de caso como um procedimento técnico de pesquisa, que para Triviños (2006, p.56), objetiva aprofundar a descrição de determinada realidade. Compreendendo a estratégia metodológica adotada para o desenvolvimento, pode-se dizer que o estudo de caso, na visão de Oliveira (2007, p. 55), “facilita a compreensão dos fenômenos sociais complexos e em geral se aplica com mais frequência às áreas de ciências humanas e sociais”. O estudo de caso é uma estratégia metodológica do tipo exploratório, descritivo e interpretativo, pode-se considerar este estudo classificando-o como descritivo, pois objetiva conhecer e interpretar a realidade sem nela interferir para modificá-la (GIL, 1999, p. 46).

O método do estudo de caso é um método das ciências sociais e, como outras estratégias, tem as suas vantagens e desvantagens que devem ser analisadas à luz do tipo de problema e questões a serem respondidas, do controle possível ao investigador sobre o real evento comportamental e o foco na atualidade, em contraste com o caráter do método histórico (BRESSAN, 2000).

As metodologias de pesquisa quali-quantitativa se complementam, em demonstrar a qualidade e a quantidade, que para Minayo (2000, p. 22), “O conjunto de dados quantitativos e qualitativos, porém, não se opõem, ao contrário, se complementam, pois, a realidade abrangida por eles interage dinamicamente, excluindo qualquer dicotomia”.

A pesquisa qualitativa, que se caracteriza em entrevistas abertas, observação dos participantes e assim costuma generalizar os resultados, técnicas e estatísticas de amostragem, aplicasse valores numéricos. Foram realizadas com base nessa análise a avaliação do encontro por meio dos participantes internos e externos, que por meio de questionários aplicados durante sua realização foi fundamental para seus aprimoramentos, esses questionários foram desenvolvidos pelo turismólogo responsável. O questionário aplicado online com os participantes, elaborado pela turismóloga Karen Lidiane Kobilarz tendo como base o formulário

fornecido pela Fundação Municipal de Turismo de Ponta Grossa, com adaptações para análise do evento.

A pesquisa quantitativa, visa a busca da quantificação dos resultados obtidos, que para Gressler (2003):

Caracteriza-se pela formulação de hipóteses, definições operacionais de variáveis, quantificação nas modalidades de coleta de dados e de informações, e utilização de tratamentos estatísticos. O modelo quantitativo estabelece hipóteses que exigem uma relação entre causa e efeito e apoia suas conclusões em dados estatísticos, comprovações e testes. Os critérios de cientificidade são a verificação, a demonstração, os testes e a lógica matemática. (GRESSLER, 2003, p.107)

Por meio da observação direta realizada durante o evento, foi possível obter informações operacionais e por meio de gráficos produzidos pelo relatório prestado.

Os métodos foram aplicados a pesquisa para chegar aos objetivos traçados, sendo estes expostos no quadro a seguir:

Quadro 6: Objetivos do trabalho

<b>Objetivo Geral</b>		
Analisar a participação do turismólogo no evento IV Encontro Paranaense de bibliotecários		
<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Ferramenta de Coleta</b>	<b>Motivo de Uso</b>
A) Descrever as etapas do evento	Pesquisa bibliográfica sobre turismo de eventos	Compreensão dos temas abordados durante a pesquisa
	Constituição de base teórica com base no evento	Possibilitando um confrontar com os dados obtidos durante a pesquisa, visando considerações e apontamentos parciais
B) Compreender a hospitalidade do evento	Análise dos participantes e envolvidos com questionário	Verificar a opinião de todos os envolvidos
	Busca por materiais bibliográficos	Vistas a compreender a parte teórica do evento
	Entrevista com envolvidos	Compreender a hospitalidade envolvida em todas as etapas do evento
C) Verificar a comunicação do evento e redes sociais	Analisar a empresa de comunicação contratada	Analisar quais as redes sociais utilizadas
D) Demonstrar a importância do profissional de turismo em eventos	Entrevista estruturada com perguntas abertas e fechadas	Entender como é a visão do campo dos participantes

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

O quadro apresentado expõe os objetivos (geral e específicos), que são trabalhados durante o decorrer do trabalho, a primeira fase foi com relação ao pré evento e a construção e planejamento do evento e suas temáticas. A segunda fase

quanto ao evento, sendo esse realizado durante os dias de 08 a 10 de maio de 2018, em que se observou como este se desenvolveu, organização dos materiais utilizados, organização da equipe, nos aspectos aqui demonstrados.

Para Gil (2001) a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço (GIL, 2001, p.45)

O levantamento bibliográfico é normalmente feito a partir da análise de fontes secundárias que abordam, de diferentes maneiras, o tema escolhido para estudo. A pesquisa “A Participação do Turismólogo em Eventos: Estudo sobre o Evento IV Encontro Paranaense de Bibliotecários” teve a construção de uma base teórica, visando fomentar o conhecimento do pesquisador com relação a termos como turismo, turismo de eventos, marketing, entre outros. Os dados foram cedidos pelos envolvidos com a organização do evento, como: coordenadora geral, empresa YUKE e pela Fundação Municipal de Turismo (FUMTUR). As informações foram coletadas e tabuladas por terceiros e cedidos para a pesquisa, o evento contou com a observação durante o período integral do evento, e em todas as suas fases.

Após os levantamentos dos dados teóricos com bases bibliográficas foi confrontado com a parte prática realizada no evento, por meio do método de emparelhamento das informações, para fazer a assimilação da pesquisa com os resultados que para Laville (1999, p.227) consiste em emparelhar modelos teóricos e os dados recolhidos com o objetivo de compará-los, e verificar se à correspondência entre a teoria e as situações observadas.

Após a coleta de dados junto ao material observado foi possível realizar a assimilação do material bibliográfico com a prática vista, conforme relatório o questionário online que foi dividido em três partes, sendo analisado o perfil dos participantes seu consumo e serviços utilizados e pôr fim a avaliação do evento. A pesquisa obteve 155 participantes que responderam à pesquisa relatados na sequência.

## **4 Resultados e Discussões**

### **4.1 A Instituição**

A Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), foi criada através do Decreto nº 18.111 de 28 de janeiro de 1970, originou-se da fusão das Faculdades de Odontologia, Bioquímica, Ciências e Letras, Direito e Ciências Econômicas e Administração.

Dentro da UEPG a biblioteca tem por finalidade auxiliar a comunidade universitária nas funções de ministrar ensino e dar apoio aos programas de extensão e pesquisa, com os objetivos específicos de: Coletar, organizar e difundir a documentação bibliográfica necessária aos programas de ensino, pesquisa e extensão. Estabelecer intercâmbio com bibliotecas, centros de documentação, universidades e outras instituições técnicas, científicas e culturais, nacionais e estrangeiras, oferecer serviços bibliográficos e de informação à comunidade universitária, de forma a efetuar o desenvolvimento adequado do estudo, ensino, pesquisa e extensão e demais atividades científicas e culturais da Universidade, promover cursos e seminários, orientando o leitor na busca da informação e no uso das fontes existentes na Biblioteca Central.

Porém, somente em 1977 os acervos foram centralizados com o término da construção do Bloco D, onde foi designada uma área provisória para o funcionamento da Biblioteca Central, denominando-se “Biblioteca Central Professor Faris Michaele”, em homenagem póstuma ao referido professor da UEPG. Em 1978, iniciou-se a reorganização e tratamento técnico do seu acervo, que na época estimava-se em aproximadamente 18.000 exemplares, a biblioteca central Professor Faris Michaele possui 2 estruturas uma na UEPG central e outra recém-inaugurada na UEPG campus Uvaranas. Possui acervo literário e técnico científico para uso dos alunos sendo que podem ser acessados nos computadores dentro da biblioteca, além de uma pinacoteca com mesas para estudos.

Dentre os cursos ofertados pela UEPG, há o curso de Turismo que segundo a sua grade curricular de matérias possui uma formação para a prestação de serviços em eventos, dentre elas se destacam:

- **MARKETING TURÍSTICO** Fundamentação mercadológica-evolução do conceito de marketing, essência do Marketing. Orientações de Marketing. Administração mercadológica. Análise ambiental. Planejamento estratégico e estratégias organizacionais. Sistemas de marketing. Tipos de mercados. Comportamento do consumidor. Segmentação de mercado. Conceito de serviço.
- **HOSPITALIDADE.** A qualidade na prestação de serviços hoteleiros, o planejamento dos meios de hospedagem nos meios urbano e rural, desde sua concepção inicial, orientação e aproveitamento de recursos humanos, financeiros e materiais. Analisar o contexto regional, perspectivas de crescimento da atividade turística adequando esse crescimento a sustentabilidade local e a estrutura de apoio em hospitalidade.
- **ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS** A importância da organização de eventos para o turismo. Eventos como complemento da oferta turística e ferramenta para a diversificação de atrativos. O papel dos eventos da geração de recursos econômicos, no desenvolvimento de regiões e na reorientação da sazonalidade. Tipos de eventos. Planejamento, organização e captação de eventos. Atuação do profissional de eventos.
- **ALIMENTOS E BEBIDAS** - Alimentos e Bebidas como componentes da atividade turística. Gastronomia como atração turística. Os tipos de estabelecimentos, equipamentos, serviços e atendimento. Profissões relacionadas à atividade.

Essas matérias fornecem ao acadêmico de Turismo da UEPG uma formação para a gestão e planejamento e orientação de um evento, bem como outras instituições do Brasil com o curso em questão. Esse conjunto de matérias foram fundamentais para os acadêmicos e turismólogos na organização do evento IV Encontro Paranaense de Bibliotecários, pois as matérias teóricas do curso foram unidas com a prática, e puderam ser aplicadas pelos acadêmicos que nela trabalharam e auxiliaram.

## 4.2 Descrição do Evento

O IV Encontro Paranaense de Bibliotecários ocorreu entre os dias 08 de maio a 10 de maio de 2018 nas instalações da Universidade Estadual de Ponta Grossa (Campus Central). O evento teve participação de 242 participantes (acadêmicos de diferentes cursos, bibliotecários, professores, entre outros) sendo assim um evento de médio porte, onde pessoas com mesma categoria profissional puderam discutir os temas abordados e realizar atividades.

O evento contou com palestras, *coffee breaks*, *workshops*, e apresentação de trabalhos científicos. Tendo como colaboradores o evento contou com a participação de um turismólogo formado por meio da FUMTUR, e turismólogos em formação (acadêmicos) da UEPG, dentro do evento e de todas as suas fases.

Sendo assim, o encontro de profissionais e estudantes, enquanto estudo acadêmico, as práticas profissionais e sociais fossem amplamente debatidas, questionadas, e assim avaliadas e apresentadas no qual também as novidades e atualizações da área fossem expostas e discutidas. Diante disso, UEPG, juntamente com o grupo de pesquisa NUPEPES realizaram o IV Encontro Paranaense de Bibliotecários como mostra a foto a seguir da abertura do evento.

Foto 01: Cerimônia de abertura do evento



Fonte: Yukê Comunicação, 2018.



O evento teve como foco principal atualizar e gerar redes de contato para os profissionais de biblioteconomia envolvidos, por meio de palestras, *workshops* e visitas técnicas com profissionais com ampla experiência na prática e na pesquisa e com produção acadêmica pertinente em áreas de interesse da Biblioteconomia atual, na foto abaixo mostra os participantes na abertura do evento.

Foto 02: Visão geral dos participantes



Fonte: Yukê Comunicação, 2018

O Encontro abarcou toda a comunidade de bibliotecários, estudantes e professores dos cursos graduação e pós-graduação de Biblioteconomia e demais áreas correlatas, de 14 estados brasileiros e demais regiões, bem como demais trabalhadores das bibliotecas e alunos do curso de turismo. Visando um debate amplo e organizado entre os profissionais dos mais variados segmentos e tendências, e assim uma interação e fomento de discussões com intuito de beneficiar toda a Biblioteconomia paranaense, abrangendo também indiretamente os usuários de bibliotecas em que esses profissionais atuam ou possam vir a trabalhar, e demais serviços oferecidos por esses bibliotecários.

### **4.3 Panorama dos Participantes**

Durante a fase de pós evento, um questionário online foi organizado pela turismóloga (FUMTUR) Karen Lidiane Kobilarz e aplicado em meios online,

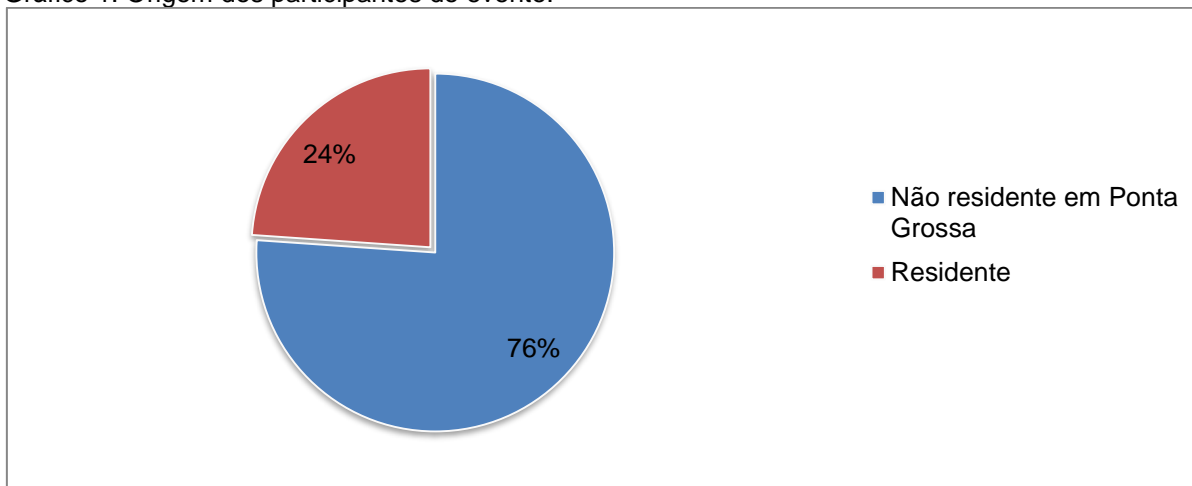
buscando dados com relação ao evento. Através da análise documental do relatório (Relatório de Avaliação do Evento e perfil dos participantes de organizado pela turismóloga da FUMTUR, foi possível obter dados com relação a opiniões dos participantes:

O questionário aplicado com os participantes obteve 155 respostas dos 242 participantes do evento, sendo dividido o questionário em três principais partes, sendo elas:

- 1) Perfil dos participantes;
- 2) Consumo e serviços utilizados pelos turistas e;
- 3) Avaliação do evento.

Esse questionário foi aplicado com os participantes, com o intuito de compreender sobre o turismo na região que está envolvido diretamente com o processo. Após a aplicação destes questionários foi possível obter a visão dos participantes e dos apontamentos que são feitos os resultados e discussões, no gráfico 01:

Gráfico 1: Origem dos participantes do evento:

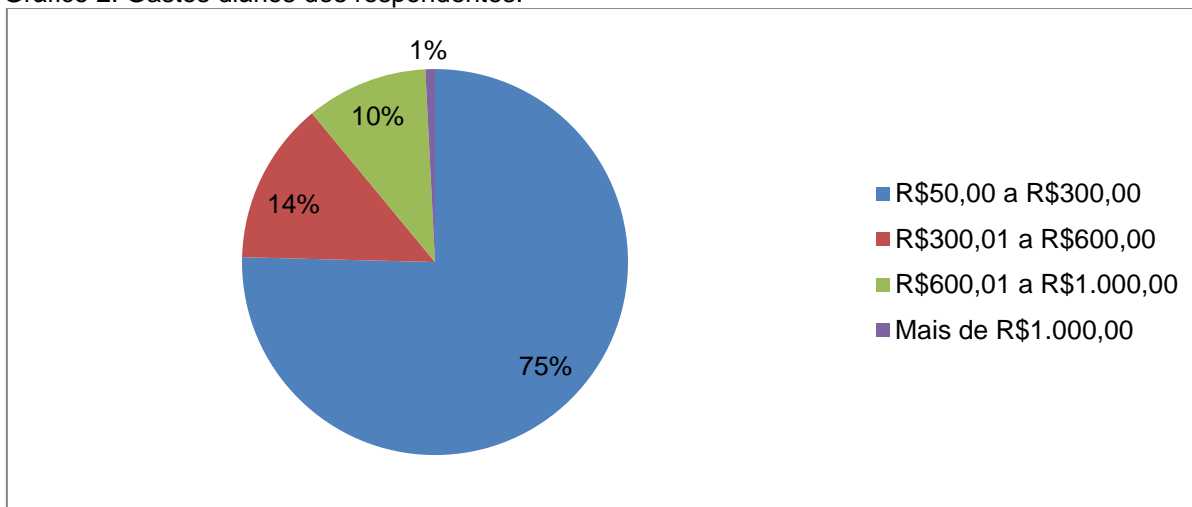


Fonte: Relatório de Avaliação do Evento (2018).

Durante a realização do evento 76 % dos participantes informaram que não residiam no município de Ponta Grossa e segundo relatório 7% das pessoas utilizaram serviços gastronômicos. Além disso, 24% ficaram em hotéis e 16% visitaram algum atrativo turístico da cidade, como o Parque de Vila Velha, Buraco do Padre, Catedral Nossa Senhora de Sant'ana e as Estações Ferroviárias.

O gráfico a seguir, traz em porcentagens os gastos diários realizados pelos respondentes, sendo:

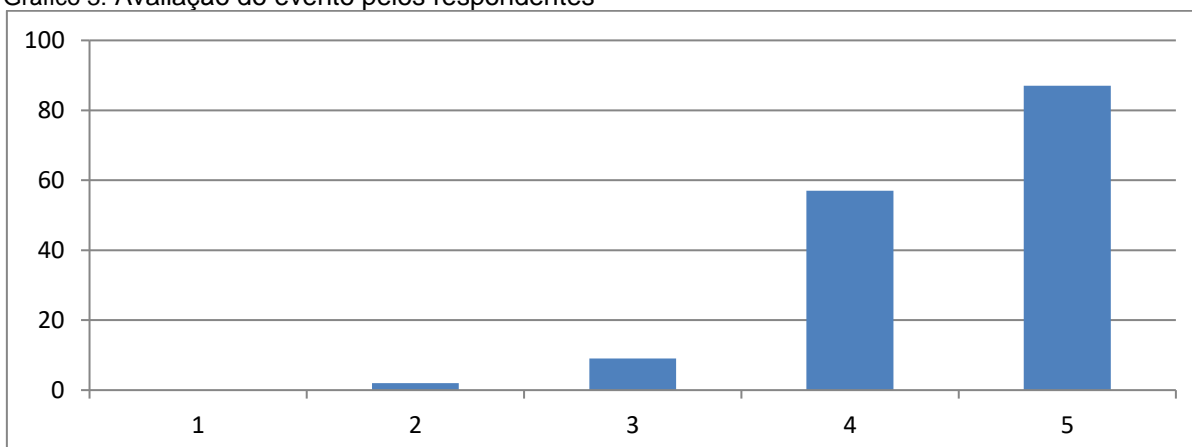
Gráfico 2: Gastos diários dos respondentes:



Fonte: Relatório de Avaliação do Evento (2018).

O gasto predominante durante o evento foi de R\$50,00 a R\$300,00, seguido por gastos de R\$300,01 a R\$600,00. A avaliação do evento, mensurada no gráfico a seguir, em escala Likert (1-5) mostra que de acordo com os respondentes, o evento foi avaliado como: bom com (36%) e ótimo (46%) por mais de 90% dos participantes, sendo destaques positivos a programação e os palestrantes.

Gráfico 3: Avaliação do evento pelos respondentes

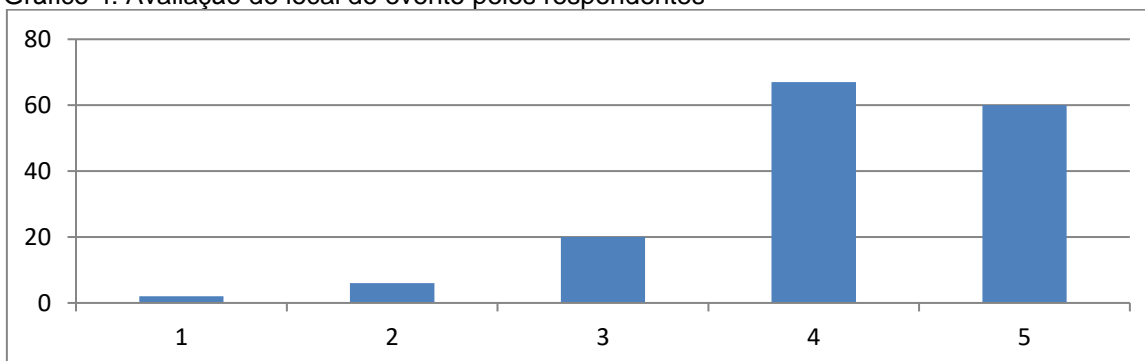


Fonte: Relatório de Avaliação do Evento (2018).

Além de terem utilizado os equipamentos da cidade, que dentro de uma visão geral está em meio da hospitalidade. Durante o encontro a utilização de redes sociais para a da promoção do evento, também proporcionou uma hospitalidade em relação às informações a serem transmitidas ao público.

Com relação ao local do evento, sendo esse exposto no gráfico 04 a seguir:

Gráfico 4: Avaliação do local do evento pelos respondentes



Fonte: Relatório de Avaliação do Evento (2018).

Após a análise dos gráficos verificou que os participantes do evento tiveram algumas críticas apontadas, que foram quanto à falta de pontualidade, as falhas na transmissão, e o local do evento e também a utilização dos serviços de gastronomia da cidade além de visita aos atrativos.

#### 4.4 Comunicação

Foi observado que o meio de comunicação no encontro, as redes sociais foram geridas por empresas terceirizadas, e puderam ser transmitidas online, que como cita a autora a difusão da informação precisa se adaptar. A comunicação e marketing estão transformando a sociedade de forma geral, e o evento da biblioteca teve de se adaptar a esse crescimento, segundo relatório de prestação de contas para a FUMTUR; segundo Madruga (2018):

Em tempos em que as mudanças tecnológicas e midiáticas causam profundas transformações sociais, a Biblioteconomia necessita se reinventar e refletir sobre seu papel na sociedade e na academia, considerando principalmente objetos e espaços seus por excelência, ou seja, a difusão de informação e conhecimento e a biblioteca (MADRUGA, 2018, p.3).

Desta forma durante a promoção do evento foi dada por meios de comunicação via redes sociais, pela empresa de comunicação, foi utilizado o *Facebook* para a promoção dos palestrantes e suas atividades, aliadas com a página oficial, além da divulgação pelo Diário dos Campos, Portal a Rede/Jornal da Manhã, Tv Educativa, Correio dos Campos, Gazeta do Povo e Revista Educação, a fim de receber mais participantes o NUPEPES ficou responsável por fazer a

transmissão online das palestras. É evidente a necessidade de as empresas modificarem sua forma de relacionamento com o cliente. Porém Barreto (2008) defende que, é necessária uma análise da evolução do *Marketing* para a compreensão deste relacionamento e suas tendências.

A imagem 01: representa a imagem utilizada para promover o evento em diferentes mídias sociais:

Imagem 01: Logo oficial do evento



Fonte: Yukê Comunicação

O banner de divulgação foi exposto em locais de grande acesso por parte do público interessado, como por exemplo a página inicial do site da UEPG, e meios de comunicação oficial do evento. Dentro da universidade também tiveram banners espalhados para o público.

#### 4.5 Alimentação e Hospitalidade

Dentre as atividades que ocorreram durante o evento científico pode se destacar o coffee break que teve a participação de acadêmicos do curso de turismo em meio a essa atividade junto a hospitalidade do evento.

O *coffee break*, que foi servido durante os intervalos dos eventos, dentre os mais variados tipos, no entanto, os principais, que são o café, chá, leite, água mineral com gás e sem gás, refrigerante, vitamina de frutas, suco de laranja e uva, amanteigados e salgadinhos, bolo de laranja, sanduíche frio, dentre muitas outras opções tem como função de lanche e proporcionar a convivência entre os participantes. Durante o evento do Encontro Paranaense de Bibliotecários o receptivo dos participantes e dos palestrantes, foi realizado pelos acadêmicos do Curso de Bacharelado em turismo da UEPG, sendo esta atividade relacionada com

a grade curricular que o curso apresenta. Possuem na grade curricular as matérias de Hospitalidade que segundo o Manual do Candidato (2009) é a qualidade na prestação de serviços desde a sua concepção inicial, orientação recursos humanos financeiros e materiais. E na Organização de Eventos científicos para a geração de recursos econômicos, planejamento, captação, reorientação da sazonalidade e atuação profissional. Com base nesses conhecimentos os serviços de alimentação e hospitalidade de todo o encontro foram supervisionados por acadêmicos de turismo pois já possuíam uma formação básica inicial, de maneira que todos os participantes do encontro pudessem usufruir juntos, da alimentação.

Assim, as decisões relacionadas à alimentação são suscetíveis às mudanças sociais, econômicas e tecnológicas, pois não são estabelecidas de forma isolada ou à revelia de um contexto maior, são construídas no mesmo bojo cultural que orienta as demais práticas e disposições do grupo social. (GIMENES, 2009, p.11)

A alimentação possui um contexto que é construído em grupos que se modificam por meios sociais não isolados, em eventos a alimentação ocorre em grupos. Dentre as atividades de recepcionar os palestrantes, autoridades e demais participantes, manter a entrada e a saída das salas de apresentações e dos coffee, e auxiliar em dúvidas.

Foi observado que a hospitalidade e a alimentação estão diretamente ligadas ao evento, e a importante participação dos graduandos de turismo nas atividades, sendo que o planejamento também tenha sido realizado por uma turismóloga.

#### **4.6 Apontamentos sobre o evento**

Durante as observações no decorrer das fases iniciais até a fase do evento, e aliado ao referencial teórico construído durante a pesquisa, foi possível realizar apontamento com relação ao evento, sendo este:

- Planejamento do coffee break se baseou em uma estimativa da quantidade de participantes, inicialmente na concepção do evento, não havia um número preciso de inscritos. No decorrer do encontro foi estimado uma quantidade de salgados, doces e bebidas por pessoa, para a compra das quantidades de alimentos e bebidas, com o objetivo de interação social dos participantes e sair da rotina das atividades, todos foram recepcionados pelos alunos de

turismo, e logo após servido aos participantes durante os intervalos das atividades.

O apontamento realizado sobre a alimentação tem como foco contribuir para as próximas edições do evento, e entender os pontos a serem mais planejados. Também foi observado que:

- A participação da turismóloga no evento, foi necessário seu emprego na prestação de contas, na montagem dos relatórios pós- eventos, utilizados nesse trabalho, além do planejamento e coordenação inicial, bem como a participação dos acadêmicos de turismo que tiveram em sua função auxiliar na recepção dos participantes, palestrantes e controle da entrada e saída das salas de apresentação e coffee break.

O turismo de eventos surge com a finalidade de planejar e organizar o receptivo dessa demanda exclusiva, dando uma imagem característica àquelas localidades cujo potencial de interesse reside no fluxo nacional e internacional de negócios. (BRITO; FONTES, 1997, p.73)

Dessa forma no evento analisado contou com participantes nacionais e internacionais. Além disso, pode-se destacar que entre as características do receptivo houve a integração de profissionais e técnicos da área da biblioteconomia juntamente com profissionais e graduandos de turismo inferindo-se que as participações dessas equipes são importantes para a realização das etapas de execução.

Após analisar o IV encontro dos bibliotecários foi descrito as etapas do envolvidas compreendendo a hospitalidade e verificar a comunicação do evento e uso das redes sociais e a importância do profissional de turismo em eventos científicos é exposta a seguir a conclusão do trabalho com base nos objetivos alcançados.

## 5 Considerações Finais

Com o objetivo geral de analisar o evento dos bibliotecários o qual foi alcançado por meio de um diagnóstico. Para alcançar os objetivos propostos diversas técnicas metodológicas foram utilizadas, tais como: estudo de caso, análise quali-quantitativa e pesquisa bibliográfica. As percepções e aliado ao referencial teórico, resultou no quadro a seguir, e apontamentos realizados durante a discussão do trabalho buscando expor a participação do turismólogo.

Quadro 7: Resultados do trabalho

<b>Objetivos e Resultados da Pesquisa</b>	
Analisar a participação do turismólogo no evento IV Encontro Paranaense de bibliotecários	
<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Resultados Obtidos</b>
A) Descrever as etapas do evento de Bibliotecários	Foram descritos todas as etapas do eventos e descritos as funções dos seus colaboradores, além de mencionar as atividades realizadas.
B) Compreender a hospitalidade do evento;	Foi compreendido que a hospitalidade do evento foi realizada e auxiliada pelos acadêmicos do curso de turismo. Visto a grade curricular do curso que permite ao acadêmicos averiguar seus conhecimentos prévios.
C) Verificar a comunicação do evento e uso das redes sociais	Verificou que a comunicação do evento foi realizada por empresas privada, através de redes sociais e paginas oficiais do evento.
D) Demonstrar a importância do profissional de turismo em eventos científicos	Observou se que a participação do turismólogo no evento tem suas importâncias devido as atividades realizadas pelos acadêmicos e pela turismóloga em relação a hospitalidade e planejamento.

Fontes: dados da pesquisa

O evento contou com 242 participantes, dentre eles estudantes, servidores públicos e bibliotecários. Foi perceptível a participação e suas atividades de turismólogos formados e graduandos trabalhando e auxiliando durante todas as fases de planejamento e de execução, bem como as demais funções auxiliares.

Conclui-se que o evento teve a participação de turismólogos durante todas as fases do evento, sendo nas áreas de planejamento por profissional formado, execução e auxílio por graduandos nas atividades em diferentes funções. A participação de todos os colaboradores foi de suma importância para a realização do encontro, de maneira que as funções exercidas pelos acadêmicos contribuíram para o real funcionamento das atividades, com base no planejamento. Dentre as funções



exercidas se destacaram a hospitalidade para funcionamento harmônico do encontro, de maneira que os problemas e dúvidas, puderam ser resolvidos pelos acadêmicos.

O trabalho se mostra importante para contribuições acadêmicas e apontamentos para as próximas edições do evento, buscando assim demonstrar a importância da participação do turismólogo como planejamento e execução e consultoria.

A pesquisa teve limitação durante a análise dos dados nos relatórios prestados para a FUMTUR e pela empresa de comunicação, com a falta de informação e/ou confusão nos dados demonstrados.

## 6. Referências Bibliográficas

- ANSARAH, M. G. dos R. **Teoria geral do turismo**. Como aprender turismo como ensinar, São Paulo: Editora Senac São Paulo, v. 02, p. 11-33, 2000.
- BARBOSA, Fábila Fonseca. **O turismo como fator de desenvolvimento local e/ ou regional**. Caminho de Geografia, Lavras, v. 14, n. 10, p.107-114, fev. 2005.
- BARRETO, I. F.; CRESCITELLI, E. **O futuro do marketing de relacionamento**. ESPM, v. 15, n. 4, p. 96 - 101, jul – ago, 2008.
- BARRETTO, Margaritta. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 10ª Ed. Campinas/SP - Papirus, 2001.
- BOGMANN, I. M. **Marketing de relacionamento: estratégias de fidelização e suas implicações financeiras**. São Paulo: Futura, 2002.
- BRITTO, J; FONTES, N. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.
- BRESSAN, F. **O Método de Estudo de Caso**. Administração Online, São Paulo, p.1, mar. 2017.
- CANTON, Antonia Marisa. Evento, Um potencializador de negócios. In: NETTO, Alexandre Panosso; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do mercado turístico: Estados, produtos e Perspectivas**. Barueri: Manole, 2009. p.198-212.
- CARNEIRO, J. B.; FONTES, N. D. **Turismo e eventos: instrumento de promoção e estratégia de marketing**. Turismo em Análise, v. 8, n. 1, p. 63-74, 1997.
- COUTINHO, Helen Rita Menezes. **Organização de Eventos**. Manaus: Cetam, 2010. 62 p.
- CAMPELLO, Bernadete Santos. **Fontes de Informação para pesquisadores e Profissionais**. Belo Horizonte: Ufmg, 2000.
- FIGUEIREDO, Silvio Lima. Turismo Virtual? In: NETTO, Alexandre Panosso; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do mercado turístico: Estudos, Produtos e Perspectivas**. Barueri: Manole, 2009. p. 523-537.
- GOLDENBERG, J. L., B.; MULLER, E. **Talk of the network: a complex system look at the underlying process of word-of-mouth**. Marketing Letters, v. 12, n. 3. p. 211-223, 2001.
- GÂNDARA, F. M. G. MASCARENHAS, R. G. T. **Segmentação do Mercado Turístico: Estudos, produtos e perspectiva**. Cap 10. Pag 179-180. Barueri (SP): Manole, 2008.
- GANDARA, José Manoel Gonçalves. **O potencial de atratividade turística da Gastronomia nas colônias de imigrantes em Castro - PR**. São Paulo: Revista Hospitalidade, 2012. p. 179-191

- GOTMAN, A. **O significado da hospitalidade: um ensaio sobre os fundamentos sociais da recepção do outro**. Paris. Prensas Universitárias da França, 2001.
- GRESSLER, Lori Alice. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. São Paulo: Loyola, 2003.
- GIL, A, C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio Garcia; Mascarenhas, Rúbia Gisele Tramontin. **Reflexões sobre o Turismo Gastronômico na Sociedade Dos Sonhos**.
- HERINGER, Benedita Hirene de França; Doria, Mônica Leite Vieira de Castro. **A Eficácia das Redes Sociais no Marketing de Relacionamento no Varejo**. Revista de Administração da Fatea - Raf, Lorena, v. 5, n. 5, p.91-108, 01 jan. 2012.
- LAVILLE, Christian. **A construção do saber**. Porto Alegre: Ufmg, 1999.
- LACERDA, Aureliana Lopes de. A importância dos eventos científicos na formação acadêmica: Estudantes de Biblioteconomia. **Revista Acb**, Florianópolis, v. 13, n. 1, p.130-144, jun. 2008.
- LIMEIRA, Tânia M. V. In: Dias, S. R. **Gestão de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003. p. 7-301.
- MARUJO, N. (2012). **Turismo, turistas e eventos: o caso da Ilha da Madeira**.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- POPCORN, Faith. **Trend Bank**. Small Indulgences. Disponível em [www.faithpopcorn.com](http://www.faithpopcorn.com) Acesso em 20 de agosto de 2018
- TURISMO, Ministério do. **Estudo da Demanda Turística Internacional Brasil - 2017: Estrutura de Pesquisa e Resultados do Turismo Receptivo**. Brasília: Fipe, 2018.
- MC KENNA, Regis. **Marketing de Relacionamento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 3ª ed. Barueri: Manole, 2004.
- MINISTERIO DA SAUDE. **Guia para elaboração de refeições saudáveis em eventos**. Brasília: Ms, 2016. 32 p.
- OLIVEIRA, M, M. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- ORIONI, Ailin. **Gestão de Eventos: análise organizacional de uma entidade organizadora de eventos: o caso do instituto do Festival de Dança**. 2007. 126 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.
- Organização Mundial de Turismo (OMT). **Introdução ao turismo**. Trad. Dolores Martins Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001.

SANTOS, Rodrigo Amado dos; CHEHADE, Michelle Bellintani; ROCHA, Guilherme Coelho Guimarães. **A importância da compreensão do conceito de eventos à execução do planejamento, perante as etapas Pré, Durante e Pós evento.** Revista Científica Eletrônica de Turismo, Garça, v. 12, n. 7, p.1-5, jan. 2010.

SPIEKER, Lílian. **O universo dos eventos empresariais: A realização de eventos nas organizações de grande porte de Balneário Camboriú.** In: XI Congresso de ciência da comunicação na Região Sul 2010, Novo Hamburgo. Congresso. Novo Hamburgo: Intercon, 2010. p. 1 - 10

TRIVIÑOS, A, N, S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais.** São Paulo: Atlas, 2006.

ZANELLA, L. C. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.